

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Trabajo de fin de carrera titulado:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
HOSTERÍA EN LA PARROQUIA “EL CHAUPI”, CANTÓN MEJÍA

Realizado por:

MARÍA ALEJANDRA ORQUERA JÁCOME

Como requisito para la obtención del título de

INGENIERO COMERCIAL CON  
MENCIÓN EN FINANZAS

QUITO, SEPTIEMBRE 2009

## **DECLARACIÓN JURAMENTADA**

Yo, María Alejandra Orquera Jácome, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoridad; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

.....

María Alejandra Orquera Jácome

## **DECLARATORIA**

El presente trabajo de investigación de fin de carrera, titulado

### **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA “EL CHAUPI”, CANTÓN MEJÍA**

Realizado por la alumna

**MARÍA ALEJANDRA ORQUERA JÁCOME**

Como requisito para la obtención del título de

**INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN FINANZAS**

ha sido dirigido por el profesor

**EC. BYRON LARA, Msc**

Quién considera que constituye un trabajo original de su autor

.....  
Ec. Byron Lara, Msc

**Director**

Los profesores informantes  
Ing. Diego Herrera, y  
Dr. Milton Jurado  
después de revisar el trabajo escrito presentado,  
lo han calificado como apto para su defensa oral ante el tribunal examinador

.....  
Ing. Diego Herrera

.....  
Dr. Milton Jurado

Quito, SEPTIEMBRE de 2009

## **AGRADECIMIENTOS**

Definitivamente a Dios, por darme las facultades necesarias para el aprendizaje y superación.

Al personal docente de la Universidad Internacional SEK, por brindarme sus conocimientos y ayudarme en el desarrollo profesional.

Un especial agradecimiento al Ec. Byron Lara, por la dedicación y apoyo que me ha brindado; por ayudarme con todo lo correspondiente a la tesis, y por la dirección y el rigor que ha facilitado a la misma. Gracias por la confianza ofrecida en estos últimos años.

A mis papis: Marco y Marthy, y a mis hermanos: Marisa y Juancho por ser mi apoyo incondicional no solo en estos cinco años de carrera, sino por todo el tiempo que han estado conmigo apoyándome y queriéndome. Por su paciencia, comprensión y por el tiempo que me han concedido; sin su apoyo no lo hubiera logrado, por eso este trabajo es también el suyo. Les amo.

A José Luis, por ser esa persona especial que ha estado a mi lado en todo momento dándome las fuerzas necesarias para seguir adelante. Gracias negrito por compartir conmigo y por haber sido un pilar en los ánimos y desarrollo de esto. Te adoro.

A mis amiguitos financieros: Silvi, Ferchis, Lybi, Carito y Andresito, con quienes he compartido momentos de alegría, tristeza e ilusiones durante estos años. Gracias a ustedes por ser mis amigos y por formar parte de mi vida. Les quiero.

Por el apoyo constante y el trabajo incondicional de muchos, mis más preciados agradecimientos para todos los que a lo largo de la vida de una u otra forma estuvieron cerca motivando y alentando el esfuerzo.

## **DEDICATORIA**

Dedico la presente tesis con mucho amor y cariño a mis padres, por ser la fuente de mi inspiración y motivación para superarme cada día más, por creer en mí, y por brindarme todo su amor.

Gracias por estar siempre a mi lado, y por todas las cosas que han hecho para que yo esté aquí en este momento. Los amo mucho y son lo más importante que tengo.

# ÍNDICE

Introducción .....	1
Resumen Ejecutivo.....	5

## CAPITULO I

1. Plan de Investigación .....	7
1.1 Tema de Tesis.....	7
1.2 Planteamiento del problema.....	7
1.3 Objetivos.....	10
1.3.1 Objetivo General.....	10
1.3.2 Objetivos Específicos.....	10
1.4 Justificación.....	11
1.5 Marco Teórico y Conceptual.....	11
1.5.1 Marco Teórico.....	11
1.5.2 Marco Conceptual.....	15
1.6 Hipótesis de la Investigación.....	21
1.7 Delimitación de la Investigación y Alcance.....	21
1.8 Metodología.....	21
1.9 Fuentes de Datos.....	22
1.9.1 Fuentes Primarias.....	22
1.9.2 Fuentes Secundarias.....	22
1.10 Temario Preliminar.....	23
1.11 Bibliografía Preliminar.....	25
1.12 Cronograma y Presupuesto.....	26

## CAPITULO II

2. Estudio de Mercado.....	28
2.1 Objetivos del Estudio de Mercado.....	28
2.1.1 Objetivo General.....	28
2.1.2 Objetivos Específicos.....	28

2.2 Análisis de la Demanda.....	28
2.2.1 Demanda Pasada.....	30
2.2.2 Demanda Presente.....	35
2.2.2.1 Necesidades de Información.....	35
2.2.2.2 Objetivos de la Investigación.....	35
2.2.2.3 Selección de la Población Objetivo.....	36
2.2.2.4 Fuentes de Datos.....	36
2.2.2.5 Segmentación del Mercado Objetivo.....	37
2.2.2.6 Tamaño de la Muestra.....	39
2.2.2.7 Escogimiento de la Muestra.....	40
2.2.2.8 Modelo de la Encuesta.....	40
2.2.2.9 Tabulación de las Encuestas.....	46
2.2.3 Demanda Futura.....	60
2.2.4 Demanda Insatisfecha.....	62
2.3 Análisis de la Oferta.....	63
2.3.1 Oferta Pasada.....	63
2.3.2 Oferta Actual.....	66
2.3.2.1 Análisis de la Competencia.....	67
2.3.2.2 Matriz Análisis de la Competencia.....	73
2.3.3 Oferta Futura.....	74
2.3.4 Marketing Mix.....	76
2.3.4.1 Producto.....	76
2.3.4.2 Precio.....	80
2.3.4.3 Plaza.....	81
2.3.4.4 Promoción.....	82

### **CAPITULO III**

3. Estudio Técnico.....	84
3.1 Objetivos.....	84
3.2 Análisis del Estudio Técnico.....	84
3.2.1 Tamaño.....	84
3.2.2 Localización.....	88
3.2.2.1 Análisis de Macro-Localización.....	88
3.2.2.2 Análisis de Micro-Localización.....	91
3.2.3 Ingeniería.....	94
3.2.3.1 Diagrama de Procesos.....	94
3.2.3.2 Diagrama de Flujos.....	99



3.2.3.3 Diseño de la Planta .....	103
3.2.4 Organización Estructural de la Empresa.....	111
3.2.4.1 Organigrama Estructural.....	111
3.2.4.2 Funciones Específicas por Puesto.....	112
3.2.4.3 Perfil de Cada Puesto.....	114
3.2.4.4 Manual Operativo de Cada Área.....	115
3.2.5 Marco Legal.....	116

## **CAPÍTULO IV**

4. Estudio Económico Financiero.....	127
4.1 Objetivos.....	127
4.1.1 Objetivo General.....	127
4.1.2 Objetivos Específicos.....	127
4.2 Inversiones del proyecto.....	128
4.2.1 Inversiones Fijas o Tangibles.....	128
4.2.2 Inversiones Diferidas o Intangibles.....	133
4.2.3 Capital de Trabajo.....	134
4.3 Financiamiento.....	136
4.4 Costo de Producción.....	136
4.4.1 Costos Fijos.....	136
4.4.2 Costos Variables.....	137
4.5 Presupuesto de Ingresos.....	140
4.6 Presupuesto de Gastos.....	148
4.6.1 Gastos Administrativos.....	149
4.6.2 Gastos de Venta.....	151
4.6.3 Otros Gastos Operacionales.....	151
4.6.4 Gastos Financieros.....	152
4.7 Flujo de Caja.....	153
4.8 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	156
4.9 Balance General.....	158

## **CAPÍTULO V**

5. Evaluación Financiera.....	160
5.1 Objetivos.....	160
5.2 Valor Actual Neto... ..	161
5.3 Tasa Interna de Retorno .....	162
5.4 Relación Beneficio-Costo.....	163

5.5 Período de Recuperación de Capital.....	164
5.6 Análisis de Sensibilidad.....	165

## **CAPÍTULO VI**

6. Evaluación Ambiental.....	167
------------------------------	-----

## **CAPÍTULO VII**

7. Conclusiones y recomendaciones.....	168
7.1 Conclusiones.....	168
7.2 Recomendaciones.....	170
8. Anexos.....	172
9. Bibliografía.....	177

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1: Entradas de Extranjeros por Motivo de Viaje, según Sexo y Grupos de Edad (Año 2007).....	31
Tabla 2.2: Ingreso de turistas por áreas a nivel macro- regional.....	32
Tabla 2.3: Ingreso de turistas por áreas a nivel cantonal por su radio de influencia.....	33
Tabla 2.4: Demanda Turística hacia los Ilinizas.....	61
Tabla 2.5: Demanda Futura .....	61
Tabla 2.6: Tipos de establecimientos del Cantón Mejía (Año 2008) .....	64
Tabla 2.7: Resumen de la Oferta Turística del Cantón Mejía .....	64
Tabla 2.8: Crecimiento de la oferta de hospedaje en el Cantón Mejía.....	65
Tabla 2.9: Habitaciones de cada hostería .....	70
Tabla 2.10: Número de mesas de cada hostería .....	71
Tabla 2.11: Precio de la alimentación de cada hostería.....	71
Tabla 2.12: Oferta Turística del Cantón Mejía desde el 2002 hasta el 2008.....	74
Tabla 2.13: Datos proyectados de la oferta .....	75
Tabla 2.14: Precio de los servicios que ofrece la competencia .....	80
Tabla 2.15: Precio de los servicios que ofrece la Hostería Capulisuco .....	81
Tabla 2.16: Precio publicidad.....	83
Tabla 3.1: Área de construcción.....	85
Tabla 3.2: Capacidad instalada por habitación.....	86
Tabla 3.3: Capacidad instalada por mesa .....	87
Tabla 3.4: Localización Óptima del Proyecto .....	93
Tabla 3.5: Diagrama de Procesos: Inicio y Recepción .....	94
Tabla 3.6: Diagrama de Procesos: Hospedaje .....	95
Tabla 3.7: Diagrama de Procesos: Caminata.....	96
Tabla 3.8: Diagrama de Procesos: Ciclismo y Cabalgata.....	96
Tabla 3.9: Diagrama de Procesos: Pesca .....	97
Tabla 3.10: Diagrama de Procesos: Restaurante .....	98
Tabla 3.11: Diagrama de Procesos: Facturación .....	99

Tabla 3.12: Perfil de cada puesto.....	114
Tabla 3.13: Manual operativo por área.....	115
Tabla 3.14: Requisitos para el Ejercicio de Actividades Turísticas .....	118
Tabla 4.1: Costeo de Obras.....	128
Tabla 4.2: Inversiones Fijas o Tangibles .....	131
Tabla 4.3: Inversiones Diferidas o Intangibles .....	133
Tabla 4.4: Depreciación Activos Fijos o Tangibles .....	134
Tabla 4.5: Capital de trabajo.....	135
Tabla 4.6: Inversión Total .....	135
Tabla 4.7: Financiamiento .....	136
Tabla 4.8: Pago salario personal de producción .....	137
Tabla 4.9: Costo de producción del desayuno .....	137
Tabla 4.10: Costo de producción del almuerzo .....	138
Tabla 4.11: Costo de producción de la merienda .....	139
Tabla 4.12: Inversión Total .....	139
Tabla 4.13: Número de turistas mensuales que tendrá la hostería.....	143
Tabla 4.14: Capacidad Instalada de habitación y carpas .....	143
Tabla 4.15: Número de turistas por noche (Temporada Alta).....	144
Tabla 4.16: Número de turistas por noche (Temporada Baja) .....	144
Tabla 4.17: Ingreso mensual y anual: servicio de hospedaje .....	145
Tabla 4.18: Capacidad Instalada del restaurante .....	145
Tabla 4.19: Ingreso mensual y anual: restaurante .....	146
Tabla 4.20: Ingreso mensual y anual: actividades .....	147
Tabla 4.21: Resumen de los ingresos .....	148
Tabla 4.22: Servicios Básicos.....	149
Tabla 4.23: Salario del personal .....	149
Tabla 4.24: Gastos de Oficina .....	150
Tabla 4.25: Cuadro resumen de Gastos Administrativos .....	150
Tabla 4.26: Total Gastos de Venta .....	151
Tabla 4.27: Total Gastos Operacionales.....	151
Tabla 4.28: Total Gastos Financieros .....	152
Tabla 4.29: Resumen Gastos Totales .....	152
Tabla 4.30: Flujo de Caja Mensual.....	153
Tabla 4.31: Flujo de Caja Anual.....	155

Tabla 4.32: Estado de Pérdidas y Ganancias Mensuales.....	156
Tabla 4.33: Estado de Pérdidas y Ganancias Anuales.....	158
Tabla 4.34: Balance de Situación Final al año 1 .....	159
Tabla 5.1: Valor Actual Neto .....	161
Tabla 5.2: Tasa Interna de Retorno .....	162
Tabla 5.3: FNE y FPE .....	163
Tabla 5.4: Relación Beneficio Costo.....	164
Tabla 5.5: Análisis de Sensibilidad .....	166

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.1: Llegada de Extranjeros al Ecuador.....	8
Gráfico 2.1: Ingreso de turistas por áreas a nivel macro-regional.....	32
Gráfico 2.2: Porcentual del Ingreso de turistas por áreas a nivel cantonal por su radio de influencia.....	34
Gráfico 2.3: Personas que han visitado el Cantón Mejía.....	47
Gráfico 2.4: Frecuencia con la que visitan el Cantón Mejía.....	47
Gráfico 2.5: Personas que conforman el grupo de turistas.....	48
Gráfico 2.6: Personas que suelen acompañarle en el viaje.....	49
Gráfico 2.7: Personas que han escuchado acerca de la Parroquia El Chaupi.....	50
Gráfico 2.8: Características importantes al momento de escoger un lugar turístico.....	50
Gráfico 2.9: Actividades que desean realizar.....	51
Gráfico 2.10: Actividades Adicionales.....	52
Gráfico 2.11: Servicios.....	53
Gráfico 2.12: Tipo de decoración.....	53
Gráfico 2.13: Número de turistas que emprenderían un viaje al Chaupi.....	54
Gráfico 2.14: Tiempo que durará la visita en el Chaupi.....	55
Gráfico 2.15: Hospedaje en habitación o en carpas.....	56
Gráfico 2.16: Precio del hospedaje.....	56
Gráfico 2.17: Medios de comunicación para recibir información.....	57
Gráfico 2.18: Edad de los turistas.....	58
Gráfico 2.19: Género de los turistas.....	59
Gráfico 2.20: Estado Civil de los turistas.....	59
Gráfico 2.21: Proyección demanda futura.....	62
Gráfico 2.22: Oferta de hospedaje entre el año 2003 y 2008.....	66
Gráfico 2.23: Tendencia de la oferta futura (2009 al 2012).....	76

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.1: Cronograma y Presupuesto .....	27
Cuadro 2.1: Hosterías competidoras.....	67
Cuadro 2.2: Matriz análisis de la competencia.....	73
Cuadro 3.1: Información Parque Nacional Ilinizas .....	90
Cuadro 3.2: Diagrama de Flujo: Ingreso y Recepción .....	100
Cuadro 3.3: Diagrama de Flujo: Actividades .....	101
Cuadro 3.4: Diagrama de Flujo: Restaurante .....	102

## ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1.1: Cantón Mejía .....	9
Mapa 3.1: Situación geográfica y límites .....	89



## INTRODUCCIÓN

En el epígrafe del artículo de Santiago Ron, leemos el siguiente pensamiento de Mark Twain: “Si acoges a un perro que se está muriendo de hambre, y lo alimentas y lo haces próspero, el perro no te morderá. Esa es la principal diferencia entre el perro y el hombre”

Seguramente, muchos mensajes subyacen en estas palabras; pero creemos que hay uno, muy evidente: el hombre no valora lo que tiene hasta que lo pierde, y en lugar de conocer, proteger y amar la naturaleza, que es fuente nutricia, la muerde y la destruye.

¿Qué hacer para eliminar esa angustiante diferencia entre el perro y el hombre? Varias respuestas se pueden dar a esta pregunta; pero todas ellas, sin duda alguna, tendrán el mismo común denominador: conocer la naturaleza, conservarla y potenciarla al máximo. Por eso, el presente proyecto es dar a conocer cómo se puede incrementar una sana actividad turística en el Ecuador mediante la implementación de una hostería.

El Ecuador es uno de los países más pequeños de Sudamérica, ubicado en la Cordillera de los Andes, el cual se caracteriza por tener riqueza turística, por su diversidad de culturas indígenas, arquitectura colonial, variedad de paisajes y majestuosos volcanes, que constituyen atracciones notables para los ecuatorianos y para los turistas del resto del mundo.

La estratégica ubicación del Ecuador es la principal razón por la que el país sea considerado como un Centro de Atracción Turística Internacional, ya que posee cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selvas; es decir, que siendo un país relativamente pequeño, ofrece todos los recursos necesarios para ser un sitio con alto impacto turístico.

Si bien, el Cantón Mejía ubicado en la sierra ecuatoriana, cuenta con una gran variedad de atractivos culturales y naturales de gran belleza, los mismos que se encuentran distribuidos en sus diferentes parroquias, permitiendo el desarrollo de proyectos turísticos.

La actividad turística en el Cantón Mejía se sustentó por muchos años por los coloridos mercados, las fiestas locales de transcendencia nacional, sitios naturales donde se destaca el Pasochoa, el Corazón y el Volcán Cotopaxi. Pero actualmente se registra una mayor actividad ya que el Cantón Mejía se ha dado a conocer por su trabajo agrícola ganadero muy ligado a la cultura chacarera y por sus afamadas aguas termales y minerales.

El Cantón Mejía está conformado por varias parroquias, una de ellas es El Chaupi, que se encuentra ubicado a una altura de 3400 metros sobre el nivel del mar, y se caracteriza por su inmenso potencial turístico que se manifiesta a través su maravillosa fauna y flora sabiendo que su principal exponente son Los Ilinizas.

Por lo dicho anteriormente, en los últimos años El Chaupi ha fomentado la actividad turística como una nueva fuente de empleo para la población, teniendo gran acogida por los turistas extranjeros por sus hermosos paisajes naturales; razón por el cual existe el interés de crear una Hostería enfocada a personas extranjeras y existe la necesidad de crear la misma para turistas nacionales, siendo estos grupos de profesionales, familias o estudiantes que deseen conocer la biodiversidad de la zona, realizar turismo de aventura, así como también pasar momentos de descanso.

Cultura, descanso, seguridad, salud y biodiversidad es lo que se proyectará en un futuro inmediato al turista, y para lograr este objetivo se requiere de un estudio de factibilidad en donde se quiere dar a conocer los puntos por los cuales se cree que la creación de la Hostería en la parroquia es viable conociendo sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la misma. En el estudio realizado se demostrará diversos aspectos como análisis del sector, demanda del proyecto y proyecciones financieras y finalmente se llegará a la formulación de las conclusiones, en donde se mencionará si los resultados respondieron a las necesidades del estudio planteado.

## INTRODUCTION

In the introduction of Santiago Ron's article, a writer of Nuestra Ciencia Magazine, we can read a Mark Twain's thought: "If you take a dog which is starving and feed him and make him prosperous, that dog will not bite you. This is the primary difference between a dog and a man" Certainly, we can find many messages behind these words, but we consider that there is one message which is too evident: the man does not realize what he has, till he loses it, and instead of knowing, protecting and loving the nature, that is our main source, he "bites" it and destroys it.

So, what can we do in order to eliminate that difference between the dog and the man? There can be many answers, but surely all of them will point out one thing: the man has to know the nature, conserve it and make best use of it. For this reason, this actual project shows how we can increment wealthy touristic activities in the Ecuador through the implementation of a farm stay.

Ecuador is one of the smallest countries in South America; it is located in the Andes. The main characteristic of Ecuador is its touristic richness that is reflected in the diversity of its indigenous cultures, in its colonial architecture, in the variety of landscapes and in its majestic volcanoes; attractions that captivate the attention of Ecuadorians and tourists all around the world.

The first reason because Ecuador is considered as the Center of Touristic International Attraction is its strategic position that allows it to have 4 natural regions that offer a variety of lands, climates, mountains, beaches and jungles; it means, that even being a small country, it offers all the resources needed to be a place with a high touristic impact.

An attractive place inside Ecuador could be the canton Mejia, placed in the Ecuadorian highlands. It has a lot of cultural and natural attractions of great beauty that are distributed in its different districts, which impulse the development of touristic projects.

For many years, touristic activities in the Canton Mejia were base on the colorful markets, the local festivals with national significance and the natural sites, among we can highlight the Pasochoa, the Corazon and the Cotopaxi Volcano. However, nowadays touristic activities are also based on livestock farming and agriculture which are very linked to Chacarera culture activities. Moreover, tourism is based on the famous thermal and mineral water of the canton.

Canton Mejia has several districts; one of them is “El Chaupi” placed at 3400 mts (above sea level) and that has a huge touristic potential because of the flora and fauna, actually the Ilinizas Mountain is the principal attractive over there.

Consequently, in recent years in “El Chaupi” there has been the promotion of touristic activities as a new source of employment for the people. The touristic activities, as we said above, are welcomed by foreign and national tourists. For this reason, there is the interest of building a Farm stay that will receive foreign and national groups of tourists, no matter if they are professionals, families or students. The only important thing is that they want to meet the zone biodiversity and like to do some adventure travel and to relax.

Furthermore, with the implementation of the Farm stay we will give to the tourists, in a near future, relax, security, wealth, culture and biodiversity. So, in order to achieve these objectives it is necessary to do a feasibility study that stipulates the strengths, weaknesses, opportunities and threats of this project and show us up if the project will be profitable. The study will contain different analysis such as sector analysis, project demand and financial projections that will allow us to get some conclusions and see if the results match with the needs already stipulated.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El estudio de factibilidad para la creación de una hostería ubicada en la Parroquia El Chaupi, se realizó con el objetivo de poder determinar la viabilidad de realizar dicho proyecto, para esto se dividió el estudio en varios análisis que permitan determinar si la idea de negocio puede ser realizada.

En el capítulo 1, se empezará a desarrollar el Plan de Investigación, en el que se explicará las razones por la cuales se desea realizar el presente proyecto, y los conceptos básicos para entender el mismo.

En el capítulo 2 se detallará minuciosamente el Estudio de Mercado, con el fin de determinar el comportamiento de la oferta y la demanda, las necesidades y preferencias de los clientes potenciales y adicionalmente establecer el mercado objetivo para poder realizar el marketing mix, es decir, la estrategia de marketing que será aplicada para el proyecto.

En el capítulo 3 se pretende realizar un análisis global en cuanto al Estudio Técnico, el cual permitirá definir el tamaño del proyecto, la localización, la ingeniería, y el diseño estructural necesarios para lograr un buen funcionamiento y un servicio enfocado en la diferenciación; así como también detallar el organigrama de la hostería y el marco legal que es una parte importante de la investigación, ya que especifica qué requisitos se necesita para la función de la misma.

En el capítulo 4 se realizará el Estudio Económico-Financiero de la hostería basado en la información obtenida en capítulos anteriores, ya que se puede conocer con precisión cuáles son sus costos, gastos, ingresos, inversiones, flujo de efectivo y balances iniciales; de esta manera se puede analizar si se aprueba o no el proyecto.

Consecutivamente se analizará el Estudio de Evaluación Financiera, el cual permite conocer y determinar cuán rentable y factible será la recuperación de la inversión del proyecto, aplicando el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio-costos y el período de recuperación de capital.

Finalmente, se expondrá las conclusiones obtenidas en cada capítulo y las recomendaciones que se pueden mejorar en el futuro.

# **CAPITULO I**

## **PLAN DE TESIS**

### **1.1 TEMA DE TESIS**

Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería ubicada en La Parroquia “El Chaupi”, Cantón Mejía

### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

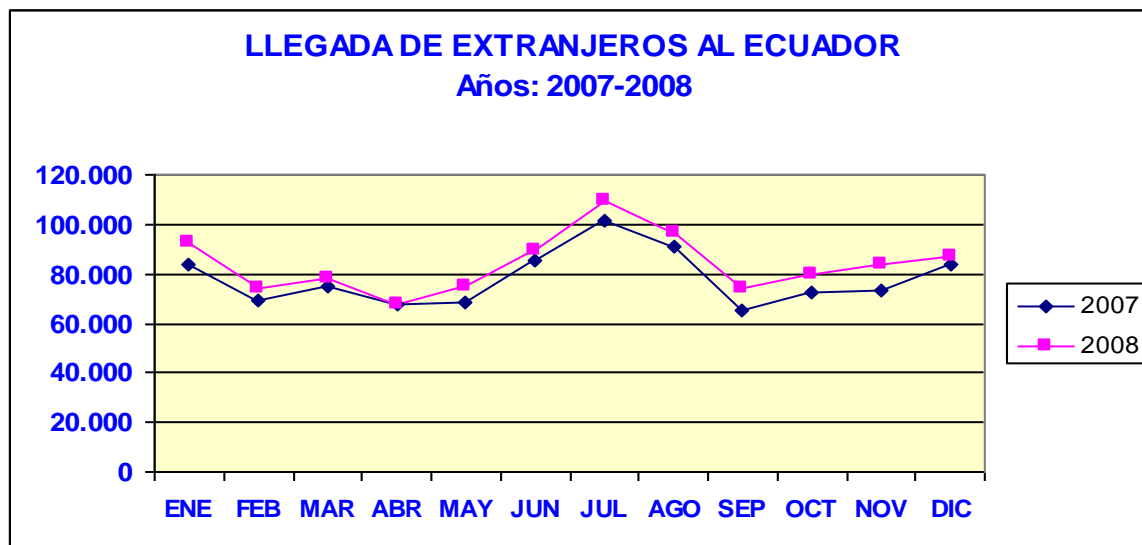
Turismo es la actividad que se entiende como parte de un fenómeno social de desplazamiento de personas de un lugar a otro con el objetivo de recrearse, divertirse y trabajar, por tanto necesita de un producto o soporte que capte la atención de la demanda para poder hacerlo realidad.

Ecuador es uno de los países que se caracteriza por tener bellas y extraordinarias zonas naturales, parques nacionales y una gran gama de flora y fauna silvestre, los cuales constituyen atracciones notables para los ecuatorianos y para los turistas del resto del mundo.

Según el ministerio de Turismo, en el año 2008 el país recibió 1.005.297 visitantes extranjeros superando al año 2007, con una cifra de 937.487 turistas; es decir que tuvo un incremento del 7.2% alcanzando la cifra récord; lo que significó además un incremento de ingreso de divisas por concepto de flujo turístico en el orden del 22,02% para el primer semestre.

## GRÁFICO 1.1

### Llegada de Extranjeros al Ecuador



Fuente: Ministerio de Turismo

La estratégica ubicación del Ecuador es la principal razón por la que el país sea considerado como un Centro de Atracción Turística Internacional, ya que posee cuatro regiones naturales que ofrecen una inmensidad de suelos, climas, montañas, páramos, playas, islas y selvas.

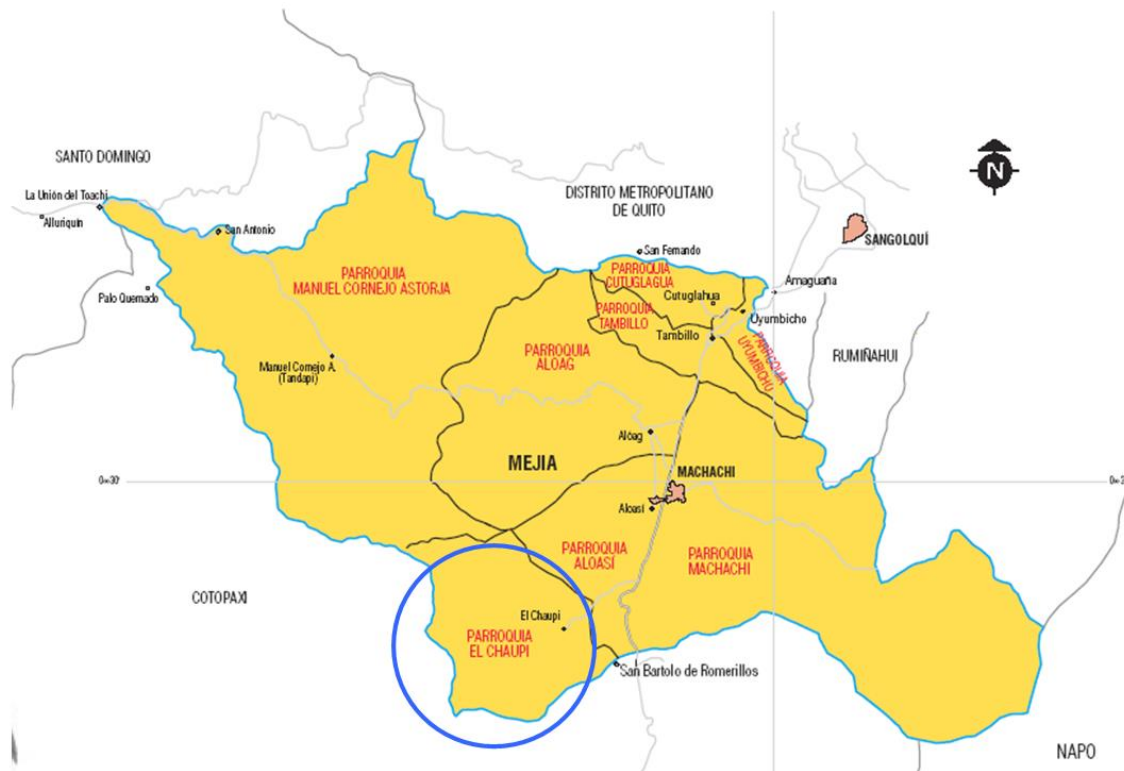
Una de las regiones importantes es la Región Interandina o Sierra, en el cual se destaca sus montañas y volcanes que rodean el valle de Machachi, Cantón Mejía, el mismo que se encuentra ubicado en la serranía ecuatoriana y posee diferentes riquezas naturales como son sus montañas, nevados, volcanes y ríos que los define como destinos con un potencial turístico prometedor que llaman la atención de los visitantes tanto nacionales como extranjeros.

El Cantón Mejía está conformado por 8 parroquias, una de ellas es la Parroquia “El Chaupi” que se encuentra situado al suroccidente del Cantón Mejía, ubicado a una altura de 3.400 metros sobre el nivel del mar, con una superficie total de 138Km<sup>2</sup>. Debido a su ubicación geográfica, sus tierras son pródigas y eminentemente agrícolas y ganaderas; además se ha caracterizado por su inmenso potencial turístico, siendo éste el turismo de montaña, turismo recreacional, turismo cultural, turismo científico y turismo de salud, la cual se manifiesta a través de su maravillosa fauna y flora sabiendo que su principal



exponente son los Ilinizas; consiguiendo que éstos puedan ser elementos importantes para integrar a la demanda turística del país y así formar parte del turismo como fenómeno social y acrecentar la conservación natural y la conservación de costumbres y tradiciones.

**Mapa 1.1**  
**Cantón Mejía**



**Fuente:** Gobierno de la Provincia de Pichincha

Cabe recalcar que de las 8 parroquias que conforman el Cantón Mejía, los mayores índices de pobreza extrema se ubican en la población de “El Chaupi”, con 43.65%.

Si bien la Parroquia El Chaupi tiene un potencial turístico, pero no se ha desarrollado completamente por falta de infraestructura hotelera adecuada para los turistas que visitan la misma, por la cual se ha visto la necesidad de implementar una hostería que ofrece a los visitantes hospedaje, alimentación y diversas actividades que satisfaga o supere las expectativas del turista tanto en la calidez y seguridad como en el uso del espacio, en el diseño y en el servicio.

De esta manera se puede desarrollar la actividad turística como una fuente generadora de ingresos y empleos, la misma que podría constituir una fuente de recursos importante para un segmento importante de la población de la parroquia. Desde este punto de vista, se requiere emprender en estudios que posibiliten aprovechar este potencial mediante el impulso de proyectos turísticos viables.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1. Objetivo General**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una hostería en la Parroquia El Chaupi, mediante un estudio de mercado, técnico y económico, con el fin de incrementar la actividad turística y ofrecer al turista cultura, descanso, seguridad, salud y biodiversidad.

### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- Identificar claramente el mercado analizando la demanda, oferta y marketing mix.
- Realizar el estudio técnico, determinando el tamaño y la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto, así como también la organización de la empresa.
- Conocer cuáles son las leyes o normas que regulan las Hosterías y cómo pueden afectar al desarrollo de proyectos de inversión de esta naturaleza.
- Ejecutar el estudio económico y financiero del proyecto con el fin de establecer y sistematizar la información financiera.
- Analizar la evaluación económica mediante la aplicación de criterios de evaluación reconocidos: Valor Actual Neto, Tasa interna de Retorno, relación beneficio-costos.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN

La parroquia El Chaupi tiene un gran potencial turístico, pero no se ha desarrollado completamente por falta de establecimientos hoteleros adecuada para los turistas que visitan la misma. Por lo que la presente investigación nace de la necesidad de cubrir las expectativas de los turistas tanto extranjeros como nacionales a través de la implementación de una hostería, ofreciendo servicios como hospedaje y actividades turísticas para elevar el nivel de la oferta turística brindada dentro. Asimismo se podrá generar una fuente de ingresos y empleo para los habitantes de la parroquia, y de esta manera lograr reducir el índice de pobreza que existe actualmente.

Además existe la oportunidad de realizar la hostería en dicha parroquia ya que se posee el espacio físico para implementar el proyecto que está localizada en un punto estratégico de llegada del turista y partida hacia la reserva ecológica Los Ilinizas.

## 1.5 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

### 1.5.1. Marco Teórico

#### ○ EVALUACIÓN DE PROYECTOS

##### *Proyecto de Inversión*

Un proyecto de inversión es un “plan que si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”. (Baca Urbina, 1997, pág. 2)

Según Gabriel Baca<sup>1</sup>, en el libro Evaluación de Proyectos, dice que “la evaluación de un proyecto de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

---

<sup>1</sup> Baca Urbina, 1997, pág. 2

## ***Tipos de Proyectos***

Según Sapag Chain<sup>2</sup>, se pueden clasificar los proyectos dependiendo del objeto de estudio como de la finalidad de la inversión

- *Según el objetivo o finalidad del estudio:* define lo que se espera medir con la evaluación y existen 3 tipos proyectos dependiendo de las formas para obtener los flujos de caja para los resultado deseado:
  1. Estudio para medir la rentabilidad del proyecto, es decir el total de la inversión sin importar de donde provengan los fondos.
  2. Estudio para medir la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto
  3. Estudio para medir la capacidad del propio proyecto para enfrentar los compromisos de pago asumidos en un eventual endeudamiento.
  
- *Según la finalidad o el objeto de la inversión:* es decir el objetivo de la asignación de recursos en donde:
  1. Crear nuevos negocios o empresas: la evaluación se concentrara en determinar todos los costos y beneficios asociados directamente con la inversión.
  2. Proyectos en busca de evaluar un cambio, mejora o modernización en una empresa existente: este se concentrara en datos relevantes para la decisión que se debe tomar.

## ***Ciclo de vida del Proyecto***

El proceso de un proyecto de inversión a largo plazo surge como una idea y después atraviesa por etapas a las cuales se las denomina ciclo de vida del proyecto. Los proyectos poseen tres etapas de vida, las cuales son: <sup>3</sup>

- Etapa de Preinversión
- Etapa de Inversión
- Etapa de Operación

---

<sup>2</sup> Sapag Chain, 2000, pág. 4

<sup>3</sup> Manual de Proyectos: Diseño y Evaluación; Ec. Rodrigo Saenz, pg 11.

La presente investigación se realizará tomando en cuenta la Etapa de Preinversión mediante un estudio de factibilidad.

### ***Estudio de Factibilidad***

Estudio de factibilidad o viabilidad del proyecto de inversión es el análisis de una empresa para determinar:

- Si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.
- Si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente<sup>4</sup>.

El estudio de factibilidad se encuentra en la fase de preinversión del proyecto. Los estudios de factibilidad son investigaciones altamente enfocadas en un proyecto de diseño propuesto; estos son diseñados para producir información crítica sobre la viabilidad de negocios concernientes al proyecto<sup>5</sup>.

Según Gabriel Baca<sup>6</sup> el proyecto se encuentra integrado por cuatro estudios principales:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Económico
- Evaluación Económica

### ***Estudio de Mercado***

Se definen las características de la demanda y la oferta del bien o servicio que se vaya a producir o proporcionar mediante el proyecto. Este permite estudiar algunas variables sociales y económicas que coincidan con el proyecto aun siendo aparentemente ajenas a estos tales como la tasa de crecimiento de población, los niveles de ingreso de la misma, precios de bienes o servicios competitivos y complementarios.

---

<sup>4</sup> LUNA, Rafael; CHAVEZ, Damaris (marzo 2001): Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos

<sup>5</sup> Manual de Proyectos: Diseño y Evaluación; Ec. Rodrigo Saenz, pg 17.

<sup>6</sup> BACA URBINA, Gabriel; *Evaluación de Proyectos*, Cuarta Edición, McGraw-Hill/Interamericana Editores, 1997

### ***Estudio Técnico***

Trata de resolver preguntas referentes a donde, cuando, como y con que producir lo que se desea, es decir comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. Determina el tamaño óptimo de la planta, localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo y legal.

### ***Estudio Económico***

Ordena y sistematiza la información de carácter monetario, así como también la elaboración de cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Determina la inversión del proyecto, costo de producción, ingresos, estado de pérdidas y ganancias e inversión del proyecto.

### ***Evaluación Económica***

Describe el método de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo y el método de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo, ya que determina si el proyecto es o no viable.

#### ○ **TURISMO**

El turismo más que ningún otro sector económico debe alcanzar el equilibrio entre objetivos económicos, sociales y medioambientales expresado en el concepto de turismo sostenible. Como expresa Yunis Ahúes, Eugenio (2004)<sup>7</sup>, el turismo se construye gracias a la existencia de unos atractivos naturales, culturales y de otro tipo, a condición de que estos se encuentren en buen estado de conservación.

La definición establecida por la Ley de Turismo de la República del Ecuador, menciona que “El turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Organización Mundial de Turismo, Yunis Ahúes E. (2004)

<sup>8</sup> Ley de Turismo de la República del Ecuador, Capítulo 1. Generalidades, Art. 2

El deseo de viajar constituye un rasgo característico de las sociedades desarrolladas modernas. La cifra de llegadas turísticas internacionales de la OMT para 2004 ascendió a 763 millones, con una previsión de alcanzar los 1.000 millones en 2010 y más de 1.500 millones en 2020.

Considerando lo dicho anteriormente, el turismo es uno de los sectores de más rápido crecimiento, y se ha convertido en poco tiempo en una actividad de importancia para el desarrollo de un gran número de países y en un agente de cambio económico y social. Schluter (1997)<sup>9</sup>, considera importante recabar toda la información con respecto a los posibles impactos que puede producir el turismo en el entorno físico, cultural y social de una comunidad. Los elementos que integran a cada subsistema son: Normas Sociales y Legales, Inversiones Turísticas y Gastos de Consumo, Requerimientos turísticos, Intereses de la población residente, demanda de servicios turísticos, y potencial turístico y equipamiento.

Una de las fuentes generadoras de recursos para el país, sin lugar a dudas, es el turismo; según la Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía<sup>10</sup>, existen amplios potenciales turísticos ecológicos en las parroquias conformadas del cantón, entre los tipos de turismo se han identificado: el turismo de montaña, turismo recreacional y científico, turismo de salud y turismo cultural, con el fin de incrementar una sana actividad turística.

### **1.5.2. Marco Conceptual**

A través de los años han surgido diversas conceptualizaciones del sistema turístico que, aún cuando mantiene ideas esenciales, se distinguen por su ámbito de aplicación. Para poder comenzar y entender esta investigación es importante citar las definiciones más representativas:

---

<sup>9</sup> SCHLUTER, Regina & WINTER, Romero (1997): El fenómeno Turístico, Buenos Aires: Editorial Docencia.

<sup>10</sup> Plan de Desarrollo General del Cantón Mejía (2006), Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía a través de la Dirección de Turismo

## **Demanda**

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado<sup>11</sup>.

## **Oferta**

Es la cantidad de bienes o servicios que en cierto número de ofertantes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado<sup>12</sup>.

## **Proyecto**

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.”<sup>13</sup>

## **Valor Actual Neto**

Es la diferencia o resta, entre el valor actual de los flujos de caja que estará en capacidad de liberar el proyecto para los inversionistas durante su duración, y el valor actual de la inversión total en el proyecto.

## **Tasa Interna de Retorno**

Es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto sea igual a cero; es decir, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

## **Período de Recuperación de Capital**

El período o plazo de recuperación de una inversión es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial de un proyecto.

## **Turismo**

Es aquella actividad que implica viajar, hospedarse o pernoctar, por un tiempo determinado en un lugar geográfico no habitual al que uno habita, en busca de descanso, entretenimiento o nuevas experiencias.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México, 1995, Pág. 17.

<sup>12</sup> Baca Urbina, Gabriel, Evaluación de Proyectos, México, 1995, Pág. 17.

<sup>13</sup> Baca Urbina, Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, McGraw Hill, tercera edición, México, 1995, Pág.2

<sup>14</sup> GALLEGO, Jesús Felipe, DICCIONARIO DE HOSTELERÍA, España, 2002



## **Tipos de Turismo**

- *Turismo de negocios:* conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales a través de visitas a empresas, participación en exposiciones y otros eventos.<sup>15</sup>
- *Turismo de descanso o placer:* se puede relacionar con los períodos de reposo que permite reiniciar labores con nuevo ánimo y vigor.
- *Turismo de montaña:* los turistas extranjeros disfrutan conocer las elevaciones montañosas y son muy visitadas por las mismas.
- *Turismo recreacional y científico:* se lo disfruta en el bosque ya que es considerado como un mirador natural; y para aquellas personas que prefieren desarrollar estudios experimentales sobre naturaleza con la ayuda de laboratorios científicos de flora y fauna.<sup>16</sup>
- *Turismo de salud:* es el turismo que busca los medios para conservar, fomentar y restaurar la salud como clave fundamental del bienestar físico, mental y social.
- *Turismo cultural:* destinado a participantes interesados en conocer las costumbres de un determinado pueblo o región; se encuentra todo tipo de fiestas tradicionales paganas y autóctonas que atrae una gran cantidad de turistas.
- *Turismo alternativo:* es la actividad turística que mejora la calidad de vida de las comunidades que preservan el patrimonio natural y cultural del área y que ofrece sus servicios o visitantes social y ambientalmente responsables.<sup>17</sup>

## **Tipos de Turistas**

- *Visitante Internacional:* persona que visita un país que no es en el que tiene fijada su residencia, por cualquier razón que no sea para desempeñar una ocupación remunerada, éstos se dividen en dos categorías:

---

<sup>15</sup> Ramírez Ávila, Esthela A., TURISMO DE NEGOCIOS, México: Editorial Trillas, 2006

<sup>16</sup> Plan de Desarrollo General del Cantón Mejía (2006), Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía a través de la Dirección de Turismo

<sup>17</sup> GALLEGO, Jesús Felipe, DICCIONARIO DE HOSTELERÍA, España, 2002

- *Turista*: visitante temporal que permanece cuando menos 24 horas en el país visitado y cuyo propósito de viaje puede ser por tiempo libre, negocios, familia, misiones o reuniones.
- *Excursionista*: visitante temporal que permanece menos de 24 horas en el país visitado.
- *Visitante Interno*: persona que reside en un país que viaja, por una duración no superior a doce meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.<sup>18</sup>

### **Clasificación de los establecimientos de hospedaje**

A continuación se describe algunos conceptos que deben tomarse en cuenta para mayor conocimiento de los establecimientos de hospedaje.

- *Establecimiento hotelero*: Es el inmueble habilitado de forma que pueda albergar personas, proporcionándoles habitación y determinados servicios esenciales y posiblemente otros complementarios de alimentación, teléfono, calefacción, refrigeración, guardarropa y planchado, limpieza de calzado, secadores, etc.
- *Hostal u hostería*: Casa donde se da comida y alojamiento mediante pago.
- *Hotel*: establecimientos que facilitan alojamiento con o sin servicios complementarios, distintos de los correspondientes o cualquiera de las otras dos modalidades.
- *Motel*: establecimientos situados en las proximidades con garaje y entrada independientes para estancias de corta duración.<sup>19</sup>
- *Pensión*: Es aquel establecimiento que ofrece al público el servicio de alojamiento y alimentación, éste último a elección del usuario

---

<sup>18</sup> Organización Mundial de Turismo (1999)

<sup>19</sup> Uriel, Ezequiel; Hernández, Raúl, Análisis y tendencias del turismo, Ediciones Pirámide, Madrid 2004



actividad, a través de empleos informales relacionados principalmente con el comercio.

### **Áreas naturales protegidas**

Las zonas del territorio nacional y aquellas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción, donde los ambiente originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano, y que han quedado sujetas al régimen de protección<sup>21</sup>.

### **Parque Nacional**

Área terrestre natural designada para proteger la integridad ecológica de uno o más ecosistemas para las generaciones actuales y futuras. Su función es excluir todo tipo de explotación u ocupación que sean hostiles al propósito con el cual fue asignada el área y proporcionar un marco para las actividades espirituales, científicas, educativas, recreativas y turísticas, que deben ser compatibles desde el punto de vista ecológico y cultural.

### **Habitación**

Cualquiera de las unidades de alojamiento en un establecimiento hotelero; consta de dormitorio y cuarto de baño, aunque puede tener espacios y servicios adicionales según la orientación hacia el mercado que caracterice al establecimiento.

### **Restaurante**

Establecimiento industrial cuyo objeto es la transformación de alimentos, la venta y prestación del servicio de alimentos y bebidas preparadas. Puede ofrecer servicios complementarios tales como la atención de eventos, recreación y otros.

### **Cliente**

Persona natural o jurídica que recibe un servicio.

---

<sup>21</sup> Ministerio de Turismo del Ecuador

## **Huésped**

Persona que se aloja en un establecimiento de alojamiento y hospedaje, mediante contrato de hospedaje.

## **1.6 HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN**

¿Es rentable la creación de una Hostería en la Parroquia El Chaupi, Cantón Mejía?

## **1.7 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y ALCANCE**

La presente investigación se realizará en el primer semestre del año 2009 a turistas que gustan realizar turismo ecológico, centrandó la investigación en la provincia El Chaupi, Cantón Mejía.

## **1.8 METODOLOGÍA**

El tipo de investigación que será empleado en el presente trabajo es de tipo descriptivo, el mismo que estará orientado a caracterizar y describir las propiedades y características de las variables que integran un problema de investigación. Además se aplicará el método de inducción (va de lo particular a lo general) y el método de deducción (va de lo general a lo particular) respectivamente, la combinación de ambos métodos significa la aplicación de la deducción en la elaboración de hipótesis, y la aplicación de la inducción en los hallazgos.

Se realizará el estudio de mercado centrándose en la satisfacción del cliente y sus requerimientos en cuanto a calidad y atención, para ello se aplicará una encuesta a personas extranjeras, y a la vez a turistas nacionales, siendo estos grupos de profesionales, familias o estudiantes, mediante el análisis de un muestreo probabilístico aleatorio sistemático, ya que evita la subjetividad en la recolección de datos. Los resultados obtenidos permiten conocer cuáles son los gustos y preferencias de los

clientes, y formular las mejores estrategias para atender sus necesidades realizando un marketing mix.

A sí mismo se debe elaborar el estudio técnico, determinando el tamaño óptimo de la planta, tomando en cuenta la capacidad financiera; además se establecerá las características arquitectónicas, estructurales y diseño del proyecto una vez definido el producto o servicio. Se determinará también el proceso productivo, y mediante un Análisis de Precios Unitarios, se podrá elaborar el Costeo de Obra.

Es necesario realizar el estudio legal, con el fin de conocer qué permisos se necesita para el funcionamiento de la hostería, y qué impuestos tendría la misma, así como también conocer la situación económica pasada y presente del país, ya que mediante esta información se podrá proyectar con exactitud los flujos netos de efectivo.

Posteriormente se efectuará el estudio económico y financiero del proyecto, tomando en cuenta los egresos, es decir las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, para calcular la cantidad necesaria que cubra los costos del proyecto en el período de ejecución; y los ingresos para realizar las proyecciones de ventas, y los cálculos de viabilidad del proyecto. Para esto es necesario calcular los índices de Relación Beneficio-Costo, Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno para aceptar o rechazar dicho estudio.

## **1.9 FUENTES DE DATOS**

### **1.9.1. Fuentes Primarias**

La información principal para el desarrollo del presente estudio se obtendrá por medio de encuestas que son fuente de información desarrollada a través de un cuestionario realizada a posibles consumidores.

### **1.9.2. Fuentes Secundarias**

La información adquirida mediante las fuentes secundarias es indispensable debido a que existe información de datos ya elaborados, dicha información se obtendrá en

publicaciones gubernamentales, revistas, periódicos e instituciones que serán detalladas a continuación:

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
- Banco Central del Ecuador
- Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía
- Ministerio de Turismo

## **1.10 TEMARIO PRELIMINAR**

**Tema:** Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería ubicada en La Parroquia “El Chaupi”, Cantón Mejía

Introducción

Resumen Ejecutivo

**CAPITULO I:** Generalidades

**CAPITULO II:** Estudio de Mercado

2.1 Descripción del Producto

2.2 Análisis de la Demanda

2.2.1. Demanda Pasada

2.2.2. Demanda Presente

2.2.3. Demanda Futura

2.3 Análisis de la Oferta

2.3.1. Matriz de la Competencia

2.3.2. Análisis de la Competencia

2.4 Marketing Mix

2.4.1. Producto

2.4.2. Precio

2.4.3. Plaza

2.4.4. Promoción

### **CAPITULO III: Estudio Técnico**

- 3.1 Tamaño óptimo de la planta
- 3.2 Localización óptima del proyecto
  - 3.2.1. Macro localización
  - 3.2.2. Micro localización
- 3.3 Ingeniería del proyecto
  - 3.3.1. Diagramas de flujo del proceso
  - 3.3.2. Flujograma
  - 3.3.3. Diseño de la Planta
- 3.4 Organización de la empresa
  - 3.4.1. Organigrama Estructural
  - 3.4.2. Organigrama de Funciones
  - 3.4.3. Manual de Funciones
- 3.5 Marco Legal
  - 3.5.1. Pasos para la Constitución Legal de la Empresa
  - 3.5.2. Permisos de funcionamiento

### **CAPITULO IV: Estudio Económico**

- 4.1 Inversión del Proyecto
  - 4.1.1. Inversiones Fijas o tangibles
  - 4.1.2. Inversiones Diferidas o intangibles
  - 4.1.3. Capital de Trabajo Preoperativo
- 4.2 Costos de Producción
  - 4.3.1. Costos de Producción
  - 4.3.2. Costos de Administración
  - 4.3.3. Costos de Venta
  - 4.3.4. Costos Financieros
- 4.4 Ingresos
- 4.5 Flujo Neto de Caja
- 4.6 Estado de Pérdidas y Ganancias

### **CAPITULO V: Evaluación Financiera**

- 5.1 Método que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo



- 5.1.1. Valor Actual Neto
- 5.1.2. Tasa Interna de Retorno
- 5.1.3. Relación Beneficio Costo
- 5.1.4. Período de Recuperación de Capital con Flujos Descontados

## **CAPITULO VI: Conclusiones y Recomendaciones**

- 7.1 Conclusiones
- 7.2 Recomendaciones

Anexos

Bibliografía

### **1.11. BIBLIOGRAFÍA PRELIMINAR**

- BACA URBINA, Gabriel; EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Cuarta Edición, McGraw-Hill/Interamericana Editores
- GALLEGO, Jesús Felipe, DICCIONARIO DE HOSTELERÍA, España, 2002
- SOLÉ, Luis de Borja, EL CONSUMIDOR TURÍSTICO, Editorial Esic, 2002
- ORJUELA, Soledad y SANDOVAL, Paulina; “GUÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS”, Primera Edición, Santiago de Chile, Diciembre de 2002
- LUNA, Rafael; CHAVEZ, Damaris (marzo 2001): GUÍA PARA ELABORAR ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DE PROYECTOS ECOTURÍSTICOS
- SÁENZ, Rodrigo; MANUAL DE PROYECTOS: DISEÑO Y EVALUACIÓN, pág. 17, Ecuador, 2004.
- Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía a través de la Dirección de Turismo, PLAN DE DESARROLLO GENERAL DEL CANTÓN MEJÍA (2006)
- Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía a través de la Dirección de Turismo, GUÍA TURÍSTICA DEL CANTÓN MEJÍA (2007-2009)
- Diario El Telégrafo (1 de Enero del 2009): *Más de un millón de extranjeros visitaron Ecuador en el 2008*

- Diario El Universo (28 de Agosto del 2005), *Eduardo Proaño pionero del turismo*
- Ministerio de Turismo del Ecuador
- Organización Mundial del Turismo 1998: *Introducción al Turismo*
- <http://www.ecuador.us/turismo.htm>: *Turismo en Ecuador aumentó 12 por ciento en primer semestre 2005*
- <http://www.consecuador-quebec.org/turismo.htm>: *Turismo en Ecuador*
- [http://www.exploringecuador.com/espanol/sp\\_ar\\_ferrocarril\\_ecuador.htm](http://www.exploringecuador.com/espanol/sp_ar_ferrocarril_ecuador.htm): *Historia del Ferrocarril Trasandino*

## **1.12 CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO**

**Cuadro 1.1**  
**Cronograma y Presupuesto**

CRONOGRAMA DE TRABAJO	CRONOGRAMA MENSUAL							
	2008		2009					
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
1. Elaboración del plan de tesis								
2. Introducción								
3. Marco teórico								
4. Elaboración de encuestas y tabulación								
5. Estudio de mercado: analisis de la demanda, oferta y realizar el marketing mix								
6. Estudio técnico								
7. Estudio de Impacto ambiental								
8. Estudio económico y financiero del proyecto analizando la inversión y los costos del proyecto								
9. Evaluación de la factibilidad del proyecto								
10. Elaboración del informe final								
11. Presentación del primero borrador								

**PRESUPUESTO APROXIMADO**

	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Resmas de papel Bond A4	2	5,00	10,00
Cartucho de tinta para impresora b/n	1	20,00	20,00
Cartucho de tinta para impresora color	1	25,00	25,00
Anillados de las copias del trabajo	4	1,00	4,00
Compra de libros y bibliografía	3	27,00	81,00
Fotocopias	300	0,02	6,00
Investigación de mercados			120,00
Viajes y otros gastos			30,00
<b>TOTAL</b>			<b>296,00</b>

## **CAPÍTULO II**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **2.1 OBJETIVOS**

##### **2.1.1 Objetivo General**

Conocer los elementos necesarios del mercado como: la demanda, la oferta y el marketing mix, con el fin de estructurar en forma adecuada el proyecto.

##### **2.1.2 Objetivos Específicos**

- Identificar cuál es el mercado potencial.
- Realizar el análisis de la demanda pasada, presente y futura.
- Analizar el comportamiento de la demanda con el fin de conocer las necesidades de los turistas.
- Determinar la demanda insatisfecha en el servicio de hospedaje y servicios turísticos.
- Investigar cómo ha evolucionado la oferta de hospedaje y servicios turísticos; y a la vez analizar la competencia.
- Diseñar las estrategias de precio, producto, plaza y promoción de los servicios turísticos a través del marketing mix.

#### **2.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

Las diferentes formas de vida que existe en el Ecuador han despertado en la demanda nuevas necesidades e inquietudes viajeras que estimulan o motivan a los turistas a

conocer la naturaleza y aprovechar al máximo lo que ofrece el mismo; realizando actividades con riesgo controlado como rallys, puenting, rafting, barranquismo, escalada; o actividades menos riesgosas como senderismo, caminatas, cabalgata, entre otras.



Por la composición de las actividades turísticas, el mercado turístico está en función de los consumidores que llegan de otro país (turista extranjero), y de distintas provincias o ciudades del país (turista nacional y/o local) hacia las áreas naturales protegidas, como segmentos de captación, que se han ido incrementando en los últimos años<sup>22</sup>.

---

<sup>22</sup> Municipio Cantón Mejía: Demanda Turística

Para realizar una mejor gestión en el análisis de la demanda, se especificará las necesidades reales que se satisfarán; para ello se efectuará una investigación de mercado determinando la información que se requiera, cumpliendo con los objetivos establecidos en esta investigación.

La información principal para el desarrollo del presente estudio se obtendrá por medio de trabajos de campo y a la vez se efectuará una encuesta a los turistas que visitan el Cantón Mejía. Además se utilizará fuentes secundarias como la Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía, Ministerio de Turismo, páginas web, entre otros, con el fin de recopilar información de datos. De esta manera se puede hacer una proyección de la demanda a futuro.

### 2.2.1 Demanda Pasada

Con el fin de analizar el comportamiento de la demanda según el sexo y grupos de edad, se ha recopilado datos estadísticos del INEC que muestran que en el año 2007 el Ecuador contabilizó 937.478 llegadas de visitantes extranjeros, los cuales 799.138 viajan al país por motivo de turismo, como se observa en siguiente cuadro:

**TABLA 2.1**  
**Entradas de Extranjeros por Motivo de Viaje,**  
**según Sexo y Grupos de Edad (Año 2007)**

Sexo y Grupos de Edad	Total	Motivo de Viaje				
		Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Otros
<b>TOTAL</b>	<b>937.487</b>	<b>799.138</b>	<b>14.054</b>	<b>10.494</b>	<b>1.836</b>	<b>111.965</b>
<b>HOMBRES</b>	<b>538.421</b>	<b>447.934</b>	<b>11.763</b>	<b>7.329</b>	<b>783</b>	<b>70.612</b>
Menores de 10 Años	30.001	27.735	0	0	0	2.266
De 10 a 19 Años	36.444	33.350	6	318	124	2.646
De 20 a 29 Años	95.969	85.884	1.040	1.072	474	7.499

De 30 a 39 Años	122.114	98.378	3.959	2.326	140	17.311
De 40 a 49 Años	111.770	86.146	3.874	2.760	45	18.945
De 50 a 59 Años	81.092	64.546	2.241	826	0	13.479
De 60 Años y Más	60.996	51.873	643	26	0	8.454
Sin Información	35	22	0	1	0	12
<b>MUJERES</b>	<b>399.066</b>	<b>351.204</b>	<b>2.291</b>	<b>3.165</b>	<b>1.053</b>	<b>41.353</b>
Menores de 10 Años	28.211	26.082	0	0	0	2.129
De 10 a 19 Años	36.087	33.041	2	228	171	2.645
De 20 a 29 Años	87.176	78.018	480	751	769	7.158
De 30 a 39 Años	73.559	62.245	957	1.024	90	9.243
De 40 a 49 Años	64.687	54.527	600	925	23	8.612
De 50 a 59 Años	58.015	50.866	218	229	0	6.702
De 60 Años y Más	51.325	46.423	34	8	0	4.860
Sin Información	6	2	0	0	0	4

**Fuente:** Ecuador: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales-INEC

**Elaboración:** Autor

La tabla explicada anteriormente indica el número de personas extranjeras que ingresan al Ecuador y el motivo de su visita, los cuales son por: turismo, negocios, eventos, estudios, entre otros.

El número de visitantes extranjeros que ingresan al Ecuador por motivo de turismo es un indicador primordial ya que viabiliza el proyecto. Asimismo al analizar el cuadro anterior, se llega a la conclusión que los turistas extranjeros potenciales para la hostería serán las personas que se encuentre entre los 20 años de edad en adelante; cabe recalcar que el turismo es una actividad que no tiene límite de edad, sin embargo, las encuestas serán realizadas a turistas que tengan edad entre 18 a 50 años.

Se puede orientar de mejor manera el presente trabajo analizando datos estadísticos o series históricas de hace 5 años relacionados con la distribución de la afluencia según áreas turísticas; como se muestra en la siguiente tabla:

**TABLA 2.2**

**Ingreso de turistas por áreas a nivel macro -regional.**

AÑOS	COSTA		ANDES		AMAZONÍA		GALÁPAGOS		TOTAL		
	Turismo Interno	Turismo Receptivo	Turismo Interno	Turismo Receptivo	Turismo Interno	Turismo Receptivo	Turismo Interno	Turismo Receptivo	TURISMO INTERNO	TURISMO RECEPTIVO	
2004	20.934	7.815	179.407	70.523	1.046	4.478	33.225	75.211	234.612	158.027	
2005	20.627	10.299	212.525	79.277	1.283	4.957	35.545	86.908	269.980	181.441	
2006	25.672	11.124	218.893	85.110	1.474	7.932	47.833	97.396	293.872	201.562	
2007	22.176	7.112	180.459	76.936	727	3.858	8.654	17.499	212.016	105.405	
2008	26.780	12.474	214.287	100.014	2.809	12.356	53.466	119.954	297.342	244.798	
<b>TOTAL</b>	<b>5 AÑOS</b>	<b>116.189</b>	<b>48.824</b>	<b>1.005.571</b>	<b>411.860</b>	<b>7.339</b>	<b>33.581</b>	<b>178.723</b>	<b>396.968</b>	<b>1.307.822</b>	<b>891.233</b>
		<b>165.013</b>	<b>1.417.431</b>	<b>40.920</b>	<b>575.691</b>	<b>2.199.055</b>					
											

**Fuente:** Dirección Nacional de Biodiversidad y Áreas Protegidas 2004-2008.

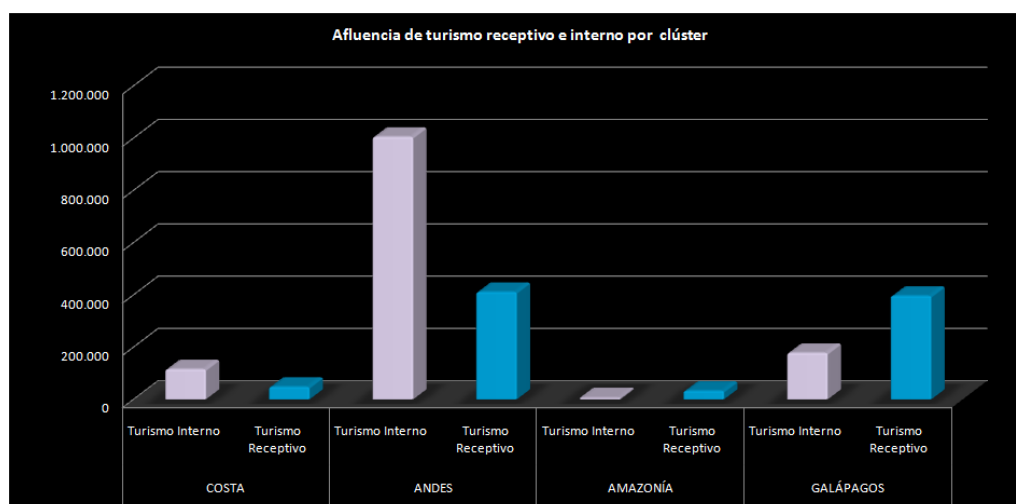
**Elaboración:** Equipo Consultor PEDTs-Mejía 2008-2009.

Ecuador está conformado por cuatro regiones climáticas, las cuales son: Costa, Sierra, Oriente y Galápagos; y analizando la tabla anterior se puede concluir que la región más visitada por los turistas tanto nacionales como extranjeros es la región Sierra o los Andes con un número total de visitas de 1.417.431 tomadas desde el año 2004 hasta el año 2008.

Para una mejor visualización se presenta el gráfico 2.1, con el fin de que se pueda apreciar de mejor manera la afluencia de los turistas según las áreas turísticas respectivamente:

**GRÁFICO 2.1**

**Ingreso de turistas por áreas a nivel macro – regional.**



**Fuente:** Dirección Nacional de Biodiversidad y Áreas Protegidas 2004-2008

**Elaboración:** Equipo Consultor PEDTs-Mejía 2008-2009.



Durante los últimos cinco años se observa que el turismo receptivo tiene un mercado turístico de 891.233 y el segmento interno 1.307.822 turistas; demostrando que las áreas protegidas de la región Sierra tienen mayor adhesión con el 64,46%. Razón por la cual es necesaria la distribución regional, Centro-Norte (eje vial Quito hacia el sur) para conocer el nivel de aceptación y captación de flujos turísticos en las zonas de montaña, como mercado de influencia potencial de la zona alta del cantón.

Una vez realizado el análisis por región y distinguir que la región Sierra es la más visitada por los turistas, se presenta a continuación el cuadro 2.3 que especifica el ingreso de turistas por áreas a nivel cantonal, con el fin de conocer cuál es el área natural más visitada por las personas, y cuáles son las menos visitadas.

Es importante resaltar que estas percepciones históricas describen el número de visitas turísticas existentes generadas desde el año 2004 al 2008.

**TABLA 2.3**

**Ingreso de turistas por áreas a nivel cantonal por su radio de influencia**

REGISTRO DE VISITANTES NACIONALES Y EXTRANJEROS A LAS ÁREAS NATURALES DEL ECUADOR											
AÑOS: 2000 - 2008											
AÑOS	PARQUE NACIONAL COTOPAXI		RESERVA ECOLÓGICA LOS ILINIZAS		REFUGIO DE VIDA SILVESTRE PASOCHOA		ÁREA NACIONAL DE RECREACIÓN BOLICHE		TOTAL		
	Turismo Interno	Turismo Receptivo	Turismo Interno	Turismo Receptivo	Turismo Interno	Turismo Receptivo	Turismo Interno	Turismo Receptivo	TURISMO INTERNO	TURISMO RECEPTIVO	
2000	28.478	21.348	82	101	16.533	2.018	8.226	123	53.319	23.590	
2001	34.920	31.378	576	814	16.961	1.405	13.364	131	65.821	33.728	
2002	31.330	34.393	865	1.396	13.171	1.188	25.200	292	70.566	37.269	
2003	24.712	26.944	1.534	975	13.219	928	18.939	250	58.404	29.097	
2004	45.882	27.414	795	778	12.128	1.206	12.319	224	71.124	29.622	
2005	54.014	33.125	1.094	1.058	13.917	1.004	20.595	291	89.620	35.478	
2006	53.851	36.678	1.406	795	15.623	846	17.465	204	88.345	38.523	
2007	55.268	41.842	494	859	12.875	617	11.636	180	80.273	43.498	
2008	52.327	40.683	1.275	1.461	11.565	601	8.227	217	73.394	42.962	
<b>TOTAL</b>	<b>9 AÑOS</b>	<b>380.782</b>	<b>293.805</b>	<b>8.121</b>	<b>8.237</b>	<b>125.992</b>	<b>9.813</b>	<b>135.971</b>	<b>1.912</b>	<b>650.866</b>	<b>313.767</b>
		<b>674.587</b>	<b>16.358</b>			<b>135.805</b>		<b>137.883</b>		<b>964.633</b>	

**Fuente:** Dirección de Áreas Naturales – Ministerio del Ambiente 2000-2008.

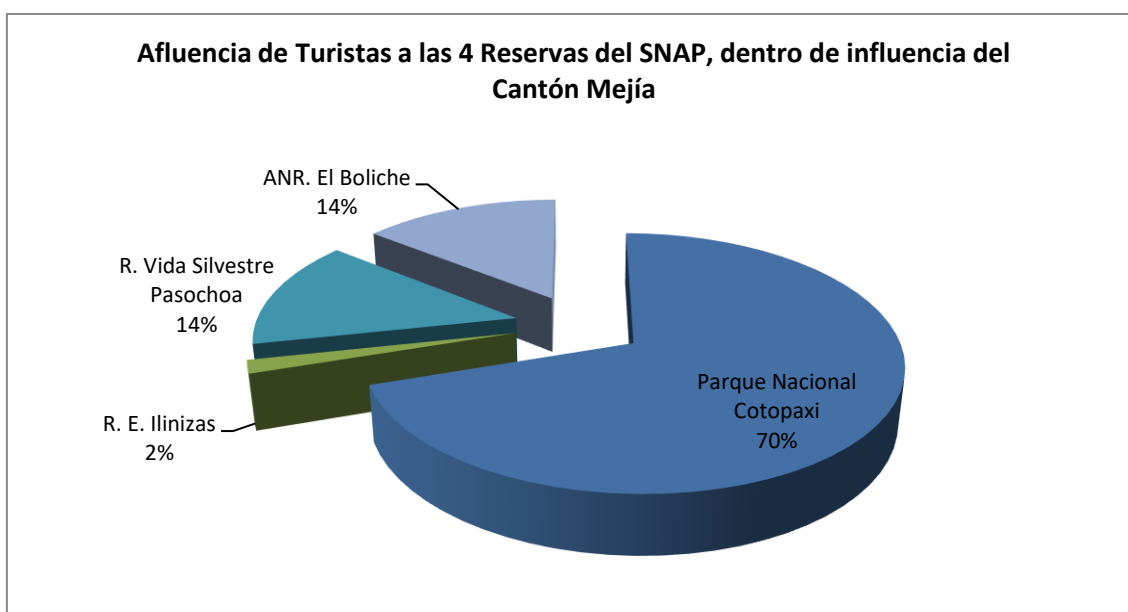
**Elaboración:** Autor

Las áreas naturales más importantes que se encuentra ubicada en el Cantón Mejía es el Parque Nacional Cotopaxi, Reserva Ecológica los Ilinizas, Refugio de Vida Silvestre Paschoa y el Área Nacional de Recreación Boliche, las mismas que son áreas visitadas por los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Para poder tener una mejor visualización de los datos presentados anteriormente se presenta el siguiente gráfico con el fin de analizar más detalladamente la afluencia de los turistas en cada área nacional.

## GRÁFICO 2.2

### Porcentual del Ingreso de turistas por áreas a nivel cantonal por su radio de influencia.



**Fuente:** Dirección de Áreas Naturales – Ministerio del Ambiente 2000-2008.

**Elaboración:** Autor

De acuerdo con la información provista por la Dirección Nacional de Biodiversidad y Áreas Protegidas, de los 964.633 turistas que llegaron al Cantón Mejía el 70% se concentró en el Parque Nacional Cotopaxi, mientras que el 2% se concentró en la Reserva Ecológica Los Ilinizas, sector en donde se pretende incentivar el turismo, lo cual es un indicador que viabiliza el proyecto.

La tendencia general mostrada por los datos históricos proyectan un crecimiento anualmente el ingreso de turistas a un ritmo del 7.71% receptivo y 15,97% interno, porcentaje que se ajusta a la tasa macro país.<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Municipio Cantón Mejía: Demanda Turística

La presente investigación es un proyecto estacional, es decir que las afluencias son muy pronunciadas en la temporada de verano (junio a septiembre / noviembre) con traslados masivos por las principales vías (eje vial norte-sur y este-oeste); mientras en temporada de invierno (diciembre a enero / mayo) los traslados decrecen, con repentinos incrementos únicamente en días festivos nacionales y provinciales, coincidiendo con las temporadas de vacaciones del país.

### **2.2.2 Demanda Presente**

Para determinar la demanda presente se realizará una investigación de mercado:

#### **2.2.2.1 Necesidades de Información**

- Cantidad de turistas que visitan la Parroquia el Chaupi, por ende la Reserva Ecológica Los Ilinizas.
- Precios que el turista está dispuesto a pagar por los servicios turísticos.
- Qué cantidad de turistas requerirán hospedaje
- Distracciones que desean los turistas, tales como ambiente tranquilo para descansar, visitar a lugares de interés turístico-ecológico e intereses de tipo educativo o de investigación.
- Tipos de servicios que el turista desea
- Motivaciones, hábitos de consumo y demás factores que los clientes valoran a la hora de satisfacer sus necesidades de servicios turísticos.

#### **2.2.2.2 Objetivos de la investigación**

##### **Objetivo General**

Conocer la información necesaria de mercado potencial para los servicios que ofrecerá el proyecto en estudio.

##### **Objetivos Específicos**

- Determinar el conocimiento de los turistas respecto al Cantón Mejía

- Determinar la frecuencia por la que los turistas visitan el Cantón Mejía
- Conocer la cantidad de turistas que visitan el Cantón Mejía
- Analizar las motivaciones, hábitos de consumo, distracciones, servicios y demás factores que los clientes valoran a la hora de satisfacer sus necesidades de servicios turísticos.
- Determinar otros servicios que desea el turista
- Conocer el tipo de decoración que prefieren los turistas en un clima frío
- Conocer cuánto de los turistas requerirán hospedaje
- Determinar el precio que los turistas estarían dispuestos a pagar por los servicios turísticos
- Conocer los medios promocionales y publicitarios por lo que los turistas quisieran recibir la información

### **2.2.2.3 Selección de la Población Objetivo**

La población que genera la demanda total, está conformada por los turistas nacionales e internacionales que visitan el Cantón Mejía, especialmente la Parroquia El Chaupi, los cuales se detallan a continuación:

- ***Turismo Nacional:*** Familias o personas que fluctúen en el Cantón Mejía
- ***Turismo Internacional:*** personas extranjeras, siendo una de ellas los turistas de recursos económicos limitados denominados “Mochileros”

### **2.2.2.4 Fuente de Datos**

Para la presente investigación se han tomado en cuenta fuentes primarias así como también secundarias, para la adquisición de información pertinente para el desarrollo del proyecto en curso, las mismas que se detallarán a continuación:

- ***Fuentes Primarias***

La información principal para el desarrollo del presente estudio se obtendrá por medio de trabajos de campo y a través del método de la encuesta, cuyo instrumento de

recolección de datos es el cuestionario, aplicada directamente a los turistas que visitan el Cantón Mejía, con el fin de conocer las necesidades y exigencias de los clientes.

- ***Fuentes Secundarias***

La información de datos se recopiló mediante publicaciones gubernamentales, revistas y folletos relacionados al tema, y periódicos e instituciones que se detallan a continuación:

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
- Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía
- Ministerio de Turismo
- Operadores de turismo en el Cantón Mejía
- Agencias de viaje
- Páginas Web

#### **2.2.2.5 Segmentación del Mercado Objetivo**

La segmentación de mercado está definida como un proceso de dividir un mercado en segmentos o grupos identificables, más o menos similares y significativos<sup>24</sup>.

A continuación se describe brevemente todas las variables que pueden influir en la determinación del tamaño del segmento objetivo:

#### **Variable Demográfica**

Son las variables más utilizadas en la segmentación de mercado que se relaciona con el comportamiento de compra y consumo<sup>25</sup>; dicha variable cuenta con características particulares entre las que se destacan:

- ***Edad:*** El turismo es una actividad que no tiene límite de edad, sin embargo, las encuestas se realizará a turistas que tengan entre 18 a 40 años.

---

<sup>24</sup> LAMB, Charles; HAIR, Joseph; MCDANIEL, Carls. MARKETING 6a Edición. Pág 214

<sup>25</sup> LAMB, Charles; HAIR, Joseph; MCDANIEL, Carls. MARKETING 6a Edición. Pág 218

- **Género:** el servicio va dirigido a todos los turistas, es decir a hombres y mujeres.
- **Ingresos (capacidad económica para acceder al bien o servicio ofertado):** familias o personas turísticas que tengan ingresos medios o altos, con el fin de poder pagar un precio relativamente alto por el servicio y las actividades que se ofrecen, excepto a aquellos turistas denominados “mochileros”. E
- **Intereses (preferencias):** personas que tengan interés por la naturaleza, fauna, flora y ecología en general.
- **Actividades (manera en que ocupan su tiempo).**- personas que disfruten de la naturaleza y de las diferentes actividades de distracción que se ofrecerán.

### **Variable Geográfica**

Nos permite distinguir las características del grupo de acuerdo a la influencia que ejercen de los factores como el clima. Las variables geográficas más importantes son:

- **Zona geográfica:** la investigación de mercado se llevará a cabo en la Ciudad de Machachi y sus alrededores como: Cotopaxi, Ilinizas, Corazón, Tambillo y Aloasí.
- **Clima:** la Parroquia El Chaupi se encuentra a los 3.400 metros sobre el nivel del mar, razón por la cual el sector posee dos tipos de clima en períodos diferentes: en la época de junio a agosto el periodo es seco a una temperatura media de 9°C, con precipitación pluviométrica de 910 cm<sup>3</sup>; mientras que en la época de septiembre a enero el periodo es húmedo a una temperatura media de 3°C, con precipitación pluviométrica de 1000 cm<sup>3</sup>.<sup>26</sup>

**Variable Psicográfica:** NI (No Interesa)

---

<sup>26</sup> Municipio Cantón Mejía: Demanda Turística

## Variable de Uso

La segmentación de mercado por tasa de uso consiste en la identificación de segmentos en base a los niveles de consumo de productos en dicho mercado. Cabe recalcar que la investigación será de uso frecuente y ocasional.

### 2.2.2.6 Tamaño de la Muestra

En el cuadro 2.3 explicado anteriormente, indica el número de turistas extranjeros y nacionales que visitaron la Reserva Ecológica Los Ilinizas en el año 2008, este indicador es el tamaño de la población que se detalla más adelante.

Para determinar el tamaño de la muestra a aplicar, se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

- n = es el tamaño de la muestra
- Z = el nivel de confianza del 95%
- p = es la variabilidad positiva: 0.5
- q = es la variabilidad negativa: 1-0.5
- N = es el tamaño de la población: 2.736
- E = es la precisión o el error: 5%

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 2.736}{2.736 \times 0,05^2 + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5} = \frac{2627,65}{7,80} = 337$$

En base a esta fórmula estadística se determina que las encuestas deberán ser aplicadas al menos a 337 turistas para obtener la información requerida y de esta manera alinear las necesidades de los clientes con la oferta de servicios que ofrecerá la hostería.

#### **2.2.2.7 Escogimiento de la muestra**

Con respecto al cuadro 3 explicado anteriormente se puede observar que tanto el número de turistas internos como receptivos que ingresan a la Reserva Ecológica los Ilinizas son similares, razón por la cual el tipo de escogimiento de la muestra que se ha seleccionado es el *Probabilístico aleatorio estratificado uniforme*; es decir que se realizará el 50% de encuestas a los turistas extranjeros, y el 50% de encuestas restantes se realizará a los turistas nacionales.

#### **2.2.2.8 Modelo de la encuesta**

Como se explicó anteriormente en la selección de la población, la demanda de turistas que se tomará en cuenta en el presente proyecto son personas nacionales y extranjeras; razón por la cual se ha realizado la misma encuesta pero en dos idiomas diferentes.

#### **Encuesta para personas nacionales**

Sexo: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Estado Civil: \_\_\_\_\_

1. Ha visitado usted alguna vez el Cantón Mejía?

- Si
- No

2. Con qué frecuencia visita el Cantón Mejía?

- Semanal
- Quincenal



- Mensual
  - Feriados y vacaciones
3. Cuántas personas conforman su grupo?
- 2 a 5 personas
  - 6 a 10 personas
  - 11 o más
4. Cuando usted sale de viaje, quién suele acompañarlo?
- Compañeros
  - Amigos
  - Enamorado/enamorada
  - Familia
5. Ha escuchado acerca de la Parroquia “El Chaupi” ubicada cerca de la Reserva Ecológica los Ilinizas?
- Si
  - No
- 6.Cuál de estas características considera usted importante al momento de escoger un lugar turístico como una hostería campestre?
- Precio
  - Comodidad
  - Atractivos turísticos
  - Actividades recreativas
  - Distancia/tiempo de viaje
  - Alimentación
7. Entre las siguientes actividades, cuál de estas estaría interesado en realizar?
- Ciclismo/montaña
  - Caminatas
  - Cabalgatas
  - Pesca

8. Qué otras actividades adicionales le gustaría realizar?
- Fogatas
  - Camping
  - Parrilladas
  - Grupos de entretenimiento: música y baile
  - Otro (especifique) \_\_\_\_\_
9. Al momento de escoger un lugar turístico como una hostería campestre, qué servicios le gustaría encontrar en ella?
- Restaurante
  - Carpas
  - Internet
  - Teléfono
  - Televisión
  - Otro (especifique) \_\_\_\_\_
10. Qué tipo de decoración le gustaría que tenga la hostería, sabiendo que se encuentra ubicado en un clima frío, con vista a los nevados y montañas?
- Rústico
  - Moderno
  - Otro (especifique) \_\_\_\_\_
11. Emprendería usted un viaje al Chaupi, en un clima frío con un programa turístico en el que le ofrecen alguna de las actividades anteriormente mencionadas?
- Sí
  - No

*Si su respuesta es Sí, pase a las siguientes preguntas*

12. Qué tiempo durará su visita en el Chaupi?
- 1 día
  - 2 días
  - 3 días

13. Usted prefiere pasar la noche en:

- Habitación
- Carpas

14. Cuánto estaría dispuesto a pagar por el paquete turístico 2 días y noche?

- \$10 - \$20
- \$20 - \$30
- Más de \$30

15. A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este servicio?

- Internet
- Revistas
- Correo electrónico
- Agencias de viajes
- Otros (especifique) \_\_\_\_\_

### **Encuesta para personas extranjeras**

Age: \_\_\_\_\_

Gender: \_\_\_\_\_

Marital: \_\_\_\_\_

1. Have you ever visited the Canton Mejia?

- Yes
- No

2. How often do you visit the Canton Mejia?

- Weekly
- Fortnightly

- Monthly
  - Holidays and vacations
3. How many persons are there in your group?
- Alone
  - 2 to 5
  - 6 to 10
  - 10 or more
4. When you got out of trip, does who accompanied him?
- Coworkers
  - Friends
  - Boyfriend or girlfriend
  - Family
5. You have Heard about the parish “El Chaupi” near the Ecological Reserve Ilinizas?
- Yes
  - No
6. Which of these features do you consider important when choosing a place as a tourist rural inn? List of 1-6 according
- Price
  - Comfort
  - Tourist attractions
  - Recreative activities
  - Distance/time of trip
  - Food
7. Among the following activities, which of these would you be interested in doing?
- Cycling/mountain
  - Manual and mechanical milking
  - Walks and snow-capped mountains

- Horsback
- Upbringing and care of animals
- Fishing

8. What additional activities would you like offered? (Check 1)

- Bonfires
- Camping
- Grills
- Groups of entertainment: music and dance
- Other (specify) \_\_\_\_\_

9. When choosing a tourist attraction as a rural inn, what services would you like to see? (choose 2 that you consider the most important)

- Restaurant
- Tents
- Internet
- Phone
- Television
- Other (specify) \_\_\_\_\_

10. What kind of decoration would you like to have the lodge, knowing that it is located in a cold climate, with a view of the snow-capped mountains and mountains?

- Rustic
- Modern
- Other (specify) \_\_\_\_\_

11. Would you make a trip to El Chaupi in cold weather with a tour in which was offered some of the above activities?

- Yes
- No

*If your answer is yes go to the following questions, if your answer is not finished the survey*

12. What time will last his visit in El Chaupi?

- 1 day
- 2 days
- 3 days
- 4 days or more

13. You prefer to spend the night at:

- Room
- Tents

14. How much you are willing to pay for the package 2 days 1 nighth?

- \$10 - \$20
- \$20 - \$30
- Over \$30

15. Across what means would you like to receive information about this service?

(select 2)

- Internet
- Newspapers or magazines
- Email
- Travel Agencies
- Radio/TV
- Other (specify) \_\_\_\_\_

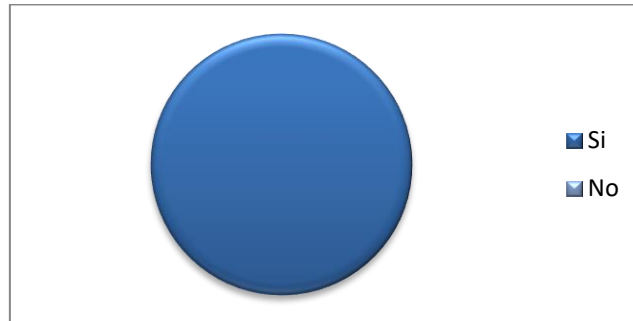
#### **2.2.2.9 Tabulación de las encuestas**

Luego de haber aplicado las encuestas a los turistas nacionales y extranjeros, se puede apreciar claramente cuáles son las necesidades, preferencias y otros indicadores que permitirán realizar los ajustes y correcciones antes de implementar el proyecto.

1. *Ha visitado usted alguna vez el Cantón Mejía?*

**GRÁFICO 2.3**

**Personas que han visitado el Cantón Mejía**



DATOS	CANTIDAD	%
Si	337	100,00%
No	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

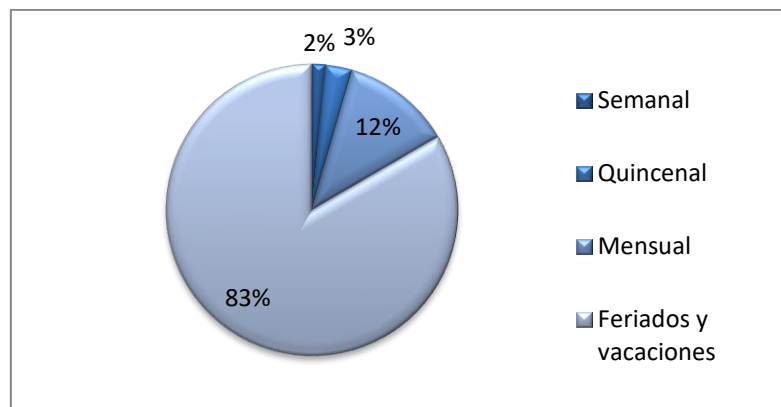
Elaboración: Autor

En el gráfico anterior se aprecia que de las 337 personas encuestadas, el 100% respondió que han visitado alguna vez el Cantón Mejía; es decir que toda la población encuestada si conoce el Cantón Mejía.

2. *Con qué frecuencia visita el Cantón Mejía?*

**GRÁFICO 2.4**

**Frecuencia con la que visitan el Cantón Mejía**



DATOS	CANTIDAD	%
Semanal	5	1,48%
Quincenal	10	2,97%
Mensual	41	12,17%
Feriados y vacaciones	281	83,38%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

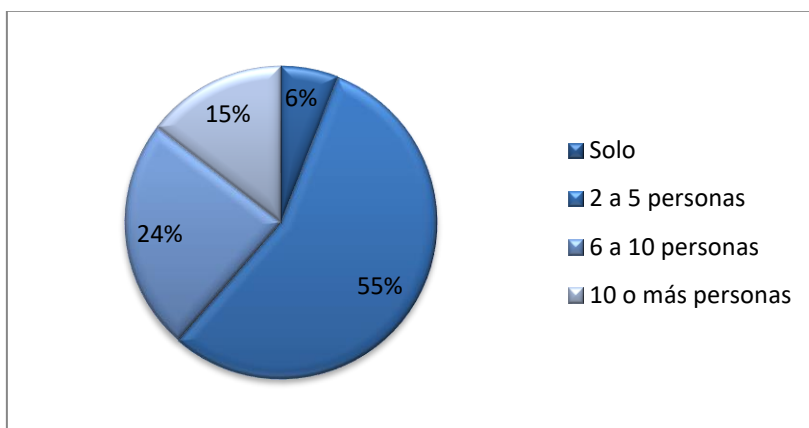
Elaboración: Autor

De la población encuestada, el 1,48% respondió que visitan el Cantón Mejía semanalmente, el 2,97% visita cada quincena, el 12,17% mensualmente, y el 83,38% corresponde a turistas que visitan los feriados y vacaciones. Esto quiere decir que la mayor parte de turistas asisten al Cantón Mejía en feriados y vacaciones.

### 3. Cuántas personas conforman su grupo?

**GRÁFICO 2.5**

**Personas que conforman el grupo de turistas**



CATEGORÍA	TOTAL	%
Solo	20	5,93%
2 a 5 personas	187	55,49%
6 a 10 personas	81	24,04%
10 o más personas	49	14,54%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autor

Se puede observar que los turistas prefieren viajar en grupo de 2 a 5 personas que corresponde el 55,49%, mientras que el 24,04% prefieren viajar de 6 a 10 personas. Esto

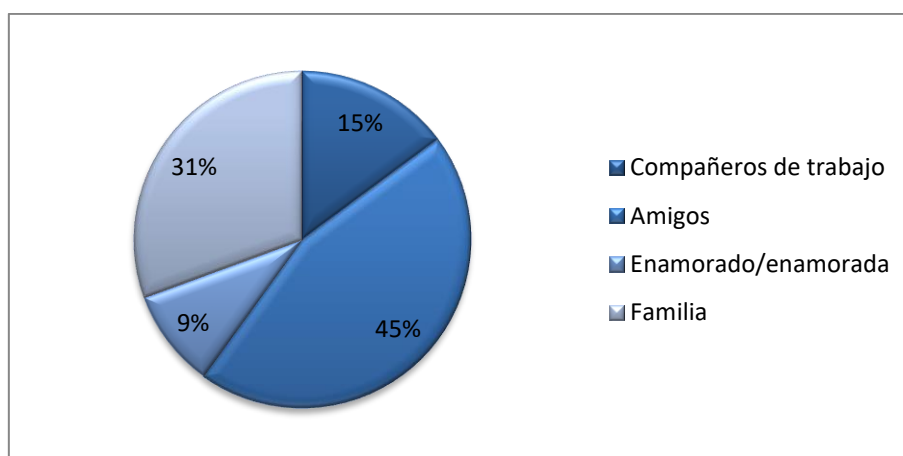


significa que la capacidad a ofertar se enfoque en habitaciones o carpas de un tamaño suficiente para albergar a grupos grandes, antes que habitaciones individuales o dobles.

4. *Cuando usted sale de viaje, quién suele acompañarlo?*

**GRÁFICO 2.6**

**Personas que suelen acompañarle en el viaje**



CATEGORÍA	TOTAL	%
Compañeros de trabajo	50	14,84%
Amigos	152	45,10%
Enamorado/enamorada	32	9,50%
Familia	103	30,56%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100%</b>

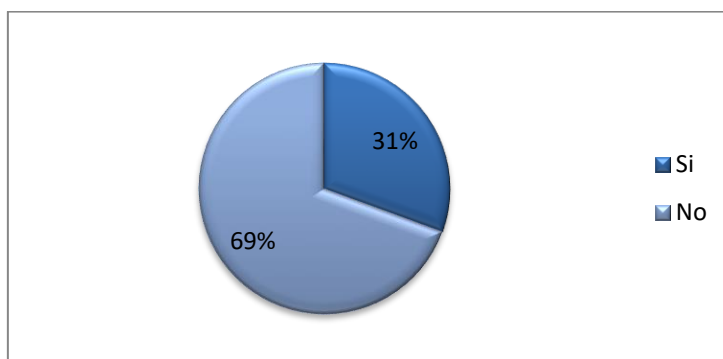
Elaboración: Autor

En la gráfica anterior se puede apreciar que de las 337 personas encuestas, el 14,84% prefieren salir de viaje con los compañeros de trabajo, el 45,10% prefieren salir con amigos, el 9,50% con el enamorado o enamorada, y el 30,56% con la familia. Es decir, que los turistas prefieren salir de viaje con amigos y con familia.

5. *Ha escuchado acerca de la Parroquia “El Chaupi” ubicada cerca de la Reserva Ecológica los Ilinizas?*

**GRÁFICO 2.7**

**Personas que han escuchado acerca de la Parroquia El Chaupi**



DATOS	CANTIDAD	%
Si	103	30,56%
No	234	69,44%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

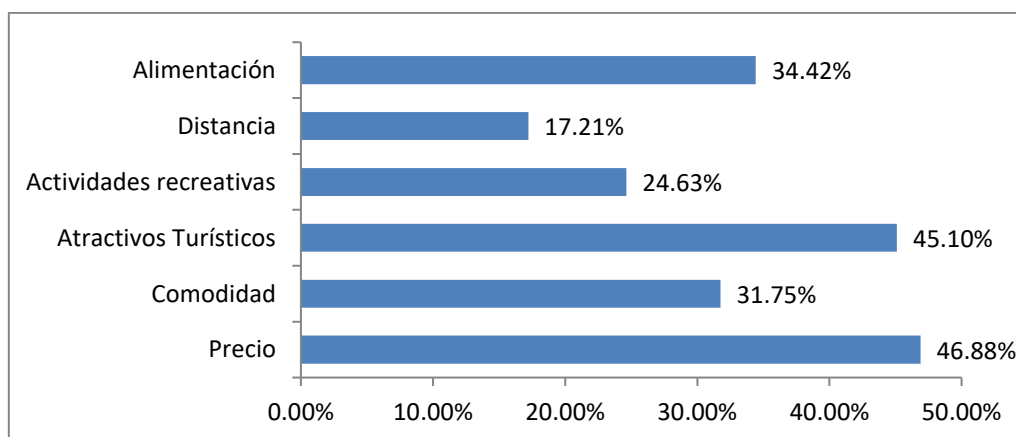
Elaboración: Autor

La mayor parte de las personas encuestadas no han escuchado acerca de la Parroquia El Chaupi, es decir, el 69,44%; mientras que el 30,56% si ha escuchado o conoce la parroquia. Esto significa que hay que realizar una publicidad masiva para dar a conocer dicha parroquia y así aumentar el turismo hacia los Ilinizas.

6. *Cuál de estas características considera usted importante al momento de escoger un lugar turístico como una hostería campestre?*

**GRÁFICO 2.8**

**Características importantes al momento de escoger un lugar turístico**



CATEGORÍA	TOTAL	%
Precio	158	46,88%
Comodidad	107	31,75%
Atractivos Turísticos	152	45,10%
Actividades recreativas	83	24,63%
Distancia/tiempo de viaje	58	17,21%
Alimentación	116	34,42%

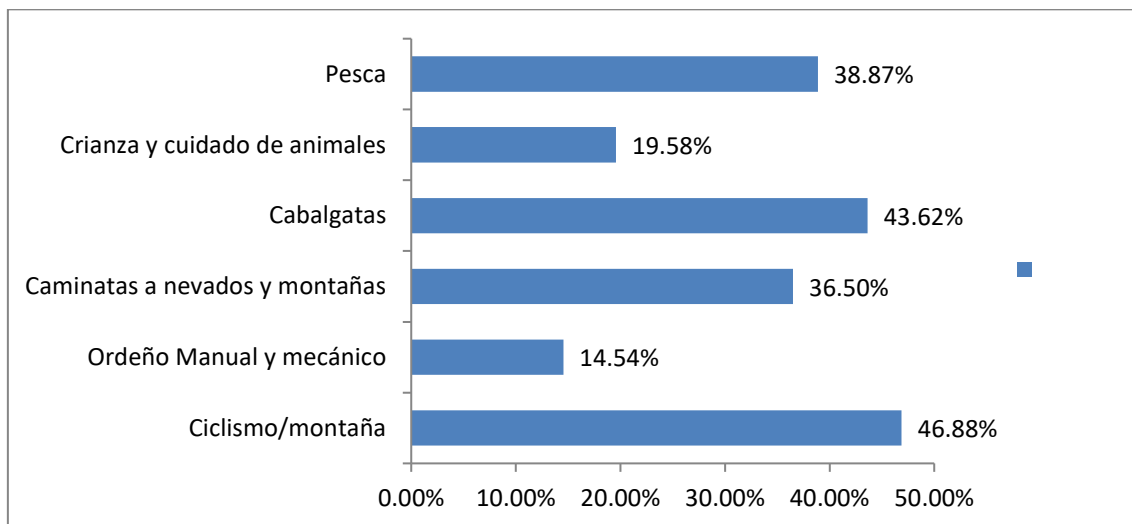
Elaboración: Autor

El gráfico 2.8 muestra que las características más importantes que el turista ve antes de escoger un lugar turístico es con 46,88% el precio, 45,10% los atractivos turísticos, y con 3542% el restaurante; es decir que la hostería se encuentra en un buen sitio ya que existe atractivos turísticos y los precios son cómodos. Mientras que la distancia no es un factor primordial por el simple hecho de que las personas que viajan al cantón Mejía son turistas que prefieren salir de la capital y conocer nuevas lugares.

7. Entre las siguientes actividades, cuál de estas estaría interesado en realizar?

**GRÁFICO 2.9**

**Actividades que desean realizar**

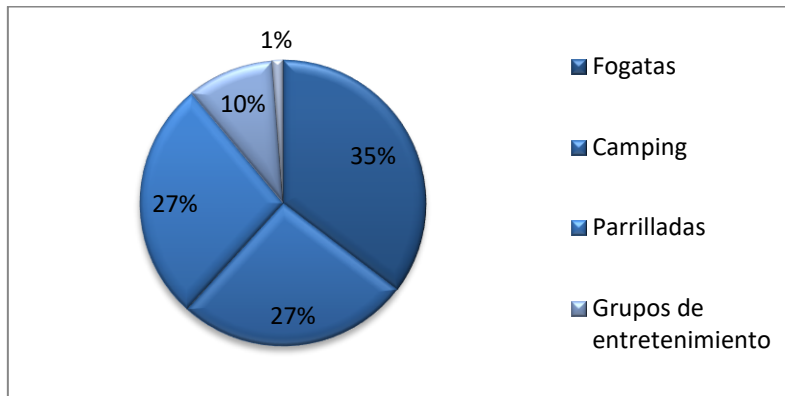


CATEGORÍA	TOTAL	%
Ciclismo/montaña	158	46,88%
Ordeño Manual y mecánico	49	14,54%
Caminatas a nevados y montañas	123	36,50%
Cabalgatas	147	43,62%
Crianza y cuidado de animales	66	19,58%
Pesca	131	38,87%

Las actividades que tienen mayor puntaje elegido por los turistas son el ciclismo/montaña, cabalgata y pesca, con 46,88%, 43,62%, y 38,87% respectivamente; mientras que con menor puntaje son las caminatas, ordeño manual y mecánico y la crianza y cuidado de animales. Es decir, que la hostería brindará a los turistas las actividades como: ciclismo, cabalgata, pesca y caminata.

8. *Qué otras actividades adicionales le gustaría realizar?*

**GRÁFICO 2.10**  
**Actividades Adicionales**



DATOS	CANTIDAD	%
Fogatas	119	35,31%
Camping	89	26,41%
Parrilladas	92	27,30%
Grupos de entretenimiento	33	9,79%
Otro	4	1,19%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

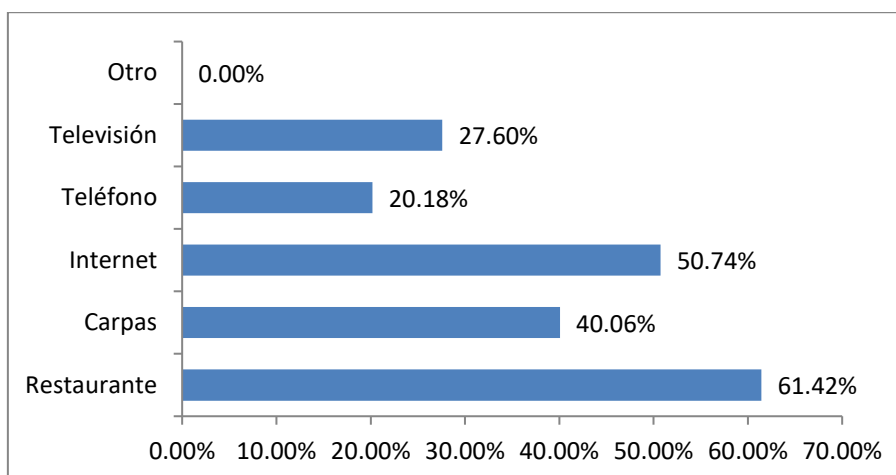
Elaboración: Autor

Las actividades adicionales que los turistas prefieren que haya en la hostería son las fogatas con 35,31%, las parrilladas con 27,30%, y el camping con 26,41%; mientras que los grupos de entretenimiento no tuvieron mucha acogida por los turistas.

9. Al momento de escoger un lugar turístico como una hostería campestre, qué servicios le gustaría encontrar en ella?

**GRÁFICO 2.11**

**Servicios**



CATEGORÍA	TOTAL	%
Restaurante	207	61,42%
Carpas	135	40,06%
Internet	171	50,74%
Teléfono	68	20,18%
Televisión	93	27,60%
Otro	0	0,00%

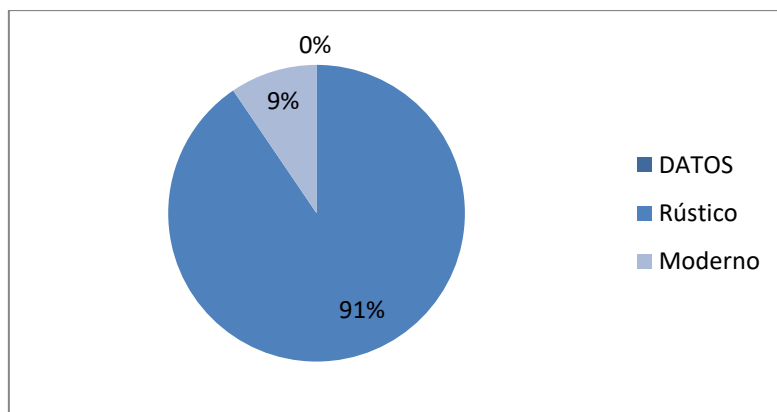
**Elaboración:** Autor

Al momento de escoger un lugar turístico, los turistas prefieren que haya restaurante e internet con 61,42% y 50,74% respectivamente; mientras que en menor proporción el teléfono y la televisión.

10. *Qué tipo de decoración le gustaría que tenga la hostería, sabiendo que se encuentra ubicado en un clima frío, con vista a los nevados y montañas?*

**GRÁFICO 2.12**

**Tipo de decoración**



DATOS	CANTIDAD	%
Rústico	305	90,50%
Moderno	32	9,50%
Otro	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

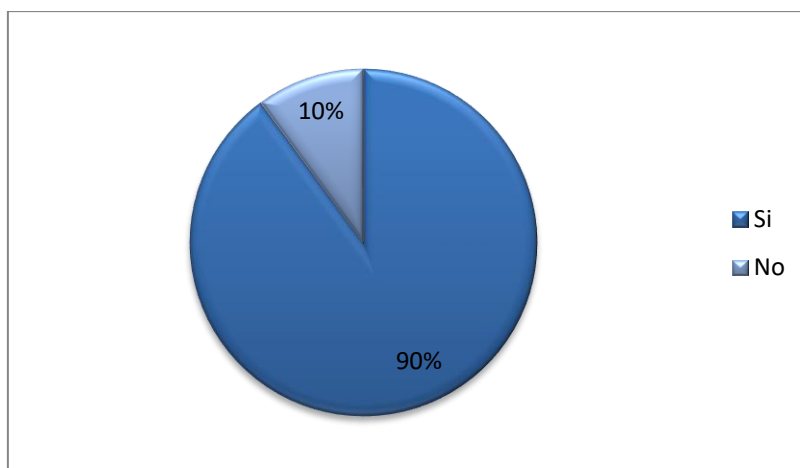
Elaboración: Autor

La investigación de mercado indica que el 90,50% de la población prefiere una decoración rústica en la hostería, mientras que el 9,50% prefiere moderno. Es decir, que la hostería tiene que tener un ambiente rústico por el simple hecho de estar en el campo.

11. *Emprendería usted un viaje al Chaupi, en un clima frío con un programa turístico en el que le ofrecen alguna de las actividades anteriormente mencionadas?*

**GRÁFICO 2.13**

**Número de turistas que emprenderían un viaje al Chaupi**



DATOS	CANTIDAD	%
Si	303	89,91%
No	34	10,09%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

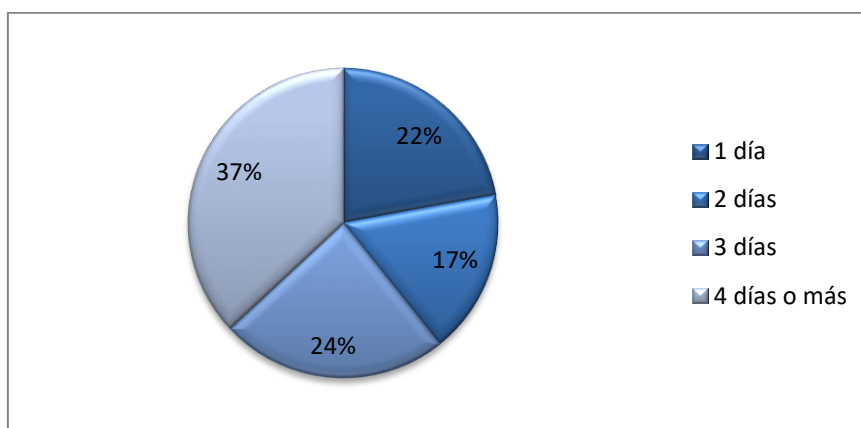
Elaboración: Autor

El 10,09% de los turistas encuestados no emprenderían un viaje al Chaupi, mientras que el 89,91% estaría dispuesto a viajar a la Parroquia; por lo que es de gran importancia ya que estos datos muestran que las personas están interesados en conocer nuevos lugares.

12. *Qué tiempo durará su visita en el Chaupi?*

**GRÁFICO 2.14**

**Tiempo que durará la visita en el Chaupi**



DATOS	CANTIDAD	%
1 día	67	22,11%
2 días	52	17,16%
3 días	72	23,76%
4 días o más	112	36,96%
<b>TOTAL</b>	<b>303</b>	<b>100,00%</b>

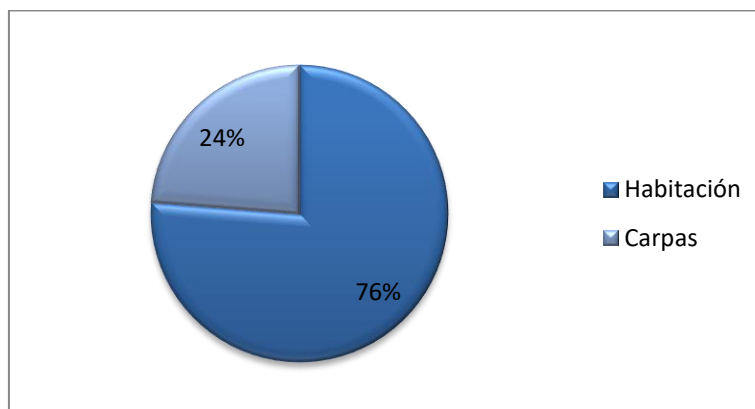
Elaboración: Autor

Los datos que se mostró en el gráfico 2.14, indica el tiempo de estadía que permanecerá los turistas en la hostería; el tiempo predominante está en el rango de 4 días o más, con el 36,96%; mientras que el 23,76% prefiere disfrutar del paisaje 3 días.

13. *Usted prefiere pasar la noche en:*

**GRÁFICO 2.15**

**Hospedaje en habitación o en carpas**



DATOS	CANTIDAD	%
Habitación	231	76,24%
Carpas	72	23,76%
<b>TOTAL</b>	<b>303</b>	<b>100,00%</b>

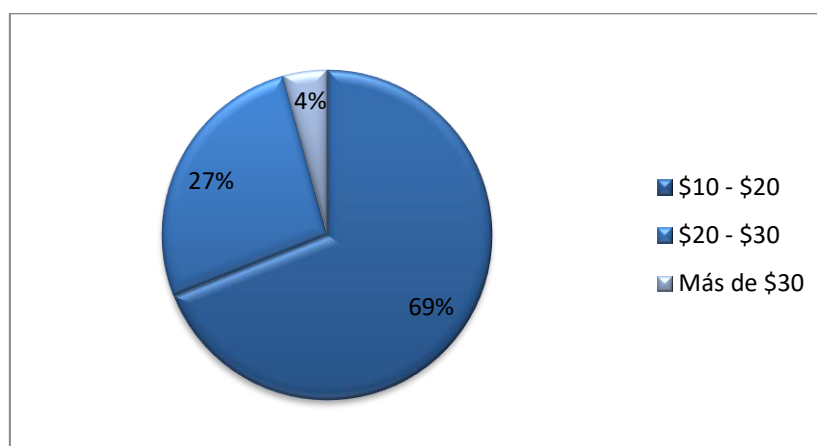
Elaboración: Autor

El 76,24% de los turistas prefieren pasar la noche en una habitación, ya que es más cómodo; cabe recalcar que el 23,76% prefieren hospedarse en carpas ya que son turistas que buscan la aventura.

14. *Cuánto estaría dispuesto a pagar por el hospedaje de 2 días y noche?*

**GRÁFICO 2.16**

**Precio del hospedaje**





DATOS	CANTIDAD	%
\$10 - \$20	209	68,98%
\$20 - \$30	81	26,73%
Más de \$30	13	4,29%
<b>TOTAL</b>	<b>303</b>	<b>95,71%</b>

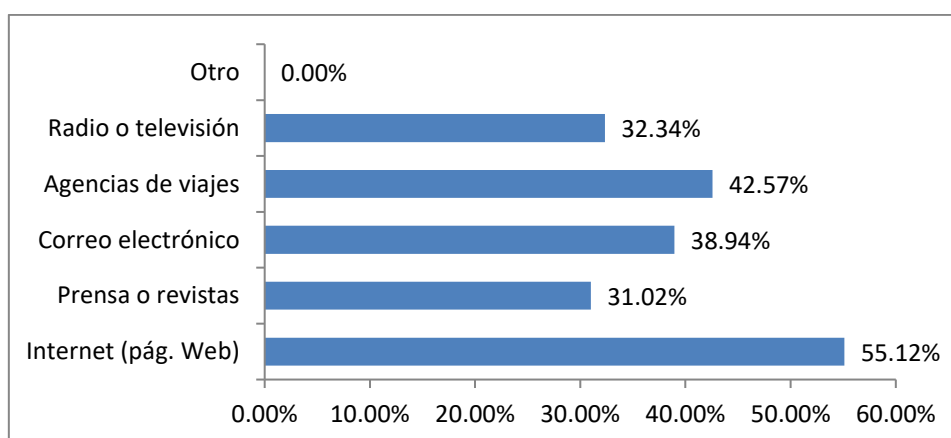
Elaboración: Autor

Los turistas buscan precios relativamente bajos para su hospedaje, es decir, que el 69,98% prefieren precios entre los \$10-\$20 dólares por noche. El 26,73% prefieren pagar entre \$20-\$30 dólares, que son los turistas extranjeros. Este indicador es de gran importancia ya que se puede definir el precio que se podrá ofertar.

15. A través de qué medio o medios le gustaría recibir información sobre este servicio?

**GRÁFICO 2.17**

**Medios de comunicación para recibir información**



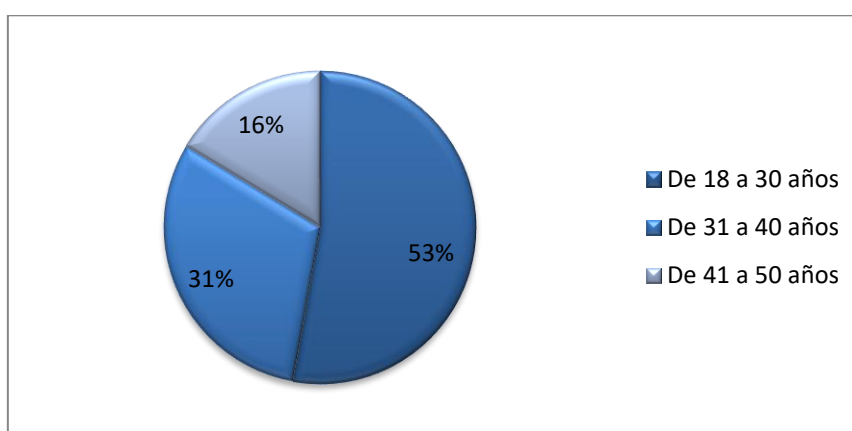
CATEGORÍA	TOTAL	%
Internet (pág. Web)	167	55,12%
Prensa o revistas	94	31,02%
Correo electrónico	118	38,94%
Agencias de viajes	129	42,57%
Radio o televisión	98	32,34%
Otro	0	0,00%

Elaboración: Autor

Los turistas prefieren tener la información acerca de las hosterías mediante el internet que fue el que mayor porcentaje tuvo (55,12%), el que le sigue son las agencias de viaje con 42,57%, mientras que con el 38,94% está el correo electrónico; es decir, que la hostería realizará la publicidad en estos medios ya que de esta manera se puede dar a conocer la hostería.

## Edad

**GRÁFICO 2.18**  
**Edad de los turistas**



DATOS	CANTIDAD	%
De 18 a 30 años	178	52,82%
De 31 a 40 años	104	30,86%
De 41 a 50 años	55	16,32%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

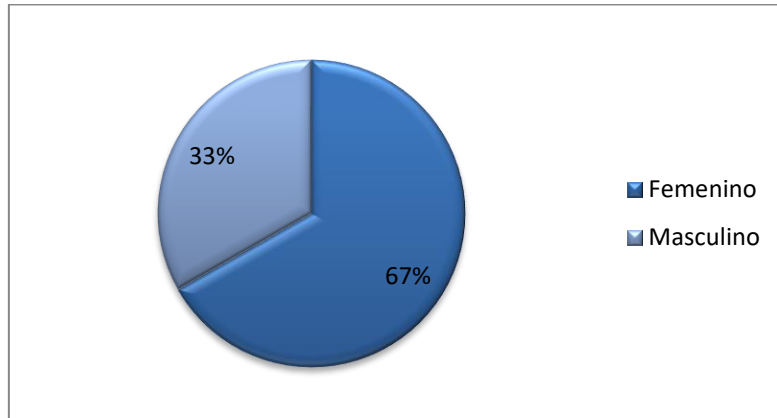
Elaboración: Autor

De la población encuestada, el 52,82% son turistas que tienen una edad entre 18 a 30 años, el 30,86% son personas que tienen entre 31 a 40 años, y finalmente el 16,32% son turistas que tienen entre 41 a 50 años de edad. Se puede concluir que los turistas potenciales son aquellas personas que tienen una edad entre los 18 a 30 años.

## Género

**GRÁFICO 2.19**

**Género de los turistas**



DATOS	CANTIDAD	%
Femenino	225	66,77%
Masculino	112	33,23%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

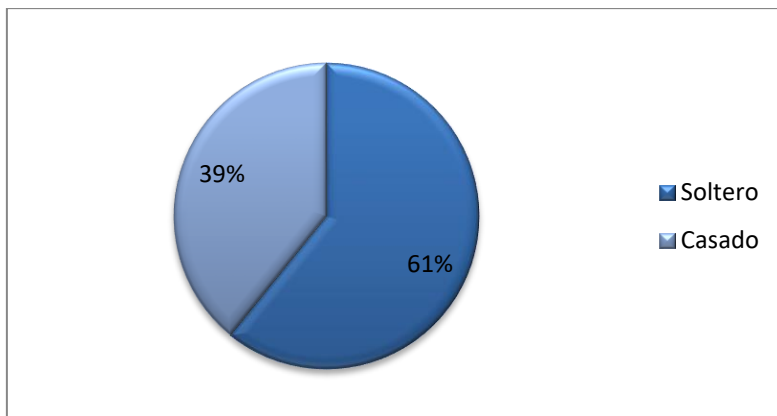
Elaboración: Autor

Con los datos que se muestran en el gráfico anterior, se puede apreciar que el género masculino salen más de viaje con un 66,77%, mientras que el 33,23% corresponde al género femenino. Esto quiere decir que los hombres prefieren viaje de aventura.

## Estado Civil

**GRÁFICO 2.20**

**Estado Civil de los turistas**



<b>DATOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>%</b>
Soltero	205	60,83%
Casado	132	39,17%
<b>TOTAL</b>	<b>337</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: Autor

Las personas solteras son las que viajan más, con un 60,83% ya que son personas que prefieren viajar entre amigos, mientras que el 39,17% corresponde al grupo de casados, es decir que salen con la familia.

### 2.2.3 DEMANDA FUTURA

Con el fin de estimar y predecir el comportamiento de la demanda se ha tomado en cuenta el método de factor de crecimiento, ya que si aplicamos el método de mínimos cuadrados no hay una tendencia regular. De esta manera se espera conseguir una tendencia creciente de la demanda.

La fórmula para calcular el factor de crecimiento es la siguiente:

$$FC = \sqrt[n-1]{\frac{R}{A}}$$

En donde:

- A = Población para el año n
- R = Población inicial (año base, es conocida)
- FC = Factor de crecimiento
- n = Número de años transcurridos entre el año base (0) y el que se va a calcular (n)

Las series históricas de la demanda se muestran en la tabla 2.4 que se muestra a continuación:

**TABLA 2.4**  
**Demanda Turística hacia los Ilinizas**

Año	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Turismo Interno	82	576	865	1.534	759	1.094	1.406	494	1.275
Turismo Receptivo	101	814	1.396	975	778	1.058	795	859	1.461

**Fuente:** Dirección de Áreas Naturales-Ministerio del Ambiente 2000-2008

**Elaboración:** Autor

En base a los datos de la tabla 2.4 se calcula la tasa de crecimiento de los turistas, tomando en cuenta el año 2000 como A y el año 2008 como R:

**Turismo Receptivo**

$$A = R \cdot (1+r)^n$$

$$1461 = 101 \cdot (1+r)^8$$

$$1461/101 = (1+r)^8$$

$$14,465 = (1+r)^8$$

$$FC = 0,3965$$

**Turismo Interno**

$$A = R \cdot (1+r)^n$$

$$1275 = 82 \cdot (1+r)^8$$

$$1275/82 = (1+r)^8$$

$$15,58 = (1+r)^8$$

$$FC = 0,4091$$

Estos datos indican que el turismo receptivo creció a una tasa del 0,3965, mientras que el turismo interno en estos últimos años ha crecido a una tasa del 0,4091.

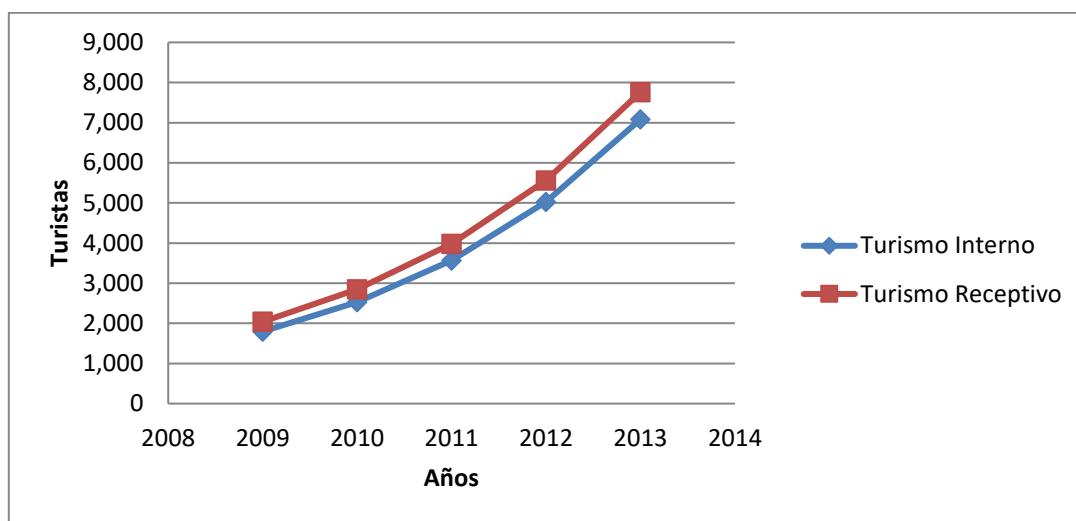
A continuación se calcula la población para los años siguientes:

**TABLA 2.5**  
**Demanda Futura**

AÑOS	Turismo Interno	Turismo Receptivo
2009	1.797	2.040
2010	2.532	2.849
2011	3.567	3.979
2012	5.027	5.557
2013	7.083	7.760

**Elaboración:** Autor

**GRÁFICO 2.21**  
**Proyección demanda futura**



Elaboración: Autor

## 2.2.4 DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es el análisis del probable consumo de un bien o servicio por parte de la demanda que no ha sido satisfecho su necesidad por parte de la oferta. Para poder determinar dicha demanda, se necesita el número de turistas que ingresan a la Reserva Ecológica Los Ilinizas, y la capacidad instalada de hospedaje.

A continuación se observa un análisis de la demanda y la oferta:

### DEMANDA

Total turistas extranjeros y nacionales año	
2008	2.736
(x) % de turistas que viajan a Chaupi	89,91%
<hr/>	
(=) Total turistas extranjeros y nacionales	2460
(x) % Hospedaje	77,89%
<hr/>	
(=) Total turistas que desean hospedaje	1916
(/) Meses	12
<hr/>	
(=) Total turistas cada mes	160

## **OFERTA**

Capacidad instalada hosterías del Chaupi	82
Número de habitaciones	27

Se puede observar que los datos anteriores muestran el número de turistas mensuales que ingresan a los Ilinizas, y la capacidad diaria que tienen las hosterías que se encuentran en la Parroquia El Chupi. Suponiendo que en un solo día llegan a hospedarse los 160 turistas, y la capacidad instalada de hospedaje es de 82; existiría una demanda insatisfecha de 78 turistas que no pueden hacer uso de las habitaciones.

### **2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

Es indispensable conocer tanto al consumidor y sus necesidades y a la competencia, para con ello poder crear una ventaja competitiva. A la vez se requiere conocer las empresas que actualmente ofertan hospedaje y servicios turísticos cercanos a la Parroquia El Chaupi, su participación en el Mercado, sus características y la evolución que han tenido en los últimos años, para lo cual se presentan los resultados observados en el estudio de campo realizado para el efecto.

#### **2.3.1. OFERTA PASADA**

De acuerdo a los catastros de la provincia de Pichincha sobre la oferta de hoteles, hostales, hosterías y habitaciones enfocados al Cantón Mejía, se determinó la evolución de las mismas durante estos últimos años; explicando la capacidad de hospedaje desde el año 2002 hasta el año 2008.

A continuación se presenta el cuadro donde se encuentran identificados los siguientes tipos de establecimientos disponibles en la región del año 2008 con su respectiva categoría, capacidad y relaciones de cercanía al proyecto.

**TABLA 2.6****Tipos de establecimientos del Cantón Mejía (Año 2008)**

<b>ALOJAMIENTO</b>						
<b>SERVICIO</b>	<b>ESTABLECIMIENTO</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>HAB.</b>	<b>PLAZAS</b>	<b>MESAS</b>	<b>PLAZAS</b>
Albergue	Hospedería Refugio Chiguac	Segunda	6	12	5	20
Albergue	Nina Rummy	Segunda	6	17	1	4
Pensión	Papagayo	Segunda	10	19	8	32
Pensión	Ñuca Huasi	Tercera	8	16	0	0
Campamento Turístico	Tambopaxi	Primera	4	32	10	40
Hostal Residencia	Descanso del Chagra	Segunda	13	28	0	0
Hostería	Hacienda la Alegría	Primera	7	14	0	0
Hostería	Umbría Gourmet	Primera	6	12	4	16
Hostería	San Patricio	Segunda	5	8	7	28
Hostería	La Estación		14	37	7	39
Hostería	Llovisna	Segunda	21	65	7	28
<b>TOTAL</b>			<b>100</b>	<b>260</b>	<b>49</b>	<b>207</b>

**Fuente:** Catastro 2002 al 2008 Provincia de Pichincha, Ministerio de Turismo

**Elaboración:** Autor

Según el cuadro anterior, se puede observar el total de establecimientos de alojamiento del año 2008 que está conformada por 100 habitaciones, es decir que tiene capacidad de 260 plazas, tomando en cuenta establecimiento de primera y segunda categoría; cabe recalcar que la mayor parte de establecimientos cuenta con restaurante propio, con capacidad total de 270 plazas.

Para poder analizar de mejor manera la competencia, se presenta a continuación el cuadro de resumen de la oferta turística del Cantón Mejía desde el año 2002 hasta el año 2008, explicando el número de plazas por año.

**TABLA 2.7****Resumen de la Oferta Turística del Cantón Mejía desde el 2002 hasta el 2008**

<b>AÑOS</b>	<b>PLAZAS ALOJAMIENTO</b>	<b>PLAZAS MESAS</b>
2002	77	144
2003	89	164
2004	111	164
2005	131	124



2006	148	124
2007	190	124
2008	260	207

**Fuente:** Catastro 2002 al 2008 Provincia de Pichincha, Ministerio de Turismo

**Elaboración:** Autor

Se observa que el total de las plazas de alojamiento del Cantón Mejía ha tenido un incremento año a año, tomando en cuenta el año 2002 solo había disponible 77 plazas de alojamiento, hoy en día está disponible 260 plazas de alojamiento; mientras que el número de mesas y plazas de mesas han disminuido desde 164 a 124 plazas, pero en el año 2008 ha tenido un incremento de 104 plazas.

A continuación se muestra el cuadro 2.6 donde se observa el crecimiento de la oferta de hospedaje en el Cantón Mejía durante estos últimos 7 años.

**TABLA 2.8**

**Crecimiento de la oferta de hospedaje en el Cantón Mejía**

<b>AÑO</b>	<b>DIFERENCIA</b>	<b>INCREMENTO (%)</b>
2002 -2003	12	15,58
2003 -2004	22	24,72
2004 - 2005	20	18,02
2005 - 2006	17	12,98
2006 - 2007	42	28,38
2007 -2008	70	36,84

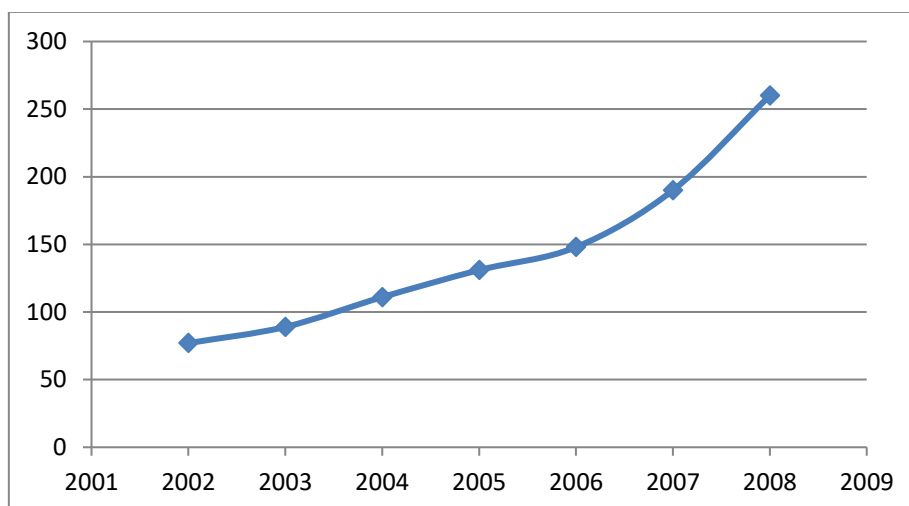
**Fuente:** Estudio de campo

**Elaboración:** Autor

Con las cifras del cuadro anterior se puede observar que ha existido un incremento significativo de hospedaje en los años 2003-2004, 2006-2007 y 2007-2008, es decir que fue aquí donde las inversiones en lugares de acomodamiento se incrementaron notablemente. Mientras que en los años 2005 al 2007 las inversiones fueron más reducidas, lo que significa que fue el período con menor crecimiento en cuanto a oferta de hospedaje.

Para poder visualizar de mejor manera, se presenta el siguiente gráfico, el cual indica la línea de tendencia de la oferta de hospedaje:

**GRÁFICO 2.22**  
**Oferta de hospedaje entre el año 2003 y 2008**



**Fuente:** Catastro 2002 al 2008 Provincia de Pichincha, Ministerio de Turismo

**Elaboración:** Autor

En el gráfico se puede apreciar el crecimiento de la oferta, el cual nos indica que la oferta de hospedaje está incrementándose como se explicó anteriormente. Cabe recalcar que en los últimos 3 años ha tenido un incremento significativo en comparación a los años anteriores.

### 2.3.2 OFERTA ACTUAL

El Cantón Mejía cuenta con aproximadamente 11 lugares de acomodamiento, entre hosterías, hoteles, y haciendas turísticas. Para poder determinar con mayor exactitud cuáles serían los posibles competidores del proyecto en estudio, se presenta un detalle de todas hosterías, hoteles o haciendas turísticas que se encuentran cercanos a la Parroquia El Chaupi, que de alguna manera brindan un servicio de hospedaje de condiciones similares a las que se pretende ofertar con la implementación del proyecto.

A continuación se presenta las principales hosterías competidoras:

## CUADRO 2.1

### Hosterías competidoras

PARROQUIA	ESTABLECIMIENTO	CATEGORÍA
Aloasí	La Estación	Hostería
Aloasí	Agri-San Cayetano	Hacienda Turística
Aloasí	Papagayo	Hostería
Chaupi	LLovisna	Hostería

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaboración:** Autor

### 2.3.2.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

#### *Hostería La Estación*

La Hostería La Estación se encuentra ubicada a 1km de la parroquia Aloasí, y a 3 km del parque central de Machachi, junto a la terminal ferroviaria de Machachi. Es una cálida hostería que tiene aproximadamente unos 120 años de construcción; inicialmente fue una hacienda agrícola, y hace unos 15 años por el flujo de turistas que visitaban al Cantón Mejía los dueños de la hacienda tuvieron la iniciativa de crear una hostería manteniendo su arquitectura campestre.

Dicha hostería se encuentra a 3100 metros sobre el nivel del mar, razón por la cual tiene una hermosa vista de las montañas y volcanes que tiene a sus alrededores.

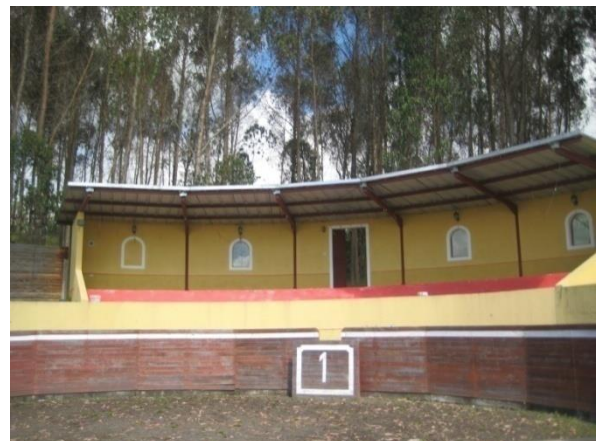




### *Hacienda Turística Agri-San Cayetano*

Hacienda Turística Agri-San Cayetano es una hacienda que formaba parte de la familia Enríques, y uno de los herederos vendió aproximadamente 90 hectáreas ganaderas y agrícolas al Sr. Luis Calderón, el mismo que creyó conveniente dar servicio al turista creando el restaurante y ofreciendo a los turistas el servicio de carpas hace 4 años.

Dicha hacienda se encuentra ubicada a 5 km del parque central de Machachi y a 2 km de la Hostería La Estación, a 3400 metros sobre el nivel del mar, el cual posee una vista hermosa hacia las montañas que rodean el Cantón Mejía.





## *Hostería Papagayo*

Papagayo es una hostería que se encuentra en el Valle Interandino, a 500 metros al oeste de la Panamericana y unos 7 km del parque central de Machachi. Hace 150 años fue una hacienda ganadera y agrícola llamada la Bolivia, pero hoy en día es una hostería reconocida a nivel nacional e internacional ya que ofrece magníficas vistas y proporciona un lugar ideal para relajarse y aclimatarse a 3200 metros sobre el nivel del mar.



### *Hostería Llovisna*

La Hostería Llovisna se encuentra ubicada a 200 metros del parque central de la parroquia El Chaupi aproximadamente a unos 15 km de la ciudad Machachi. Su propietario es el Sr. Vladimir Gallo el cual fundó la hostería hace 15 años siendo al principio una cabaña totalmente recubierto de paja, pero en la actualidad es una hostería construido de ladrillo. Tiene una vista impresionante a los Ilinizas y al Cotopaxi, razón por la cual realiza caminatas a los mismos.



El análisis de las hosterías mencionadas anteriormente se ha realizado mediante un estudio de campo, las cuales se explica a continuación:

- De acuerdo a las habitaciones disponibles y el valor por persona de cada habitación tenemos:

**TABLA 2.9**  
**Habitaciones de cada hostería**

<b>Hostería</b>	<b>No. Habitaciones</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Valor por persona</b>
La Estación	14	37	\$20,00
San Cayetano	4	12	\$10,00
Papagayo	10	19	\$20,00
Llovisna	21	65	\$15,00 incluido desayuno

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaboración:** Autor

Cabe recalcar que la Hacienda San Cayetano no posee habitaciones pero dispone de carpas para los turistas.

- De acuerdo al restaurante que dispone la hostería tenemos:

**TABLA 2.10**  
**Número de mesas de cada hostería**

Hostería	No. Mesas	Capacidad por mesa	Capacidad total
La Estación	3	4	39
	3	6	
	1	9	
San Cayetano	4	8	40
	2	4	
Papagayo	8	4	32
Llovisna	7	4	28

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaboración:** Autor

- Cada restaurante ofrece desayunos, almuerzos y meriendas, dependiendo del gusto de cada turista, la cual se detalla a continuación:

**TABLA 2.11**  
**Precio de la alimentación de cada hostería**

Hostería	Desayuno	Almuerzo	Merienda
La Estación	\$5,00	\$12,00	\$8,00
San Cayetano	\$5,00	\$8,50	-
Papagayo	\$4,20	\$7,50	\$5,00
Llovisna	\$4,00	\$6,00	\$4,50

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaboración:** Autor

- Con respecto a las actividades y otros servicios que ofrece cada hostería tenemos:

### ***Hostería La Estación***

- Caminatas a la montaña el Corazón
- Paseo en carreta
- Cabalgata a \$10,00 la hora
- Si el turista desea se les puede prestar trajes para realizar alguna presentación entre amigos.

### ***Hacienda San Cayetano***

- Cabalgata a \$7,00 la hora
- Eventos en la plaza de toros propia de la hacienda
- Caminatas cerca de la hacienda
- Ofrece hospedaje en carpas

### ***Hostería Papagayo***

- Cabalgata a \$20,00 la hora incluido guía turístico
- Caminatas a \$55,00 el día que incluye guía turístico, transporte y snacks; cabe recalcar que realizan caminatas al Cotopaxi, Pasochoa, Ilinizas, Corazón.
- Ciclismo a \$35,00 el día incluido guía turístico, snacks y una foto de recuerdo
- Además pone a la disposición del turista la discoteca, lugar para realizar parrilladas y una fogata en los espacios verdes de la hostería.
- Dispone de wireless
- Cada habitación dispone de una chimenea

### ***Hostería Llovisna***

- Cabalgata a \$35,00 las cuatro horas, incluido snacks
- Caminata a la montaña los Ilinizas a \$85,00 el día o a \$160,00 los 2 días por persona



- Ciclismo a \$25,00 las tres horas
- Dispone de wireless

### 2.3.2.2 Matriz Análisis de la Competencia

Luego de haber analizado la posible competencia más directa para el proyecto, en cuanto a precios, enfoque y calidad en el servicio, se concluyó lo siguiente:

**CUADRO 2.2**  
**Matriz análisis de la competencia**

<b>HOSTERÍA</b>	<b>VENTAJAS COMPARATIVAS</b>	<b>DESVENTAJAS COMPARATIVAS</b>	<b>ESTRATEGIAS DEL PROYECTO</b>
La Estación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocida por los turistas</li> <li>- Habitaciones confortables</li> <li>- Tiene capilla</li> <li>- Servicio de restaurante</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrece pocas actividades</li> </ul>	Implementar publicidad basada en la comodidad, confort y paquete de servicios adicionales.
San Cayetano	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Servicio de restaurante</li> <li>- Tiene plaza de toros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No dispone de habitaciones</li> <li>- Ofrece pocas actividades</li> <li>- No es reconocida por los turistas</li> </ul>	-Implementar un restaurante dentro de la hostería para que los turistas tengan la opción de servicio de comidas.
Papagayo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocidos por los turistas extranjeros</li> <li>- Habitaciones modernas y confortables</li> <li>- Servicio de restaurante</li> <li>- Guías de turismo para orientar al turista en las diferentes actividades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pocas habitaciones</li> </ul>	- Convenio con guías de turismo para que puedan direccionar a los turistas hacia sus actividades fuera de la hostería.
Llovisna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reconocida por los turistas extranjeros</li> <li>- Habitaciones modernas y</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrece pocos lugares para poder realizar caminatas</li> </ul>	- Convenio con guías para realizar las caminatas.

	confortables. - Servicio de restaurante - Guías de turismo para orientar al turista en las diferentes actividades	- No dispone de jardines ni espacio verde propio.	
--	---	---	--

**Fuente:** Estudio de campo

**Elaboración:** Autor

### 2.3.3 Oferta Futura

Con el fin de estimar y predecir el comportamiento de la oferta se utilizará el método de mínimos cuadrados, en base a los datos recopilados, explicado en el tabla 2.6.

La ecuación para la recta es:  $Y = a + bX$

Donde  $a$  es la desviación al origen de la recta,  $b$  es la pendiente de la recta,  $X$  es el valor dado de la variables  $X$ , es decir, los años en los que se proyecta dicha oferta, y  $Y$  es el valor calculado de la variable  $Y$ , corresponde a la oferta estimada.<sup>27</sup>

Las fórmulas para calcular los coeficientes son:

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \qquad b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Las series históricas de datos se muestran en el tabla 2.12

**TABLA 2.12**  
**Oferta Turística del Cantón Mejía desde el 2002 hasta el 2008**

AÑOS	PLAZAS ALOJAMIENTO	PLAZAS MESAS
2002	77	144
2003	89	164
2004	111	164
2005	131	124

<sup>27</sup> URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, tercera edición, Editorial McGraw-Hill, pág. 22

2006	148	124
2007	190	124
2008	260	207

**Fuente:** Catastro 2002 al 2008 Provincia de Pichincha, Ministerio de Turismo

**Elaboración:** Autor

Aplicando las fórmulas explicadas anteriormente y tomando los datos de la tabla 2.12, se obtienen los siguientes valores:

$$a = 31,14$$

$$b = 28,14$$

Por lo tanto la ecuación de la proyección de la oferta es:

$$Y = 31,14 + 28,14X$$

Aplicando la ecuación calculada, se obtiene los siguientes datos pronosticados para los años 2009 al 2012:

**TABLA 2.13**  
**Datos proyectados de la oferta**

AÑOS	PERIODO	PROYECCIÓN
2009	8	256
2010	9	284
2011	10	313
2012	11	341

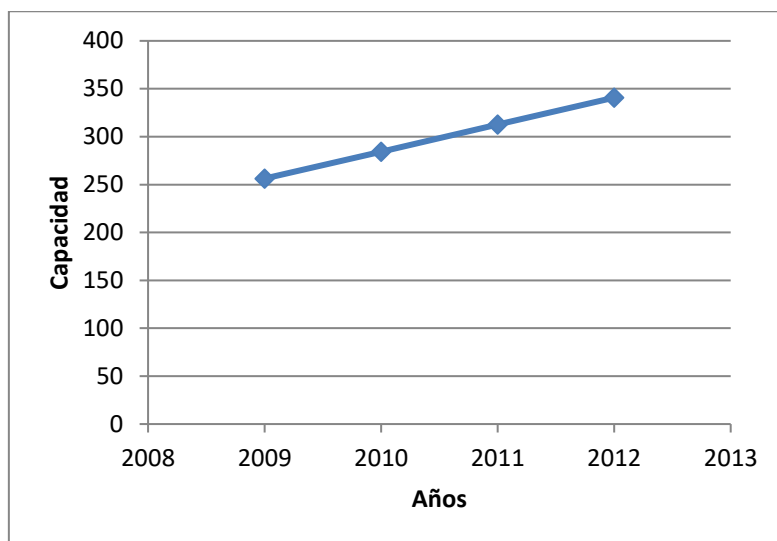
**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

Para poder visualizar de mejor manera estos valores proyectados, se grafica a continuación la proyección de la oferta de hospedaje en el Cantón Mejía a partir del años 2009.

## GRÁFICO 2.23

### Tendencia de la oferta futura (2009 al 2012)



**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

Con respecto a la tabla 2.13 y a la gráfica explicada anteriormente, se puede observar que la tendencia de la oferta futura muestra un comportamiento creciente; es decir, que el número de hosterías puede incrementar, o cada hostería puede ampliarse. Cabe recalcar que estos datos son de gran importancia ya que es un indicador para la viabilidad del proyecto.

### 2.3.4 Marketing Mix

Con el objetivo de producir la respuesta deseada en el mercado meta, una vez realizadas las encuestas y tabularlas, se realiza el análisis del Marketing Mix, tomando en cuenta el desarrollo de las matrices de producto, precio, plaza y promoción que se explica a continuación:

#### 2.3.4.1 Producto

La oferta de servicios de la hostería es brindar calidad de servicio turístico, así como también ofrecer confort, buen gusto, descanso, recreación, contacto con la naturaleza y convivencia familiar y de amigos junto a una cultura diferente.

El nombre que se ha dado a la hostería es “*Capulisuco*”, ya que así se llama el río que pasa por la hacienda; de esta manera se pretende dar a conocer no solo la hostería, sino también los atractivos turísticos que posee la parroquia.

La Hostería Capulisuco se encuentra ubicada en el Cantón Mejía, “al Sur-Oeste de la cabecera cantonal y a una hora y media desde la ciudad de Quito; además es accesible desde cualquier punto de situación geográfica, por lo que a 40 km de la ciudad de Quito por la Panamericana Sur, a la altura del puente de Jambelí, se encuentra un carretero empedrado en sus inicios y al ingreso de la parroquia se está empezando el segundo tramo de pavimentación, es decir, constituye una vía de primer orden para llegar hasta El Chaupi.”<sup>28</sup>

La zona en que se encuentra ubicada la hostería, representa la reserva ecológica Los Ilinizas; cabe mencionar que desde esta parroquia existe una ruta de ascenso por senderos delimitados, que permiten llegar fácilmente hacia los nevados “Los Ilinizas”, y a las montañas “El Corazón”, en donde se puede apreciar las vertientes de aguas cristalinas y sulfurosas, los cambios de temperatura y gran variedad de áreas silvestres. Además es un sitio estratégico para acampar y observar la belleza de sus paisajes.



---

<sup>28</sup> [www.joyasdequito.com](http://www.joyasdequito.com): Parroquias Rurales de Pichincha



El producto ofertado denominado “Hostería Capulisuco” se caracteriza por el hospedaje, restaurante, y de las actividades que realiza el mismo. En cuanto a las instalaciones físicas de la hostería estas incluyen:

- **Habitaciones:** el servicio de hospedaje se encontrará a orillas del río Capulisuco, el cual se caracteriza por ofrecer 7 habitaciones al inicio del proyecto, que se irán incrementando en el futuro dependiendo de la demanda potencial. Cada habitación cuenta con baño privado y agua caliente, chimenea, armario, camas matrimoniales e individuales, para un total de 28 personas. Además habrá las carpas que tienen una capacidad para 12 personas.

Además cuenta con un servicio personalizado que ofrecerá la camarera, es decir, que será caracterizada por la limpieza, amabilidad, y principalmente será una persona bilingüe para brindar un mejor servicio a los turistas tanto extranjeros como nacionales.

**Restaurante:** consiste en un espacio cubierto y adecuado, conformado por 10 mesas y 40 sillas de madera labradas, además de cubiertos y vajillas, con el fin de que los turistas puedan saborear la comida típica de la Sierra, especialmente del Cantón Mejía, la misma que será preparada por un cocinero propio de la parroquia.

El restaurante será amoblado con cuadros propios de la parroquia, es decir, con fotografía de paisajes o retratos de las personas que viven en la misma. Cabe



mencionar que tanto el restaurante como las habitaciones serán decorados en forma rústica.

- **Atracciones locales:** la hostería se encuentra rodeada del río Capulisuco, además cuenta con la producción agrícola y ganadera, senderos para cabalgata, caminata, pesca, ciclismo, y principalmente cuenta con reservas ecológicas como los Ilinizas.



Las actividades que ofrece la hostería se realizarán fuera del mismo ya que se trata de hacer conocer los paisajes que tiene el Cantón Mejía. Cabe recalcar que la hostería dispone caballos y bicicletas propias para realizar las diferentes actividades, y además ofrece un guía turístico con el fin de que tengan un conocimiento amplio de las actividades y paisajes que tiene la parroquia.

En lo que respecta al personal, todo será dirigido por personal capacitado para las diferentes áreas de atención en la hostería, para que puedan brindar un servicio rápido, cortés y siempre con una atención personalizada a los clientes.

Para la época de temporada baja, se ofrecerá paquetes especiales a precios cómodos; así mismo se realizará convenios con instituciones educativas con el fin de que los estudiantes puedan realizar visitas didácticas (*conocer cómo se produce la leche, cómo se siembra y se cosecha los productos agrícolas*), e incentivar a que cuiden la naturaleza.

### 2.3.4.2 PRECIO

En la determinación del precio de los diferentes servicios y actividades, se consideró que debido a la estrategia enfocada a la diferenciación, y a la investigación de campo que se realizó anteriormente se establecen los precios propuestos que satisfacen las necesidades de los turistas, por lo que los clientes meta tendrán el poder adquisitivo suficiente para acceder a nuestros servicios.

Como se mencionó en el análisis de la competencia, los precios de hospedaje, alimentación y actividades de cada hostería son:

**TABLA 2.14**

**Precio de los servicios que ofrece la competencia**

SERVICIO	PRECIOS			
	La Estación	Hda. San Cayetano	Hostería Papagayo	Hostería Llovisna
Hospedaje	20,00	10,00	20,00	15,00
<b>Restaurante</b>				
Desayuno	5,00	5,00	4,20	4,00
Almuerzo	12,00	8,50	7,50	6,00
Merienda	8,00	-	5,00	4,00
<b>Actividades</b>				
Caminata	-	-	55,00	85,00
Cabalgata	10,00	7,00	20,00	35,00
Ciclismo	-	-	35,00	25,00

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor



Analizando los precios explicados en la tabla 2.14, se puede establecer los precios propuestos, en función del nivel de calidad comparativo entre lo ya existente y lo proyectado, y con respecto a las encuestas que se realizó a los turistas.

**TABLA 2.15**  
**Precio de los servicios que ofrece la Hostería Capulisuco**

SERVICIO	PRECIOS
Hospedaje	18,00
Restaurante	
Desayuno	3,50
Almuerzo	7,00
Merienda	4,00
Actividades	
Caminata	6,00
Cabalgata	25,00
Ciclismo	15,00
Pesca	7,00

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

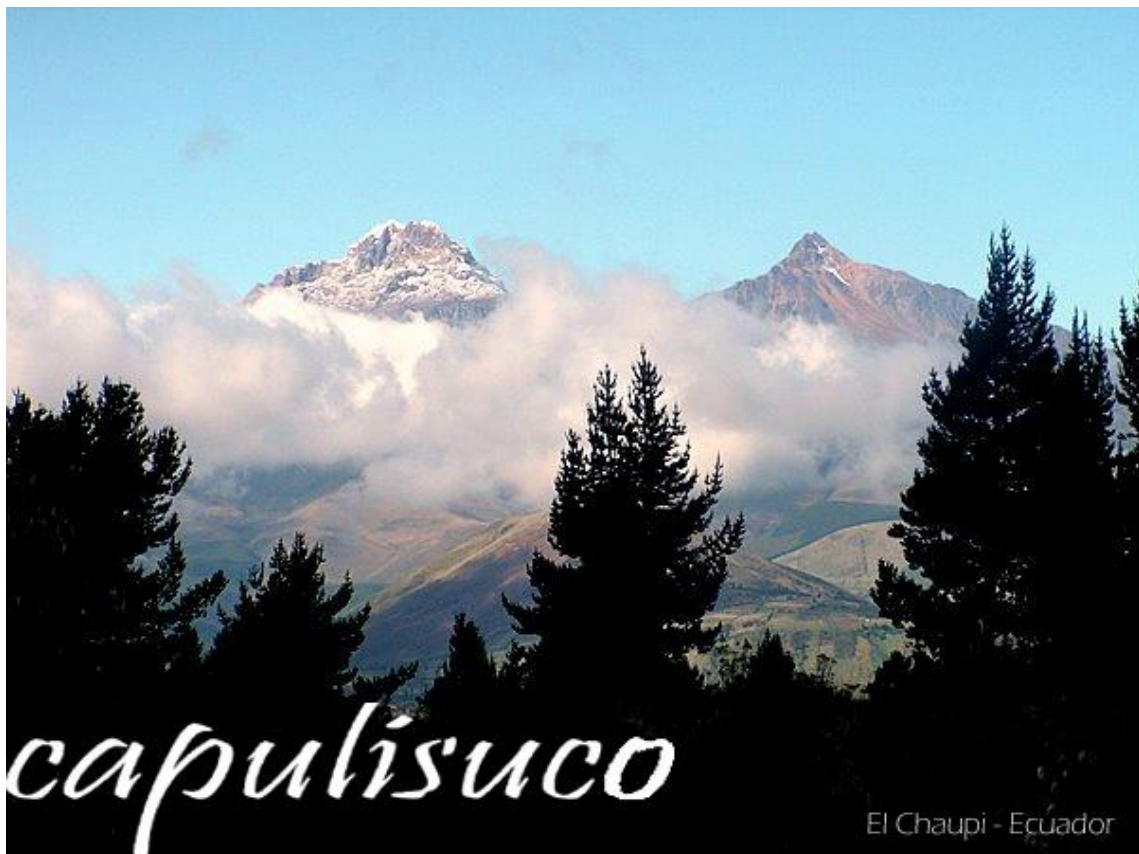
El cuadro que se explicó anteriormente presenta los precios que se pretende fijar al paquete de servicios que ofrece la hostería, siendo estos de hospedaje, alimentación y actividades, los cuales son precios accesibles para los turistas tanto nacionales como extranjeros.

#### **2.3.4.3 PLAZA**

El presente proyecto se pretende realizar en la Parroquia El Chaupi, Cantón Mejía, ya que posee flora y fauna que son llamativos para los turistas. Para distribuir el servicio, se contará principalmente con las agencias de viajes, para darnos a conocer como lugar turístico, el cual es la principal herramienta para llegar a los consumidores finales que son los turistas.

#### 2.3.4.4 PROMOCIÓN

La promoción que ofrecerá la Hostería Capulisuco será enfocada en dar a conocer la flora y fauna que posee la Parroquia El Chaupi, de esta manera poder promocionar la hostería como un lugar de descanso, tranquilidad y contacto con la naturaleza; y al mismo tiempo resaltar que el turista podrá disfrutar de otros atractivos complementarios con el fin de que su visita sea agradable y divertida.



La Hostería Capulisuco arrancará su promoción y publicidad a través de los siguientes medios:

- **Agencias de viajes:** se entregarán catálogos en agencias de cada ciudad, principalmente en Quito, dando a conocer las ventajas competitivas de la hostería como: ubicación, precios, calidad de servicios, diversidad de actividades recreativas y contacto con la naturaleza. Además se realizará convenios con 5

agencias turísticas, los cuales proporcionarán un número de turistas fijos mensualmente. De esta manera aseguramos los ingresos cada año. (ANEXO 1)

- **Internet:** suscribir a la empresa en las principales páginas web del país las mismas que estarán relacionadas con hosterías y turismo. Además se utilizará este medio de comunicación el cuál se considera el más económico, por este medio se podrán contestar las inquietudes y comentarios de los clientes potenciales, hacer reservaciones y ofrecer la información necesaria de la hostería.
- **Hojas volantes:** realizar publicidad mediante folletos u hojas volantes que serán ubicados en las agencias de viajes, aeropuertos, ferias, exhibiciones y recepción del hotel.

El monto que se requiere para poder promocionar la Hostería Capulisuco es:

**TABLA 2.16**  
**Precio de publicidad**

CONCEPTO	COSTO ANUAL
Hojas volantes	170,00
Suscripción Pag. Web	200,00
Publicidad en guías turísticas	900,00
Impresión tarjetas	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.330,00</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

# **CAPÍTULO III**

## **ESTUDIO TÉCNICO**

### **3.1 OBJETIVOS**

- Definir el tamaño y capacidad del proyecto necesario para lograr atender un porcentaje de la demanda insatisfecha estimada para el mercado objetivo del proyecto.
- Determinar la localización del proyecto para realizar la hostería
- Establecer los procesos y los requerimientos productivos necesarios para la operación de los servicios que se ofrecerá a los turistas.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Establecer la estructura funcional y organizacional necesaria de la empresa de tal manera que se pueda ofrecer al cliente un servicio especializado y con un enfoque en la diferenciación.
- Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto.

### **3.2 ANÁLISIS DEL ESTUDIO TÉCNICO**

El enfoque del estudio técnico se centra en aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción del servicio deseado, en donde se analiza el tamaño óptimo del lugar, localización, ingeniería del proyecto, organización requerida, y el marco legal.

#### **3.2.1 Tamaño**

La determinación y análisis de este punto resulta importante para la realización y evaluación del proyecto porque permitirá en primer instancia llevar a cabo una

aproximación de costos en las inversiones necesarias para la realización y puesta en marcha del proyecto, que conlleven a un grado óptimo de aprovechamiento conforme a lo requerido por un tamaño y capacidad determinados.

Para poder analizar el tamaño y capacidad de este proyecto se debe conocer la demanda insatisfecha que se pretende sea cubierta por el proyecto; así como también la dimensión del área total con que cuenta el terreno disponible para la instalación de la hostería.

Para la implementación del proyecto se dispone de un área física de 2.000 m<sup>2</sup>, la misma que se utilizará para la construcción de la hostería con espacios verdes. Es decir que para establecer el tamaño óptimo de la hostería se deberá ajustarse al tamaño del terreno que se dispone para su instalación; el cual se requiere aproximadamente de 812 m<sup>2</sup> de área de construcción, en el que incluye:

**TABLA 3.1**  
**Área de construcción**

Área	Conformada por:	M <sup>2</sup> por área
<b>ÁREA PRIVADA</b>	Administración	12,25 m <sup>2</sup>
	Bodegas	28,00 m <sup>2</sup>
	Cocina	17,28 m <sup>2</sup>
<b>ÁREA PÚBLICA</b>	Sala	40,00 m <sup>2</sup>
	Restaurante	104,00 m <sup>2</sup>
	Baños	12,00 m <sup>2</sup>
	Área Recreativa	-
	Estacionamiento	-
<b>ÁREA SEMI-PÚBLICA</b>	Habitaciones	17,00 m <sup>2</sup>
	Sala de estar	25,00 m <sup>2</sup>

**Fuente:** Arq. María Isabel Orquera

**Elaboración:** Autor

Esto se puede observar en forma clara en el plano adjunto, considerando las ampliaciones que el negocio requerirá si marcha de la forma proyectada.

Cómo se explicó anteriormente, dicho proyecto va a estar conformado por 3 áreas, una de ellas es el área pública en el que consta el restaurante, el área semi-pública en el que constan las habitaciones; y el área privada en el que constan las bodegas las cuales se explicarán a continuación:

### *Hospedaje*

**TABLA 3.2**  
**Capacidad instalada por habitación**

<b>Tipo</b>	<b>Número de habitaciones</b>	<b>Capacidad de turistas</b>	<b>Compuestas por:</b>
Habitaciones de ladrillo visto	7	3 a 4 personas por habitación	2 camas (matrimoniales o de una plaza), 1 velador, 1 baño

**Fuente:** Arq. María Isabel Orquera

**Elaboración:** Autor

Se brindará hospedaje para aquellos turistas que deseen permanecer más de un día en la hostería; los cuales pueden alojarse cómodamente en habitaciones de ladrillo visto cuya arquitectura y materiales irán acorde al entorno, brindándole un cálido ambiente. Inicialmente se contará con siete habitaciones, cada una de ellas cuenta con un baño completo con dotación de agua caliente para las duchas; además posee un área amplia que da varias opciones de organización del espacio interior en el que se puede colocar 1 cama matrimonial y una litera con dos veladores.

La capacidad instalada de cada habitación permitirá recibir de 3 a 4 personas, es decir que la capacidad total de las habitaciones permitirá alojar cómodamente a 28 personas.

## *Restaurante*

**TABLA 3.3**  
**Capacidad instalada por mesa**

<b>Tipo</b>	<b>Número de mesas</b>	<b>Capacidad de turistas</b>	<b>Compuestas por:</b>
Restaurante de ladrillo visto	8	5 personas por mesa	Mesas, sillas y un lugar acogedor

**Fuente:** Arq. María Isabel Orquera

**Elaboración:** Autor

El restaurante es un espacio amplio donde todo tipo de turistas que lleguen a la hostería podrán saborear la exquisita gastronomía que tiene el Ecuador. El restaurante está conformado por un lugar acogedor compuesto por 8 mesas, integrado con el exterior por medio de un gran ventanal; La capacidad instalada de cada mesa es de 5 personas, es decir que la capacidad total del restaurante es de 40 personas.

## *Bodega*

La bodega es un lugar en dónde se almacenará los insumos para la alimentación, es aquí en donde se mantendrá fresco la materia prima para el restaurante; además existe otra bodega en donde se almacenará sábanas, cobijas, almohadas, bicicletas, carpas, sleeping que es primordial para el alojamiento y las actividades que se realizará. Ambas bodegas tendrán un área de 28 m<sup>2</sup>, las mismas que estarán distribuidas de acuerdo al tipo de materia prima.

El detalle de los costos de la infraestructura se lo puede apreciar en la tabla 4.1 que se muestra más adelante.

Otro factor que debemos tomar en cuenta es la capacidad financiera con la cual vamos a empezar el presente proyecto. El proyecto iniciará con un capital propio, es decir que el propietario es el único socio que conforma la compañía.

También debemos considerar los factores productivos como la mano de obra. La hostería dispondrá de 5 personas capacitadas con funciones específicas, las cuales son habitantes de la parroquia, ya que se quiere generar una fuente de ingresos y empleo para reducir el índice de pobreza que existe actualmente. El organigrama y las funciones de cada personal se explicarán más adelante.

### **3.2.2 Localización**

En toda inversión turística de equipamiento, la localización es fundamental y principalmente se convierte en un factor determinante para el éxito comercial.

Para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha subdividido en dos partes: Macro-localización y Micro-localización, los cuales se muestran a detalle a continuación:

#### **3.2.2.1 Análisis de Macro-Localización**

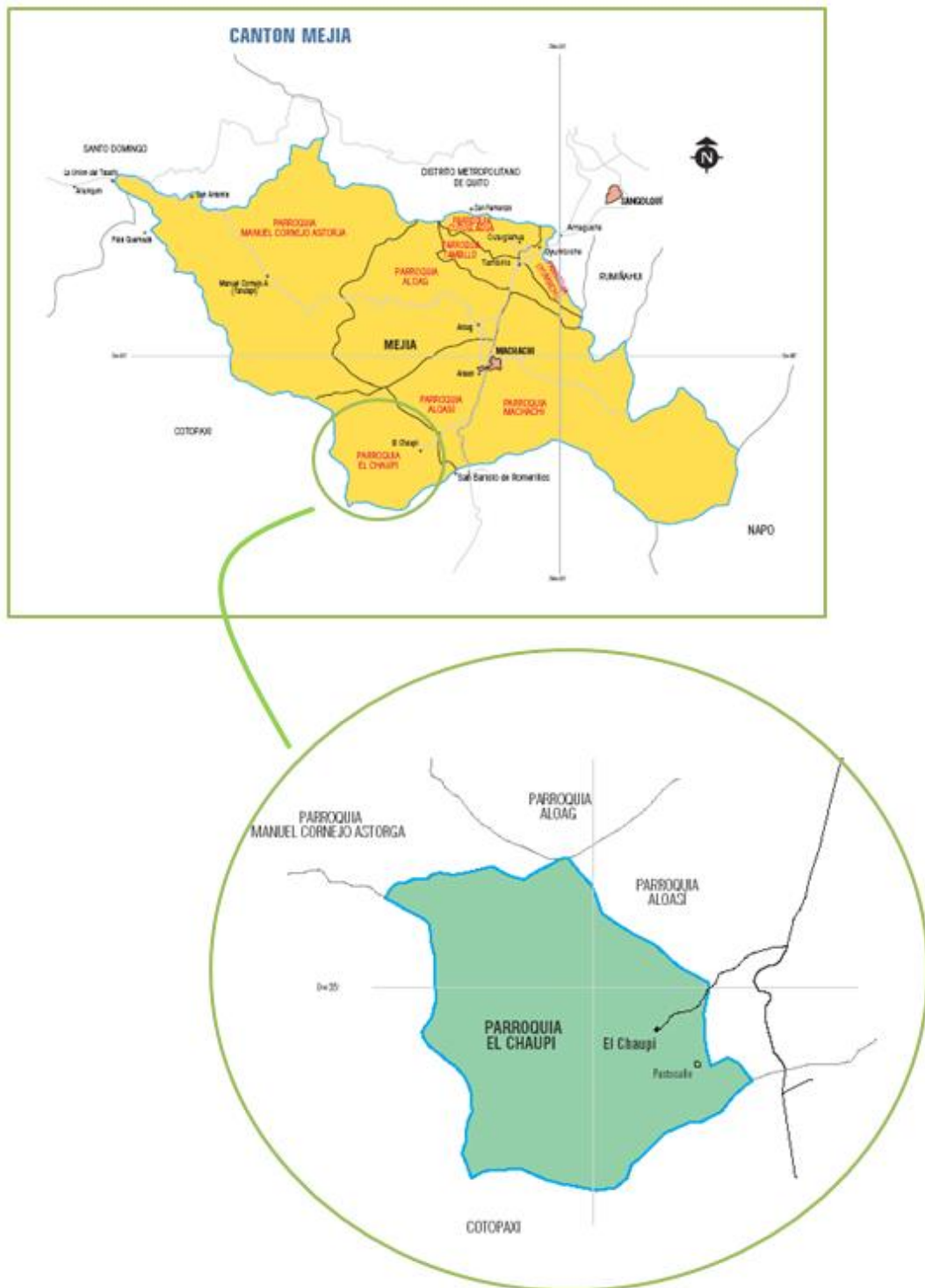
El cantón Mejía se encuentra ubicado en la serranía ecuatoriana, el cual presenta un paisaje natural muy hermoso y posee características ecológicas, biológicas y paisajísticas sobresalientes. Además ofrece a los visitantes una recreación sana; produce una actitud positiva hacia la naturaleza, a la práctica conservacionista, a la recreación al aire libre y a encontrar una actitud de equilibrio y respeto a la biósfera.

Cómo se explicó anteriormente el Cantón Mejía está conformada por ocho parroquias, una de ellas es la Parroquia El Chaupi en donde se localizará el proyecto. La Parroquia El Chaupi se encuentra situado al suroccidente del Cantón Mejía, Provincia de Pichincha; ubicado a una altura de 3400 metros sobre el nivel del mar, con una superficie total de 138 Km<sup>2</sup>. La distancia entre la ciudad de Quito y la Parroquia El Chaupi es de 55 Km, distancia que se la recorre en una hora y veinte minutos aproximadamente.



Para poder apreciar mejor se muestra el siguiente mapa:

**MAPA 3.1**  
**Situación geográfica y límites**



**Fuente:** Gobierno de la Provincia de Pichincha. Plan Parroquial del Chaupi

La Parroquia El Chaupi ocupa las provincias de Pichincha y Cotopaxi, y debido a su ubicación geográfica, sus tierras son pródigas y eminentemente agrícolas y ganaderas; además se ha desarrollado una creciente demanda de servicios turísticos, misma que podría constituir una fuente de recursos importantes para un segmento de la población de la parroquia, así como también crecer la conservación natural y la conservación de costumbres y tradiciones.

Su principal exponente son los Ilinizas (Iliniza Norte e Iliniza Sur), juntos forman una barrera geológica importante por la captación de humedad proveniente de la costa que genera un sin número de ríos como el Toachi y el Pilatón.

A continuación se muestra el siguiente cuadro que describe la Reserva Ecológica Los Ilinizas:

**CUADRO 3.1**  
**Información Parque Nacional Ilinizas**

PARQUE NACIONAL ILINIZAS		
<b>Tipo:</b>	Montañas	
<b>Subtipo:</b>	Montañas Altas	
<b>Categoría:</b>	Sitio Natural	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PROXIMIDADES Y CERCANÍAS</b>	<b>TEMPORADA DE ACCESO</b>
La Reserva Ecológica Ilinizas es una de las áreas más jóvenes del Sistema; es, por tanto, aún poco conocida pero se sabe que la diversidad biológica que conserva es altísima, en parte debido a la gran dificultad que presenta el ingreso a sus bosques Creación: Diciembre 11, 1996	<b>Poblados:</b>	<b>Días al año:</b>
		Quito 55 Km El Chaupi 13,5 Km
	<b>CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	<b>Días al mes:</b>
	<b>Altura:</b>	180
	<b>Temperatura:</b>	30
	<b>Precipitación:</b>	
		<b>ASOCIACIÓN CON OTROS</b>
		Paschoa, Montaña Atacazo, Corazón
		<b>DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO</b>
		Internacional
<b>UBICACIÓN</b>	<b>VÍAS Y FORMAS DE ACCESO</b>	<b>INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>
<b>Provincia:</b>	Pichincha y Cotopaxi	<b>Agua:</b>
<b>Cantón:</b>	Mejía	Vertiente
<b>Parroquia:</b>	Chaupi	<b>Energía:</b>
<b>Localización</b>	Long. 78°43'13" W	No existe
<b>Geográfica:</b>	Lat: 00°39'04" S	<b>Alcantarillado:</b>
	Se debe llegar al poblado de El Chaupi por un camino empedrado. A 3.5 Km desde el parque de El Chaupi existe un desvío a la izquierda, que llega a la Hacienda El Refugio; desde allí, y por el camino de tierra, se avanza 10 Km hasta La Virgen.	No existe
<b>ESTADO DE CONSERVACIÓN</b>		<b>FACILIDADES TURÍSTICAS</b>
<b>Atractivo:</b>	Conservado	<b>Alojamiento:</b>
<b>Entorno:</b>	Conservado	Machachi y hosterías aledañas
		<b>Alimentación:</b>
		Machachi y hosterías aledañas

**Fuente:** Municipio Cantón Mejía  
**Elaboración:** Autor

Además de la información que se pudo apreciar en el cuadro anterior, la flora del Parque Nacional Ilinizas y por ende El Chaupi está representada por especies típicas de la serranía ecuatoriana como el arrayán, romerillo, quishuar, polilepis y pumamaqui. En

especies de fauna se destacan mamíferos pequeños como conejos, chucuris, raposas, guantas, guatusas y en menor cantidad animales más grandes como pumas, tigrillos y osos de anteojos”<sup>29</sup>.

El Chaupi casi en su totalidad de su territorio cuenta con los servicios básicos deficientes de agua, luz eléctrica, teléfono, alcantarillado y drenaje; pero la “Municipalidad de Mejía, consciente de la necesidad imperiosa de modificar el presente con miras de alcanzar un futuro mejor para sus pobladores, está cumpliendo con el Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón Mejía”<sup>30</sup>, cuyo objetivo es buscar soluciones realizando proyectos.

Las instituciones públicas que operan en la parroquia son la Junta parroquial, Andinatel, Tenencia Política, Policía, oficina del registro civil y una iglesia. Además existen 2 establecimientos educativos fiscales, y cuenta con un subcentro de salud que es atendido por un médico que no es permanente y acude una vez por semana y una enfermera permanente.

El servicio de transporte hacia el sector es suficiente ya que el turista puede ingresar con su propio automóvil o hacer uso de camionetas particulares desde y hacia la parroquia, y un bus que hace un recorrido de Chaupi- Machachi, el cual sale cada 30 minutos.

### **3.2.2.2 Análisis de Micro-Localización**

Para determinar si la localización del terreno con que se cuenta para la implementación del proyecto es óptima se procede a aplicar el método cualitativo por puntos<sup>31</sup>. De esta manera se asignó factores que influyen en la ubicación de la hostería, las cuáles se explican a continuación:

---

<sup>29</sup> Municipio Cantón Mejía: [www.turismomejia.ec](http://www.turismomejia.ec)

<sup>30</sup> Plan de Desarrollo Estratégico 2010. Gobierno de la Provincia de Pichincha. Editorial Pedro Jorge Vera. Pág. 5

<sup>31</sup> Evaluación de Proyectos-Tercera Edición-Gabriel Baca Urbina-McGraw-hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V. – México – 1997, Pág. 91

- **Vías de acceso:** Factor primordial para la hostería ya que se necesita un lugar que sea de fácil acceso para los turistas.
- **Transporte:** los turistas viajan a algún destino turístico siempre y cuando exista medio de transporte para poder movilizarse, sean estos buses, camionetas, taxis, entre otros.
- **Cercanía a atracciones turísticas:** Es un factor importante ya que llamaría la atención al turista por estar cerca de la flora y fauna que posee El Chaupi.
- **Servicios Básicos:** la hostería debe estar ubicado en un sector en el cual exista servicios básicos tales como energía eléctrica y agua potable que son los más importantes para la puesta en marcha de la misma.
- **Lugar No Agrícola y Ganadero:** es de gran importancia realizar la hostería en un terreno donde no interfiera los trabajos propios de la hacienda, siendo estos agrícolas y ganaderos.

Tomando en cuenta los factores nombrados anteriormente, se procederá a realizar un análisis para escoger y fijar cuál de los sectores nombrados a continuación es el más conveniente para la localización del proyecto.

### *Opciones de Lugares*

- A = terreno propio del inversionista que se encuentra ubicado a 300 m del centro de la Parroquia El Chaupi.
- B = terreno propio del inversionista que se encuentra ubicado a 900 m del centro de la Parroquia El Chaupi.

**TABLA 3.4**  
**Localización Óptima del Proyecto**

Factores Relevantes	Peso Asignado	A		B	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Vías de acceso	0,20	9	1,8	9	1,8
Transporte	0,20	9	1,8	9	1,8
Cercanía a atracciones turísticas	0,19	7	1,33	9	1,71
Servicios básicos	0,2	6	1,2	8	1,6
Lugar agrícola y ganadero	0,21	5	1,05	10	2,1
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>		<b>7,18</b>		<b>9,01</b>

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaboración:** Autor

Después de haber analizado los factores más relevantes para la localización óptima del proyecto podemos llegar a la conclusión que el lugar más adecuado para el funcionamiento de la Hostería es la opción B (terreno propio del inversionista que se encuentra ubicado a 900 m del centro de la Parroquia El Chaupi), ya que tiene un promedio ponderado de 9.01; es decir que obtuvo la mayor puntuación ponderada en los factores que se consideraron importantes para su evaluación.

Cabe recalcar que dicho terreno se encuentra ubicado en la Hacienda San Marcos, que posee 250.000 m<sup>2</sup>, de las cuales aproximadamente unos 2.000 m<sup>2</sup> se utilizará para la construcción de la Hostería con espacios verdes; dicho terreno se encuentra ubicado en la parte baja de la hacienda junto al río Nievestoma ya que tiene una visión panorámica hacia los Ilinizas, el Cotopaxi y el Corazón, y está protegido de los vientos. Además es un sitio que no se puede sembrar pastos y así no interrumpe la actividad ganadera de la hacienda.

### 3.2.3 Ingeniería

En este punto se hace referencia a los aspectos técnicos de cada componente del proyecto, su diseño y los procesos a ejecutarse para la prestación de los servicios.

#### 3.2.3.1 Diagrama de Procesos

##### *Proceso: Inicio y recepción*

Este proceso inicia con la llegada del turista a la hostería, en dónde se le da la bienvenida e información de los servicios que ofrece la misma.

**TABLA 3.5**  
**Diagrama de Procesos: Inicio y Recepción**

ACTIVIDADES	○	□	→	D	▽	RESPONSABLE
Recibimiento de los turistas			x			Administrador
Dar bienvenida e información de servicios y costos	x					Administrador
Receptar los datos		x				Administrador
Espera por proceso				x		-
Presentación de las actividades al turistas	x					Administrador
Espera mientras el turista decide qué actividades realizar				x		-
Recepción de lo que desea realizar	x					Administrador
Información de la actividad a realizar		x				Administrador
Traslado al sitio de actividades, hospedaje o restaurante			x			Turista






**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaboración:** Autor

### ***Proceso: Hospedaje***

El principal servicio que va a ofrecer la hostería es el hospedaje, razón por la cual este proceso es de gran importancia, ya que se satisfará las necesidades de los turistas. En este proceso la camarera será la encargada de atender a los turistas acompañándoles a la habitación y dándoles una breve explicación sobre el equipamiento de las mismas.

**TABLA 3.6**  
**Diagrama de Procesos: Hospedaje**

<b>ACTIVIDADES</b>						<b>RESPONSABLE</b>
Traslado de los turistas a la habitación			x			Camarera
Explicación de información básica	x					Camarera
Espera mientras el turista conoce la habitación				x		-
Entrega de llaves de la habitación	x					Camarera
Instalación de los huéspedes		x				Turista
Espera hasta que los clientes desocupen la habitación				x		-
Revisión del estado de inventario de la cabaña	x					Camarera

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaboración:** Autor

### ***Proceso: Actividades***

Otro servicio que ofrecerá la hostería son las actividades, es decir: la caminata, ciclismo, cabalgata y pesca. Es aquí en donde los turistas podrán conocer la flora y fauna, que ofrece no solo la Parroquia El Chaupi, sino también sus alrededores. Cada actividad tendrá el material indicado para que los turistas puedan utilizar y así emprender el viaje a los diferentes lugares.

#### ***Caminata***

**TABLA 3.7**

**Diagrama de Procesos: Caminata**

ACTIVIDADES	○	□	→	D	▽	RESPONSABLE
Información de la ruta	x					Guía turístico
Viaje a la ruta establecida			x			Turista y Guía turístico
Espera por proceso				x		-
Coffe brake	x					Turista y Guía turístico
Espera hasta que los turistas terminen de comer				x		-
Regreso a la hostería			x			Turista y Guía turístico

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaboración:** Autor

*Ciclismo y Cabalgata*

**TABLA 3.8**

**Diagrama de Procesos: Ciclismo y Cabalgata**

ACTIVIDADES	○	□	→	D	▽	RESPONSABLE
Información de la ruta	x					Guía Turístico
Entrega de bicicletas a los turistas		x				Guía Turístico
Espera por procesos				x		-
Viaje a la ruta establecida			X			Turistas y Guía turístico
Espera por proceso				x		-
Coffe brake	x					Turistas y Guía turístico
Espera hasta que los turistas terminen de comer				x		-



Regreso a la hostería			x			Turistas y Guía turístico
Entrega de bicicletas o caballos respectivamente	x					Turistas

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaboración:** Autor

### *Pesca*

**TABLA 3.9**  
**Diagrama de Procesos: Pesca**

ACTIVIDADES	○	□	→	D	▽	RESPONSABLE
Información sobre el lugar de pesca	x					Guía Turístico
Viaje			x			Turista y Guía turístico
Espero por proceso				x		-
Entrega de cañas de pescar	x					Guía Turístico
Espera por proceso				x		-
Entrega de cañas de pescar	x					Turistas
Almuerzo		x				Turistas y Guía turístico
Espera por proceso				x		-
Regreso a la hostería			x			Turistas y Guía turístico

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaboración:** Autor

### *Proceso: Restaurante*

El restaurante es para todas aquellas personas que deseen saborear la comida típica de la sierra ecuatoriana, el cual brindará un servicio personalizado y eficiente.

**TABLA 3.10**

**Diagrama de Procesos: Restaurante**

ACTIVIDADES	○	□	➡	D	▽	RESPONSABLE
1. Recibimiento de los turistas			x			Mesero
2. Preparación mesa para el turista	x					Mesero
3. Espera por proceso				x		-
4. Traslado del cliente a mesa determinada			x			Mesero
5. Presentación de la carta al turista	x					Mesero
6. Espera mientras el cliente decide el menú				x		-
7. Recepción del pedido			x			Mesero
8. Envío del pedido a la cocina			x			Mesero
9. Confirmación del pedido		x				Cocinero
10. Preparación de la comida	x					Cocinero
11. Envío de platos			x			Cocinero
12. Servir los platos adecuadamente al cliente	x					Mesero
13. Espera por proceso				x		-
14. Retiro de los platos de la mesa	x					Mesero

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaboración:** Autor

***Proceso: Facturación***

La facturación se realizará cuando el turista termine su estadía en la hostería; el encargado de cobrar será el administrador quién verificará las actividades que realizó el cliente.

**TABLA 3.11****Diagrama de Procesos: Facturación**

ACTIVIDADES	○	□	→	D	▽	RESPONSABLE
1. Solicitud de la cuenta	x					Turista
2. Emisión de factura	x					Administrador
3. Espera por proceso				x		-
4. Entrega de factura al turista			x			Administrador
5. Cancelación de la cuenta	x					Turista
6. Archivo de la factura					x	Administrador

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaboración:** Autor

**3.2.3.2 Diagrama de Flujo**







### 3.2.3.3 DISEÑO DE LA PLANTA

El presente proyecto se basa en la construcción de una hostería para satisfacer las necesidades de los turistas y así captar un mayor número de usuarios que gusten de la naturaleza y el medio ambiente.

En el momento de diseñar el proyecto arquitectónico se ha pensado principalmente en los usuarios, pues son ellos los que van a ocupar éstas instalaciones; razón por la cual se ha dividido a los turistas en tres grupos.

- **Turistas de paso:** son aquellas personas que llegan a la Hostería, pasan el transcurso del día y se retiran de la misma durante la tarde. El lapso de tiempo que estén en la Hostería disfrutarán de las instalaciones ya sea restaurante, sala, área recreativa, así como también realizar los programas que se dispone como cabalgatas, caminatas entre otras.
- **Turistas de hospedaje en habitaciones:** son aquellas personas que llegan a la Hostería, pasan algunos días en la misma y dan uso de las habitaciones; de igual forma disfrutarán de todas las instalaciones que ofrece la hostería.
- **Turistas de hospedaje en carpas:** son aquellas personas que llegan a la Hostería, pasan algunos días en la misma y duermen en carpas, (*las carpas pueden llevar los turistas o la hostería proporcionará este servicio*) de igual forma disfrutarán de todas las instalaciones que ofrece la hostería.

Una vez realizado el enfoque de usuarios que se tendrá, y tomando como parámetros principales el número de usuarios que llegarán a la Hostería, se procede a localizar las áreas en las que se va a dividir el proyecto y los subelementos que conformarán cada área. Siguiendo a esto se obtiene el diseño arquitectónico como resultado final.

Como se explicó anteriormente, dicho proyecto va a estar conformado por 3 áreas: área pública, área semi-pública, y área privada, las cuales se explican a continuación con la ayuda de un arquitecto profesional:

## ÁREA PÚBLICA

Es el espacio al cual tendrán acceso todos los turistas que lleguen a la Hostería Capulisuco (*turistas de paso, turistas de hospedaje en habitaciones y turistas de hospedaje en carpas*). Esta área está conformada por:

- a. **Sala – Restaurante:** estos dos espacios están ubicados en la planta baja, no existe pared rígida que divida estos dos ambientes; la separación se hará con vegetación (masetas) que se las podrá mover fácilmente con el fin de hacer de ésta área un espacio flexible, convertible y transformable, que se acople a las necesidades según se presenten (puede convertirse en un gran salón en el cual se puedan realizar eventos sociales, exposiciones de todo tipo, talleres, cursos, entre otros).
  - Sala: será un lugar amplio en el cual los turistas descansarán, conversarán, realizarán juegos de mesa, junto al calor de la chimenea y rodeados por vegetación, tiene un gran ventanal (techo-piso) que será el elemento integrador del interior de la sala con el exterior, entorno natural.

Tiene un área de 40.00 m<sup>2</sup> (8.00m, x 5.00m), formado por paredes de ladrillo visto de 15 cm de espesor, la ventanería tendrá doble envolvente (dos láminas de vidrio), de ésta manera se conserva el calor en el interior de la hostería y se impide que entre el frío del exterior.
  - Restaurante: espacio amplio, donde todo tipo de turistas que lleguen a la Hostería podrán saborear la exquisita gastronomía que tiene el Ecuador; será un lugar acogedor compuesto por mesas, sillas y vegetación, además será integrado con el exterior por medio de un gran ventanal (techo- piso).

Tiene un área de 104.00 m<sup>2</sup> (13.00m, x 8.00m), formado por paredes de ladrillo visto de 15 cm de espesor, la ventanería tendrá doble envolvente (dos láminas de vidrio) de ésta manera se conserva el calor en el interior de la Hostería y se impide que entre el frío del exterior.
- b. **Baterías Sanitarias:** existirá baños para hombres, (dos inodoros, dos urinarios, dos lavabos) y baños para mujeres, (dos inodoros, dos lavabos), los cuales cumplen con los requerimientos y ordenanzas Municipales.



Tiene un área de 12.00 m<sup>2</sup> (6.00m, x 2.00m), formado por paredes de ladrillo de 15 cm de espesor, recubiertas con cerámica; de igual manera los pisos tendrán un recubrimiento de cerámica antideslizante, ventanas que aparte de iluminar el espacio interior ayudan a ventilar naturalmente.

- c. **Baterías Sanitarias para turistas que van a acampar:** en este lugar los campistas podrán realizar sus actividades de aseo personal, está proyectado: baterías para hombres, (dos inodoros, dos urinarios, dos lavabos, dos duchas) y baterías para mujeres, (dos inodoros, dos lavabos, dos duchas), las mismas que cumplen con los requerimientos y ordenanzas Municipales.

Tiene un área de 12.00 m<sup>2</sup> (6.00m, x 2.00m), formado por paredes de ladrillo visto de 15 cm de espesor recubiertas con cerámica; de igual manera los pisos tendrán un recubrimiento de cerámica antideslizante, ventanas que aparte de iluminar el espacio interior ayudan a ventilar naturalmente.

- d. **Área recreativa:** es todo el espacio exterior en el cual los turistas pueden disfrutar y estar en contacto con la naturaleza, el aire limpio y puro. En este sitio se encontrarán juegos infantiles y kioskos en los cuales se ubicará parrilla para hacer asados, un lavabo, mesas y bancas de hormigón.

- e. **Estacionamientos:** Al ingresar a la hostería el usuario se encontrará con un gran playa de estacionamientos.

### **ÁREA SEMI-PUBLICA**

Este espacio se encuentra ubicado en la planta alta en donde podrán ingresar aquellos turistas que se vayan a hospedar, así como también los turistas que estén de paso pero en compañía de un empleado de la Hostería.

Al subir a este nivel, los turistas encontrarán una sala de estar que posee una magnífica vista hacia el nevado los Ilinizas, el Volcán Cotopaxi, y las Montañas Rumiñahi y Pasochoa.

Junto a la sala de estar se ubican las habitaciones alrededor de un pasillo que tiene un pasamano; desde este pasillo se puede observar la planta baja (sala y restaurante), el mismo que será el elemento de integración entre éstos dos ambientes (área pública y área semi-pública).

- a. **Habitaciones:** el proyecto arquitectónico tiene 7 habitaciones, cada una de ellas tiene un baño completo (inodoro, lavabo, ducha), poseen un área amplia q da varias opciones de organización del espacio interior; además se puede colocar 1 cama matrimonial con veladores; 1 cama matrimonial y 1 cama de una plaza más un velador; 2 camas de una plaza y dos veladores; 3 camas de una plaza y dos veladores.

Cada habitación tiene un área de 17.00 m<sup>2</sup> (4.80m, x 3.55m), formado por paredes de ladrillo visto de 15 cm de espesor, ventanales amplios desde los cuales se puede observar y estar en contacto con el entorno natural; la iluminación y ventilación de cada baño se la realizará por la parte superior (cubierta).

- b. **Sala de estar:** en este espacio se encontrarán sillones, mesas, sillas, y una chimenea, para dar un mayor confort a los usuarios.

Tiene un área de 25.00 m<sup>2</sup> (8.00m, x 3.50m), formado por paredes de ladrillo visto de 15 cm de espesor, la ventanería tendrá doble envolvente (dos láminas de vidrio) de ésta manera se conserva el calor en el interior de la Hostería y se impide que entre el frío del exterior.

### **ÁREA PRIVADA**

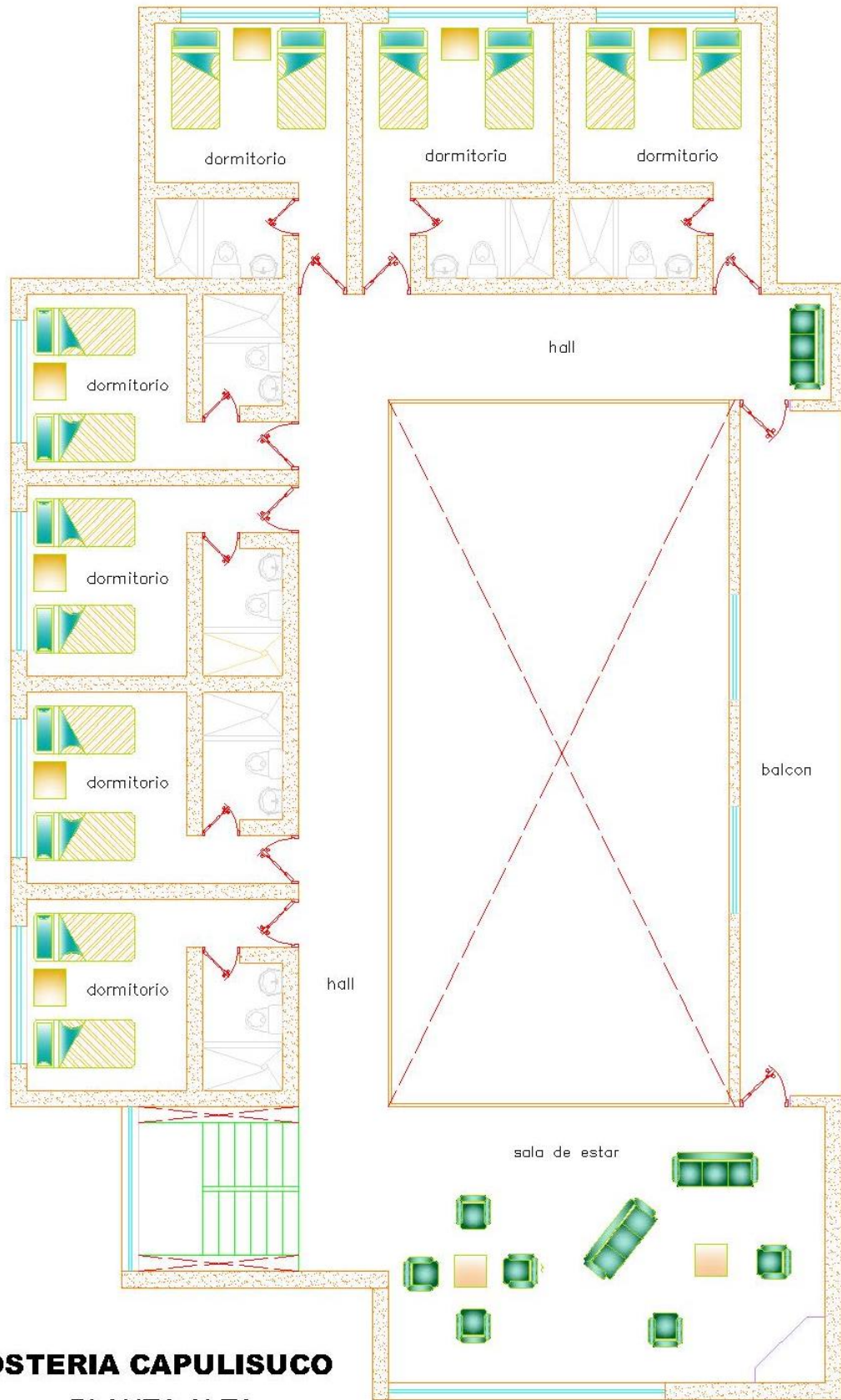
Este espacio se encuentra ubicado en la planta baja y tendrán acceso sólo el personal que trabaje en la Hostería.

- a. **Administración - Recepción:** ubicada al ingreso de la Hostería, desde el cual se administrará y llevará el cronograma de actividades y hospedajes.

Tiene un área de 12.25 m<sup>2</sup> (3.50m, x 3.50m), un baño de 1.82 m<sup>2</sup> (1.30m, x 1.40m), y una bodega de 2.08 m<sup>2</sup> (1.30m, x 1.60m), con paredes de ladrillo visto de 15 cm de espesor.

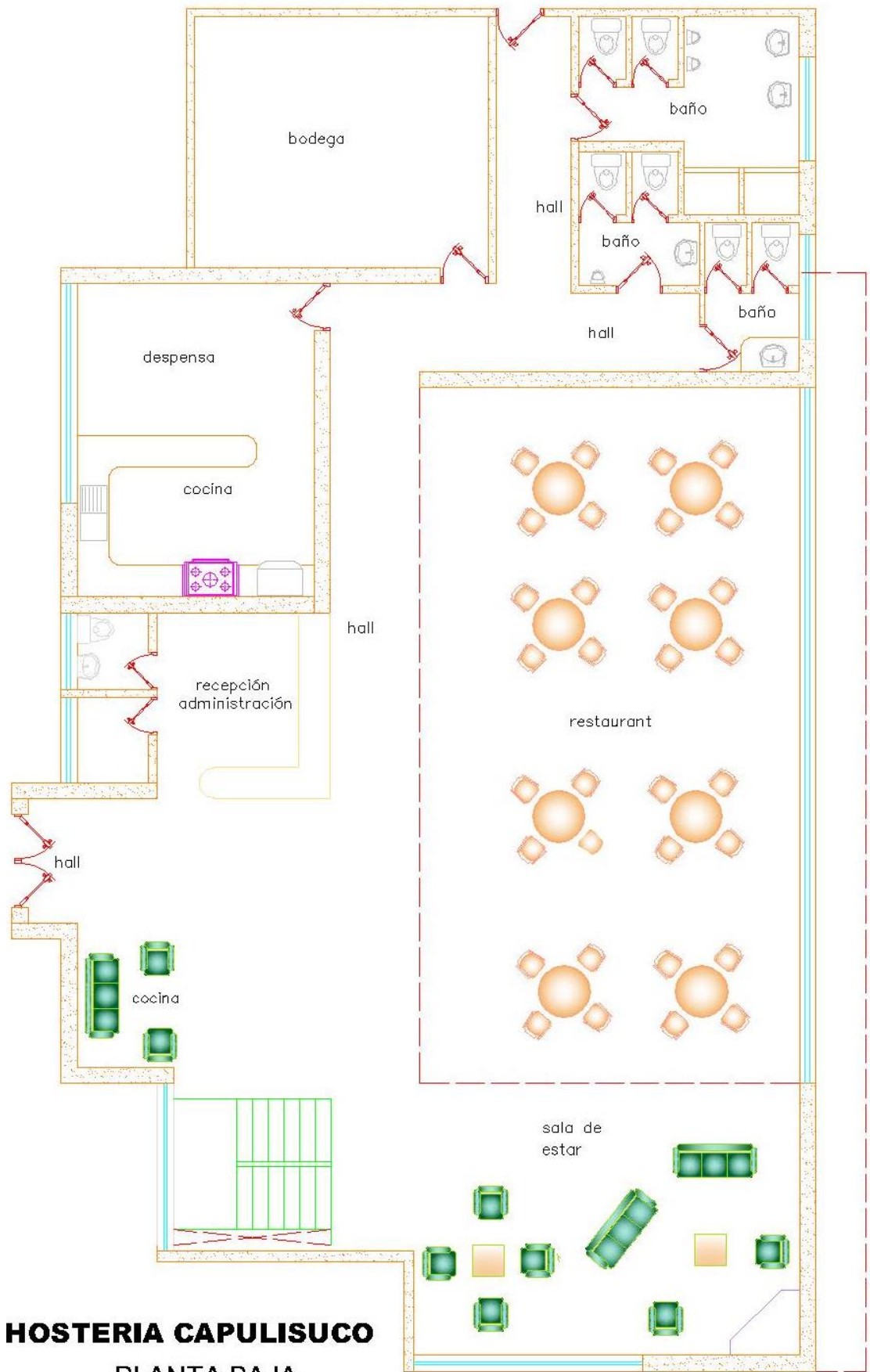
- b. **Bodegas:** en éste lugar se almacenará, sábanas, cobijas, almohadas, bicicletas, carpas, sleeping. Tiene un área de 28.00 m<sup>2</sup> (4.80m, x 6.00m), con paredes de ladrillo visto de 15 cm de espesor.
  
- c. **Cocina:** sitio de preparación de alimentos para servir a los usuarios; dispone de una bodega de almacenamiento de alimentos, carnes, verduras, vegetales, entre otros. Tiene un área de 17.28 m<sup>2</sup> (4.80m, x 3.60m), y la bodega 11.52 m<sup>2</sup> (4.80m, x 2.4m), con paredes de ladrillo visto de 15 cm de espesor.

## PLANO



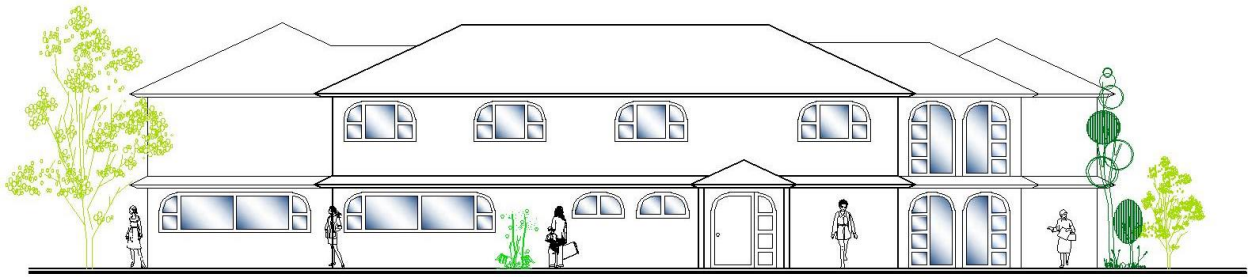
**HOSTERIA CAPULISUCO**  
**PLANTA ALTA**

**Elaboración:** Arq. Marco Orquera



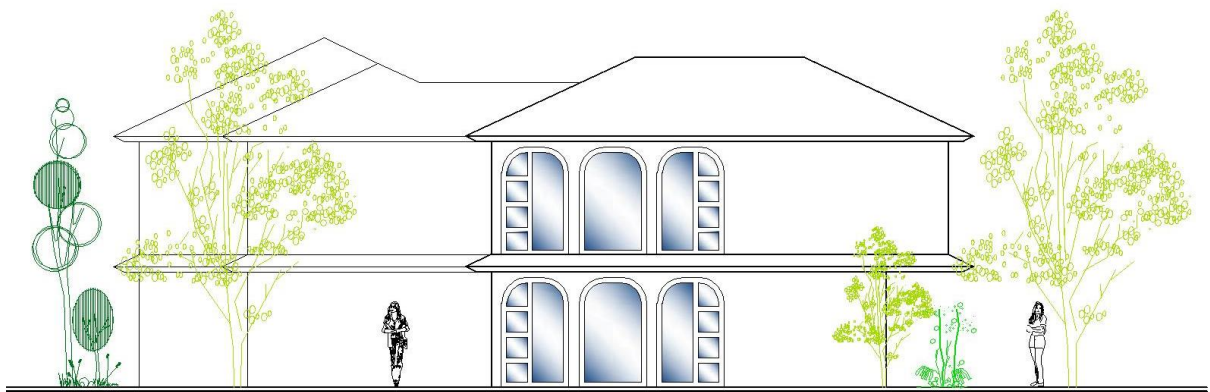
**HOSTERIA CAPULISUCO**  
PLANTA BAJA

Elaboración: Arq. Marco Orquera



FACHADA LATERAL IZQUIERDA

**Elaboración:** Arq. Isabel Orquera



FACHADA LATERAL IZQUIERDA

**Elaboración:** Arq. Isabel Orquera

### 3.2.4 Organización Estructural de la Empresa

El diseño organizacional de Hostería Capulisuco está conformado por una jerarquización corta y la labor basada de pequeños grupos autoguidados.

El personal que va a trabajar en LA HOSTERÍA es totalmente idóneo y capacitado para la realización de las diferentes tareas y actividades que se realizan en el mismo. La Hostería Capulisuco cuenta con 4 trabajadores distribuidos en cada departamento, además cuenta con su respectivo administrador, el cual realiza todas las tareas referentes a la administración y a la contabilidad de la empresa, pago de personal y control de inventarios.

#### 3.2.4.1 Organigrama Estructural



### **3.2.4.2 Funciones Específicas por puesto**

#### **Administrador**

- Representar legalmente a la empresa
- Planificar, organizar y dirigir el buen funcionamiento de la hacienda
- Velar por el cumplimiento de los reglamentos y las leyes vigentes.
- Establecer los objetivos y políticas a seguir, así como las estrategias a corto y largo plazo
- Seleccionar, capacitar y controlar al personal, determinar su permanencia en el cargo y fijar su remuneración.
- Garantizar el adecuado manejo de los recursos de la empresa
- Recibir a los turistas que llegan, registrarlos y direccionarlos
- Responderá las inquietudes y quejas que puedan existir por parte de los clientes
- Facturación y cobro por los servicios a los turistas.
- Manejar la contabilidad, elaborar los estados financieros de la empresa, elaboración de presupuestos, manejo del crédito bancario, obligaciones tributarias.
- Contestará y realizará todas las llamadas telefónicas brindando toda la información que requiera los clientes sobre el servicio que se prestará.
- Llevará el registro de reservas

#### **Guía Turístico**

- Recibe las instrucciones del administrador sobre el grupo de turistas a conducir o la actividad a realizar.
- Acompaña a los turistas en sus excursiones y diversiones.
- Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad
- Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista
- Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos
- Asiste al turista en los primeros auxilios en caso de que se presente algún inconveniente
- Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario



## **Cocinero**

- Dirigir, controlar todas las actividades relacionadas con la actividad culinaria del establecimiento.
- Aprovechar de la mejor manera todos los productos de cocina
- Elaboración y presentación de los diferentes platos.
- Realizar los pedidos de acuerdo a las necesidades
- Planificará el menú junto al administrador.

## **Mesero**

- Tomará los diferentes pedidos
- Encargado de transportar los alimentos ya preparados desde la cocina al comedor.
- Deberá tener siempre limpio el lugar de trabajo, realizando la limpieza de mesas, cambio de manteles, levantamiento de vajilla.
- Debe ser ágil, rápido, efectivo y eficaz, manteniendo una buena atención y un buen servicio

## **Camarera**

- Responsable de instalar a los turistas en su respectiva habitación.
- Encargada de llevar las maletas del turista desde la recepción a su habitación.
- Deberá realizar la limpieza y arreglo de las habitaciones,, y cuando lo amerite podrá ayudar como mesera en el restaurante de acuerdo al flujo de turistas que exista.
- Llevará los diferentes controles que le pase el administrador para el control del inventario de cada habitación.
- Control de material y productos de limpieza

## **Trabajador Temporal**

Cabe señalar que los puestos que aparecen en el organigrama serán el personal que tenga un contrato fijo y serán de planta. Cuando las circunstancias lo ameriten se

contratará personal temporal y ayudantes de cocina, guía turístico y camarero, dependiendo del porcentaje de ocupación que se tenga por temporada o por algún tipo de reserva grupal.

### 3.2.4.3 Perfil de cada puesto

Con la implementación de la hostería, no solo anhela generar ingresos para el dueño, también se desea generar una fuente de ingresos y empleo para los habitantes de la parroquia, y de esta manera lograr reducir el índice de pobreza que existe actualmente.

A continuación se determina los requisitos que necesita tener cada empleado para poder trabajar en la hostería; cabe recalcar que el Administrador es el dueño de la hacienda, razón por la cual no se definirá el perfil del mismo.

**TABLA 3.12**  
**Perfil de cada puesto**

<b>PUESTO</b>	<b>PERFIL DE TRABAJO</b>
<b>Guía Turístico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tener conocimiento sobre el patrimonio turístico cultural y natural del cantón Mejía.</li> <li>- Saber por lo menos 2 idiomas incluido el castellano; recomendable que sepa inglés</li> <li>- Poseer vocación de servicio hacia los demás e iniciativa para brindar más de lo esperado</li> <li>- Ser sociable y tener disposición de trabajo en equipo.</li> </ul>
<b>Cocinero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia de al menos 1 a 2 años</li> <li>- De 28 años en adelante</li> <li>- Buena presencia</li> <li>- Ser responsable y con ganas de trabajar</li> <li>- Ser creativo y tener iniciativa</li> <li>- Ser sociable (cordial y amable con las personas)</li> </ul>
<b>Mesero</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Persona joven de buena presencia</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia de al menos 1 año</li> <li>- Ser sociable (cordial y amable con las personas)</li> <li>- Tener buenas costumbres</li> <li>- Ser responsable, atento</li> </ul>
<b>Camarera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bachiller</li> <li>- De 20 años en adelante</li> <li>- Buena presencia</li> <li>- Ser sociable y responsable</li> <li>- Con buenas costumbres</li> </ul>

Fuente: Estudio de Campo

Elaboración: Autor

### 3.2.4.4 Manual Operativo de cada Área

**TABLA 3.13**  
**Manual operativo por área**

DEPARTAMENTO	FUNCIONES
<b>Departamento Administrativo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Controlar los ingresos por el servicio ofrecido; así como mantener los registros y los controles requeridos.</li> <li>- Mantener registros actualizados de los trabajadores y sus clientes.</li> <li>- Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.</li> </ul>
<b>Departamento Recreacional</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se encarga de gestionar el área recreacional.</li> </ul>
<b>Departamento de Cocina</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaborar los platos de tal manera que satisfagan el paladar del turista.</li> <li>- Controlar que estén preparados con todos los ingredientes al momento de elaborar los platos.</li> </ul>

<b>Departamento de Limpieza</b>	- Disponer lo necesarios para que todos los espacios de la hostería se conserven en estado de limpieza y saneamiento
-------------------------------------	--

**Fuente:** Estudio de Campo

**Elaboración:** Autor

### 3.2.5 Marco Legal

Con la finalidad de tener un mejor conocimiento del sector turístico, se detalla a continuación dos artículos de la “Ley de Turismo”<sup>32</sup> que definen el ámbito de la Ley y los principios necesarios de la actividad turística.

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

**Art. 3.-** Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

---

<sup>32</sup> Ley de Turismo

La Hostería Capulisuco es una empresa turística, la misma que deberá manejarse bajo los conceptos de la “Ley de Turismo”; cuyo principal objetivo es la satisfacción de los clientes brindando un servicio de calidad, así como también proteger el medio ambiente.

## **CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA**

La formalidad legal para la creación de una empresa se detalla en la Ley de Compañías. El tipo de empresa que se formará depende exclusivamente de los objetivos del empresario, para lo cual, es necesario recurrir a un abogado para el respectivo asesoramiento y los respectivos trámites de constitución.

La Hostería Capulisuco se establecerá como una compañía de hecho, cuya existencia no está subordinada al cumplimiento de ninguna formalidad, por lo cual no tiene personería jurídica. Cabe recalcar que las compañías de hecho son: de tipo de personal, asociativas o los denominados consorcios y se caracterizan por no haber legalizado su existencia o creación en la Superintendencia de Compañías; sin embargo este tipo de empresas tienen objetivos concretos, financieros, de ventas, fiscales de restricción de la competencia, entre otros.<sup>33</sup>

## **REQUISITOS PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

Para el ejercicio de actividades turísticas, en este caso para la creación de la hostería, se requiere obtener diferentes permisos que acredite la idoneidad del servicio que se ofrece y se sujete a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer actividades turísticas, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia única anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos.

---

<sup>33</sup> Tamanes, Ramón y Gallego, Santiago, Diccionario de Economía y Finanzas, Alianza Editorial, edición 1994.

Las diferentes leyes y normas ecuatorianas establecen una serie de pasos necesarios para la creación y constitución legal de una empresa, éstos dependerán de la estructura legal de la misma.

A continuación se explica los diversos aspectos legales necesarios para la constitución de la hostería y el tiempo aproximado que toma cada uno de ellos, según la Cámara Provincial de Turismo de Pichincha (CAPTUR) y la Guía de Trámites para la Instalación y Formalización de Establecimientos Turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito.

**TABLA 3.14**  
**Requisitos para el Ejercicio de Actividades Turísticas**

<b>PASOS</b>	<b>DOCUMENTO</b>	<b>LUGAR</b>	<b>TIEMPO (minutos)</b>	<b>COSTO</b>
1	RUC (persona natural o jurídica)	SRI	30 minutos	Gratuito
2	Inscripción en el Ministerio de Turismo		30 días	100 USD
3	Afiliación de la Cámara Provisional de Turismo	Cámara Provincial de Turismo		
4	Resultado de búsqueda fonética	Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	15 a 20 minutos	21,20 USD
5	Informe de regulación metropolitana	Administración Zonal del establecimiento	3 días	2 USD
6	Patente Municipal	Administración Zonal del establecimiento	1 hora	Depende del capital del establecimiento
7	Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	Cuerpo de Bomberos	11 días	1,00 USD
8	Permiso de uso de suelo	Administración Zonal del establecimiento	15 días laborables	1,70 USD
9	Certificado de registro	Corporación	20	Depende de la

	provisional	Metropolitana de Turismo	minutos	categoría del establecimiento
10	Tasa de turismo	CMT	8 días	Según categoría
11	Licencia Anual de funcionamiento			250
12	Certificado de registro definitivo y LUAF	Corporación Metropolitana de Turismo	25 minutos	Depende de la categoría del establecimiento
13	Permiso sanitario	Dirección Provincial de Salud	20 días laborables	Depende de la categoría del establecimiento
14	Permiso de medio ambiente	Dirección Metropolitana Ambiental	15 días laborables	40,00 USD
15	Permiso para la instalación de publicidad exterior	Municipio del Distrito Metropolitano de Quito	15 días laborables	Según dimensión publicidad
16	Certificado de derechos patrimoniales de autor de las obras	SAYCE	15	Según categoría
17	Certificado de derechos de producción y reproducción de fonogramas	Sociedad de productores de fonogramas	15 minutos	Depende de la actividad y categoría del establecimiento

**Fuente:** Cámara Provincial de Turismo de Pichincha (CAPTUR), y la Guía de Trámites para la Instalación y Formalización de Establecimientos Turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito.

**Elaboración:** Autor

Los requerimientos para el funcionamiento del negocio son:

### **1. REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)**

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil

- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación.
- Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, de máximo tres meses atrás de la fecha actual del: a) Domicilio actual; y b) Lugar en que realiza la actividad económica
- Para personas obligadas a llevar contabilidad, carta suscrita por el contador del sujeto pasivo (adjuntar copia de cédula), certificando su relación laboral o contractual con el contribuyente.

## **2. INSCRIPCIÓN EN EL MINISTERIO DE TURISMO**

El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de la Ley de Turismo.

### **Requisitos:**

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
3. Copia del R.U.C.
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la papeleta de votación
6. Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPPI.
8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia)
10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.



### **3. AFILIACIÓN A LA CÁMARA DE TURISMO**

Para afiliarse a la Cámara de Turismo el trámite es el siguiente:

- Llenar el formato de solicitud de afiliación provisional
- El directorio fijará la cuota de afiliación para los nuevos prestadores de servicios
- Copia de la escritura de constitución
- Copia de la razón social debidamente aprobada por la Superintendencia de Compañías
- Copia del nombramiento de Gerente y Presidente
- Copia del Ruc
- Declaración de la dirección de la futura empresa.

### **4. RESULTADO DE BÚSQUEDA FONÉTICA**

La Búsqueda Fonética es el trámite que se realiza con el fin de obtener conocimiento relacionado a la existencia de una marca, nombre comercial o lema comercial previamente registrado o su registro está siendo tramitado. Para ello es necesario cumplir los siguientes requisitos:

- Formulario de búsqueda fonética. Este formulario debe contar con una firma y número de matrícula de patrocinio de un abogado, que tiene un valor aproximado de 13 USD.
- Comprobante de pago por concepto de búsqueda fonética. (Este valor se lo cancela en la tesorería del IEPI, ubicada en el primer piso del edificio; el monto a pagar es de 8 USD).

### **5. INFORME DE REGULACIÓN METROPOLITANA (IRM)**

El informe de regulación metropolitana es un informe que explica al solicitante el tipo de edificación que puede realizar, el mismo que se obtendrá en la Administración Zonal a la que pertenezca el establecimiento.

Para obtener el IRM se debe cumplir los siguientes requisitos:

- Formulario de solicitud para obtener el IRM. (Este formulario se lo compra en la ventanilla de tesorería de la Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento y tiene un valor de 2 USD).
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial.

## **6. PATENTE MUNICIPAL**

- Formulario de declaración del impuesto de patentes. (Este formulario se lo compra en la tesorería de la Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento y tiene un valor de 0.20 USD).
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Original y copia del RUC.
- Clave catastral (Se la obtiene en la ventanilla de información de la Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento).

## **7. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS**

- Formulario de solicitud de inspección. (Este formulario se lo compra en la tesorería de las oficinas del CBQ y tiene un valor de 1 USD).
- Informe favorable de inspección.
- Copia de la Patente Municipal.

## **8. INFORME DE COMPATIBILIDAD DE USO DE SUELO**

El permiso de Uso de Suelo se lo obtiene con la finalidad de determinar la compatibilidad de funcionamiento de un establecimiento con el uso del suelo asignando a un sector determinado

**Requisitos:**

- Formulario de solicitud de compatibilidad de uso de suelo y formulario de solicitud del título de crédito de tasas de servicios administrativos.
- Comprobante de pago por tasas de servicios administrativos. (El valor de esta tasa es de 1.70 USD).
- Original y copia de la Patente Municipal del año en curso o RUC.
- Informe de Regulación Metropolitana
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal del establecimiento.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.

**9. CERTIFICADO DE REGISTRO PROVISIONAL DE LA CORPORACIÓN METROPOLITANA DE TURISMO (CMT)**

- Formulario de solicitud de inscripción. Este formulario se lo obtiene en las ventanillas de la CMT. En el caso de que exista una inspección previa al establecimiento, el inspector se encargará de llenar la solicitud y presentarla en la ventanilla de la CMT.
- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, en el caso de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil.
- Copia del RUC.
- Patente Municipal.
- Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil. (Solicitarlo en la ventanilla de la CMT).
- Comprobante de pago de la tasa de registro y del uno por mil.
- Copia de la cédula y de la papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos; firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal sobre los valores declarados.

## **10. TASA DE TURISMO**

- Copia del Registro provisional de la CMT

## **11. LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá por una sola vez a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de Quito (Servipagos, Administraciones Zonales) y cancelará la patente municipal, la tasa de turismo, el aporte anual a CAPTUR, y el permiso de Bomberos. Los requisitos que necesita cumplir son:

- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
- Permiso de Uso de Suelo,
- Copia del RUC (actualizado, si existieren cambios).

## **12. REGISTRO DEFINITIVO Y LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (LUAF)**

- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.
- Registro Provisional de la CMT.
- Certificado de Búsqueda Fonética del IEPI.
- Comprobante de pago de la Patente Municipal.
- Comprobante de pago de la Tasa de Turismo.

## **13. PERMISO SANITARIO**

El Permiso de Funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento

Los permisos de funcionamiento sanitario se renovarán anualmente durante los 180 primeros días de cada año, previo el pago de los derechos correspondientes. Los requisitos son:

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

#### **14. CERTIFICADO POR GUÍAS DE PRÁCTICAS AMBIENTALES**

Este certificado lo emite la Dirección Metropolitana Ambiental, “la cual basa su trabajo en lo dispuesto en el Art. 2 del Título I Principios Generales de la Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, numeral 1) que dice: Regulará el uso y la adecuada ocupación del suelo y ejecutará control sobre el mismo con competencia exclusiva y privativa. De igual manera regulará y controlará, con competencia exclusiva y privativa las construcciones o edificaciones, su estado, utilización y condiciones: y, el numeral 3) que dice: Prevedrá y controlará cualquier tipo de contaminación del ambiente”.

#### **15. PERMISO PARA LA INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

Para la adquisición del permiso para la instalación de publicidad exterior es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia de la Patente Municipal actualizada.
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la carta de pago del impuesto predial.

- Autorización escrita del dueño del inmueble, notariada con reconocimiento de firmas.
- Informe de Regulación Metropolitana.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo.
- Fotografía actual de la fachada del inmueble y croquis.
- Comprobante de pago de la tasa de publicidad exterior. (Este pago se lo realiza en las ventanillas de recaudación del Municipio).
- Formulario de solicitud para el permiso de publicidad exterior. (Este formulario se lo solicita en la ventanilla de información del Municipio y es gratuito).

## **16. CERTIFICADO DE DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR DE LAS OBRAS**

La Sociedad de Autores y Compositores Ecuatorianos “S.A.Y.C.E.”, es una entidad que se encarga de velar y preservar el cumplimiento de los derechos morales, y económicos resultantes de la utilización pública de las obras de autores nacionales y/o extranjeros a los que representa.

Todos los establecimientos que realizan actividades turísticas en el DMQ están en la obligación de pagar esta contribución. El único requisito que necesita es la copia del RUC.

## **17. CERTIFICADO DE DERECHOS DE PRODUCCIÓN Y REPRODUCCIÓN DE FONOGRAMAS**

Todos los establecimientos que realizan actividades turísticas en el Distrito Metropolitano de Quito, a excepción de transporte turístico, están en la obligación de pagar esta contribución. El requisito es la copia del RUC.

# **CAPÍTULO 4**

## **ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO**

### **4.1 OBJETIVOS**

#### **4.1.1 Objetivo General**

Establecer el monto de los recursos económicos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, el costo total de la operación y una serie de indicadores que servirán como base para determinar la viabilidad y ejecución del proyecto en estudio.

#### **4.1.2 Objetivos Específicos**

- Definir la inversión inicial del proyecto: inversión fija y diferida.
- Establecer el capital de trabajo o de operación con el que hay que contar para empezar a trabajar.
- Determinar los costos fijos y variables necesarios, así como también el costo de producción general que requiere el proyecto.
- Establecer los ingresos en función al precio de cada actividad: hospedaje, restaurante y actividades.
- Definir los gastos administrativos, ventas y de financiamiento.
- Desarrollar los flujos de caja tanto mensual como anual
- Mostrar el estado de pérdidas y ganancias al año 1 de operación del proyecto.
- Exponer un balance de situación inicial al año 1 de operación del proyecto
- Desarrollar el método de evaluación financiera que toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo para la aprobación del proyecto tomando en cuenta el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Relación Beneficio Costo.

Según el libro de Edgar Hernández, “el estudio financiero actúa dentro de un estudio de preinversión como un sintetizador, concentrando de manera cuantitativa las principales conclusiones logradas durante el análisis del mercado y el técnico arquitectónico”<sup>34</sup>. Por lo tanto el estudio económico-financiero es uno de los estudios más importantes dentro del presente trabajo, ya que a través del mismo se puede determinar la viabilidad del proyecto en términos financieros.

## **4.2 INVERSIONES DEL PROYECTO**

Las inversiones que se van a tomar en cuenta en el presente proyecto son:

- Inversiones Fijas o Tangibles
- Inversiones Diferidas o Intangibles
- Capital de Trabajo

Estas inversiones son necesarias para iniciar las operaciones de la empresa, las cuales se explica a continuación:

### **4.2.1 Inversiones Fijas o Tangibles**

La inversión fija de este proyecto hace referencia al activo fijo en el que se invertirá para el buen funcionamiento del mismo; generalmente se consideran activos fijos a “terrenos, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas, entre otros”<sup>35</sup>.

Para el desarrollo de la actividad turística, se comienza por detallar el costeo de obra, es decir, la inversión estimada necesaria para la construcción de la hostería.

La tabla que se explica a continuación desglosa los materiales necesarios para la construcción de la misma en la Parroquia El Chaupi. Cabe recalcar que el costeo de obra fue calculado por un arquitecto, la cual se detalla en la siguiente tabla:

**TABLA 4.1**  
**Costeo de Obras**

---

<sup>34</sup> Edgar Alfonso Hernández Díaz, *Proyectos Turísticos, Formulación y Evaluación*

<sup>35</sup> Gabriel Baca Urbina, *Evaluación de proyectos*, pág. 137



ITEM	DESCRIPCIÓN	UNI.	CANT.	PRECIO U.	PRECIO T.	MANO DE OBRA	MATERIALES	EQUIPO
<b>MOVIMIENTO DE TIERRAS</b>								
1.1	Excavación de plintos y cimientos	M3	21,56	13,19 \$	284,38 \$	282,22 \$	0,00 \$	2,16 \$
1.2	Limpieza manual del terreno	M2	380,00	1,74 \$	661,20 \$	623,20 \$	0,00 \$	38,00 \$
1.3	Replanteo y nivelación	M3	380,00	1,40 \$	532,00 \$	501,60 \$	0,00 \$	30,40 \$
					<b>1.477,58 \$</b>	<b>1.407,02 \$</b>	<b>0,00 \$</b>	<b>70,56 \$</b>
<b>MAMPOSTERÍA</b>								
2.1	Mampostería ladrillo mambrón	M2	400,00	13,51 \$	5.404,00 \$	2.572,00 \$	2.672,00 \$	160,00 \$
					<b>5.404,00 \$</b>	<b>2.572,00 \$</b>	<b>2.672,00 \$</b>	<b>160,00 \$</b>
<b>ENLUCIDOS</b>								
3.1	Enlucido vertical peleteado	M2	70,00	5,93 \$	415,10 \$	332,50 \$	72,10 \$	10,50 \$
					<b>415,10 \$</b>	<b>332,50 \$</b>	<b>72,10 \$</b>	<b>10,50 \$</b>
<b>PISOS</b>								
4.1	Cerámica para pisos 40x40 alto tráfico E=7MM	M2	380,00	12,94 \$	4.917,20 \$	1.482,00 \$	3.423,80 \$	11,40 \$
4.2	Gres	M2	87,00	19,27 \$	1.676,49 \$	677,73 \$	990,06 \$	8,70 \$
					<b>6.593,69 \$</b>	<b>2.159,73 \$</b>	<b>4.413,86 \$</b>	<b>20,10 \$</b>
<b>INSTALACIÓN ELÉCTRICA</b>								
5.1	Iluminación	PTO	30,00	33,36 \$	1.000,80 \$	703,50 \$	283,80 \$	13,50 \$
5.2	Iluminación de pared tipo aplique media luna	U	60,00	11,53 \$	691,80 \$	49,20 \$	642,00 \$	0,60 \$
					<b>1.692,60 \$</b>	<b>752,70 \$</b>	<b>925,80 \$</b>	<b>14,10 \$</b>
<b>CARPINTERÍA</b>								
6.1	Pasamanos de grada	M	40,00	42,98 \$	1.719,20 \$	647,20 \$	1.068,00 \$	4,00 \$

	Pasamanos de madera Inc. lacado	M	24,00	29,26 \$	702,24 \$	178,32 \$	444,72 \$	79,20 \$
6.2	Entablado con madera de monte A=20 cm	M2	387,00	9,77 \$	3.780,99 \$	2.786,40 \$	955,89 \$	38,70 \$
6.3	Vigas de madera (12*8)cm	ML	600,00	5,61 \$	3.366,00 \$	864,00 \$	2.418,00 \$	84,00 \$
6.4	Puerta panelada tablero MDF a=0,70 m h=1,70 m	U	23,00	118,32 \$	2.721,36 \$	1.502,59 \$	852,61 \$	358,80 \$
6.5	Ventana de madera nueva terminada	M2	30,00	45,03 \$	1.350,90 \$	381,30 \$	924,00 \$	45,60 \$
6.6	Cubierta de paja toquilla	M2	400,00	2,45 \$	980,00 \$	100,00 \$	880,00 \$	0,00 \$
6.7	Vidrio claro de 3 MM	M2	42,00	8,28 \$	347,76 \$	69,30 \$	275,10 \$	3,36 \$
					<b>14.968,45 \$</b>	<b>6.529,11 \$</b>	<b>7.818,32 \$</b>	<b>613,66 \$</b>

#### CUBIERTAS

7.1	Correas de amdera 10 x 12 cm	M	300,00	9,60 \$	2.880,00 \$	2.034,00 \$	630,00 \$	216,00 \$
7.2	Cubierta de paja toquilla	M2	500,00	2,45 \$	1.225,00 \$	125,00 \$	1.100,00 \$	0,00 \$
					<b>4.105,00 \$</b>	<b>2.159,00 \$</b>	<b>1.730,00 \$</b>	<b>216,00 \$</b>

#### AGUA POTABLE

8.1	Salida agua caliente HG	PTO	16,00	40,88 \$	654,08 \$	259,04 \$	393,44 \$	1,60 \$
8.2	Salida agua fría HG	PTO	34,00	40,88 \$	1.389,92 \$	550,46 \$	836,06 \$	3,40 \$
8.3	Tubería agua fría PVC 1/2 PLG	PTO	34,00	13,65 \$	464,10 \$	275,06 \$	185,64 \$	3,40 \$
					<b>2.508,10 \$</b>	<b>1.084,56 \$</b>	<b>1.415,14 \$</b>	<b>8,40 \$</b>

#### APARATOS SANITARIOS

9.1	Inodoro tanque bajo	U	11,00	91,36 \$	1.004,96 \$	267,08 \$	735,57 \$	1,10 \$
9.2	Lavadero A.I. 2 pozos 1 escurridera inc. Accesorios	U	1,00	161,45 \$	161,45 \$	11,31 \$	150,04 \$	0,10 \$
9.3	Lavamanos completo	U	11,00	121,10 \$	1.332,10 \$	267,08 \$	1.063,92 \$	1,10 \$
					<b>2.498,51 \$</b>	<b>545,47 \$</b>	<b>1.949,53 \$</b>	<b>2,30 \$</b>

**TOTAL**

**39.663,03 \$**

Elaboración: Arq. Marco Orquera

Con los datos que se especificó en la tabla 4.1, se pudo conocer el valor total de la construcción de la hostería, que es de \$39.663,03 dólares. Después de conocer el valor de la construcción, se detalla a continuación las adquisiciones necesarias para la implementación del servicio que ayudarán su operación normal.

**Tabla 4.2**  
**Inversiones Fijas o Tangibles**

MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b><i>Alojamiento</i></b>			
Camas	17	145,80	2.478,60
Veladores	17	35,00	595,00
Colchones	17	100,00	1.700,00
Almohadas	34	4,00	136,00
Edredones	17	14,50	246,50
Sábanas	34	8,00	272,00
Cobijas	17	12,30	209,10
Cortinas	7	9,50	66,50
Carpas	4	450,00	1.800,00
Sleeping	12	98,00	1.176,00
<b><i>Baños</i></b>			
Toallas para baño	20	8,00	160,00
Lavamanos	10	60,00	600,00
Inodoros	10	70,00	700,00
Tachos de basura	10	2,30	23,04
<b><i>Restaurante</i></b>			
Cocina	1	129,59	129,59
Congelador 13 p.	1	650,00	650,00
Refrigeradora 13 p.	1	510,00	510,00
Mesas	7	25,00	175,00
Sillas	28	7,07	197,99
Juego de cubierto (cucharas, cuchillo, tendedor)	3	12,95	38,84
Vasos	38	0,51	19,34
Copas	38	0,48	18,32
Jarra	7	1,54	10,75
Plato tendido 27 cm	30	1,96	58,92
Plato hondo	30	1,83	54,90
Plato tendido 24 cm	30	1,58	47,40

Plato tendido 20 cm	30	1,20	35,88
Pocillo	30	1,01	30,27
Plato te	30	0,90	27,06
Manteles	7	6,60	46,20
Olla a presión	1	38,53	38,53
Microondas	1	160,00	160,00
Tazón	3	2,20	6,60
Licuada	1	102,68	102,68
Escurreidor	1	6,68	6,68
Rallador	1	8,46	8,46
Charol	2	4,69	9,37
Waflera	1	37,68	37,68
Batidora	1	22,59	22,59
Servilletero	7	1,47	10,29
Saleros	7	1,40	9,80
Azucarera	7	1,50	10,50
<b>Recepción</b>			
Sillas	1	7,07	7,07
Chimenea	2	500,00	1.000,00
Juego de sala	2	220,00	440,00
			<b>14.083,45</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>			
Teléfono	1	25,00	25,00
			<b>25,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
Computadora e impresora	1	700,00	700,00
			<b>700,00</b>
<b>VEHÍCULO</b>			
Automóvil	1	10.000,00	10000,00
Bicicletas	15	115,00	1725,00
			<b>11725,00</b>
<b>EDIFICIO</b>			
Hostería			39663,03
			<b>39663,03</b>
<b>TOTAL INVERSIONES FIJAS</b>			<b>\$ 66.196,47</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

Recopilando la información anterior, es decir, los muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de computación, vehículo y edificio, dan como resultado la inversión total en activos fijos o tangibles, que es de \$66.196,47 dólares.

#### 4.2.2 Inversiones Diferidas o Intangibles

La inversión diferida o intangible es el “conjunto de bienes propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento”<sup>36</sup>; es decir que en este punto existen gastos que son efectuados por una empresa antes de iniciar sus operaciones, los cuales deben ser incluidos para desarrollar el presupuesto de inversión.

En la siguiente tabla se detalla el resumen de los gastos de constitución que se explicó en el capítulo 3, tabla 3.16.

**Tabla 4.3**  
**Inversiones Diferidas o Intangibles**

CONCEPTO	VALOR
Gastos de Constitución	\$ 796,55
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 796,55</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

#### *Depreciaciones*

Según Baca Urbina, el término depreciación se aplica al activo fijo, ya que con el uso, estos bienes valen menos, es decir, se deprecian.<sup>37</sup> Dentro de la investigación, se utilizará la depreciación de línea recta, la misma que establece un porcentaje de depreciación y años de vida útil para cada tipo de activo fijo.

A continuación se detalla las depreciaciones de los activos que mencionamos en la tabla 4.2:

<sup>36</sup> Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, pág. 137

<sup>37</sup> Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, pág. 138

**Tabla 4.4**  
**Depreciación Activos Fijos o Tangibles**

CONCEPTO	VALOR INICIAL	PORCENTAJE	AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Muebles y Enseres	14.083,45	10,0%	10	1.408,34	7.041,72
Equipos de Oficina	25,00	10,0%	10	2,50	12,50
Equipos de Computación	700,00	33,3%	3	233,33	233,33
Vehículos	11.725,00	20,0%	5	2.345,00	0,00
Edificios	39.663,03	20,0%	20	1.983,15	29.747,27
<b>TOTAL</b>	<b>66.196,47</b>			<b>5.972,33</b>	<b>37.034,83</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

### 4.2.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo está determinado para financiar la primera producción antes de recibir ingresos; el método que se utilizó para determinar dicho capital fue el método de desfase, en el que incluye todos los costos y gastos.

La fórmula que se aplica es:

$$PD = \frac{\text{Costo Total Anual}}{360} * nd$$

En donde:

- PD = período de desfase
- Costo Total Anual = costos de producción + gastos operativos
- nd = número de días que existan ingresos

Cabe recalcar que el valor de los costos y gastos que se muestran a continuación se detallan más adelante en las tablas 4.8, 4.9, 4.10 Y 4.11. Por lo tanto, el capital de trabajo que se consideró para la creación de la hostería es:

**Tabla 4.5**  
**Capital de trabajo**

CONCEPTO	VALOR
<b>Costos</b>	<b>14.864,91</b>
Fijos	6.004,12
Variables	8.860,80
<b>Gastos</b>	<b>39.280,11</b>
Administrativos	36.270,11
Venta	2.290,00
Operacionales	720,00
Financieros	0,00
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 54.145,02</b>

Fuente: Investigación Autor

Elaboración: Autor

$$PD = \frac{\text{Costo.Total.Anual}}{360} * nd$$

$$PD = \frac{43869,43}{360} * 30$$

$$PD = 4.512,09$$

El valor de capital de trabajo será de 4.512,09.

### **Inversión Total**

Una vez analizados los tres elementos que componen la inversión de un proyecto (inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo), se puede determinar el costo total del proyecto que se explica a continuación:

**Tabla 4.6**  
**Inversión Total**

CONCEPTO	VALOR
Total Inversiones Fijas	\$ 66.196,47
Total Inversiones Diferidas	\$ 796,55
Total Capital de trabajo preoperativo	\$ 4.512,09
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 71.505,11</b>

Como se puede observar en la tabla anterior, el costo total de la inversión es de \$71.505,11 dólares, siendo los activos fijos la inversión más alta en relación a las inversiones diferidas y el capital de trabajo.

### 4.3 FINANCIAMIENTO

Como se aprecia en la tabla 4.6, el total de la inversión inicial es de \$71.505,11 dólares, el cual será financiado netamente por el dueño de la compañía como se muestra a continuación:

**Tabla 4.7**  
**Financiamiento**

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>VALOR</b>
Capital propio 100%	\$ 71.505,11
Préstamo 0%	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 71.505,11</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

### 4.4 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Los costos de producción son:

#### 4.4.1 Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos costos que no varían así cambie la producción. Considerando el tamaño del proyecto, se ha establecido que el requerimiento de personal del restaurante es indispensable para el buen funcionamiento de la hostería; de esta manera se detalla a continuación el pago de salarios para el cocinero, quién será el único personal que se encargará del restaurante.



**Tabla 4.8**  
**Pago salario personal de producción**

CARGO	SUELDO	IESS		13° SUELDO	14° SUELDO	VACACIONES 4,17%	FONDO DE RESERVA	LIQUIDO A RECIBIR MENSUAL	LIQUIDO A RECIBIR ANUAL
		APORTE INDIVIDUAL 9,35%	APORTE PATRONAL 12,15%						
Cocinero	390,00	36,47	47,39	32,50	18,16	16,26	32,50	353,54	6.004,12
								<b>353,54</b>	<b>6.004,12</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

#### 4.4.2 Costos Variables

Los costos variables son aquellos que varían de acuerdo a la producción, en este caso, son todos los costos que tienen que ver con la alimentación, es decir con: el desayuno, almuerzo y merienda que se ofrecerá a los turistas.

En las tablas 4.9, 4.10 y 4.11 que se muestran a continuación se detallan minuciosamente el costo unitario de cada plato, así como también el costo mensual y anual. Cabe recalcar que el número de turistas que se ha tomado en cuenta es en base a la tabla 2.1 del estudio de mercado, y a través de las encuestas que se ha realizado a los turistas.

Para una mejor comprensión del cálculo del número de turistas que van a hacer uso del restaurante se puede observar en los ingresos que se explica más adelante.

#### *Desayuno*

**Tabla 4.9**  
**Costo de producción del desayuno**

Concepto	Costo Unitario
Jugo	0,20
Huevo	0,20
Leche	0,15

Mes	Costo Unitario	Número Turistas	Costo Mensual
Ene	1,14	84	96,25
Feb	1,14	212	241,48

Pan	0,20
Tortillas de maiz	0,14
Mermelada	0,03
Nata	0,04
Queso	0,18
<b>TOTAL</b>	<b>1,14</b>

Mar	1,14	84	96,25
Abr	1,14	212	241,48
May	1,14	212	241,48
Jun	1,14	212	241,48
Jul	1,14	212	241,48
Ago	1,14	212	241,48
Sep	1,14	84	96,25
Oct	1,14	84	96,25
Nov	1,14	212	241,48
Dic	1,14	212	241,48
			<b>2.316,81</b>

**Fuente:** Estudio de mercado del presente proyecto e investigación Autor

**Elaboración:** Autor

### *Almuerzo*

**Tabla 4.10**  
**Costo de producción del almuerzo**

Concepto	Costo Unitario	Mes	Costo Unitario	Número Turistas	Costo Mensual
Entrada	0,10	Ene	1,92	84	162,10
Sopa	0,40	Feb	1,92	212	406,70
Plato fuerte	1,10	Mar	1,92	84	162,10
Jugo	0,20	Abr	1,92	212	406,70
Postre	0,12	May	1,92	212	406,70
<b>TOTAL</b>	<b>1,92</b>	Jun	1,92	212	406,70
		Jul	1,92	212	406,70
		Ago	1,92	212	406,70
		Sep	1,92	84	162,10
		Oct	1,92	84	162,10
		Nov	1,92	212	406,70
		Dic	1,92	212	406,70
					<b>3.902,00</b>

**Fuente:** Estudio de mercado del presente proyecto e investigación Autor

**Elaboración:** Autor

## Merienda

**Tabla 4.11**

### Costo de producción de la merienda

Concepto	Costo Unitario
Plato fuerte	1,10
Agua Aromática	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>1,30</b>

Mes	Costo Unitario	Número Turistas	Costo Mensual
Ene	1,30	84	109,76
Feb	1,30	212	275,37
Mar	1,30	84	109,76
Abr	1,30	212	275,37
May	1,30	212	275,37
Jun	1,30	212	275,37
Jul	1,30	212	275,37
Ago	1,30	212	275,37
Sep	1,30	84	109,76
Oct	1,30	84	109,76
Nov	1,30	212	275,37
Dic	1,30	212	275,37
			<b>2.641,98</b>

**Fuente:** Estudio de mercado del presente proyecto e investigación Autor

**Elaboración:** Autor

En el almuerzo y en la merienda se pretende ofrecer a los turistas algunas opciones de plato fuerte, como fritada con mote, pollo al jugo con arroz, entre otros.

### **Resumen Costo Total de Producción**

Una vez analizados los costos de producción (costos fijos y costos variables), se puede determinar el costo total de producción:

**Tabla 4.12**

### Inversión Total

CONCEPTO	COSTO ANUAL
Costos Fijos	6.004,12
Costos Variables	8.860,80

<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>14.864,91</b>
-----------------------------------	------------------

Fuente: Investigación Autor

Como se puede observar en la tabla 4.13, el costo anual de producción es de \$14.864,91 dólares.

## 4.5 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Un ingreso es la “cantidad pagada o debida a una entidad, a cambio de la venta de sus productos o prestación de un servicio”<sup>38</sup>, en el caso de la hostería, los ingresos vienen dados por la prestación de un servicio, el cual es brindar hospedaje a los turistas, y al mismo tiempo ofrecer alimentación y actividades para poder recrearse con la naturaleza.

Para poder determinar el cuadro de ingresos del proyecto se parte de una estimación por temporada, siendo:

- Temporada Baja: aquellos meses que las personas dedican tiempo a su trabajo o a la universidad, es decir, los meses de Enero, Marzo, Septiembre y Octubre.
- Temporada Alta: son los períodos de vacaciones y feriados, es decir, los meses de Febrero, Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Noviembre y Diciembre.

En la tabla 2.3 que se encuentra en el capítulo 2 del Estudio de Mercado del proyecto, muestra el número de turistas que han visitado la Reserva Ecológica Los Ilinizas en el año 2008, por lo que se toma esos mismos datos para estimar la demanda de turistas que harán uso del servicio que se ofrece. De esta manera, tomando como referencia la tabla 2.3 y los datos que se han obtenido mediante las encuestas, se puede calcular el número de personas que ocuparán las habitaciones o carpas, el restaurante y los que harán las diferentes actividades.

A continuación se muestra el número de turistas que emprenderían el viaje a la Parroquia El Chaupi, especificando el número de turistas nacionales y extranjeros:

---

<sup>38</sup> Chiriboga Albert, 2003, pág. 88

### ***Turistas Nacionales***

Ingreso de turistas nacionales, año 2008	1.275
(x) % turistas que emprenderían el viaje al Chaupi	80%
(=) Número de turistas que viajarían al Chaupi	1.018

### ***Turistas Extranjeros***

Ingreso de turistas extranjeros, año 2008	1.461
(x) % turistas que emprenderían el viaje al Chaupi	100%
(=) Número de turistas que viajarían al Chaupi	1.461

## **HOSPEDAJE**

Con los datos que se calculó anteriormente, se puede analizar el número de turistas que usarán el servicio de hospedaje:

### ***Turistas Nacionales***

Número de turistas que viajarían al Chaupi	1.018
(x) % turistas que utilizarán las habitaciones o carpas	55,92%
(=) Número de turistas que utilizarán las habitaciones o carpas	570

### ***Turistas Extranjeros***

Número de turistas que viajarían al Chaupi	1.461
(x) % turistas que utilizarán las habitaciones o carpas	100,00%
(=) Número de turistas que utilizarán las habitaciones o carpas	1.461

Una vez analizado el número de turistas que ingresan cada año a los Ilinizas y usan el servicio de hospedaje, se puede calcular el número de personas que pueden estar interesados en la Hostería Capulisuco.

Al existir 3 hosterías en la Parroquia El Chaupi, siendo una de ellas la Hostería Capulisuco, se supone que las 3 hosterías se van a repartir equitativamente los turistas a cada uno, como se muestra a continuación:



**NÚMERO DE TURISTAS NACIONALES****TEMPORADA ALTA**

Número de turistas que utilizarán habitaciones	570
(x) Temporada Alta	83,38%
<hr/>	
(=) Total turistas temporada alta	475
(/) Meses temporada	8
<hr/>	
(=) Número de turistas mensuales	59
(/) Número de hosterías en el Chaupi	3
<hr/>	
(=) Número de turistas por hostería mensual	20

**TEMPORADA BAJA**

Total turistas para sacar el ingreso	570
(x) Temporada baja	16,62%
<hr/>	
(=) Total turistas temporada baja	95
(/) Meses temporada	4
<hr/>	
(=) Número de turistas mensuales	24
(/) Número de hosterías en el Chaupi	3
<hr/>	
(=) Número de turistas por hostería mensual	8

**NÚMERO DE TURISTAS EXTRANJEROS****TEMPORADA ALTA**

Número de turistas que utilizarán habitaciones	1461
(x) Temporada Alta	83,38%
<hr/>	
(=) Total turistas temporada alta	1218
(/) Meses temporada	8
<hr/>	
(=) Número de turistas mensuales	152
(/) Número de hosterías en el Chaupi	3
<hr/>	
(=) Número de turistas por hostería mensual	51

**TEMPORADA BAJA**

Total turistas para sacar el ingreso	1461
(x) Temporada baja	16,62%
<hr/>	
(=) Total turistas temporada baja	243
(/) Meses temporada	4
<hr/>	
(=) Número de turistas mensuales	61
(/) Número de hosterías en el Chaupi	3
<hr/>	
(=) Número de turistas por hostería mensual	20

El número de turistas que la Hostería Capulisuco tendrá mensualmente es:

**Tabla 4.13**

**Número de turistas mensuales que tendrá la hostería**

	<b>Turistas Nacionales</b>	<b>Turistas Extranjeros</b>
<b>Temporada Alta</b>	20	51
<b>Temporada Baja</b>	8	20

Además, como se explicó en el marketing mix del capítulo 2, se ha realizado convenios con 5 agencias de viaje, las mismas que proporcionarán 22 turistas por agencia, es decir, 110 turistas mensuales. Pero por si por algún motivo sucede algún inconveniente, el número de turistas extranjeros que son fijos mensualmente es de 51 turistas en temporada alta, y 20 en temporada baja.

***Capacidad Instalada***

A continuación se indica la capacidad instalada por habitación y por carpa, así como también la capacidad instalada por día:

**Tabla 4.14**

**Capacidad Instalada de habitación y carpas**

<b>CONCEPTO</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>CAP. INSTALADA POR HABITACIÓN</b>	<b>CAP. INSTALADA POR DÍA</b>
Habitación	7	4	28
Carpa	4	3	12
			<b>40</b>

**Elaboración:** Autor

Según los datos de la tabla 4.14, el número de turistas que entran en cada habitación es de 4 personas, y en cada carpa es de 3 personas; es decir que la hostería está en la capacidad de atender a 40 turistas diarios.



Según las encuestas aplicadas en el capítulo 2, se obtuvieron los siguientes datos: el 30,92% de los turistas nacionales prefieren pasar 2 noches en la hostería, el 13,82% de los encuestados desean pasar 3 noches, mientras que el 11,18% prefieren 4 noches. De igual manera, los turistas extranjeros prefieren dormir 2 noches con un porcentaje del 3,31%, 3 noches con 33,77% y 4 noches con el 62,91%. Tomando como referencia la demanda que tendría la Hostería Capulisuco mensualmente, y aplicando los porcentajes, se obtiene el número de turistas por noche:

**Tabla 4.15**

**Número de turistas por noche (Temporada Alta)**

NÚMERO NOCHES	NÚMERO TURISTAS	NÚMERO TURISTAS MENSUALES
2	8	16
3	20	60
4	34	137
	<b>TOTAL</b>	<b>212</b>

Elaboración: Autor

**Tabla 4.16**

**Número de turistas por noche (Temporada Baja)**

NÚMERO NOCHES	NÚMERO TURISTAS	NÚMERO TURISTAS MENSUALES
2	3	6
3	8	24
4	14	54
	<b>TOTAL</b>	<b>84</b>

Elaboración: Autor

De esta manera se puede obtener el ingreso mensual que la que hostería tendría en el servicio de hospedaje:

**Tabla 4.17**  
**Ingreso mensual y anual: servicio de hospedaje**

Mes	PRECIO POR NOCHE HABITACIÓN	NÚMERO TURISTAS	PRECIO POR NOCHE CARPA	NÚMERO TURISTAS	TOTAL INGRESO
Ene	18,00	64	9,00	20	1.339,14
Feb	18,00	161	9,00	50	3.359,80
Mar	18,00	64	9,00	20	1.339,14
Abr	18,00	161	9,00	50	3.359,80
May	18,00	161	9,00	50	3.359,80
Jun	18,00	161	9,00	50	3.359,80
Jul	18,00	161	9,00	50	3.359,80
Ago	18,00	161	9,00	50	3.359,80
Sep	18,00	64	9,00	20	1.339,14
Oct	18,00	64	9,00	20	1.339,14
Nov	18,00	161	9,00	50	3.359,80
Dic	18,00	161	9,00	50	3.359,80
					<b>32.234,99</b>

Según los datos que se obtuvo en la tabla anterior, se puede apreciar que el ingreso mensual en temporada baja es de \$1.339,14, mientras que en temporada alta es de \$3.359,80; dando un ingreso anual de \$32.234,99 dólares.

## RESTAURANTE

A continuación se indica la capacidad instalada que tiene el restaurante por mesa, así como también la capacidad instalada por día:

**Tabla 4.18**  
**Capacidad Instalada del restaurante**

NÚMERO MESAS	CAP. INSTALADA POR MESA	CAP. INSTALADA POR DÍA
8	5	40

Elaboración: Autor

Según los datos de la tabla 4.18, el número de turistas que entran en cada mesa del restaurante es de 5 personas; es decir que el restaurante de la hostería está en la capacidad de atender a 40 turistas diarios.

Para calcular los ingresos mensuales que tendría el restaurante, se ha tomado en cuenta los datos de las tablas 4.15 y 4.16, las cuales indican que los turistas que utilizan el servicio de hospedaje, también harán uso del restaurante, es decir que se servirán el desayuno, almuerzo y merienda según los días que permanezcan en la hostería.

**Tabla 4.19**  
**Ingreso mensual y anual: restaurante**

Mes	DESAYUNO		ALMUERZO		MERIENDA		TOTAL
	NÚMERO TURISTAS	PRECIO	NÚMERO TURISTAS	PRECIO	NÚMERO TURISTAS	PRECIO	
Ene	84	3,50	84	7,00	84	4,00	1.224,20
Feb	212	3,50	212	7,00	212	4,00	3.071,43
Mar	84	3,50	84	7,00	84	4,00	1.224,20
Abr	212	3,50	212	7,00	212	4,00	3.071,43
May	212	3,50	212	7,00	212	4,00	3.071,43
Jun	212	3,50	212	7,00	212	4,00	3.071,43
Jul	212	3,50	212	7,00	212	4,00	3.071,43
Ago	212	3,50	212	7,00	212	4,00	3.071,43
Sep	84	3,50	84	7,00	84	4,00	1.224,20
Oct	84	3,50	84	7,00	84	4,00	1.224,20
Nov	212	3,50	212	7,00	212	4,00	3.071,43
Dic	212	3,50	212	7,00	212	4,00	3.071,43
							<b>29.468,25</b>

**Elaboración:** Autor

Según los datos que se obtuvo en la tabla anterior, se puede apreciar que el ingreso mensual en temporada baja es de \$1.224,20, mientras que en temporada alta es de \$3.071,43; dando un ingreso anual de \$29.468,25 dólares.

## ACTIVIDADES

Se ha tomando en cuenta la tabla 4.15 y 4.16, con el fin de calcular cuántas personas realizarán las actividades que sobresalieron en la investigación de mercado. Aquellas personas que se queden más de 3 días, realizarán por lo menos 3 actividades, mientras que los turistas que se queden 1 solo día realizarán 1 actividad.

Los ingresos que tendría la hostería en el servicio de actividades son:

**Tabla 4.20**  
**Ingreso mensual y anual: actividades**

Mes	CICLISMO		CAMINATA		CABALGATA		PESCA		TOTAL
	NÚMERO TURISTAS	PRECIO	NÚMERO TURISTAS	PRECIO	NÚMERO TURISTAS	PRECIO	NÚMERO TURISTAS	PRECIO	
Ene	84	15,00	54	6,00	84	25,00	78	7,00	4.251,23
Feb	212	15,00	137	6,00	212	25,00	196	7,00	10.666,03
Mar	84	15,00	54	6,00	84	25,00	78	7,00	4.251,23
Abr	212	15,00	137	6,00	212	25,00	196	7,00	10.666,03
May	212	15,00	137	6,00	212	25,00	196	7,00	10.666,03
Jun	212	15,00	137	6,00	212	25,00	196	7,00	10.666,03
Jul	212	15,00	137	6,00	212	25,00	196	7,00	10.666,03
Ago	212	15,00	137	6,00	212	25,00	196	7,00	10.666,03
Sep	84	15,00	54	6,00	84	25,00	78	7,00	4.251,23
Oct	84	15,00	54	6,00	84	25,00	78	7,00	4.251,23
Nov	212	15,00	137	6,00	212	25,00	196	7,00	10.666,03
Dic	212	15,00	137	6,00	212	25,00	196	7,00	10.666,03
									<b>102.333,15</b>

**Elaboración:** Autor

Según los datos que se obtuvo en la tabla anterior, se puede apreciar que el ingreso mensual en temporada baja es de \$4.251,23, 66,03mientras que en temporada alta es de \$10.6; dando un ingreso anual de \$102.333,15 dólares.

## RESUMEN INGRESOS

Una vez analizado los ingresos que tendrá la hostería (hospedaje, restaurante y actividades), se puede determinar los ingresos mensuales y el ingreso anual:

**Tabla 4.21**  
**Resumen de los ingresos**

MES	HOSPEDAJE	RESTAURANTE	ACTIVIDADES	TOTAL
Ene	1.339,14	1224,20	4251,23	6.814,57
Feb	3.359,80	3071,43	10666,03	17.097,26
Mar	1.339,14	1224,20	4251,23	6.814,57
Abr	3.359,80	3071,43	10666,03	17.097,26
May	3.359,80	3071,43	10666,03	17.097,26
Jun	3.359,80	3071,43	10666,03	17.097,26
Jul	3.359,80	3071,43	10666,03	17.097,26
Ago	3.359,80	3071,43	10666,03	17.097,26
Sep	1.339,14	1224,20	4251,23	6.814,57
Oct	1.339,14	1224,20	4251,23	6.814,57
Nov	3.359,80	3071,43	10666,03	17.097,26
Dic	3.359,80	3071,43	10666,03	17.097,26
				<b>164.036,39</b>

**Elaboración:** Autor

Como se puede observar en la tabla 4.21, el ingreso mensual en temporada baja es de \$6.814,57, mientras que el ingreso en temporada alta es de \$17.097,26; es decir que el ingreso mensual será de \$164.036,39 dólares.

## **4.6 PRESUPUESTO DE GASTOS**

Los gastos son definidos como “desembolsos de efectivo que producen su objetivo en el mismo periodo”<sup>39</sup>, es decir, son salidas de efectivo para el desarrollo de la empresa.

Para la creación de la hostería se incurren en los siguientes tipos de gastos:

- Gastos Administrativos
- Gastos de Venta
- Gastos Operacionales
- Gastos Financieros

Estos gastos son necesarios para el funcionamiento de la hostería, los mismos que se detallan a continuación:

<sup>39</sup> Chiriboga Alberto, 2003, Pág. 70.

## 4.6.1 Gastos Administrativos

### Servicios Básicos

Los servicios básicos son gastos que necesariamente tendrá la hostería, como la energía eléctrica, consumo de agua potable y teléfono como se explica en la siguiente tabla:

**Tabla 4.22**  
**Servicios Básicos**

SERVICIOS BÁSICOS	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua Potable	45,00	540,00
Energía Eléctrica	65,00	780,00
Teléfono	50,00	600,00
<b>TOTAL</b>	<b>160,00</b>	<b>1.920,00</b>

Elaboración: Autor

### Salarios

Considerando el tamaño del proyecto, se ha establecido que el requerimiento de personal administrativo es indispensable para el buen funcionamiento de la hostería; de esta manera se puede detallar a continuación el pago de salarios para el personal:

**Tabla 4.23**  
**Salario del personal**

CARGO	SUELDO	IESS		13° SUELDO	14° SUELDO	VACACIONES 4,17%	FONDO DE RESERVA	LIQUIDO A RECIBIR MENSUAL	LIQUIDO A RECIBIR ANUAL
		APORTE INDIVIDUAL 9,35%	APORTE PATRONAL 12,15%						
Administrador	800,00	74,80	97,20	66,67	18,16	33,36	66,67	725,20	12.087,04
Guía Turístico	600,00	56,10	72,90	50,00	18,16	25,02	50,00	543,90	9.119,76
Mesero	230,00	21,51	27,95	19,17	18,16	9,59	19,17	208,50	3.630,29
Camarera	217,00	20,29	26,37	18,08	18,16	9,05	18,08	196,71	3.437,42
Trabajador Ocasional	150,00	14,03	18,23	12,50	18,16	6,26	12,50	135,98	2.443,38
Guardia	217,00	20,29	26,37	18,08	18,16	9,05	18,08	196,71	3.437,42
								<b>2.006,99</b>	<b>34.155,31</b>

Elaboración: Autor

## Gastos de Oficina

Los gastos de oficina que utilizará la hostería son:

**Tabla 4.24**  
**Gastos de Oficina**

MATERIALES	MENSUAL			ANUAL		
	CANTIDAD	COSTO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD	COSTO	COSTO ANUAL
Facturas	200	0,2	40,00	800	0,2	160
Esferos	5	0,2	1,00	24	0,2	4,8
Perforadora	1	3	3,00	1	3	3
Grapadora	1	3	3,00	1	3	3
Caja de grapas	1	2	2,00	2	2	4
Carpetas Bene	3	2	6,00	10	2	20
<b>TOTAL</b>			<b>55,00</b>			<b>194,8</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

## Total Gastos Administrativos

Una vez analizados los gastos administrativos, se puede determinar el costo total del mismo, el cual se explica a continuación:

**Tabla 4.25**  
**Cuadro resumen de Gastos Administrativos**

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Servicios Básicos	160,00	1920,00
Salarios	2006,99	34155,31
Gastos de Oficina	55,00	194,80
<b>TOTAL G. ADMINISTRATIVOS</b>	<b>2221,99</b>	<b>36270,11</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

Como se puede observar en la tabla anterior, el total de gastos administrativos es de \$17.639,26 dólares.

#### 4.6.2 Gastos de Venta

Como se detallo en el estudio de mercado, la promoción y publicidad de la hostería será mediante hojas volantes, tarjeta, internet y correo electrónico. El valor de la publicidad se explica con más detalle en la siguiente tabla:

**Tabla 4.26**  
**Total Gastos de Venta**

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO ANUAL
Promoción		1.330,00
Hojas volantes	1.000,00	170,00
Suscripción Pág. Web		200,00
Publicidad en guías turísticas		900,00
Impresión tarjetas	1.000,00	60,00
Combustible Automóvil	80,00	960,00
<b>TOTAL G. DE VENTA</b>		<b>2.290,00</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

#### 4.6.3 Otros Gastos Operacionales

Los otros gastos operacionales que tendrá la hostería son:

**Tabla 4.27**  
**Total Gastos Operacionales**

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Jabones de baño	30,00	360,00
Papel higiénico	20,00	240,00
Imprevistos	10,00	120,00
<b>TOTAL G. OPERACIONALES</b>	<b>60,00</b>	<b>720,00</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor



#### 4.6.4 Gastos Financieros

Los gastos financieros “son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo”<sup>40</sup>, cabe recalcar que el presente proyecto será financiado netamente por el dueño de la compañía.

**Tabla 4.28**

##### **Total Gastos Financieros**

CONCEPTO	VALOR
Gastos Financieros	0,00
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>0,00</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

#### Gastos Totales

Una vez analizados los gastos administrativos, gastos de venta, gastos operacionales y gastos financieros, se puede determinar el total de gastos, el cual se explica en la siguiente tabla:

**Tabla 4.29**

##### **Resumen Gastos Totales**

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Gastos Administrativos	2.221,99	36.270,11
Gastos de Venta	190,83	2.290,00
Gastos Operacionales	60,00	720,00
Gastos Financieros	0,00	0,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>2.472,82</b>	<b>39.280,11</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

<sup>40</sup> Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, pág. 137

## **4.7 FLUJO DE CAJA**

Para poder determinar las posibilidades de inversión dentro de un proyecto debe determinarse las inversiones realizadas al principio de la operación, así mismo se debe contar con las entradas y desembolsos de efectivo ocurridos en cada periodo, denominados flujos de caja.

A continuación se detalla el flujo de caja mensual y anual con un tiempo de vida útil de 5 años:

**Tabla 4.30**  
**Flujo de Caja Mensual**

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Inversiones Fijas	-66.196,47												
Inversiones Diferidas	-796,55												
Capital de trabajo preoperativo	-4.512,09												
<b>INVERSIONES</b>	<b>-71.505,11</b>												
Ingresos Operativos		6.814,57	17.097,26	6.814,57	17.097,26	17.097,26	17.097,26	17.097,26	17.097,26	6.814,57	6.814,57	17.097,26	17.097,26
+ Ingresos No Operativos													
- Costos de Producción		<b>1219,33</b>	<b>1774,78</b>	<b>1219,33</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>	<b>1219,33</b>	<b>1219,33</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>
Depreciación		497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69
Costos Fijos		353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54
Costos Variables		368,10	923,55	368,10	923,55	923,55	923,55	923,55	923,55	368,10	368,10	923,55	923,55
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>5595,23</b>	<b>15322,49</b>	<b>5595,23</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>	<b>5595,23</b>	<b>5595,23</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>
- Gastos Operativos		2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82
Gastos de Administración		2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99
Gastos de Venta		190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83
Gastos Operacionales		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
<b>= Utilidad Operacional</b>		<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>3.122,41</b>	<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>
- Gastos Financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>= Utilidad antes de PL</b>		<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>3.122,41</b>	<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>
- 15% PL		468,36	1.927,45	468,36	1.927,45	1.927,45	1.927,45	1.927,45	1.927,45	468,36	468,36	1.927,45	1.927,45
<b>= Utilidad antes de IR</b>		<b>2.654,05</b>	<b>10.922,21</b>	<b>2.654,05</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>	<b>2.654,05</b>	<b>2.654,05</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>
- 25% IR		663,51	2.730,55	663,51	2.730,55	2.730,55	2.730,55	2.730,55	2.730,55	663,51	663,51	2.730,55	2.730,55
<b>= Utilidad Neta</b>		<b>1.990,54</b>	<b>8.191,66</b>	<b>1.990,54</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>	<b>1.990,54</b>	<b>1.990,54</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>
+ Depreciación		497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69
<b>= Flujo Neto de Caja</b>	<b>-71.505,11</b>	<b>2.488,23</b>	<b>8.689,35</b>	<b>2.488,23</b>	<b>8.689,35</b>	<b>8.689,35</b>	<b>8.689,35</b>	<b>8.689,35</b>	<b>8.689,35</b>	<b>2.488,23</b>	<b>2.488,23</b>	<b>8.689,35</b>	<b>8.689,35</b>

Elaboración: Autor

Después de observar el flujo neto de caja de cada mes, se puede proyectar el flujo neto para 5 años, tomando en cuenta el factor de crecimiento explicado en el estudio de mercado. Cabe recalcar que el factor de crecimiento fue calculado mediante el promedio del factor de crecimiento del turismo nacional y del turismo extranjero, con un incremento del 0,4028%:

**Tabla 4.31**  
**Flujo de Caja Anual**

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Inversiones Fijas	-66.196,47					
Inversiones Diferidas	-796,55					
Capital de trabajo preoperativo	-4.512,09					
<b>INVERSIONES</b>	<b>-71.505,11</b>				-700,00	
Ingresos Operativos		164.036,39	164.697,13	165.360,53	166.026,60	166.695,36
+ Ingresos No Operativos						37.034,83
- Costos de Producción		21.723,32	22.698,01	23.770,17	24.949,54	26.246,85
Depreciación		5.972,33	5.972,33	5.972,33	5.972,33	5.972,33
Costos Fijos		6.004,12	6.004,12	6.004,12	6.004,12	6.004,12
Costos Variables		9.746,88	10.721,57	11.793,72	12.973,10	14.270,41
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>142.313,07</b>	<b>141.999,12</b>	<b>141.590,36</b>	<b>140.377,06</b>	<b>177.483,33</b>
- Gastos Operativos		39.280,11	39.280,11	39.280,11	39.280,11	39.280,11
Gastos de Administración		36.270,11	36.270,11	36.270,11	36.270,11	36.270,11
Gastos de Venta		2.290,00	2.290,00	2.290,00	2.290,00	2.290,00
Gastos Operacionales		720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
<b>= Utilidad Operacional</b>		<b>103.032,96</b>	<b>102.719,01</b>	<b>102.310,25</b>	<b>101.096,95</b>	<b>138.203,22</b>
- Gastos Financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>= Utilidad antes de PL</b>		<b>103.032,96</b>	<b>102.719,01</b>	<b>102.310,25</b>	<b>101.096,95</b>	<b>138.203,22</b>
- 15% PL		15.454,94	15.407,85	15.346,54	15.164,54	20.730,48
<b>= Utilidad antes de IR</b>		<b>87.578,01</b>	<b>87.311,16</b>	<b>86.963,71</b>	<b>85.932,41</b>	<b>117.472,74</b>
- 25% IR		21.894,50	21.827,79	21.740,93	21.483,10	29.368,19
<b>= Utilidad Neta</b>		<b>65.683,51</b>	<b>65.483,37</b>	<b>65.222,79</b>	<b>64.449,31</b>	<b>88.104,56</b>
+ Depreciación		5.972,33	5.972,33	5.972,33	5.972,33	5.972,33
<b>= Flujo Neto de Caja</b>	<b>-71.505,11</b>	<b>71.655,84</b>	<b>71.455,70</b>	<b>71.195,11</b>	<b>70.421,64</b>	<b>94.076,88</b>

Elaboración: Autor

La Hostería Capulisuco ha tomado en cuenta un período de cinco años las cuáles han representado un incremento de año a año debido a que se ha establecido aumentos del 0,4028% en los ingresos operativos. Cabe recalcar que los flujos netos de caja incrementan cada año por los aumentos establecidos anteriormente, los mismos que

representa para el año uno \$71.655,84 y finalmente para el año cinco \$94.076,88, reflejando un aumento notable.

#### **4.8 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

El Estado de Pérdidas y Ganancias “se lo considera el más importante por que presenta el resultado de las operaciones, es decir del uso de los recursos durante un periodo determinado”<sup>41</sup>, este permite principalmente determinar la eficiencia de los recursos con los que ha contado y administrado la hostería.

A continuación se presentara el estado proyectado de pérdidas y ganancias, la misma que será de ayuda para el análisis financiero en donde se determinara los flujos de caja.

**Tabla 4.32**  
**Estado de Pérdidas y Ganancias Mensuales**

---

<sup>41</sup> Sáenz Rodrigo, 2006, Pág. 31

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Inversiones Fijas	-66.196,47												
Inversiones Diferidas	-796,55												
Capital de trabajo preoperativo	-4.512,09												
<b>INVERSIONES</b>	<b>-71.505,11</b>												
Ingresos Operativos		6.814,57	17.097,26	6.814,57	17.097,26	17.097,26	17.097,26	17.097,26	17.097,26	6.814,57	6.814,57	17.097,26	17.097,26
+ Ingresos No Operativos													
- Costos de Producción		<b>1219,33</b>	<b>1774,78</b>	<b>1219,33</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>	<b>1219,33</b>	<b>1219,33</b>	<b>1774,78</b>	<b>1774,78</b>
Depreciación		497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69	497,69
Costos Fijos		353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54	353,54
Costos Variables		368,10	923,55	368,10	923,55	923,55	923,55	923,55	923,55	368,10	368,10	923,55	923,55
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>5595,23</b>	<b>15322,49</b>	<b>5595,23</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>	<b>5595,23</b>	<b>5595,23</b>	<b>15322,49</b>	<b>15322,49</b>
- Gastos Operativos		2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82	2.472,82
Gastos de Administración		2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99	2.221,99
Gastos de Venta		190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83	190,83
Gastos Operacionales		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
<b>= Utilidad Operacional</b>		<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>3.122,41</b>	<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>
- Gastos Financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>= Utilidad antes de PL</b>		<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>	<b>3.122,41</b>	<b>3.122,41</b>	<b>12.849,66</b>	<b>12.849,66</b>
- 15% PL		468,36	1.927,45	468,36	1.927,45	1.927,45	1.927,45	1.927,45	1.927,45	468,36	468,36	1.927,45	1.927,45
<b>= Utilidad antes de IR</b>		<b>2.654,05</b>	<b>10.922,21</b>	<b>2.654,05</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>	<b>2.654,05</b>	<b>2.654,05</b>	<b>10.922,21</b>	<b>10.922,21</b>
- 25% IR		663,51	2.730,55	663,51	2.730,55	2.730,55	2.730,55	2.730,55	2.730,55	663,51	663,51	2.730,55	2.730,55
<b>= Utilidad Neta</b>		<b>1.990,54</b>	<b>8.191,66</b>	<b>1.990,54</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>	<b>1.990,54</b>	<b>1.990,54</b>	<b>8.191,66</b>	<b>8.191,66</b>

Fuente: Investigación Autor

Elaboración: Autor

**Tabla 4.33**  
**Estado de Pérdidas y Ganancias Anuales**

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Inversiones Fijas	-66.196,47					
Inversiones Diferidas	-796,55					
Capital de trabajo preoperativo	-4.512,09					
<b>INVERSIONES</b>	<b>-71.505,11</b>				-700,00	
Ingresos Operativos		164.036,39	164.697,13	165.360,53	166.026,60	166.695,36
+ Ingresos No Operativos						37.034,83
- Costos de Producción		21.723,32	22.698,01	23.770,17	24.949,54	26.246,85
Depreciación		5.972,33	5.972,33	5.972,33	5.972,33	5.972,33
<i>Costos Fijos</i>		6.004,12	6.004,12	6.004,12	6.004,12	6.004,12
<i>Costos Variables</i>		9.746,88	10.721,57	11.793,72	12.973,10	14.270,41
<b>= Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>142.313,07</b>	<b>141.999,12</b>	<b>141.590,36</b>	<b>140.377,06</b>	<b>177.483,33</b>
- Gastos Operativos		39.280,11	39.280,11	39.280,11	39.280,11	39.280,11
<i>Gastos de Administración</i>		36.270,11	36.270,11	36.270,11	36.270,11	36.270,11
<i>Gastos de Venta</i>		2.290,00	2.290,00	2.290,00	2.290,00	2.290,00
<i>Gastos Operacionales</i>		720,00	720,00	720,00	720,00	720,00
<b>= Utilidad Operacional</b>		<b>103.032,96</b>	<b>102.719,01</b>	<b>102.310,25</b>	<b>101.096,95</b>	<b>138.203,22</b>
- Gastos Financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>= Utilidad antes de PL</b>		<b>103.032,96</b>	<b>102.719,01</b>	<b>102.310,25</b>	<b>101.096,95</b>	<b>138.203,22</b>
- 15% PL		15.454,94	15.407,85	15.346,54	15.164,54	20.730,48
<b>= Utilidad antes de IR</b>		<b>87.578,01</b>	<b>87.311,16</b>	<b>86.963,71</b>	<b>85.932,41</b>	<b>117.472,74</b>
- 25% IR		21.894,50	21.827,79	21.740,93	21.483,10	29.368,19
<b>= Utilidad Neta</b>		<b>65.683,51</b>	<b>65.483,37</b>	<b>65.222,79</b>	<b>64.449,31</b>	<b>88.104,56</b>

Fuente: Investigación Autor

Elaboración: Autor

Los ingresos netos que la Hostería Capulisuco recibirá cada año son para el año uno \$65.683,51, y finalmente para el año cinco \$88.104,56 dólares.

## 4.9 BALANCE GENERAL

El Balance General es un estado financiero que muestra “a una fecha determinada, los datos resumidos de sus activos (inversiones), pasivos (derechos de los acreedores sobre los activos) y el patrimonio (derechos de los accionistas sobre el total de recursos)”<sup>42</sup>,

<sup>42</sup> Sáenz Rodrigo, 2006, Pág. 27

de esta manera se muestra a continuación el Balance General inicial de la Hostería Capulisuco:

**Tabla 4.34**  
**Balance de Situación Final al año 1**

<b>BALANCE DE SITUACIÓN FINAL</b>			
<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>6.228,56</b>	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>0,00</b>
Caja y Bancos	6.228,56	Obligaciones Bancarias	
<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>66.196,47</b>	Porción de la deuda a largo plazo	
Edificios	39.663,03	Cuentas por pagar proveedores	
Muebles y Enseres	14.083,45	Gastos Acumulados por pagar	
Equipo de Oficina	25,00	Otros pasivos corrientes	
Equipo de Computación	700,00		
Vehículos	11.725,00	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>796,55</b>		<b>73.221,58</b>
Gastos de Constitución	796,55	Capital Social Pagado	73221,58
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>73.221,58</b>	<b>TOTAL PATRIMONIO + PASIVO</b>	<b>73.221,58</b>

Elaboración: Autor



# **CAPÍTULO 5**

## **EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA**

### **5.1 OBJETIVOS**

- Mediante técnicas de evaluación económica y financiera determinar la rentabilidad del proyecto.
- Calcular el Valor Actual Neto del proyecto
- Establecer la Tasa Interna de Retorno del proyecto
- Calcular la Relación Beneficio-Costo que presentará el proyecto
- Determinar el Período de Recuperación del Capital
- Aceptar o Rechazar la decisión de inversión de la hostería dependiendo de los resultados

El estudio de la evaluación financiera corresponde a la parte final dentro del análisis de factibilidad o pre factibilidad de un proyecto. El capítulo anterior determinó la inversión total a realizar, los ingresos que generó la empresa y los costos en los que incurrió, incluso se conoció las utilidades probables generadas durante los cinco primeros años de operación, más aun, no se ha demostrado si la inversión generada será económicamente rentable.

Es así que para llegar a tomar una decisión sobre la aceptación o rechazo de este proyecto, la evaluación financiera se basa en algunos criterios que permitan determinar con más facilidad, en este caso la viabilidad de la hostería en la Parroquia El Chaupi.

## 5.2 VALOR ACTUAL NETO

El VAN o Valor Actual Neto es “el valor puesto al día de todos los flujos de caja esperados de un proyecto de inversión”<sup>43</sup>, es decir los flujos de caja actualizados, a los cuales se les resta la inversión inicial.

Para el cálculo de la tasa de descuento se tomará en consideración los siguientes datos obtenidos del Banco Central:<sup>44</sup>

- Inflación Anual: 3,85%
- Tasa de Riesgo: 9,15%

La fórmula aplicada es:<sup>45</sup>

$$TMAR = i + f + (i * f)$$

$$TMAR = 13,35\%$$

Para el cálculo de esta variable, se utilizó la fórmula establecida en la función VNA del programa Excel:

**Tabla 5.1**  
**Valor Actual Neto**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS DE EFECTIVO
0	-71.505,11	
1		71.655,84
2		71.455,70
3		71.195,11
4		70.421,64
5		94.076,88
	<b>VAN</b>	189.135,39

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

<sup>43</sup> Chiriboga Alberto, 2003, Pág. 156

<sup>44</sup> [www.bce.fin.ec/rresumen-ticker.php](http://www.bce.fin.ec/rresumen-ticker.php)

<sup>45</sup> Evaluación de Proyectos- Quinta Edición- Gabriel Baca Urbina- McGraw-Hill-México- Febrero 2006. Pág.184-185

De acuerdo a los cálculos realizados anteriormente podemos concluir que el proyecto es factible al obtener un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$189.135,39; por lo que al momento podemos afirmar que en el transcurso de la vida útil del proyecto existirán ganancias lo que significa que el mismo es viable.

### 5.3 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa Interna de Retorno (TIR), es otra herramienta de evaluación en proyectos, esta determina que el Valor Actual Neto sea cero, es decir, la tasa mínima aceptable por parte de los inversionistas, si la TIR es menor que KP, el proyecto no debe ser aceptado, en el caso de ser mayor que KP, el proyecto se acepta dado que garantiza que el proyecto obtendrá una rentabilidad mayor a comparación de otras inversiones.

Para el cálculo de esta variable, se utilizó la fórmula establecida en la función TIR del programa Excel:

**Tabla 5.2**  
**Tasa Interna de Retorno**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	FLUJOS DE EFECTIVO
0	-71.505,11	-71.505,11
1		71.655,84
2		71.455,70
3		71.195,11
4		70.421,64
5		94.076,88
	<b>TIR</b>	<b>98%</b>

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

De acuerdo a los cálculos realizados de la Tasa Interna de Retorno podemos concluir que aceptamos el proyecto, debido a que la Tasa de Actualización (TMAR) calculada anteriormente es de 13,35%, la misma que es menor a la Tasa Interna de Retorno obtenida, la cual nos refleja un porcentaje del 98%.

## 5.4 RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La Relación Beneficio Costo es un criterio de decisión que explica cuantos son los beneficios superiores respecto de los costos, su cálculo es mediante la suma de los flujos para luego dividirla para la inversión. Su criterio se basa en que su resultado debe ser mayor a 1, ya que indica el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

**Tabla 5.3**  
**FNE y FPE**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Flujo Positivo de efectivo</b>						
Ingresos Operativos		164036,3914	164697,13	165360,53	166026,602	166695,357
Ingresos no Operativos						37.034,83
<b>Total</b>		164036,3914	164697,13	165360,53	166026,602	203730,184
<b>Flujo Negativo de efectivo</b>						
Inversión Inicial	71505,10878					
Costos de producción		21723,32418	22.698,01	23.770,17	24.949,54	26.246,85
Gastos Operativos		39.280,11	39.280,11	39.280,11	39.280,11	39.280,11
Gastos Financieros		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
15% Part. Laboral		15.454,94	15.407,85	15.346,54	15.164,54	20.730,48
25% Imp. a la Renta		21.894,50	21.827,79	21.740,93	21.483,10	29.368,19
<b>Total</b>	71505,10878	98352,88092	99213,76219	100137,745	100877,296	115625,629

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

$$R \frac{b}{c} = \frac{\frac{FPE_1}{(1+i)^1} + \frac{FPE_2}{(1+i)^2} + \frac{FPE_3}{(1+i)^3} + \frac{FPE_4}{(1+i)^4} + \frac{FPE_5}{(1+i)^5}}{I + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}}$$

$$R \frac{b}{c} = \frac{595869,60}{427136,96}$$

$$R \frac{b}{c} = 1,40$$

Tomando en cuenta los datos calculados anteriormente podemos concluir que el proyecto se acepta, debido a que la Relación Beneficio Costo es de 1,40 la misma que es mayor a uno.

## 5.5 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

“Es el tiempo que tarda exactamente el proyecto en recuperar la inversión total, en función de los flujos de caja actualizados que genera el proyecto durante su duración o vida útil”<sup>46</sup>.

Para calcular el período de recuperación de capital se utiliza la siguiente fórmula:

$$P_{R/K} = N - 1 + \left[ \frac{(FA)n-1}{(F)n} \right]$$

En donde:

- N = Año en el que el flujo acumulado cambia de signo
- (FA) n-1 = Flujo de efectivo acumulado en el año previo a N
- (F) n = FNE en el año N

A continuación se muestra la tabla 4.13 que detalla los años en que se recupera el proyecto.

**Tabla 5.4**  
**Relación Beneficio Costo**

AÑO	FNE	FLUJO ACUMULADO
0	-71.505,11	-71.505,11
1	71.655,84	150,73
2	71.455,70	
3	71.195,11	
4	70.421,64	
5	94.076,88	

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

<sup>46</sup> Sáenz Rodrigo 2006, Pág. 252

$$P_{R/K} = 1 - 1 + \left[ \frac{(71505,11)}{71655,84} \right]$$

$$P_{R/K} = 0,99 = 1$$

Los datos anteriores muestran que el Período de Recuperación del Capital invertido en este proyecto se recuperará en 1 año, lo cual se considera un tiempo bastante bueno considerando el monto de la inversión inicial.

## 5.6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Este análisis es realizado para obtener los posibles escenarios (optimista o pesimista), los mismos que pueden perjudicar o beneficiar a la rentabilidad de la hostería.

La TIR y el VAN del proyecto pueden sufrir variaciones, siendo estas positivas o negativas; en este análisis de sensibilidad se estudió una eventualidad que puede ocurrir una vez que se haya puesto en marcha el proyecto.

Uno de ellos es la disminución de los ingresos, ya sea por el lado de la demanda o por reducción de precios, esta situación hace que el proyecto sea muy sensible ya que puede ser ocasionado por factores externos en el país; cabe recalcar que para analizar la sensibilidad se tomará solamente la demanda.

De acuerdo a entrevistas con agencias de viaje, se pudo determinar el porcentaje de variación de la demanda de turistas, la cual es aproximadamente 45%, ya que no se puede predecir ni prevenir los factores externos. Considerando este dato, se tomará un escenario pesimista para el proyecto de -50%, y un escenario optimista de 50%.

A continuación se muestra los diferentes escenarios que puede existir:

**Tabla 5.5**  
**Análisis de Sensibilidad**

ESCENARIO	VARIACIÓN	VAN	TIR	ACEPTABLE
Aumento de la Demanda	50%	365.118,26	169%	SI
Demanda presente	-	189.201,02	98%	SI
Disminución de la demanda	-50%	18.829,53	23%	SI

**Fuente:** Investigación Autor

**Elaboración:** Autor

En la tabla 5.5 se puede observar que hay 3 tipos de escenarios: el optimista, el pesimista, y el real que es la demanda presente, es decir, la demanda con la que se utilizó en el transcurso del proyecto.

Es importante realizar este análisis para poder prevenir y verificar cuál sería la rentabilidad para la inversión del proyecto. En este caso, la TIR es mayor que la TMAR en los tres tipos de escenarios; es decir que todos son aceptables.

## **CAPÍTULO 6**

### **EVALUACIÓN AMBIENTAL**

La Hostería Capulisuco va a tener impactos ambientales muy bajos, ya que los desperdicios que podrían existir serán utilizados como abono para la hierba. Como se explicó en el primer capítulo, la hostería se encontrará dentro de una hacienda ganadera, razón por la cual todos los desperdicios que existan serán para uso de la misma.

Por lo tanto el único desperdicio que se considera un impacto negativo al medio ambiente son los desperdicios de los alimentos.



## **CAPITULO 7**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1 CONCLUSIONES**

- La Parroquia El Chaupi ubicada en el Cantón Mejía, posee una variedad de atractivos turísticos que se consideran factores decisivos en este tipo de proyecto.
- La idea de crear una hostería campestre surgió de la necesidad de cubrir las expectativas de los turistas tanto nacionales como extranjeros ofreciendo servicios como hospedaje, alimentación y actividades turísticas para elevar el nivel de la oferta.
- El proyecto en general, contribuirá a impulsar la activación económica del sector y en particular el de la parroquia El Chaupi.
- Uno de los estudio claves de este proyecto fue el Estudio de Mercado, debido a que esto generó todos los resultados tanto de la demanda como de la oferta, el cual fue favorable debido a que el proyecto tuvo aceptación por los mismos.
- La encuesta fue una herramienta útil para poder determinar los servicios que se brindará, con el objetivo de poder satisfacer a los clientes. Uno de ellos fue las actividades: caminata, cabalgata, ciclismo y pesca, que fueron definidos en base a las preferencias de los turistas.
- Adicionalmente su pudo determinar que muchas personas no tienen conocimiento de la Parroquia El Chaupi, por lo que uno de los objetivos

principales será de promocionar la parroquia así como también el Cantón Mejía, por medio de la publicidad para atraer más clientes y dar a conocer este lugar turístico del Ecuador.

- El estudio de mercado también generó las pautas para el diseño del estudio técnico en base a las diferentes variables obtenidas por las encuestas con relación a los gustos y preferencias.
- Mediante el estudio técnico se logró establecer el tamaño óptimo para lograr una alta funcionalidad, además se determinó la localización más estratégica para este proyecto dentro de las dos alternativas con que se contaba.
- También se logró desarrollar los procesos productos que permitan implementar la operación aprovechando de mejor manera todos los recursos y puntualizar el estudio administrativo, debido a que según el tamaño del establecimiento se pudo conformar el organigrama estructural de la empresa y los puestos de trabajo que se requerirán.
- Otro de los estudios de mayor importancia es el Estudio Financiero, que permitió determinar si es factible o no la creación de la Hostería.
- Para la puesta en marcha del proyecto se dispone de terreno y capital propio, lo cual significa que será financiado netamente por el dueño de la compañía. La inversión inicial es de \$71.505,11 dólares.
- Los Flujos de Caja reflejan el funcionamiento del proyecto, el cual incluye todos los ingresos y egresos que tendrá la hostería. Cabe resaltar que se obtiene valores positivos en el flujo de caja, es decir que el proyecto es rentable. Además por el tipo de servicios y su costo es de gran liquidez, lo cual es bastante bueno ya que permitirá contar con el dinero necesario para la operación del mismo.
- Los cálculos de la evaluación financiera muestran que el Valor Actual Neto es de \$189.135,39, la Tasa Interna de Retorno es 89%, la relación beneficio-costo es mayor a uno (1,40), y también se determinó que la hostería recuperará su

capital en 1 año; con estos resultados se puede notar que la ejecución del proyecto sería rentable.

- Después de haber realizado un completo análisis de la factibilidad financiera de crear una hostería en la Parroquia El Chaupi, Cantón Mejía, se concluyó que la implementación de este proyecto sería muy ventajosa tanto para el inversionista como para la parroquia, ya que promovería el desarrollo económico y comercial, creando al mismo tiempo fuentes de trabajo para sus habitantes.

## **7.2 RECOMENDACIONES**

- Para poder realizar un proyecto de tesis se necesita los datos necesarios para la elaboración del mismo, lastimosamente existe una escasez de información por parte del sector público y privado, y no hay la flexibilidad por parte de ellos para que puedan proporcionarnos lo que necesitamos. Por esta razón los funcionarios que trabajen en instituciones públicas y privados tienen que ser competentes y con conocimientos sobre el área en el que están trabajando.
- El Gobierno debería incentivar el desarrollo turístico como una alternativa de ingreso de divisas al país y generación de empleo; así como también apoyar a la creación de empresas turísticas.
- El Estado no solo debería incrementar la publicidad nacional, sino también debería desarrollar campañas publicitarias en el exterior sobre los atractivos turísticos que posee el Ecuador; de esta manera se daría a conocer al país.
- Incentivar a las personas a crear una cultura que identifique al Ecuador como un país que además de tener hermosos paisajes, tiene habitantes que transmiten a los demás su amabilidad.

- Finalmente, estar siempre en constante innovación, es decir, poner énfasis en la promoción durante, antes y después del proyecto, de esta manera lograr despegar, impulsar y consolidar el negocio.

# **ANEXOS**

## BIBLIOGRAFÍA

- BACA URBINA, Gabriel; EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Cuarta Edición, McGraw-Hill/Interamericana Editores
- GALLEGO, Jesús Felipe, DICCIONARIO DE HOSTELERÍA, España, 2002
- SOLÉ, Luis de Borja, EL CONSUMIDOR TURÍSTICO, Editorial Esic, 2002
- ORJUELA, Soledad y SANDOVAL, Paulina; “GUÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS”, Primera Edición, Santiago de Chile, Diciembre de 2002
- LUNA, Rafael; CHAVEZ, Damaris (marzo 2001): “GUÍA PARA ELABORAR ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD DE PROYECTOS ECOTURÍSTICOS”
- SÁENZ, Rodrigo; MANUAL DE PROYECTOS: DISEÑO Y EVALUACIÓN, pág. 17, Ecuador, 2004.
- SÁENZ, Rodrigo; MANUAL DE GESTIÓN FINANCIERA, Ecuador, 2006.
- LAMB, Charles; HAIR, Joseph; MCDANIEL, Carls. “MARKETING”, 6a Edición.
- SCHLUTER, Regina & WINTER, Romero (1997): “EL FENÓMENO TURÍSTICO, BUENOS AIRES”, Editorial Docencia.
- Uriel Ezequiel; Hernández, Raúl, “ANÁLISIS Y TENDENCIAS DEL TURISMO”, Ediciones Pirámide, Madrid 2004
- HERNÁNDEZ, Edgar Alfonso, “PROYECTOS TURÍSTICOS, FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN”
- Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía a través de la Dirección de Turismo, “PLAN DE DESARROLLO GENERAL DEL CANTÓN MEJÍA” (2006)
- Ilustre Municipalidad del Cantón Mejía a través de la Dirección de Turismo, GUÍA TURÍSTICA DEL CANTÓN MEJÍA (2007-2009)
- Diario El Telégrafo (1 de Enero del 2009): *Más de un millón de extranjeros visitaron Ecuador en el 2008*
- Diario El Universo (28 de Agosto del 2005), *Eduardo Proaño pionero del turismo*
- Ministerio de Turismo del Ecuador
- Municipio del Cantón Mejía

