

CERTIFICACIONES

Declaración de Responsabilidad

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTOS DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

JORGE VINICIO AGUIRRE CARRERA

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado (título), ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolqui, 12 de Marzo del 2009

JORGE VINICIO AGUIRRE CARRERA

Certificado de tutoría

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTOS DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

CERTIFICADO

Ing. Mauricio Chávez

Ing. Roberto Taco

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado Estudio para la factibilidad de la creación de una Hostería en el Barrio de Loreto, Provincia de Pichincha realizado por Jorge Vinicio Aguirre Carrera, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que el Estudio de investigación es considerado de accesibilidad al público, se recomienda a si, SI se recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Jorge Vinicio Aguirre Carrera que lo entregue al Ing. Comercial, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolqui, Marzo del 2009

Ing. Mauricio Chávez
DIRECTOR

Ing. Roberto Taco
CODIRECTOR

Autorización de publicación

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTOS DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DE
COMERCIO CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Jorge Vinicio Aguirre Carrera

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería en el Barrio de Loreto, Provincia de Pichincha, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolqui, Marzo del 2009

Jorge Vinicio Aguirre Carrera

DEDICATORIA

A mi madre Blanca Carrera a quien amo más que a mi vida, por ser el apoyo incondicional, por ser ejemplo de una madre que de la vida por sus hijos, por ser luchadora, por ser mi espejo

A mi padre Jorge Aguirre, por ser ejemplo de lucha

A mi abuelita Hortencia Cuti y mi Tia Mariana Cuti, por demostrarme que no necesitas de nadie a mas que tu lo quieras para salir adelante

A mi prima bella Leonor Astudillo, por apoyarme y estar con migo cuando mas la necesitaba.

A mis hermanos a quien los quiero mucho

A mis amigos y amigas por todos los años de aventura, alegrías, tristezas, peleas, etc. que los pasmos juntos

A la memoria de todos aquellos que no se encuentran presentes en cuerpo pero que los llevo en mi corazón

AGRADECIMIENTO

Llena de orgullo y satisfacción me presento como profesional ante la sociedad, agradeciendo inmensamente a Dios por darme salud, vida y fuerza, a esta mi Escuela Politécnica del Ejército por la calidad de formación educativa que me ha brindado

Agradezco especialmente a mi Madre Blanca Carrera por apoyarme en todas las decisiones que e tomado, buenas o malas pero ella siempre ha estado presente apoyándome incondicionalmente, por ser ejemplo de ser humano.

A mi familia por su apoyo y amor incondicional ya que gracias a ellos e logrado culminar muchas metas en mi vida, a mis amigos y amigas por su lealtad y caminar junto a mí en las buenas y en las malas experiencias de la vida

Agradezco a mi director Ing. Mauricio Chávez y a mi codirector Ing. Roberto Taco, puesto que gracias a su apoyo, dedicación y profesionalismo; han sido pilares fundamentales en el desarrollo de este proyecto.

Muchas gracias

Vinicio

ÍNDICE CONTENIDO

1. CAPITULO I : ESTUDIO DE MERCADO	7
1.1. Objetivos del Estudio de Mercado	7
1.2. Identificación del Bien/servicio	8
1.2.1. Clasificación por su Uso	8
1.2.2. Clasificación por su efecto	9
1.3. Análisis de la Demanda	10
1.3.1. Segmentación del Mercado (turismo nacional y extranjero receptor)	11
1.3.2. Factores que afectan a la demanda	15
1.3.2.1. Tamaño y crecimiento de la población	15
1.3.2.2. Hábitos de consumo	17
1.3.2.3. Gustos y preferencias	18
1.3.2.4. Niveles de ingreso	19
1.3.3. Comportamiento histórico de la demanda interna y externa ..	20
1.3.4. Demanda Actual	22
1.3.4.1. Metodología de la Investigación	22
1.3.4.2. Demanda actual de servicios	46
1.3.5. Proyección de la demanda	49
2. Análisis de la Oferta	53
2.1.1. Clasificación de la Oferta	54
2.1.2. Factores que afectan a la Oferta	54
2.1.2.1. Numero y capacidades de producción de los competidores 54	
2.1.2.2. Incursión de nuevos competidores	56
2.1.2.3. Capacidad de inversión fija	56
2.1.2.4. Precios de los servicios relacionados	57
2.1.3. Comportamiento histórico de la Oferta	57
2.1.4. Oferta Actual	60
2.1.5. Proyección de la Oferta (Nacional-Extranjero Receptor)	60
2.2. Determinación de la Demanda Insatisfecha	62
2.3. Comercialización	63
2.3.1. Estrategia de Precios	63
2.3.2. Estrategia de Promoción	65
2.3.3. Estrategia de Servicio	66

2.3.4.	Estrategia de Plaza	68
2.4.	Análisis de Precios	69
2.5.	Canales de distribución	70
2.5.1.	Cadena de distribución	71
2.	CAPITULO II : ESTUDIO TÉCNICO	72
2.1.	Tamaño del proyecto	72
2.1.1.	Factores determinantes del tamaño	72
2.1.1.1.	El mercado	72
2.1.1.2.	Disponibilidad de Recursos Financieros	72
2.1.1.3.	Disponibilidad de Mano de Obra	74
2.1.1.4.	Economías de Escala.	74
2.1.1.5.	Disponibilidad de Tecnología	75
2.1.2.	Optimización del Tamaño del Proyecto	76
2.1.3.	Definición de las capacidades de Producción	78
2.2.	Localización del proyecto	79
2.2.1.	Macro localización	79
2.2.2.	Micro localización	80
2.2.2.1.	Factores para la localización	80
2.2.2.2.	Matriz Locacional	82
2.3	Ingeniería del proyecto	84
2.3.1	Proceso de producción	85
2.3.1.1	Diagrama de flujo	85
2.3.1.2	Requerimiento de Mano de Obra	92
2.3.1.3	Requerimientos de infraestructura	94
2.3.1.4	Requerimientos de equipos y muebles	94
2.3.1.5	Requerimiento de Insumos y Servicios	95
2.3.1.6	Estimación de la Inversión	96
2.3.2	Calendario de Ejecución del Proyecto	98
3.	CAPITULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN	100
3.1.	La Empresa	100
3.2.	Base filosófica de la empresa	101
3.2.1.	Visión	101
3.2.2.	Misión	102
3.2.3.	Estrategia empresarial	103
3.2.4.	Objetivos estratégicos	103
3.2.5.	Principios y Valores	104
3.3.	La Organización	105

3.3.1.	Organigrama Estructural	105
3.3.2.	Organigrama Funcional	105
1.	CAPITULO IV: ESTUDIO FINANCIERO	109
4.1	Presupuestos	109
4.1.1	Presupuesto de inversión	109
4.1.1.1	Activos fijos.....	109
4.1.1.2	Activos Intangibles.....	112
4.1.1.3	Capital de Trabajo.....	112
4.1.2	Cronograma de Inversiones	114
3.1.3.	Presupuesto de Operación	115
4.1.3.1	Presupuesto de ingresos.....	115
4.1.3.2	Presupuesto de Egresos.....	116
4.1.3.3	Estructura de Financiamiento	117
3.1.4.	Punto de Equilibrio	119
3.2.	Estados Financieros Pro forma	121
4.2.1.	Estados de resultados (perdidas y ganancias).....	121
4.2.2.	Estado de Origen y Aplicación de Fondos	122
4.3.	Flujo de Fondos.....	122
4.3.1.	Determinación de las tasas de descuento.....	123
4.3.1.1	Del Proyecto	123
4.3.1.2	Del Inversionista	123
4.3.2.	Criterios de Evaluación.....	124
4.3.2.1	Valor actual Neto.....	124
4.3.2.2	Tasa Interna de Retorno.....	126
4.3.2.3	Período de Recuperación de la Inversión	127
4.3.2.4	Relación Beneficio / Costo	128
4.3.3.	Análisis de sensibilidad.....	129
5.	CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	131
5.1.	Conclusiones	131
5.2.	Recomendaciones	132

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Población de Pichincha.....	11
Tabla	12
N° 2: Nivel de Ingresos de la Provincia de Pichincha Por quintiles.....	12
Tabla N° 3: Población de Pichincha por Quintil de Ingresos	13
Tabla N° 4: Numero de familias con ingresos.....	13
Superiores a \$500 Quintiles 3 y 4	13
Tabla N° 5: Nivel Económico por tipo de clase.....	14
Tabla N° 6: Entrada de extranjeros a la Provincia de Pichincha.....	15
Tabla N° 7: Población de Pichincha 2003-2007	16
Tabla N° 8: Evolución del Turismo Receptor Nacional - 2005-2010.....	16
Tabla N° 9: Hábitos de consumo Masculino y femenino-edad.....	17
Tabla N° 10: Preferencia de visitas a atractivos turísticos.....	19
Tabla N° 11: Nivel de ingreso	20
Tabla N° 12: Población de Pichincha 2003-2007.....	21
Tabla N° 13: Tabla de contingencia.....	47
Tabla N° 14: Demanda Actual - Turismo Nacional.....	47
Tabla N° 15: Tabla de contingencia.....	48
Tabla N° 16: Demanda Actual - Turismo Extranjero Receptor.....	49
Tabla N° 17: Proyección de la Demanda - Turismo Nacional	52
Tabla N° 18: Proyección de la Demanda.....	53
Tabla N° 19: Numero de plazas diarias.....	60
Tabla N° 20: ALGUNA VEZ A OCUPADO LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE DEL VALLE DE LOS CHILLOS.....	60
Tabla N° 21: Establecimientos de alojamiento registrado en el ministerio de turismo Tipo Hostería Año 200-2004.....	61
Tabla N° 22: Proyección de la oferta	61
Tabla N° 23: ¿Visitaría Usted una Hostería en el Valle de los Chillos ubicada a 40 minutos de la ciudad de Quito que ofrezca paseos ecológicos y visitas a cascadas. Servicio personalizado, piscina, restaurante, servicio de bar, shows en vivo?	62
Tabla N° 24: Proyeccion de la oferta del Turismo Extranjero Receptor	62
Tabla N° 25: Demanda Insatisfecha - Turismo nacional	63
Tabla N° 26: Demanda insatisfecha - Turismo Extranjero Receptor.....	63
Tabla N° 27: C.F.N (Corporación Financiera Nacional)	73

Tabla N° 28: Banco del pichincha	73
Tabla N° 29: Participación del 5% 2008-2012	77
Tabla N° 30: Demanda diaria.....	77
Tabla N° 31: Matriz de localización.....	83
Tabla N° 32: Proceso de alojamiento	86
Tabla N° 33: Proceso de alimentación	88
Tabla N° 34: Proceso de alimentación	90
Tabla N° 35: Requerimiento de Mano de Obra - Personal fijo Anual.....	92
Tabla N° 36: Requerimiento de Mano de Obra – Personal ocasional	93
Anual.....	93
Tabla N° 37: infraestructura – Hostería.....	94
Tabla N° 38: Muebles y Enseres – Muebles para las habitaciones	94
Tabla N° 39: Muebles y Enseres – Manejo para la Habitación.....	94
Tabla N° 40: Muebles y Enseres.....	94
Tabla N° 41: Maquinaria y Equipo – Manejo para la cocina.....	95
Tabla N° 42: Maquinaria y Equipo – electrodomésticos y mantenimiento	95
Tabla N° 43 Equipo de Computación y Equipo de Oficina.....	95
Tabla N° 44: Utensilios de Limpieza.....	96
Tabla N° 45: Inversión Inicial	96
Tabla N° 46: Cronograma de actividades	99
Cuadro N° 47: Inversión Total de Activos Fijos	110
Tabla N° 48: Depreciación de Activos Fijos	111
Tabla N° 49: Activos Intangibles.....	112
Tabla N° 50: Amortización de Activos Intangibles.....	112
Tabla N° 51: Materia Prima	113
Tabla N° 52: Calculo del Capital de Trabajo	114
Tabla N° 53: Cronograma de Inversión.....	115
Tabla N° 54: Capacidad de Producción - Ingresos	115
Tabla N° 55: Ingresos Anuales	116
Tabla N° 56: Egresos Anuales.....	116
Tabla N° 57: Estructura del financiamiento	117
Tabla N° 58: Tabla de amortización.....	118
Tabla N° 59: Punto de Equilibrio en dólares.....	120
Tabla N° 60: Estado de Resultados.....	121
Tabla N° 61: Estados de Origen y Aplicación de Recursos.....	122
Tabla N° 62: Flujo del Proyecto.....	123
Tabla N° 63: Flujo del Proyecto con Financiamiento	124

Tabla N° 64: Calculo de TMAR.....	125
Tabla N° 65: Valor Actual Neto - Sin Financiamiento	126
Tabla N° 66: Valor Actual Neto - Con Financiamiento.....	126
Tabla N° 67: Tasa Interna de Retorno - Sin financiamiento	127
Tabla N° 68: Tasa Interna de Retorno - Con financiamiento.....	127
Tabla N° 69: Periodo de Recuperación Del Proyecto – Sin Financiamiento ...	128
Tabla N° 70: Periodo de Recuperación Del Proyecto - Con Financiamiento...	128
Tabla N° 71: Costo/beneficio - Sin Financiamiento.....	129
Tabla N° 72: Costo/beneficio - Con Financiamiento	129
Tabla N° 73: Análisis de sensibilidad.....	130

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N° 1: Mapa de la macro localización	79
Grafico N° 2: Mapa de la micro localización.....	83
Gráfico N° 3: Distribución de la Hostería	97
Grafico N° 4: Logotipo	101
Grafico N° 5: Organograma Estructural	105
Grafico N° 6: Organograma Funcional	108

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1.....	133
ROL DE PAGOS.....	133

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo es una de las industrias de mayor crecimiento en el mundo y las ofertas son infinitas. A nivel mundial, existe predilección por el turismo de compras, cultura y biodiversidad, esta última necesidad puede ser plenamente satisfecha en el Ecuador. El turismo en el Ecuador esta en constante aumento gracias a que se encuentra ubicado entre los 17 países con mayor biodiversidad del planeta, con grandes extensiones de Parques Nacionales, Aéreas Protegidas y Reservas Ecológicas

El valle de los chillos está rodeado de escenarios volcánicos impactantes, la más hermosa vegetación y fauna que no pueden encontrar en otro lugar del planeta, tales como Montañas, lagunas, reservas naturales, balnearios, complejos deportivos, etc. que junto a un privilegiado entorno natural despiertan en quienes lo visitan una sensación gratificante que invitan a volver siempre.

El Municipio del Cantón Rumiñahui se encuentra desarrollando una intensa tarea de mejoramiento razón por la cual, la importancia de esta empresa radica en la posibilidad que tiene de estimular el Turismo, para satisfacer las necesidades internacionales y nacionales, permitiéndole ubicarse en un sector donde se explota la belleza natural sin contaminarla.

El proyecto puede aprovechar una gran oportunidad dada por la extraordinaria biodiversidad y cultura que ofrece EL Valle de los Chillos y sus alrededores.

En el primer capítulo se determino nuestra población a la cual nos vamos a dirigir, que se encuentra establecida entre la población media y media alta que se encuentre ubicada entre los quintiles III y IV, tanto turismo Nacional como el Turismo extranjero, estableciendo de esta manera que la creación de una Hostería en el barrio de Loreto, Provincia de Pichincha es considerable por que tanto el turismo nacional como extranjero aceptan la creación de este tipo de hostería y que les gusta hacer turismo ecológico ya que serán nuestra demanda potencia de igual manera se estableció la demanda insatisfecha, cubriendo un mercado de 5 % de la demanda insatisfecha, estableciendo los canales adecuados para la distribución de la Hostería

En el capítulo II, estudio Técnico se pudo determinar cual es la capacidad adecuada para la Hostería y así poder cubrir satisfactoriamente el mercado potencia, brindando el bienestar del turista nacional como extranjero.

Se pudo de igual manera establecer cuál es la mejor opción de financiamiento tanto para nuestro activos fijos como activos intangibles determinando de esta manera que el Banco del Pichincha nos proporciona las mayores facilidades con una tasa activa del 11,20% anual siendo la misma quien nos ayudara a la construcción del Proyecto.

La Macrolocalización del proyecto se realizara en la provincia de Pichincha, debido a que se encuentra ubicado en la capital y en centro de comercio del Ecuador

La microlocalizacion se encuentra en el barrio de Loreto 1 debido a su gran variedad de atractivos turísticos, disponibilidad de servicios públicos, a su entorno ambiente por contar con un clima agradable todo el año, por su disponibilidad de acceso a los mercados de insumo, por gran variedad de acceso y comunicación, y por poseer un gran número de transporte hacia el lugar de construcción de la Hostería

Se pudo establecer los servicios que la Hostería prestara a los turistas aplicando el capital de trabajo tanta mano de obra e insumos que la Hostería necesita para poner en marcha el proyecto

En el Capitulo III se pudo establecer el tipo de empresa al cual pertenece una Hostería. La empresa esta dedicada al servicio de Hospedaje, razón por la cual ofrece un producto intangible al consumidor, satisfaciendo la necesidad de bienestar del Turista que visite nuestras instalaciones

El tipo de empresa al que corresponden el giro del negocio es de servicios, subdividido dentro del sector del turismo

La Hosteria se construirá en un terreno de 4000 metros cuadrados utilizando los materiales adecuados para la construcción de la misma sin destruir el medio ambiente, manteniendo de esta manera el entorno ecológico de la zona

Se estableció que el nombre adecuado para la Hostería es HOSTERIA EL EDEN DE LA CASCADA motiva a las personas a comprar el producto o servicio.

Las estrategias de precios se basaran en la satisfacción del Turista ya que este tipo de mercada se rige a la calidad de servicio que la empresa preste utilizando tecnología de punta, y los principales medios de comunicación como publicidad

En el capitulo IV del Estudio Financiero se determino que el proyecto es factible con una inversión total de 231.742.63 dólares utilizando un 40% como capital propio y un 60% de capital financiado

Utilizando como institución financiera al Banco del Pichincha con una tasa del 11,20% anual a 5 años plazos.

Se determino que el proyecto es factible debido a que nuestro VAN valor actual neto es positivo con un valor del 67.716,48, con un TIR tasa interna de retorno del 28,97% y costo beneficio del 1,29 dólares lo que significa que por cada dólar que invirtamos en este proyecto se estará ganando 0,29 centavos lo que significa que el proyecto es factible

SUMMARY EXECUTIVE

The tourism is one of the industries of more growth in the world and the offers are infinite. At world level, predilection exists for the tourism of purchases, culture and biodiversity, this last necessity can be satisfied fully in the Ecuador. The tourism in the Ecuador this in constant increases thanks to that is located among the 17 countries with bigger biodiversity of the planet, with big Protected National, Air extensions of Parks and Ecological Reservations

The valley of the chillos this surrounded of escenarios volcanic impactantes, the most beautiful vegetation and fauna that you/they cannot find in another place of the planet, such as Montañas, lagoons, natural reservations, spas, complex sport, etc. that you/they wake up next to a privileged natural environment in who you/they visit him a sensation gratificante that you/they invite to always return.

The Municipality of the Canton Rumiñahui is developing an intense task of improvement reason for the one which, the importance of this company resides in the possibility that has of stimulating the Tourism, to satisfy the international and national necessities, allowing him to be located in a sector where you exploits the natural beauty without contaminating it.

The project can take advantage of a great opportunity given by the extraordinary biodiversity and culture that he/she offers THE Valley of the Chillos and its surroundings.

In the first I surrender you determines our population to which we will go which is established among the population half and half discharge that is located among the quintiles III and IV, as much National tourism as the foreign Tourism, settling down this way that the creation of a Hostel in the neighborhood of Loreto, County of Pichincha is considerable for that as much the national tourism as foreigner accept the creation of this hostel type and that they like to make ecological tourism since they will be our demand power in a same way the unsatisfied demand he/she settled down, covering a market of 5% of the unsatisfied demand, establishing the appropriate channels for the distribution of the Hostel

In the I surrender II, I study Technician you could determine which is the appropriate capacity for the Hostel and this way to be able to cover the market power satisfactorily, offering the national tourist's well-being as foreigner.

One could in a same way to settle down which is the best option of so much financing for our fixed assets as active intangible determining in this way that the Bank of the Pichincha provides us the biggest facilities with an active rate of 11,20 annual% being the same one who helped us to the construction of the Project.

The Macrolocalización of the project was carried out in the county of Pichincha, because it is located in the capital and in center of trade of the Ecuador

The microlocalizacion is in the neighborhood of Loreto 1 due to its great variety of tourist attractiveness, readiness of public services, to its ambient environment to have a pleasant climate the whole year, for its access readiness to the input markets, for great access variety and communication, and to possess a great one I number of transport toward the place of construction of the Hostel

The services that the Hostel lent the tourists applying the capital of work so much manpower and inputs that the Hostel needs to start the project could settle down

In the I Surrender III the company type it could settle down to which belongs a Hostel. The company this dedicated to the service of Lodging, reason for which offers an intangible product to the consumer, satisfying the necessity of well-being of the Tourist that visits our facilities

The company type to which you/they correspond the turn of the business is of services, subdivided inside the sector of the tourism

The Hostel will be built in a land of 4000 square meters using the appropriate materials for the construction of the same one without destroying the environment, maintaining this way the ecological environment of the area

He/she settled down that the appropriate name for the Hostel is HOSTEL THE EDEN OF THE CASCADE it motivates people to buy the product or service.

The strategies of prices were based since on the Tourist's satisfaction this type of having bought it is governed to the quality of service that the company lends using tip technology, and the main media like publicity

In the I surrender IV of the Financial Study you determines that the project is feasible with a total investment of 231.742.63 dollars using 40% as own capital and 60% of financed capital

Using as financial institution to the Bank of the Pichincha with a rate from 11,20% annual to 5 years terms.

You determines that the project is feasible because our VAN net current value is positive with a value of the 67.716,48, with a TIR you/he/she appraises you/he/she interns of return of 28, 97% and cost benefit of the 1, 29 dollars what means that for each dollar that we invest in this project you/he/she will be winning 0,29 cents what means that the project is feasible

1. CAPITULO I : ESTUDIO DE MERCADO

Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados¹

1.1. Objetivos del Estudio de Mercado

Objetivo General:

Determinar la prefactibilidad financiera, técnica, organizacional, ambiental y de mercado para la implementación de una hostería en el barrio de Loreto, Provincia de Pichincha

Objetivos específicos:

- Identificar las características y el comportamiento de la competencia de tal manera que se pueda establecer la demanda insatisfecha que el mercado actual no cubre
- Establecer la competencia existente en el valle e los chillos y su comportamiento en el mercado
- Conocer los precios de los servicios turísticos en el valle de los chillos
- Determinar las estrategias principales para que la hostería en el Barrio de Loreto entre con fuerza al mercado del turismo
- Determinar los canales adecuados para hacer conocer todos los servicios de la hostería

¹ Evaluación de proyectos: Gabriel Baca Urbina.

1.2. Identificación del Bien/servicio

1.2.1. Clasificación por su Uso

La hostería está rodeado de la majestuosidad de la cordillera de los Andes con espectaculares paisajes, entre la belleza de valles, nevados y volcanes, con un bondadoso clima, la calidez de su gente, su historia, tradiciones, cultura, y una singular gastronomía hacen del Valle de los Chillos el sector ideal para la recreación familiar.

Gracias a su ubicación geográfica la Hostería tendrá una esencia de negocio de bienestar, brindando paquetes de alojamiento, servicio de alimentación, servicios de capacitación y actividades de ecoturismo.

La Hostería a construirse tendrá los siguientes servicios:

Servicio de alojamiento

Buscamos fomentar el turismo por lo cual se ha establecido paquetes turísticos que consistirán en habitaciones individuales, dobles, triples y familiares completamente cómodas, y completas.

Servicio de alimentación

Restaurante con capacidad para 60 personas

Servicio de capacitación

Sala para conferencias, seminarios, capacitaciones empresariales, seminarios, eventos sociales para 200 personas

Actividades de Ecoturismo

Movilización en motocicletas o caminatas a las cascadas del Valle de los Chillos

SPA

3 pisanas

Cuarto de sauna

1.2.2. Clasificación por su efecto

La Hostería tiene el propósito de estimular el Turismo, para satisfacer las necesidades internacionales y nacionales.

Servicio de alojamiento

En el caso del servicio de alojamiento se estableció paquetes tales como:

Paquetes familiares

Este tipo de paquete incluye de 2 a 5 días de hospedaje

- Cabañas familiares de 6 personas
- Desayuno, almuerzo, cena.
- Servicio de bar
- Paseos a las cascadas ya sea en moto, caballos, o caminatas con sus respectivos guías que iniciaran a las 9:00 am

Paquetes estudiantiles

Este tipo de paquete incluye de 2 a 5 días de hospedaje

- Habitaciones para grupos de tres
- Desayuno, almuerzo, cena
- Paseos a las cascadas ya sea en moto, caballos, o caminatas con sus respectivos guías o sin guías que iniciaran a las 9:00 am
- Servicio de bar

Paquetes individuales

Este tipo de paquete incluye de 1 a 5 días de hospedaje

- Habitaciones individuales
- Desayuno, almuerzo, cena
- Servicio de bar

Servicio de alimentación

En el caso de alimentación se servirá menú tanto para el Paladar Nacional como Internacional de la más selecta comida típica ecuatoriana

Servicio de capacitación

En el caso del servicio de capacitación se implementara con una sala para 200 personas, servicio de bar, servicio de restaurante, también se contara con un infocus, instalación de sonido, pizarrón, tiza líquida.

Actividades de Ecoturismo

Caminatas que duraran 1:30 minutos con un guía desde la Hostería Hasta las 2 Cascadas, la del Rio Pita y la de Rumibosque para un grupo de 20 personas
Movilización hacia las cascadas con un supervisor o guía para un grupo de 6 personas en motocicletas

SPA

Con respecto al servicio de SPA contara con 3 piscinas con capacidad para 45 personas destinadas para, niños, adultos, profesionales
También contara con cuarto de sauna con capacidad para 10 personas

Logrando de esta manera el bienestar de los Turistas

1.3. Análisis de la Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere para satisfacer sus necesidades a un determinado precio.²

Al analizar la demanda se debe de tomar en cuenta un panorama a futuro, para poder tener una proyección de esta en el tiempo, esta proyección no es mas que un estimado con el cual nos ayudaremos para planear las diferentes estrategias para el buen rendimiento de nuestro proyecto.

² Diccionario Encarta 2007 (demanda)

Se estimara el análisis de la demanda total del turismo en el valle de los chillos, para lo cual se cuantificara la demanda histórica del Turismo con la finalidad de analizar todos los aspectos importantes que ayudan y afectan a la demanda para de esta manera poder proyectar nuestra futura demanda.

1.3.1. Segmentación del Mercado (turismo nacional y extranjero receptor)

Para la segmentación del mercado se utilizara las variables tanto Geográficas, Demográficas, Nivel de ingresos, Nivel Económico, para de esta manera establecer los dos tipo de segmentación del mercado.

Turismo receptor y turismo Interno

TURISMO NACIONAL

Variable Geográfica: el mercado estará dividido en base a su ubicación

Provincia de Pichincha

Población de la Provincia de Pichincha

Tal como lo demuestra En la tabla

Tabla Nº 1: Población de Pichincha

Provincia	Año 2007
Pichincha	2.683.272

Fuente: INEC

Elaborado por Vinicio Aguirre

Variables Socio Económicas

Nivel de Ingresos:

Se estimara una demando de la población del número de Familias con ingresos promedio entre los quintiles 3 y 4

Ingresos promedio \$500 en adelante

A través de la incorporación en la encuesta del cuestionario de gastos de consumo en los hogares seleccionados de la muestra, se construyó un índice económico y se dividió a la población en cinco grupos o quintiles de riqueza, basándose en la relativa posición de los hogares en dicho índice. Los grupos de los “más pobres” y los “más ricos”.

**Tabla
Nº 2: Nivel de Ingresos de la Provincia de Pichincha Por quintiles**

Quintiles	Ingreso Corriente	Distribución 100%	Ingreso P. x hogar
quintil 1	104306453	8,4	233,43
quintil 2	152568504	12,3	409,64
quintil 3	191911357	15,5	545,29
quintil 4	261313517	21	739.64
quintil 5	531844438	42,8	1775.88

Fuente: ENIGHU 2003/2004 - INEC, Encuesta de Condiciones de Vida - Quinta Ronda
POBLACIÓN URBANA Nivel Económico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Según la información obtenida por el INEC (ENIGHU 2003/2004) nuestra segmentación de mercado se encuentra entre los pobladores que se localicen con un nivel de ingresos que estén entre los quintiles 3, 4

A nivel nacional el 43 por ciento de la población está en los quintiles más pobres (quintiles 1 y 2), el 20 por ciento en el quintil intermedio (quintil 3) y el 36 por ciento en los quintiles más ricos (quintiles 4 y 5)

Grandes son las diferencias con respecto a dominios de estudio, están en mejor situación la población de Quito y Guayaquil. En Quito, la población de los quintiles más pobres (quintiles 1 y 2) representa el 18 por ciento, en el quintil más rico el importante 34 por ciento (quintil 5) y en el (quintil 3 y 4) esta representado por el 48% de la Población.³

Por consiguiente nuestra segmentación de mercado por nivel de ingresos se encuentra de la siguiente manera representada en la tabla Nº 3

³ http://www.cepar.org.ec/endemain_04/nuevo05/informe/muj_entrev/mujer_fer.htm

Tabla N° 3: Población de Pichincha por Quintil de Ingresos

Quintiles	%	Población
quintil 3 y 4	48	1,287.971
total población Q (3,4)		1.287.971

Fuente: INEC y CEPAR
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Según los datos obtenidos en el Instituto Nacional de Estadística y el CENSO 2001 de la vivienda el número promedio de ocupantes por familia es del 3,9 por hogar.⁴

Por consiguiente nuestra segmentación de mercado según el número de familias con ingresos de 500 dólares americanos en adelante es la siguiente:

Tabla N° 4: Numero de familias con ingresos Superiores a \$500 Quintiles 3 y 4

población de Pichincha	Promedio de ocupantes por familia	población quintil (3-4)	Nº de familias
2.683.272	3,9	1.287.971	330.249
nº familias con ingresos con quintiles (3 - 4)			330.249

Fuentes: ENEIGH (2033-20049-CEPAR y ENDEMAIN 2004 (CENSO 2001)
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Nivel Económico

Clase Media (C), Media Alta (B)

El 49% de la población del país está en la “clase media”, según el último estudio elaborado por el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos (INEC) denominado “El Ecuador ya cuenta con su estratificación socioeconómica”.

⁴ Centro de Estudios de Población y Desarrollo Social

El documento dice que el 28% de la población se ubica en el nivel socioeconómico C y el 21% en el nivel D. Lo importante del estudio es que no solo mide la distribución de la población por sus ingresos, sino que incluye parámetros como el nivel de instrucción y la posesión de objetos y servicios

Se señala que el 13% de la población a nivel nacional se ubica en el nivel socioeconómico A. Se trata de personas que tienen seguro, poseen lavadora de ropa, más de dos televisores, por lo menos un automóvil, televisión por cable y computadora, además de que sus jefes de hogar son universitarios o profesionales con estudio de cuarto nivel.

En el nivel B, una “clase media alta” se ubica en el 23% de la población; esta tiene una menor posesión de un automóvil que el estrato A, tiene computadora, seguro y una televisión a color, asalariado y con educación media y universitaria.⁵

Por consiguiente nuestra segmentación de mercado esta dada de la siguiente manera, tal como lo demuestra la tabla N° 5

Tabla N° 5: Nivel Económico por tipo de clase

Nivel Económico	%	Población
clase media (C)	49	1.314.803
clase media alta (B)	23	617.153
clase alta (A)	13	348.825
Población nivel económico		2.030.494

Fuente: INEC y CEPAR
Elaborado por: Vinicio Aguirre

TURISMO EXTRANJERO RECEPTOR

Geográfico: Turismo internacional

Extranjeros que visitan la Provincia de Pichincha

⁵ www.google.com

Se considera como turismo internacional al número de visitante que ingresan a la provincia de Pichincha, tal como se lo demuestra en la tabla N° 6.

Tabla N° 6: Entrada de extranjeros a la Provincia de Pichincha

JEFATURAS	*MAY		JUN		JUL	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
PICHINCHA	31.729	36.255	41.587	44.692	47.005	50.949

Fuente : Anuario de Entradas y Salidas Internacionales - INEC (2007) Dirección Nacional de Migración (2008)
Elaboración por: Gerencia Nacional de Planificación y Cooperación Externa. Ministerio de Turismo

Según el Ministerio de Turismo de Pichincha ingresaron turistas extranjeros a la ciudad de Quito en julio del 2008 un total de 50.949 extranjeros lo que corresponde un crecimiento del 8.39% ya que en julio del 2007 ingresaron un total de 47.005 extranjeros a la Provincia de Pichincha

1.3.2. Factores que afectan a la demanda

Entre los factores que afectaran el comportamiento de la demanda están:

1. Tamaño y crecimiento de la población
2. Hábitos de Consumo
3. Gustos y Preferencias
4. Niveles de ingreso

1.3.2.1. Tamaño y crecimiento de la población (Turismo Nacional – Extranjero Receptor)

Turismo Nacional

Según los datos obtenidos por el INEC demuestra que la población de Pichincha no ha variado mucho con un crecimiento promedio para el año 2005 del 1,4% con respecto al año 2004, en cambio para el año 2006 tubo un crecimiento considerable del 1,4% con respecto al 2005, para el año 2007 en

cambio se mantuvo con una tasa de crecimiento del 1,4% y para el año 2008 según los datos obtenidos en el artículo estimación de la población del Ecuador para el año 2008 basada en los datos reales del VI censo de población publicados por el INEC la tasa de crecimiento está dada en 1,4% tal como lo demuestra la tabla N° 7

Tabla N° 7: Población de Pichincha 2003-2007

Año	Población	Tasa de crecimiento
2003	2.536.195	
2004	2.572.154	1,4%
2005	2.608.856	1,4%
2006	2.646.426	1,4%
2007	2.683.272	1,4%

Fuente: INEC
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Turismo Extranjero Receptor

Según los datos obtenidos del Ministerio de Turismo y por PLANDETUR 2020, el tamaño y crecimiento de la población del turismo receptor ha variado constantemente como se puede observar en la tabla N° 8

Tabla N° 8: Evolución del Turismo Receptor Nacional - 2005-2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Llegadas de turistas	859.888	841.001	953.196	1.006.575	1.062.943	1.122.468
Variación inter. Anual sobre años consecutivos	5,00%	-2,20%	13,34%	5,6%	5,60%	5,60%

Fuente: MINTUR (PLANDETUR 2020) – MINISTERIO DE TURISMO
Elaborado por: Vinicio Aguirre

El Ecuador a pesar de tener una reducción del 2.20% de turistas extranjeros que visitaron nuestro territorio tiene una alza considerable en el 2007 con un porcentaje muy elevado del 13.34% lo que significa que nuestro turismo está mejorando constantemente

Según el Ministerio de Turismo de Pichincha ingresaron turistas extranjeros a la ciudad de Quito en julio del 2008 un total de 50.949 extranjeros lo que

corresponde un crecimiento del 8.39% ya que en julio del 2007 ingresaron un total de 47.005 extranjeros a la Provincia de Pichincha.

1.3.2.2. Hábitos de consumo

Turismo Nacional

La mayor cantidad de visitantes que se encuentran en el Valle de los Chillos y sus alrededores son gente que esta entre los 20 y 29 años de edad y hay mayor cantidad de hombres que mujeres aunque su diferencia no es muy grande.

Esto es debido a que el Valle de los Chillos, lo que ofrece es turismo de aventura, y la gente de esa edad son quienes están dispuestos a realizar este tipo de turismo. Esto se demuestra en la siguiente tabla N° 9

Tabla N° 9: Hábitos de consumo Masculino y femenino-edad

	Edad					Total
	10 a 19 años	20 a 29 años	30 a 39 años	40 a 49 años	50 a 59 años	
Sexo						
Masculino	2,94%	29,41%	11,76%	5,88%	4,41%	54,41%
Femenino	2,94%	29,41%	7,35%	4,41%	1,47%	45,59%
Total	5,88%	58,82%	19,12%	10,29%	5,88%	100,00%

Fuente: turismo en el Ecuador
Elaborado por Vinicio Aguirre

Turismo Extranjero Receptor

Según los datos del ministerio de turismo los hábitos de consumo de los extranjeros que visitan la Provincia de Pichincha son:

- Personas desplazados como consecuencias de guerras o persecuciones.
- Religiosos o voluntarios pertenecientes a organizaciones reconocidas en su país de origen para dedicarse a labores asistenciales.
- Visitantes temporales con fines lícitos durante un periodo mayor de tres meses. Dentro de un lapso consecutivos de seis meses en cada año.

T1 Personas que desembarcan hacia las zonas de tránsito directo con oportunidad de escalas técnicas de las naves marítimas o aeronaves para proseguir su viaje.

T2 Personas que ingresan al territorio nacional para dirigirse al país de destino para abordar una nave que les transportara al exterior.

T3 Visitantes temporales con fines de turismo, deporte, salud, ciencia y arte durante un periodo no mayor de tres meses en cada año.

1.3.2.3. Gustos y preferencias

Turismo Nacional

Según la investigación realizada en la Provincia de Pichincha, cantón Rumiñahui y en el Barrio de Loreto se estableció las siguientes gustos y preferencias con respecto a que atractivos turísticos le gustaría visitar, tal como lo representa la tabla N° 10

Tabla N° 10: Preferencia de visitas a atractivos turísticos

atractivo visitado	total visitantes	%
Sitios naturales	80	40
Playas	50	25
Balnearios termales	20	10
Sitios de diversión	17	8.5
Sitios de comida	13	6.5
Fiestas y mercados	12	6
Fiestas religiosa	8	4
Total	200	100

Fuente: turismo 2020
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Se estableció que los lugares que más concurrencia por parte de los turistas se encuentra en primer lugar los sitios naturales con un 40% del total de la población y se encuentra en un segundo lugar las playas que representa el 25% de la población encuestada

Turismo Extranjero Receptor

Los turistas extranjeros prefieren en mayor medida realizar sus viajes a través de agencias de turismo.

Lugar de procedencia	Medios de realizar el viaje		Total
	Si con agencia	No	
Extranjeros	63,24%	17,65%	80,88%

1.3.2.4. Niveles de ingreso

Turismo Nacional

El nivel de ingresos del Turismo Nacional estará dado por las personas que posean un nivel de ingresos superiores a \$500, tal como se lo especifico en el cuadro

Tabla N° 11: Nivel de ingreso

Quintiles	Ingreso Corriente	Distribución 100%	Ingreso P. x hogar
quintil 1	104306453	8,4	233,43
quintil 2	152568504	12,3	409,64
quintil 3	191911357	15,5	545,29
quintil 4	261313517	21	739.64
quintil 5	531844438	42,8	1775.88

Fuente: ENIGHU 2003/2004 - INEC, Encuesta de Condiciones de Vida - Quinta Ronda
POBLACIÓN URBANA Nivel Económico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Según los datos obtenidos por el INEC se observa que la mayoría de la población de Pichincha tienen ingresos promedio entre 500 - 1800 dólares

Como ya se estableció en la segmentación de mercado que nuestro mercado meta está establecido por los turistas tanto nacionales como extranjeros cuyos ingresos fuesen de 500 dólares en adelante por lo que corresponde a una clase media, media alta y alta.

Turismo Extranjero Receptor

Con lo que corresponde a los Turistas Internacionales establecido por la ECORAE dice que Los residentes de Norte América, países andinos, Resto de América, Europa y otros continentes tienen ingresos altos, es decir mayores a 2500 USD mensuales, ya que la mayoría son profesionales.⁶

1.3.3. Comportamiento histórico de la demanda interna y externa

Turismo Nacional

Según los datos obtenidos por el INEC demuestra que la población de Pichincha ha variado constantemente con un crecimiento promedio para el año 2007 del 1,4% con respecto al año 2006, tal como lo demuestra en la tabla N° 12

⁶ www.google.com

Tabla Nº 12: Población de Pichincha 2003-2007

Año	población	población por quintiles 3-4	número de familias
2003	2.536.195	1.217.374	312.147
2004	2.572.154	1.234.634	316.573
2005	2.608.856	1.252.251	321.090
2006	2.646.426	1.270.284	325.714
2007	2.683.272	1.287.971	330.249

Fuente: INEC
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Turismo Extranjero Receptor

Según la cama de Turismo de Pichincha ingresaron turistas extranjeros a la ciudad de Quito en julio del 2008 un total de 50.949 extranjeros lo que corresponde un crecimiento del 8.39% ya que en julio del 2007 ingresaron un total de 47.005 extranjeros a la Provincia de Pichincha, tal como se lo demostró en la tabla Nº 9

Entrada de extranjeros a la Provincia de Pichincha

JEFATURAS	*MAY		JUN		JUL	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
PICHINCHA	31.729	36.255	41.587	44.692	47.005	50.949

Fuente: ministerio de Turismo de Pichincha
Elaborado por: Vinicio Aguirre

1.3.4. Demanda Actual

1.3.4.1. Metodología de la Investigación

Para comprender, analizar e identificar el mercado turístico se realizara una investigación cualitativa y cuantitativa

Investigación cualitativa.- en este tipo de investigación se lo realiza con el propósito de tener una orientación del mercado al cual se va a dirigir la Hostería por esto se establecerá de manera exploratoria, descriptiva

Exploratoria

La cual se lo realizo con fuentes primarias y secundarias tales como: fuentes bibliográficas, secundarias, cuestionarios, observación y entendimiento del turismo receptor y turismo interno en el valle de los chillos

Descriptiva

Este tipo de información nos permitió analizar, comprender y determinar los hechos referentes al proyecto para determinar la factibilidad de la creación de una Hostería en el Barrio de Loreto, Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui.

Investigación cuantitativa.- el propósito de esta investigación es establecer el parámetro de la población a la cual nos vamos a dirigir con el objetivo de establecer la implementación de la Hostería

Prueba Piloto Para el Turismo Nacional-Extranjero receptor

Al realizar la Prueba Piloto determinamos el grado de aceptación que tendrá la construcción de una Hostería en el barrio de Loreto, Provincia de pichincha

POBLACION (N): Son todos los elementos objeto del estudio que pueden ser infinito o finito. "Conjunto de todos los posibles individuos, objeto o medias de interés

MUESTRA (n):

P= Probabilidad de que ocurra

Q= probabilidad de que no ocurra

N= Población

n= Muestra.

Z= Nivel de confianza

e= Nivel de significancia

MARCO MUESTRAL:

Es una lista o un mapa el cual se puede tomar la unidad de muestreo, para realizar el estudio

- Los datos serán otorgados por los pobladores de la Provincia de Pichincha y los extranjeros que visitan la Provincia de Pichincha de selección aleatoria
- Los datos recolectados deben necesariamente referirse a la aceptación de una nueva Hostería en el Valle de los Chillos

UNIDAD DE MUESTREO:

Pobladores Nacionales-Extranjeros en la Provincia de Pichincha

UNIDAD DE ANÁLISIS:

Para realizar la investigación, la unidad de análisis será cada poblador que será seleccionado aleatoriamente

UNIDAD DE OBSERVACIÓN: Un poblador⁷

⁷ Información otorgada por el Ing. Farid en la Materia de Estadística de Tercer Nivel

Tamaño de la Muestra para el Turismo Nacional

Se lo realizara para determinar el número de elementos que deberá tener una muestra a partir de una población.

El tamaño de la muestra se determinara a partir de la siguiente información:

1. Le gustaria la construccion de una Hosteria en el Valle de los Chillos con servicios personalizado y que tenga visitas a cascadas, servicio personalizado.

SI NO

La cual arrojo la siguiente información:

Encuestados	Probabilidad de que el evento ocurra	P	19	95%
20	Probabilidad de que el evento no ocurra	Q	1	5%

Fuente: Investigación de Campo en el Valle de los Chillos

Elaborado por: Vinicio Aguirre

Se estableció que el grado de aceptación (P) es de 19 encuestados lo que corresponde al 95% de la Población y el grado de rechazo (Q) es de 1 persona de la población por lo que le corresponde el 5%

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2(N-1) + pqz^2}$$

P= 95%

Q= 5%

N= 330.249 numero de familias con ingresos de Quintiles (3-4)

n= ?

Z= 1,96²

e= 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.95 * 0.05 * 330249}{(0.05)^2 (330249 - 1) + [(1.96)^2 * 0.95 * 0.05]}$$

$$n = \frac{60263}{826}$$

$$n = 73$$

Lo que significa que debemos encuestar a 73 personas

Tamaño de la Muestra de los extranjeros que Visitan la Provincia de Pichincha

1. Le gustaria la construccion de una Hosteria ubicada a 40 minutos de la ciudad de Quito, con servicios personalizado, que tenga visitas a cascadas, piscina, restaurante con las mas apetitosas comidas tipicas del Ecuador.

SI NO

La cual arrojo la siguiente información:

Encuestados	Probabilidad de que el evento ocurra	P	19	95%
20	Probabilidad de que el evento no ocurra	Q	1	5%

Fuente: Investigación de Campo en el Valle de los Chillos

Elaborado por: Vinicio Aguirre

Se estableció que el grado de aceptación (P) es de 19 encuestados lo que corresponde al 95% de la Población y el grado de rechazo (Q) es de 1 persona de la población por lo que le corresponde el 5%

$$n = \frac{z^2 pqN}{e^2(N-1) + pqz^2}$$

P= 95%

Q= 5%

N= 50.949 extranjeros que entran a la Provincia de Pichincha

n=?

Z= 1,96²

e= 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.95 * 0.05 * 50949}{(0.05)^2 (50949 - 1) + [(1.96)^2 * 0.95 * 0.05]}$$

$$n = \frac{9297}{128}$$

$$n = 73$$

Lo que significa que debemos encuestar a 73 extranjeros que visitan la Provincia de Pichincha

Elaboración de las encuestas (Nacional – Extranjera)

ENCUESTA NACIONAL

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Objetivo: Realizar un estudio de mercado que permita definir los hábitos turísticos que muestran los visitantes del valle de los chillos y así establecer la factibilidad para la creación de un nuevo destino turístico

Instrucciones:

- Conteste con una x en el lugar que corresponde
- Responda con sinceridad las siguientes preguntas que se planteas a continuación
- Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva

CARACTERÍSTICAS GENERALES

SEXO: Masculino Femenino
EDAD: 18 – 24 25 – 45 46 – 60 Mas de 60

DONDE VIVE:

Norte De Quito Sur de Quito Centro de Quito
Valle de Tumbaco Valle de los Chillos Otros

CARACTERÍSTICAS EDUCACIONALES

NIVEL DE INSTRUCCIÓN
Primaria Secundaria Superior Otros

INFORMACION

1. Conoce algún sitio turístico en el Valle de los Chillos

SI NO

2. Ha escuchado sobre las cascadas del Rio Pita

SI NO

3. A visitado alguna vez este sitio

SI NO

4. Con qué frecuencia usted Viaja al valle de los Chillos

Todos los Días Una vez por semana una vez al mes

Una vez cada 3 meses Otra

5. Que es lo que mas le Gusta del valle de los Chillos (en orden de importancia)

Su Naturaleza Su Gente Su Cultura

Su Gastronomía clima

6. Alguna vez ha ocupado los servicios de hospedaje en el Valle de los Chillos
 SI NO
7. Durante cuanto tiempo se quedo hospedado en ese sitio
 Por 1 día por 2 – 3 días mas de 3 días
8. Cuanto a cancelado por un día de hospedaje
 10 – 20 21 – 30 más de 30
9. Cuando realiza un viaje de turismo
 Solo Con su pareja
 Con su familia Amigos
10. Cual de estos paquetes turísticos al Valle de los Chillos le interesaría a usted
1. Paseo ecológico y visitas a cascadas por un fin de semana completo (familiar)
 2. Paseo ecológico y visita a cascada por un día (familiar)
 3. Paquetes románticos solo para parejas por un fin de semana completo
 4. Paquetes románticos solo para parejas por un día
 5. Servicios de camping y paseos ecológicos
11. Sus pagos los realiza con tarjeta de crédito
 SI NO
12. Al realizar sus viajes usted lo hace por medio de
 Agencia de viajes Movilización propia
 Tour Turísticos Transporte publico
13. Visitaria Usted una Hosteria en el Valle de los Chillos que ofrezca paseos ecologicos y visitas a cascadas,
 SI NO
14. Le gustaría que se le provea transporte desde
 Un sitio especifico Hasta la Hostería
 Desde su casa hasta la Hostería

Gracias por su colaboración

ENCUESTA EXTRANJEROS
ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

Objetivo: Realizar un estudio de mercado que permita definir los hábitos turísticos que muestran los Turistas Extranjeros que visitan nuestro país y así establecer la factibilidad para la creación de un nuevo destino turístico

Instrucciones:

- Conteste con una x en el lugar que corresponde
- Responda con sinceridad las siguientes preguntas que se planteas a continuación
- Los resultados de esta encuesta serán analizados con absoluta reserva

CARACTERÍSTICAS GENERALES

SEXO: Masculino Femenino

EDAD: 18 – 24 25 – 45 46 – 60 Mas de 60

PAIS DE PROCEDENCIA.....

CARACTERÍSTICAS EDUCACIONALES

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Primaria Secundaria Superior Otros

INFORMACION

1. ¿Le gustaría hacer Turismo ecológico en el Ecuador?
 SI NO

Si su respuesta es Si continúe con la encuesta

2. ¿Por que motivo se encuentra en el Ecuador?

Trabajo turismo estudios

3. ¿Que es lo que mas le Gusta del Ecuador (en orden de importancia)?

 Su Naturaleza Su gente Su Cultura Su Gastronomía

4. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere al visitar nuestro pais?

Hoteles Hosterías Hostales Familiares o Amigos

5. ¿Cuál es su tiempo de permanencia en el Ecuador?

De 1 a 30 días de 2 a 6 meses de 7 a 12 meses Más de 1 año

6. ¿Conoce o ha escuchado del Valle de los Chillos?

 SI NO

7. ¿Le gustaría visitar el Valle de los Chillos?

 SI NO

8. ¿Por cuánto tiempo estaría dispuesto a quedarse en el Valle de los Chillos?

Por 1 día por 1 fin de semana por 1 semana

Por 15 días más de 1 mes

9. ¿Visitaria Usted una Hosteria en el Valle de los Chillos ubicada a 40 minutos de la ciudad de Quito que ofrezca paseos ecologicos y visitas a cascadas. Servicio personalizado, piscina, restaurante, servicio de bar, shows en vivo?

SI NO

10. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por el hospedaje en ese tipo de hostería?

10 – 20 21 – 30 más de 30

11. ¿Al viajar usted lo hace regularmente con?

Solo Con su pareja
Con su Familia Amigos

12. ¿Generalmente como planifica sus viajes?

Agencia de viajes Paquetes Turísticos
Paginas Web Otros

13. ¿Por qué medio le Gustaría conocer nuestro servicio?

Televisión Radio
Internet Hojas volantes

14. ¿Cual de estos paquetes turísticos al Valle de los Chillos le interesaría a usted?

6. Paseo ecológico y visitas a cascadas por un fin de semana completo

7. Paseo ecológico y visita a cascada por un día

8. Servicios de camping y paseos ecológicos

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestros paquetes turísticos?

10 – 20 21 – 30 más de 30

Gracias por su colaboración

Análisis de la información para el turismo Nacional – Extranjero Receptor

Los datos constituyen la materia prima de la investigación de mercados, pero necesitan ser procesados para su interpretación y análisis. Se trata entonces de trasladar los registros directamente del instrumento de recolección a un medio seguro y apto que permita depurar, clasificar, analizar y presentar información. El procesamiento de datos posibilita la ejecución de grandes volúmenes de datos para convertir en información útil, los datos brutos provenientes directamente del instrumento utilizado.⁸

Objetivo general de la encuesta: Realizar un estudio de mercado que permita definir los hábitos turísticos que muestran los visitantes del valle de los chillos y así establecer la factibilidad para la creación de un nuevo destino turístico

Los objetivos específicos de las encuestas están basadas en:

- Definición de las variables y códigos que faciliten la clasificación de la información y el análisis estadístico.
- Elección de los recursos, equipos y medios adecuados para el tratamiento de la información.
- Definir el nivel de precios para los servicios de la Hostería

Para la recolección de información necesaria para este proyecto se realizó las siguientes actividades:

- Recolección de información mediante encuestas tanto para el Turismo nacional como para el turismo extranjero a 73 encuestados aleatoriamente por cada encuesta
- Para procesar la información obtenida se utilizó el programa estadístico SPSS versión 15

⁸ Investigación de mercados: Arturo Orozco

Análisis de la información del Turismo Nacional

CARACTERISTICAS GENERALES

SEXO: Masculino Femenino

SEXO

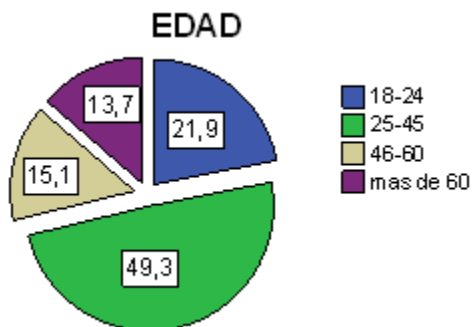
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	37	50,7	50,7	50,7
	femenino	36	49,3	49,3	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Se puede observar que de la 73 personas encuestadas, el 50.7% representa el género masculino y el 49.3% representa el género femenino

EDAD: 18 – 24 25 – 45 46 – 60 Mas de 60

EDAD

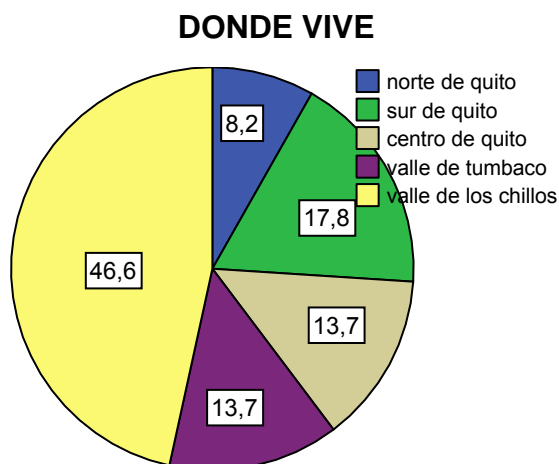
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18-24	16	21,9	21,9	21,9
	25-45	36	49,3	49,3	71,2
	46-60	11	15,1	15,1	86,3
	mas de 60	10	13,7	13,7	100,0
	Total	73	100,0	100,0	



Se puede observar que del total de los encuestados el 21.9% están entre 18-24 años, el 49.3% están entre 25-45 años, el 15.1% se encuentran en 46-60 años y el 10% representan los de más de 60 años

DONDE VIVE:

Norte De Quito Sur de Quito Centro de Quito
 Valle de Tumbaco Valle de los Chillos Otros



Se puede determinar que el 46.6% de los encuestados pertenecen al valle de los chillos el 17% al sur de quito, el 13.7% pertenecen al centro de quito de igual manera el valle de tumbaco y el 8.2% al norte de quito

CARACTERÍSTICAS EDUCACIONALES

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Primaria Secundaria Superior Otros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	primaria	7	9,6	9,6	9,6
	secundaria	30	41,1	41,1	50,7
	superior	35	47,9	47,9	98,6
	otros	1	1,4	1,4	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Se establece que de los encuestados el 9.6% Tienen instrucción primaria, el 41.1% instrucción secundaria, el 47.9% instrucción superior y el 1.4% otro tipo de instrucción

INFORMACION

1. Conoce algún sitio turístico en el valle de los chillos

SI

NO

CONOCE ALGUN SITIO TURISTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS

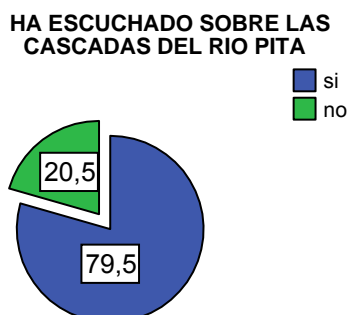
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	71	97,3	97,3	97,3
	no	2	2,7	2,7	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Se observa que el 97.3% del total de los encuestados si conoce algún sitio turístico en el valle de los chillos y el 2.7% no conoce

2. Ha escuchado sobre las cascadas del Rio Pita

SI

NO



Se define que el 79.5% del total de los encuestados si a escuchado de las cascadas del rio pita y el 20.5% no a escuchado

3. A visitado alguna vez este sitio

SI

NO

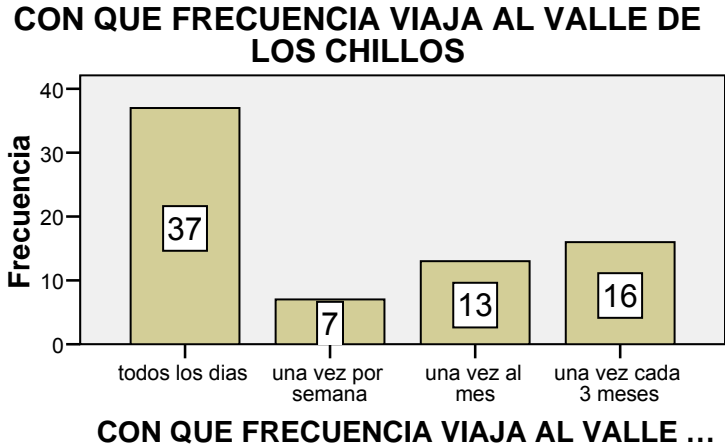
A VISITADO ALGUNA VEZ ESTE SITIO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	27	37,0	37,0	37,0
	no	46	63,0	63,0	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Del total de los encuestados el 37% si a visitado alguna vez este sitio y el 63% no lo a visitado

4. Con que frecuencia usted Viaja al valle de los Chillos

Todos los Días Una vez por semana una vez al mes
 Una vez cada 3 meses Otra



Del total de los encuestados viaja al valle de los chillos todos los días, 7 una vez por semana, el 13 una vez al mes, y 16 una vez cada 3 meses

5. Que es lo que mas le Gusta del valle de los Chillos (en orden de importancia)

Su Naturaleza Su Gente Su Cultura
 Su Gastronomía clima

NATURALEZA

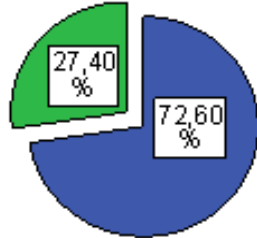
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1	2	2,7	2,7	2,7
2	1	1,4	1,4	4,1
3	4	5,5	5,5	9,6
4	33	45,2	45,2	54,8
5	33	45,2	45,2	100,0
Total	73	100,0	100,0	

Se analizo la preferencia por la naturaleza ya que nuestro mercado esta destinado a ese aspecto por lo tanto del total de los encuestados el 45.2% coloca en quinta posición como la mejor opción.

6. Alguna vez ha ocupado los servicios de hospedaje en el Valle de los Chillos

SI NO

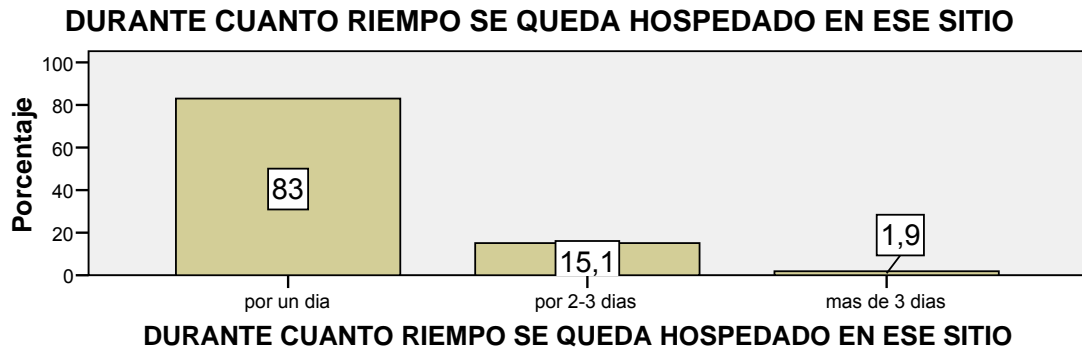
■ SI ■ NO



Del total de los encuestados el 27.4% no a ocupado los servicios de hospedaje del valle de los chillo y el 70.6% si los a ocupado

7. Durante cuanto tiempo se quedo hospedado en ese sitio

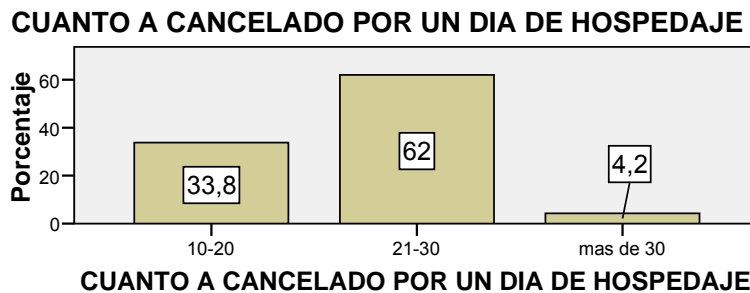
Por 1 día por 2 – 3 días mas de 3 días



Del los 73 encuestados el 83% se a quedado por 1 día hospedado, el 15.1% de 2 a 3 tres días y el 1.9% mas de 3 días

8. Cuanto a cancelado por un día de hospedaje

10 – 20 21 – 30 más de 30



Del total de los encuestados el 33.8% a cancelado entre 10-20 dólares por día de hospedaje, el 62% entre 21-30 dólares y el 4.2% a cancelado mas de 30 dólares

9. Cuando realiza un viaje de turismo

- Solo Con su pareja
 Con su familia Amigos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos con su pareja	19	26,0	26,0	26,0
con su familia	41	56,2	56,2	82,2
amigos	13	17,8	17,8	100,0
Total	73	100,0	100,0	

Se establece que el 56.2% de los encuestados realiza sus viajes con su familia, el 26% lo hace con su pareja y el 17.8% realiza sus viajes con sus amigos

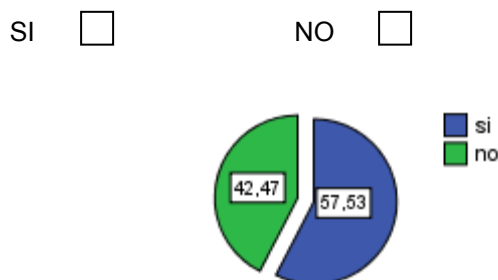
10. Cual de estos paquetes turísticos al Valle de los Chillos le interesaría a usted

9. Paseo ecológico y visitas a cascadas por un fin de semana completo (familiar)
 10. Paseo ecológico y visita a cascada por un día (familiar)
 11. Paquetes románticos solo para parejas por un fin de semana completo
 12. Paquetes románticos solo para parejas por un día
 13. Servicios de camping y paseos ecológicos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos paseos ecológicos y visitas a cascadas familiares por un fin de semana	41	56,2	56,2	56,2
paseos ecológicos y visitas a cascadas familiares por 1 día	6	8,2	8,2	64,4
paseos románticos para parejas por un fin de semana	11	15,1	15,1	79,5
paseos románticos para parejas por un día	4	5,5	5,5	84,9
servicios de camping y paseos ecológicos	11	15,1	15,1	100,0
Total	73	100,0	100,0	

De los 73 encuestados el 56.2% le gustaría paquetes con paseos ecológicos y visitas a cascadas familiares por un fin de semana, el 15.1% prefiere paquetes con paseos románticos para parejas por un fin de semana, el 15.1% le gusta los paquetes con servicios de camping y paseos ecológicos, el 8.2% prefiere paquetes con paseos ecológicos y visitas a cascadas familiares por 1 día y el 5.5% prefiere paseos románticos para parejas por un día

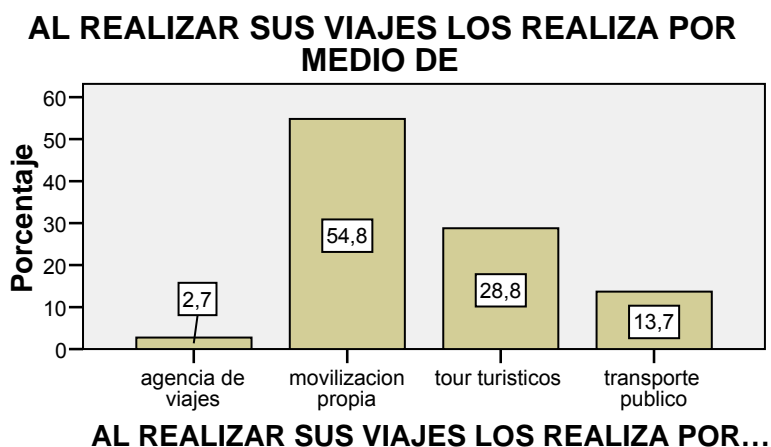
11. Sus pagos los realiza con tarjeta de crédito



El 42.47% de los encuestados no paga con tarjetas de crédito y el 57.43% si paga con tarjetas de crédito

12. Al realizar sus viajes usted lo hace por medio de

- Agencia de viajes Movilización propia
 Tour Turísticos Transporte publico

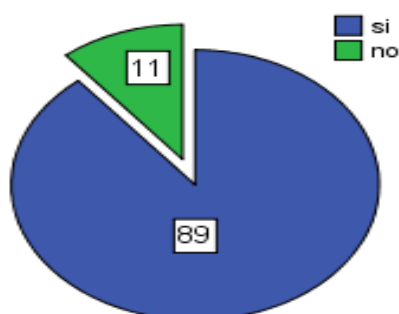


De los 73 encuestados el 54.8% realiza sus viajes con su movilización propia, el 28.8% lo realiza por tour turísticos, el 13.7% por medio de transporte publico, y el 2.7% por agencias de viaje.

13. Visitaria Usted una Hosteria en el Valle de los Chillos que ofresca paseos ecologicos y visitas a cascadas

SI NO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	65	89,0	89,0	89,0
	no	8	11,0	11,0	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

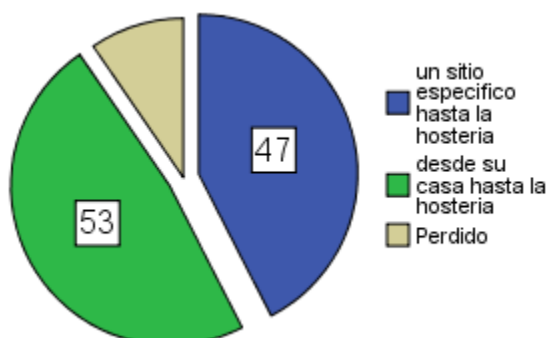


Del total de los encuestados el 89% dijo que si les gustaría visitar una hostería en el valle de los chillos que ofrezca paseos ecológicos y visitas a cascadas y el 11% dijo que no

14. Le gustaría que se le provea transporte desde

Un sitio especifico Hasta la Hostería

Desde su casa hasta la Hostería



Se establece que el 53% de los encuestados le gustaría que se le provea transporte desde su casa hasta la hostería y el 47% le gustaría que se le provea transporte desde un sitio específico hasta la hostería.

Análisis de la información del Turismo Extranjero Receptor

CARACTERISTICAS GENERALES

SEXO: Masculino Femenino

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	masculino	35	47,9	47,9	47,9
	femenino	38	52,1	52,1	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

Del total de los encuestados el 47,9% corresponde a al sexo masculino y el 52,1% corresponde al sexo femenino

EDAD: 18 – 24 25 – 45 46 – 60 Mas de 60

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18-24	12	16,4	16,4	16,4
	25-45	48	65,8	65,8	82,2
	45-60	8	11,0	11,0	93,2
	mas de 60	5	6,8	6,8	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

El 65,8% de la población encuestada esta en una edad de 25-45 años, el 16.4% están en una edad de 18-24 años, el 11% están en una edad de los 45-60 años y el 6.8% tienen mas de 60 años

PAIS DE PROCEDENCIA.....

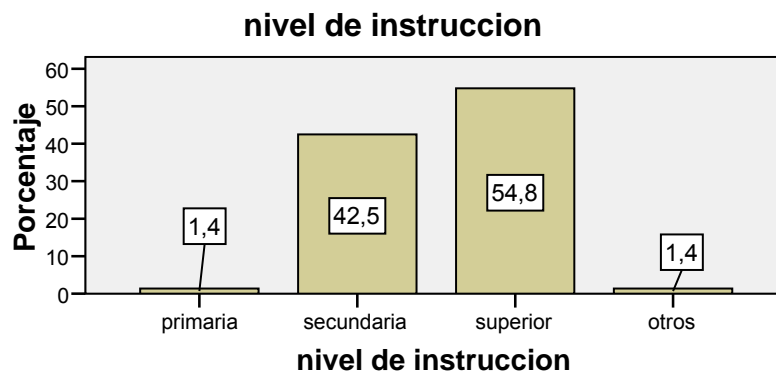
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	argentina	3	4,1	4,1	4,1
	Brasil	2	2,7	2,7	6,8
	cuba	3	4,1	4,1	11,0
	Colombia	18	24,7	24,7	35,6
	estados unidos	14	19,2	19,2	54,8
	Europa	13	17,8	17,8	72,6
	Perú	11	15,1	15,1	87,7
	Venezuela	7	9,6	9,6	97,3
	México	2	2,7	2,7	100,0
	Total	73	100,0	100,0	

La mayoría de nuestros encuestados el 24,7% son de procedencia colombiana, seguida por estados unidos con 19,2% y en un tercer lugar por los Europeos con 17.8%

CARACTERÍSTICAS EDUCACIONALES

NIVEL DE INSTRUCCIÓN

Primaria Secundaria Superior Otros

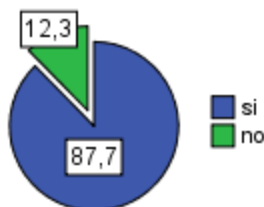


Se estableció que el 54.8% de la población encuestada tiene un nivel de instrucción universitario y el 42.5% tienen un nivel secundario de instrucción y tanto la nivel primario y otro tipo de instrucción corresponde a 1.4%.

INFORMACION

1. ¿Le gustaría hacer Turismo ecológico en el Ecuador?

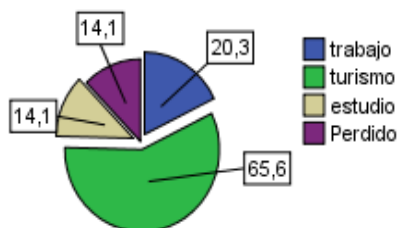
SI NO



Se observa que 87,7% de los encuestados le gustaría hacer turismo ecológico, y el 12,3% no le gustaría hacer turismo ecológico

2. ¿Por que motivo se encuentra en el Ecuador?

Trabajo turismo estudios



Se observa que 65.5% de los encuestados extranjeros están en el ecuador por turismo, 20,3% se encuentran por trabajo, el 14% por estudios.

3. ¿Que es lo que mas le Gusta del Ecuador (en orden de importancia)?

Su Naturaleza Su gente Su Cultura Su Gastronomía

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	1	1,4	1,6	1,6
	2	1	1,4	1,6	3,1
	3	13	17,8	20,3	23,4
	4	49	67,1	76,6	100,0
	Total	64	87,7	100,0	
Perdidos	Sistema	9	12,3		
Total		73	100,0		

Del total de los encuestados extranjeros el 67.1% le gusta la naturaleza lo cual es algo fundamental para nosotros ya que representa la mayoría de la población y será beneficioso para nuestra hostería

4. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere al visitar nuestro pais?

Hoteles Hosterías Hostales Familiares o Amigos

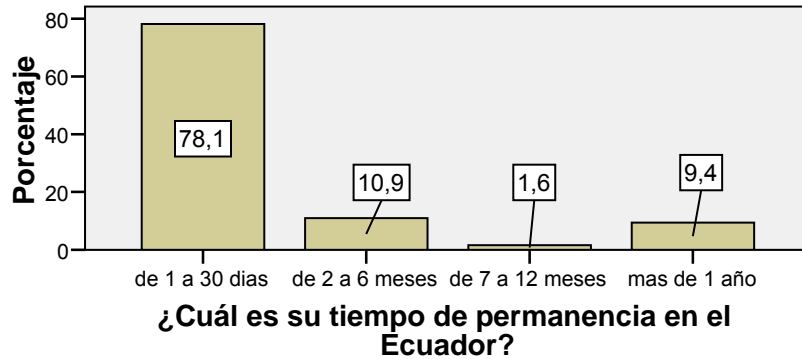
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	hoteles	26	35,6	40,6	40,6
	hosterías	24	32,9	37,5	78,1
	hostales	4	5,5	6,3	84,4
	familiares o amigos	10	13,7	15,6	100,0
	Total	64	87,7	100,0	
Perdidos	Sistema	9	12,3		
Total		73	100,0		

El extranjero al visitar nuestra capital el 35,6% se hospeda en hoteles, el 32,9% se hospeda en hosterías el 13,7% se hospedan con sus familiares o amigos el 5,5% se hospeda en hostales.

5. ¿Cuál es su tiempo de permanencia en el Ecuador?

De 1 a 30 días de 2 a 6 meses de 7 a 12 meses Más de 1 año

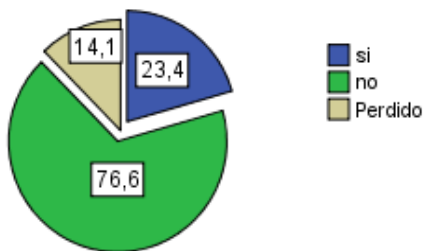
¿Cuál es su tiempo de permanencia en el Ecuador?



De los 73 encuestados extranjeros el 78,1% esta en el ecuador de 1 a 30 días, el 10.9% de 2 a 6 meses, el 9.4% se encuentra en el Ecuador mas de 1 año y el 1.6% se encuentra por de 7 a 12 meses.

6. ¿Conoce o ha escuchado del Valle de los Chillos?

SI NO



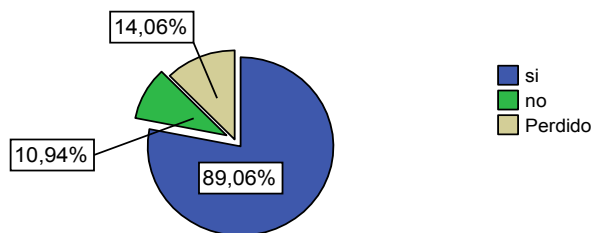
Del total de los encuestados extranjeros, el 76.6% respondieron que no conoce o a escuchado el valle de los chillos y el 23.4% respondió que si conoce o han escuchado del valle de los chillos

7. ¿Le gustaría visitar el Valle de los Chillos?

SI NO

De los 73 encuestados el 89.9% respondió que si le gustaría conocer el valle de los chillos y el 10.94% no le gustaría conocer el valle de los chillos

¿Le gustaría visitar el Valle de los Chillos?



8. ¿Por cuánto tiempo estaría dispuesto a quedarse en el Valle de los Chillos?

Por 1 día por 1 fin de semana por 1 semana
 Por 15 días más de 1 mes

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos por 1 día	8	11,0	13,6	13,6
por 1 fin de semana	37	50,7	62,7	76,3
por 1 semana	9	12,3	15,3	91,5
por 15 días	3	4,1	5,1	96,6
mas de 1 mes	2	2,7	3,4	100,0
Total	59	80,8	100,0	
Perdidos Sistema	14	19,2		
Total	73	100,0		

Se establece que a los extranjeros que visitan el valle de los chillos el 50.7% le gustaría pasar por un fin de semana en el valle de los chillos, el 12.3% estaría dispuesto a quedarse por una semana, el 11% por un día, el 4.1% por 15 días y el 2.7% estaría dispuesto a quedarse por más de 1 mes

9. ¿Visitaria Usted una Hosteria en el Valle de los Chillos ubicada a 40 minutos de la ciudad de Quito que ofresca paseos ecologicos y visitas a cascadas. Servicio personalizado, piscina, restaurante, servicio de bar, shows en vivo?

SI NO

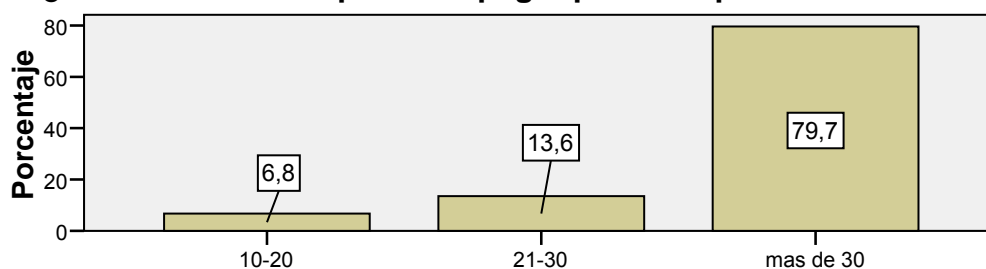
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	59	80,8	92,2	92,2
no	5	6,8	7,8	100,0
Total	64	87,7	100,0	
Perdidos Sistema	9	12,3		
Total	73	100,0		

Del total de los encuestados el 80.8% estaría dispuesto a visitar nuestra hostería y el 6,8% no gustaría visitar una hostería con esas características.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por ese tipo de hostería?

10 – 20 21 – 30 más de 30

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por ese tipo de hostería?



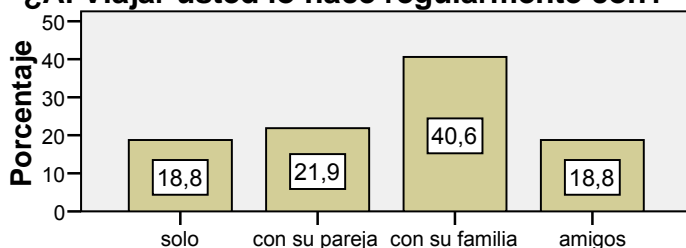
¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por ese tipo de hostería?

De los 73 encuestados el 64.4% esta dispuesto a pagar mas de 30 dólares por visitar nuestra hostería el 11% quieren pagar entre 21-30 dólares y el 5.5% puede pagar entre 10-20 dólares

11. ¿Al viajar usted lo hace regularmente con?

- Solo
 Con su Familia
 Con su pareja
 Amigos

¿Al Viajar usted lo hace regularmente con?



¿Al viajar usted lo hace regularmente con?

La mayoría de los encuestados extranjeros viaja regularmente con su familia representado por el 40.6%, el 21.9% viaja con su pareja, el 18.8%

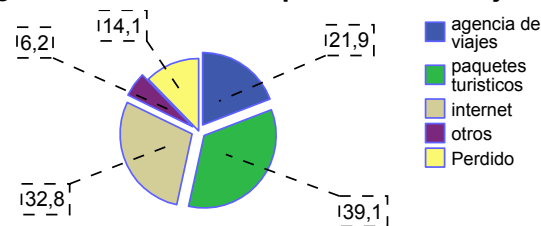
viaja con sus amigos, y el 18.8% realiza sus viajes regularmente solo

12. ¿Generalmente como planifica sus viajes?

- Agencia de viajes
 Páginas Web
 Paquetes Turísticos
 Otros

¿Generalmente como planifica sus viajes?

De los 73 encuestados el 39.1% planifica sus viajes por medio de paquetes turísticos, el 32.8% planifica por medio Internet, el 21.9% por agencia de viajes, y el 6.2% planifica sus viajes por otro tipo de medios



13. ¿Por qué medio le Gustaría conocer nuestro servicio?

Televisión Radio
 Internet Hojas volantes

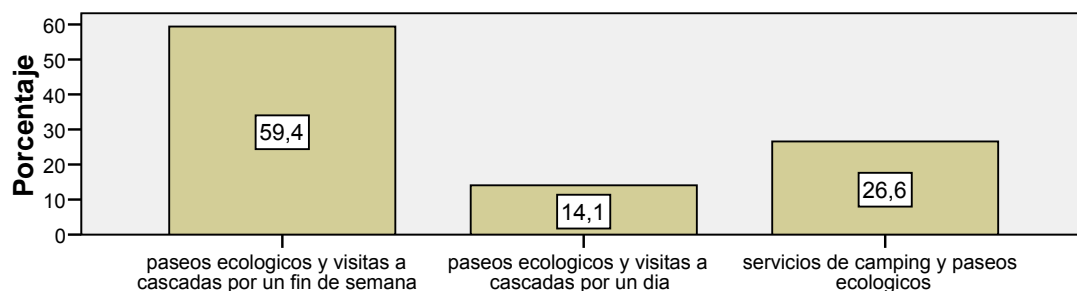
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	televisión	26	35,6	41,3	41,3
	radio	5	6,8	7,9	49,2
	internet	27	37,0	42,9	92,1
	hojas volantes	5	6,8	7,9	100,0
	Total	63	86,3	100,0	
Perdidos	Sistema	10	13,7		
Total		73	100,0		

A los encuestados extranjeros les gustaría conocer de nuestros servicios por medio internet con un total del 37%, el 35.6% por televisión, el 6.8% por radio y el 6.8% por hojas volantes.

14. ¿Cual de estos paquetes turísticos al Valle de los Chillos le interesaría a usted?

1. Paseo ecológico y visitas a cascadas por un fin de semana completo
2. Paseo ecológico y visita a cascada por un día
3. Servicios de camping y paseos ecológicos

¿Cual de estos paquetes turísticos al Valle de los Chillos le interesaría a usted

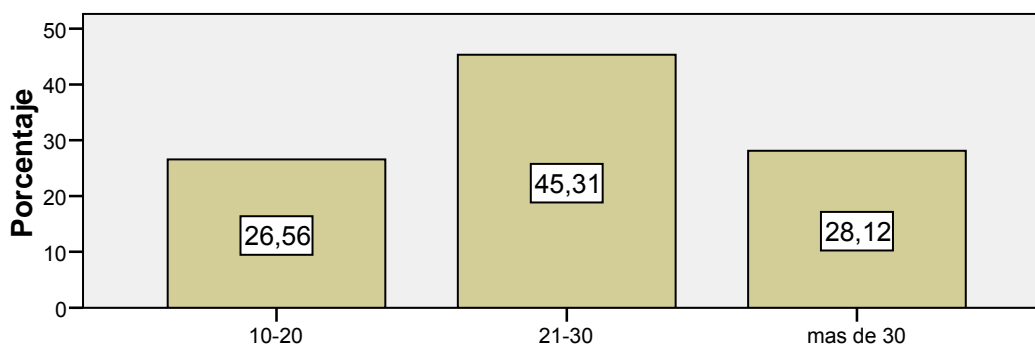


De los 73 encuestados extranjeros el 59.4% le gusta paquetes con Paseo ecológico y visitas a cascadas por un fin de semana completo, el 26.6% prefiere Paseo ecológico y visita a cascada por un día, y el 14.1% le gusta Servicios de camping y paseos ecológicos

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestros paquetes turísticos?

10 – 20 21 – 30 más de 30

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por nuestros paquetes turísticos?



Por los servicios que la hostería presta los encuestados el 45.31% están dispuestos a pagar entre 21-30 dólares, el 28.12% esta dispuesto a pagar mas de 30 dólares y el 26.56% están dispuestos a pagar entre 10-20 dólares

1.3.4.2. Demanda actual de servicios

Turismo Nacional

Según los datos obtenidos por el INEC el numero total de familias en la Provincia de Pichincha en el 2007 es de 330.249.

población de Pichincha 2007	Promedio de ocupantes por familia	población quintil (3-4)	Nº de familias
2.683.272	3,9	1.287.971	330.249
nº familias con ingresos con quintiles (3 - 4)			330.249

Fuentes: INEC y ENDEMAIN 2004
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Nuestra demanda actual en el Turismo Nacional esta dada por las personas que conocen algún sitio Turístico en el Valle de Chillos y si estarían dispuestos a visitar una hostería en el valle de los Chillos.

Según los datos de la Encuesta 63 personas que corresponde al 86,3% si conoce algún sitio del valle de los Chillos y si le gustaría visitar una hostería en el Valle de los Chillos y el 10,96% del total de los encuestados conoce algún sitio en valle de los Chillos pero no estaría dispuesto a visitar una Hostería en el valle de los chillos que ofrezca paseos ecológicos y visitas a cascadas tal como lo demuestra la tabla

Tabla Nº 13: Tabla de contingencia

**CONOCE ALGUN SITIO TURISTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS *
VISITARIA USTED UNA HOSTERIA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS QUE
OFRESCA PASEOS ECOLOGICOS Y VISITAS A CASCADAS**

			VISITARIA USTED UNA HOSTERIA EN EL VALLE DE LOS CHILLOS QUE OFRESCA PASEOS ECOLOGICOS Y VISITAS A CASCADAS		Total
			Si	No	
CONOCE ALGUN SITIO TURISTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS	Si	Recuento	63	8	71
		% de CONOCE ALGUN SITIO TURISTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS	88,7%	11,3%	100,0%
	No	Recuento	2	0	2
		% de CONOCE ALGUN SITIO TURISTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS	100,0%	,0%	100,0%
Total		Recuento	65	8	73
		% de CONOCE ALGUN SITIO TURISTICO EN EL VALLE DE LOS CHILLOS	89,0%	11,0%	100,0%

Por consiguiente nuestra demanda actual de servicio es la siguiente:

Tabla Nº 14: Demanda Actual - Turismo Nacional

Nº de Familias 2007	% encuesta	demanda Actual
330.249	86,30%	285.005

Fuentes: ENEIGH (2033-20049-CEPAR y ENDEMAIN 2004
SPSS 15

Elaborado por: Vinicio Aguirre

Turismo Extranjero Receptor

Según la cámara de Turismo de Pichincha ingresaron turistas extranjeros a la Provincia de Pichincha en Julio del 2008 un total de 50.949 extranjeros lo que corresponde un crecimiento del 8,39% ya que en Julio del 2007 ingresaron un total de 47.005 extranjeros

Entrada de extranjeros a la Provincia de Pichincha

JEFATURAS	*MAY		JUN		JUL	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
PICHINCHA	31.729	36.255	41.587	44.692	47.005	50.949

FUENTE: anuario de entradas y salidas internacionales INEC (2007)

Dirección Nacional de Migración 2008

Elaborado por: Vinicio Aguirre

Nuestra demanda actual esta dada por los turistas extranjeros que desean hacer turismo ecológico y estarían dispuestos a visitar una hostería en el valle de los chillos.

Según los datos obtenidos por la encuesta nos demuestra que 57 personas que corresponde al 78.1% estarían dispuestos hacer turismo ecológico y les gustaría visitar una Hostería en el valle de los chillos y 7 encuestados que corresponde al 9,6% dijeron que no quieren hacer turismo ecológico y no están dispuestos a visitar una Hostería en el valle de los chillos.

Tabla N° 15: Tabla de contingencia

¿Le gustaría hacer Turismo ecológico en el Ecuador? * ¿Le gustaría visitar el Valle de los Chillos?

	¿Le gustaría visitar el Valle de los Chillos?		Total
	Si	No	
¿Le gustaría hacer Turismo ecológico en el Ecuador? Si	57	7	64
Total	57	7	64

Por consiguiente nuestra demanda actual de servicio es la siguiente:

Tabla N ° 16: Demanda Actual - Turismo Extranjero Receptor

Julio 2008	% encuestas	demanda actual
50.949	78,1%	39,791

FUENTE: anuario de entradas y salidas internacionales INEC (2007)

Dirección Nacional de Migración 2008

SPSS 15

Elaborado por: Vinicio Aguirre

1.3.5. Proyección de la demanda

Existen cuatro elementos básicos que pueden explicar el comportamiento del fenómeno con relación al tiempo: la tendencia secular surge cuando el fenómeno tiene poca variación durante períodos largos, y puede representarse gráficamente por una línea recta o por una curva suave; la variación estacional, surge por los hábitos y las tradiciones de la gente y, a veces, por las condiciones climatológicas; las fluctuaciones cíclicas, surgen principalmente por razones de tipo económico, y los movimientos irregulares, que surgen por causas aleatorias o imprevistas que afectan al fenómeno.⁹

Turismo Nacional

Para poder proyectar nuestra demanda del número de familias en la Provincia de Pichincha se tubo que establecer aquellas que tengan un nivel de ingresos de mas de 500 dólares que se encuentren en los quintiles 3 y 4.

Se utilizara el coeficiente de correlación para determinar que tipo de proyección es la mas adecuada para nuestro proyecto, para esto se tomara en cuenta los datos históricos de la población de la Provincia de Pichincha 2003-2007.

Coeficiente de Correlación

Si el valor del coeficiente de correlación es cercano a 1 se aplicaría el método de la línea recta, para determinar la proyección de la demanda. Pero si es cercano a 0 se aplicaría otro método de proyección según sus características

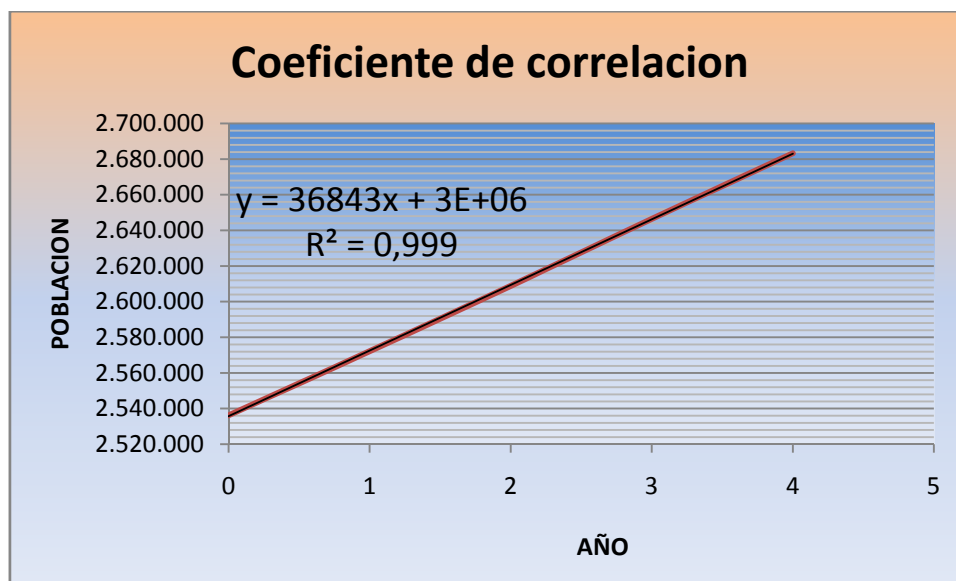
^{9 9} www.google.com (monografías) proyección de la demanda

años	X	Y	X ²	XY	Y ²
2003	1	312.147	1	312147	97435749609
2004	2	316.573	4	633146	1,00218E+11
2005	3	321.090	9	963270	1,03099E+11
2006	4	325.714	16	1302856	1,0609E+11
2007	5	330.249	25	1651245	1,09064E+11
	15	1.605.773	55	4862664	5,15907E+11

$$\frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$\frac{n(3256891) - (10)(1605773)}{\sqrt{5(30) - (10)^2 [n(515907E + 11) - (1605773)^2]}}$$

$$= 0,999972215$$



Se puede decir que el coeficiente de correlación arrojó un valor de 0.99997215 de manera que si hay una relación directa por lo que se aplicara el método de la línea recta, a través de los mínimos cuadrados para establecer el valor de a Y b

$$\sum y = na + b\sum(x)$$

$$\sum xy = a(\sum x) + b(\sum x^2)$$

$$1 \quad 1.605.773 = 5a + 15b \quad (55)$$

$$2 \quad 4.862.664 = 15a + 55b \quad (15)$$

$$88.317.515 = 275a + 825b$$

$$- 72.939.960 = - 225a - 825b$$

$$15.377.555 = 50a + 0$$

$$a = 307.551,1$$

Reemplazo en 1

$$1.605.773 = 5(307.551,1) + 15b$$

$$b = 4.534,5$$

Proyección de la demanda (Método Lineal)

$$Y = a + bx$$

$$Y_{(2008)} = 307.551,1 + 6(4.534,5)$$

$$Y_{(2008)} = 334.758$$

Para la Proyección de la demanda por número de plazas esta dada por las personas que conocen algún sitio Turístico en el Valle de Chillos y si estarían dispuestos a visitar una hostería en el valle de los Chillos, que sería nuestra demanda actual en ese momento.

Según los datos de la Encuesta 63 personas que corresponde al 86,3% si conoce algún sitio del valle de los Chillos y si le gustaría visitar una hostería en el Valle de los Chillos, lo que significa que ese porcentaje está dispuesto a ocupar una plaza en la Hostería.

Tabla N °17: Proyección de la Demanda - Turismo Nacional

Nº	año	Población de Pichincha	población de la demanda por quintiles 3-4	proyección de la demanda por Nº de familias	proyección de la Nº de plazas
1	2003	2.536.195	1.217.374	312.147	
2	2004	2.572.154	1.234.634	316.573	
3	2005	2.608.856	1.252.251	321.090	
4	2006	2.646.426	1.270.284	325.714	
5	2007	2.683.272	1.287.971	330.249	285.005
6	2008	2.719.909	1.305.556	334.758	288.896
7	2009	2.756.752	1.323.241	339.293	292.810
8	2010	2.793.595	1.340.926	343.827	296.723
9	2011	2.830.438	1.358.610	348.362	300.636
10	2012	2.830.438	1.358.610	352.896	304.549

Fuente: INEC – Investigación de campo
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Turismo Extranjero Receptor

Para poder proyectar nuestra demanda se tubo que establecer que la demanda actual esta establecida por la entrada de extranjeros a la Provincia de Pichincha

Entrada de extranjeros a la Provincia de Pichincha

	*MAY		JUN		JUL	
JEFATURAS	2007	2008	2007	2008	2007	2008
PICHINCHA	31.729	36.255	41.587	44.692	47.005	50.949

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Para la proyección de la entrada de Extranjeros a la Provincia de Pichincha se utilizara el factor de crecimiento, por lo cual según los datos de la Cámara de Turismo de Pichincha la tasa de crecimiento es del 8.39%. Reflejada como proyección para julio del 2008 con un total de 50.949 turistas con respecto al año 2007 que ingresaron 47.005 extranjeros

Para la proyección del número de plazas se estableció el porcentaje de los turistas extranjeros que desean hacer turismo ecológico y estarían dispuestos a visitar una hostería en el valle de los chillos.

Según la encuesta el 78.1% le gusta el turismo ecológico y si estaría dispuesto a visitar una Hostería en el Valle de los Chillos.

Tabla Nº 18: Proyección de la Demanda Extranjeros que ingresan a la Provincia de Pichincha y numero de plazas 2008-2012

año	Extranjeros que ingresan a la Provincia de Pichincha	número de plazas
2008	50.949	39.791
2009	55.224	43.130
2010	59.857	46.748
2011	64.879	50.670
2012	70.322	54.921
2013	76.222	59.529

Fuente: investigación de campo otorgado por

La Cámara de Turismo de Pichincha

Elaborado por: Vinicio Aguirre

2. Análisis de la Oferta

El objetivo del análisis de la oferta es determinar las cantidades y las condiciones que la economía acepta para poner a disposición del mercado un bien o servicio.

Se entiende por oferta a la cantidad de bienes y servicios que entran en el mercado consumidor, a un precio dado y por un período determinado

Al ser el turismo esencialmente "servicios" podemos encontrar ciertas características:¹⁰

- Los servicios tienen la característica de intangibilidad, no se pueden tocar, medir, pero si sentir.
- No se puede hacer stock, una habitación no vendida o un asiento de avión no utilizado no puede acumularse para ofertas del siguiente día o del próximo vuelo.

¹⁰ Estadística para Administración y Economía. Lind, Marchal y Manson,.

- Debe haber un desplazamiento físico del consumidor hacia el sitio donde se realiza la actividad turística
- El consumidor participa directamente para la generación y producción del servicio
- La producción y el consumo del servicio se realizan casi al mismo tiempo

Por consiguiente el turista establece el tiempo de duración del servicio

2.1.1. Clasificación de la Oferta

Podemos establecer que el tipo de oferta al cual esta orientado nuestro proyecto es de enfoque competitivo.

El enfoque competitivo se define por cuatro condiciones:

- Las empresas ofrecen un producto que es homogéneo o no diferenciado, de tal manera que a los compradores les es indiferente el producto de cualquier empresa.
- Ausencia de restricciones para entrar a participar en el mercado.
- Conocimiento perfecto de las condiciones prevalecientes en el mercado.
- Existencia de un número grande de empresas y ninguna de ellas influye individualmente sobre el precio del mercado.¹¹

2.1.2. Factores que afectan a la Oferta

2.1.2.1. Numero y capacidades de producción de los competidores

Según el Ministerio de Turismo actualmente en la Provincia de Pichincha existen 415 establecimientos de alojamiento registrados

Pero nuestros principales competidores son las Hosterías del Valle de los Chillos como sitios de alojamiento y distracción, entre las cuales anotamos:

¹¹ <http://www.fao.org/docrep/field/003/AB480S/AB480S05.htm>

1. Hostería SOMMERGARTEN
2. Hostería MANSION SAMZARA
3. Hostería LA CARRIONA
4. Hostería DEL RIO

Según la investigación de campo en las diferentes hosterías la capacidad de producción promedio de un establecimiento de estos es de 25.000 dólares mensuales tomando en cuenta las temporadas altas.

Nuestros competidores secundarios se encuentran las reservas ecológicas, los balnearios y los restaurantes ya que son lugares de distracción, legalmente registrados en el ilustré municipio de Rumiñahui ya que la hostería brinda principalmente estos servicios entre los cuales anotamos:

Reservas ecológicas:

1. Sendero Ecológico CHORRERA DEL PITA
2. Reserva ecológica RUMIBOSQUE

Balnearios del Valle de los Chillós:

<p>Atractivos turísticos de alangasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Balneario ushimana • Balneario Agua y Montaña • Balneario el Tingo • Cerro Ilalo 	<p>Atractivos turísticos de Amaguaña</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bosque pasochoa • Volcán Pasochoa • Club Carillo de Amaguaña 	<p>Atractivos Turísticos de Pintag</p> <ul style="list-style-type: none"> • Laguna de la mica • Laguna toruna • Laguna de la secas • Laguna tipo pugro • Cuenca del rio Pita • Reserva ecológica Antizana
<p>Atractivos turísticos de Conocoto</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estación experimental 	<p>Atractivo turístico de la Merced</p> <ul style="list-style-type: none"> • Balneario la Merced 	<p>Atractivo turístico de Guangopolo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Balneario Rumiloma

Entre los principales restaurantes encontramos los siguientes:

- Viejo roble
- kassona real
- Pueblo viejo internacional
- Paraderos dieguito

2.1.2.2. Incursión de nuevos competidores

Actualmente en el Valle de los Chillos no existe incursiones de nuevas hosterías como competencias principales pero existen nuevas incursiones que representaran nuestros nuevos competidores ya que son lugares de distracción entre los cuales según el municipio del cantón Rumiñahui se encuentran como lugares de distracción turística los siguientes:

- Futbolito
- Golfito
- Tennis
- Go-karts

Los cuales se encontraran ubicados en la Av. General Píntag entre el redondel de el Colibrí y el Choclo - Valle de los Chillos- Ecuador¹²

2.1.2.3. Capacidad de inversión fija

En la Actualidad la C.F.N (corporación financiera nacional) esta impulsando la inversión del sector de la construcción otorgando créditos tanto a Personas naturales, como a personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privadas, mixtas o públicas) y cuando se encuentren bajo el control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías, desde un monto de US\$ 10,000 hasta el límite máximo establecido en la Metodología de Riesgo de Crédito, financiando Hasta el 60% para capital de trabajo (proyectos de construcción para la venta), el 70% para la adquisición de equipo y maquinaria, el 90% para proyectos de ampliación.

Este tipo de incentivos alienta los nuevos inversionistas para la construcción a invertir en activos fijos, y aumentar su mercado.

¹² www.rumiñahui.gov.ec

2.1.2.4. Precios de los servicios relacionados

Tomando en cuenta que en los servicios relacionados están los Balnearios y los restaurantes en el valle de los Chillos, podemos decir que son muy variados y no tienen una tendencia.

Que los precios de estos servicios esta dado por la demanda que el servicio logre, a continuación se colocara los precios de los siguientes servicios relacionados:

Con respecto a los balnearios según la investigación de campo los precios van desde los 3 dólares hasta los 7 dólares dependiendo de los servicios que ellos presten.

En los restaurantes existe una variada demanda de precios, según la información obtenida en la investigación de campo, aquí depende mucho del sabor de la comida y el tipo de comida y tipo de restaurante a exhibir razón por la cual todo restaurante tiene su precio, a continuación los diferentes precios por platos de cada restaurante en el Valle de los Chillos.

- Viejo Roble —————> plato a la carta \$18
- Kassona Real —————> plato a la carta \$ 10
- Pueblo Viejo Internacional —> plato a la carta \$ 8
- Paraderos dieguito —————> plato \$ 4.5

2.1.3. Comportamiento histórico de la Oferta

Por ser información reservada de cada Hostería no se pudo obtener averiguación concreta de los datos históricos

A continuación se detalla las actividades, servicios, número de plazas y precios de las reservaciones que nuestra competencia principal ofrece a los turistas.

Hostería SOMMERGARTEN

**Reservaciones:
Desde \$ 40**



La Hostería SOMMERGARTEN fue construida en el año 1990 y se encuentra a 20 Km. de la capital de Quito, en el fértil “Valle de los Chillos” en la histórica ciudad de Sangolqui.

Ubicada a 2.450 m de altura, usted encontrará allí un ambiente de paz y tranquilidad para disfrutar de un lugar ecológico con un clima de eterna primavera durante todo el año.

Facilidades:

La Hostería cuenta con 22 habitaciones simples, dobles, triples y cuádruples, 1 Junior-Suite (cocina, sala con chimenea, cama matrimonial). Todas las habitaciones con baño privado y agua caliente, telf. y TV.

Hostería del Río

**Habitación simple \$ 50
Habitación doble \$ 54**



La Hostería del Río es una exclusiva hostería, ubicada a 30 minutos de Quito en el Valle de los Chillos, visitada por turistas provenientes de todo el país que llegan con el objetivo de buscar la tranquilidad, confort y desconectarse totalmente de la rutinaria e incesante actividad de ciudad.

20 habitaciones en planta baja y las del primer piso se abren por sus antiguas puertas de cedro tallado, que junto con otros detalles de arquitectura y carpintería pretenden conservar el estilo de una gran casa de montaña, equipadas con baño privado, camas gemelas, TV cable, teléfono y algunas tienen vistas panorámicas del valle.

Hostería la Carriona

La hacienda cuenta con 30 habitaciones, 8 Jr. Suites, todas disponen del confort que requiere un huésped exigente.



TIPO Precio por Habitación: (Costo Diario)*	PRECIO
Sencillas	USD \$85.40
Dobles o Matrimoniales	USD \$97.60
Triples	USD \$115.90
Jr. Suite	USD \$128.10
Suites	USD \$146.40
Cama Extra	USD \$24.40

Hostería SAMZARA



A pocos minutos de Quito, en el Valle de los Chillos encontrará el mejor lugar para sus eventos más importantes, en exclusivo

- Bodas, bautizos, fiestas rosadas,
- primeras comuniones
- Convenciones, recepciones, seminarios, parrilladas
- Habitaciones, suits con cama de agua.
- Piscina, sauna, turco y jacuzzi.
- Juegos infantiles, billar, futbolín y áreas verdes
- Paseos de grupos, además de clases de natación

2.1.4. Oferta Actual

En la investigación de campo de cada una de nuestra competencia principal no nos pudieron proporcionarnos información concreta del numero de turistas en cada hostería pero si se obtuvo información del numero de plazas de cada una de ellas y también se obtuvo información concrete acerca que trabajan los 7 días de la semana y las 24 horas al día

Tabla Nº19: Numero de plazas diarias

HOSTERIA	PERCIO POR DIA	NUMERO DE PLAZAS	ATENCION
SOMMERGARDEN	40	22	7 días a la semana
DEL RIO	52	20	7 días a la semana
LA CARRIONA	115	30	7 días a la semana
SAMZARA promedio	69	24	7 días a la semana
total diario		96	Plazas anual 35.040

Fuente: Investigación de campo 2008
Elaborado por: Vinicio Aguirre

2.1.5. Proyección de la Oferta (Nacional-Extranjero Receptor)

Turismo Nacional

Para la proyección de la oferta se tomo en cuenta el número de plazas de las 4 Hosterías del Valle de los Chillos en este caso son 96 plazas que fue multiplicado por los 365 días del año lo cual nos da un total de 35.040 plazas al año, pero no debemos olvidar que según la encuesta realizada, en la pregunta acerca de si alguna vez a ocupado los servicios de hospedaje del valle de los chillos se obtuvo que el 72.6% respondió que si, tal como se demuestra en el siguiente cuadro.

Tabla Nº 20: ALGUNA VEZ A OCUPADO LOS SERVICIOS DE HOSPEDAJE DEL VALLE DE LOS CHILLOS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos si	53	72,6	72,6	72,6
no	20	27,4	27,4	100,0
Total	73	100,0	100,0	

Por consiguiente nuestro numero de plazas en el año 2008 es de 25.439
 Para sacar nuestra proyección del número de plazas se utilizo el factor de crecimiento de los establecimientos de alojamiento registrados en el ministerio de turismo lo cual nos demuestra que el factor de crecimientos es del 3.09% con respecto al año 2003.

Tabla N° 21: Establecimientos de alojamiento registrado en el ministerio de turismo Tipo Hostería Año 200-2004

TIPO	2003	2004
	PLAZAS	PLAZAS
HOSTERIAS	10.622	10.950

Fuente: Ministerio de Turismo
 Elaborado por: Vinicio Aguirre

Por consiguiente nuestra proyección de la oferta es la siguiente

Tabla N° 22: Proyección de la oferta

Año	número de plazas
2008	25.439
2009	26.225
2010	27.035
2011	27.871
2012	28.732

Fuente: Ministerio de Turismo
 Elaborado por: Vinicio Aguirre

Turismo Extranjero Receptor

Para la proyección de la oferta se tomo en cuenta el número de plazas de las 4 Hosterías del Valle de los Chillos en este caso son 96 plazas que fue multiplicado por los 365 días del año lo cual nos da un total de 35.040 plazas al año, pero no debemos olvidar que según la encuesta realizada, en la pregunta acerca de ¿Visitaria Usted una Hosteria en el Valle de los Chillos ubicada a 40 minutos de la ciudad de Quito que ofresca paseos ecologicos y visitas a cascadas. Servicio personalizado, piscina, restaurante, servicio de bar, shows en vivo? 59 personas respondieron que si lo que corresponde al 88,82% tal como se lo demuestra en la tabla N° 23

Tabla N° 23: ¿Visitaría Usted una Hostería en el Valle de los Chillos ubicada a 40 minutos de la ciudad de Quito que ofrezca paseos ecológicos y visitas a cascadas. Servicio personalizado, piscina, restaurante, servicio de bar, shows en vivo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	59	80,8	92,2	92,2
	no	5	6,8	7,8	100,0
	Total	64	87,7	100,0	
Perdidos	Sistema	9	12,3		
Total		73	100,0		

Según los datos obtenidos en el ministerio de Turismo nuestra oferta para el año 2008 es de 31.123 plazas y el factor de crecimiento del numero de plazas de los establecimientos de alojamiento registrado en el Ministerio de Turismo de tipo Hosteria es del 3,09% ¹³

Tabla N° 24: Proyeccion de la oferta del Turismo Extranjero Receptor

año	número de plazas
2008	31.123
2009	32.085
2010	33.076
2011	34.098
2012	35.152

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado por: Vinicio Aguirre

2.2. Determinación de la Demanda Insatisfecha

Demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precio, disponibilidad del espacio suficiente para cubrir necesidades, localización no adecuada¹⁴

Para la demanda insatisfecha se tomará en cuenta el número de plazas tanto de la demanda como de la oferta.

¹³ Ministerio de Turismo

¹⁴ www.fbex.com/glosario.php?letra=D&concepto=68 - 11k

Tabla Nº 25: Demanda Insatisfecha - Turismo nacional

Año	demanda	Oferta	demanda insatisfecha
2008	288.896	25.439	263.457
2009	292.810	26.225	266.585
2010	296.723	27.035	269.688
2011	300.636	27.871	272.765
2012	304.549	28.732	275.817

Tabla Nº 26: Demanda insatisfecha - Turismo Extranjero Receptor

año	demanda	Oferta	demanda insatisfecha
2008	39.791	31.123	8.668
2009	43.130	32.085	11.045
2010	46.748	33.076	13.672
2011	50.670	34.098	16.572
2012	54.921	35.152	19.769

2.3. Comercialización

La comercialización de un producto/servicio se refiere a la acción que permite que un producto/servicio llegue hasta el consumidor o cliente.

Aun que en los estudios de evaluación y selección de proyectos esta parte se descuida mucho, es una parte de suma importancia para el éxito o fracaso de la inversión, ya que si los bienes o servicios no llegan de manera adecuada al consumidor la empresa se ira inminentemente a banca rota¹⁵

2.3.1. Estrategia de Precios

El establecimiento del precio es de suma importancia, pues éste influye más en la percepción que tiene el consumidor final sobre el servicio. Debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar mucho el precio o si el precio es una de las variables de decisión principales.

¹⁵ www.monografias.com

Es importante considerar el precio de introducción en el mercado, los descuentos por compra en volumen o pronto pago, las promociones, comisiones, los ajustes de acuerdo con la demanda.

Las políticas de precios de una empresa determinan la forma en que se comportará la demanda ¹⁶

Por lo anterior nuestra estrategia de precios serán las siguientes:

Se utilizará una estrategia de precio basada en la diferenciación servicio y, por lo tanto, entrar con un precio cercano al de la competencia. Que consiste en fijar el precio siguiendo los valores actuales de los demás competidores, sin basarse en los costos o en la demanda

Se establecerá políticas claras de penetración con relación a los descuentos por pronto pago o por volumen, así como las promociones, puesto que éstas constituyen parte importante de la negociación con los clientes potenciales. Tales como:

- **Fijación de precios de descuento y complemento:** se basa en "recompensar" a los clientes por ciertas respuestas, como pagar anticipadamente el producto, comprar por cantidades o fuera de temporada.
 - ✓ Descuento en efectivo: reducción del precio para los compradores que paguen el producto dentro de una cierta fecha.
 - ✓ Descuento por cantidad: reducción del precio para los compradores que adquieran el producto en grandes cantidades.
 - ✓ Descuento por temporada: reducción del precio para los compradores que adquieran productos fueran de temporada.
 - ✓ Promocional: asignación temporal de precios por debajo de lo normal e incluso por debajo del costo

¹⁶ <http://www.monografias.com/trabajos13/estrprecio/estrprecio.shtml>

2.3.2. Estrategia de Promoción

Antes de establecer las estrategias de promoción debemos plantearnos las siguientes preguntas:

¿Cómo captarás a tus futuros clientes? Esta pregunta ayuda a formular la estrategia de promoción dentro del plan de mercadeo.
¿Qué medios utilizarás? ¿Por qué y por cuánto tiempo?

Presupuesto promocional

¿Cuánto gastarás al comienzo?

¿Cuánto gastarás en su transcurso? ¹⁷

Según lo anterior nuestra estrategia de promoción será la siguiente:

La creación de un nombre para la Hostería con la finalidad de que los turistas reconozcan la Hostería al momento de escuchar su nombre es decir ingresar a la mente del Turista para de esta manera darle una identidad a la Hostería con la finalidad de que el turista se identifique con los servicios que la Hostería presta.

Establecer un logo de promoción para de esta manera llamar la atención del Turista y le incite a visitar nuestras instalaciones.

Calidad en el servicio, con personal altamente capacitado, para que puedan solucionar problemas que el visitante tenga.

Planes de pago, se realizara alianza con tarjetas de crédito con la finalidad de hacer llegar a nuestros turistas las promociones que en la temporada existe en la Hostería, ya que nos favoreceremos de los reportes que hacen estas instituciones para implementar publicidad de nuestra Hostería.

¹⁷ <http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/marketing-estrategico-y-armas-de-promocion-2.htm>

Se creara una pagina web con la finalidad de que los turistas puedan conocer todos los servicios, promociones, eventos, precios, realizar reservaciones, conozca donde esta ubicada la Hostería para que pueda llegar sin ninguna dificultad, vea la infraestructura de nuestras instalaciones.

como captar a nuestros futuros clientes	medios a utilizar	tiempo
Nombre de la Hostería Identidad Logo Calidad de servicio planes de pago Pagina Web información del servicio	Páginas amarillas Internet Anuncios en revistas, periódicos Comerciales en radio, televisión	hasta cuando nuestro mercado este totalmente posicionado

2.3.3. Estrategia de Servicio

Una estrategia de servicio permite satisfacer las necesidades de sus clientes y la consecución de nuevos públicos.

Nuestros servicios deben llegar en forma adecuada a sus consumidores ya que va a ser el punto vital de la Hostería.

Por tanto, debemos conocer a fondo las necesidades del consumidor, así como encontrar la mejor manera de satisfacerlas con estrategias adecuadas, tales como:

- ✓ **Servicio personalizado.-** que es una manera de llegar al cliente y mantenerlo para el futuro, Satisfaciendo las necesidades y deseos del cliente, al mismo tiempo que se cumplen los objetivos de la empresa
- ✓ **Información adecuada.-** hace que se incrementen la comunicación entre el cliente interno y/o externo de esta manera podemos anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente

- ✓ **Orientación del servicio.**- de esta manera ganamos las dos partes ya que se le asesora de manera adecuada para la elección del mejor paquete turístico para el y la hostería gana por la satisfacción del cliente

Por consiguiente nuestra estrategia de servicio esta planteada de la siguiente manera:

Donde nos encontramos?

- Al suroriente de la Provincia de Pichincha, a 40 minutos de la ciudad de Quito, en el Valle de los Chillos, de Sangolqui hacía Pintag. Después de aproximadamente medio kilómetro se desvía hacia la derecha para llegar a la entrada del sendero. Con carro se necesita alrededor de media hora.

Quienes somos?

Somos una Hostería dedicada al turismo Natural, privilegiados por un clima agradable todo el año con una temperatura de 17° grados centígrados, Ofrecemos una variedad de atractivos turísticos.

Permítanos recibirles en esta su casa

- ✓ Porque es una buena opción venir a nuestra hostería?
- ✓ Por poseer un clima agradable todo el año con una temperatura de 17° grados centígrados
- ✓ Por que Ofrece una gran variedad de atractivos turísticos, como su entorno natural
- ✓ Por que estamos rodeados de impresionantes cascadas, lagunas, reservas ecológicas con paisajes verdaderamente paradisíacos, donde usted podrá disfrutar del entorno natural en absoluta paz y tranquilidad, liberándose del stress y renovando sus fuerzas y vitalidad

- ✓ Es un sitio donde puede pernoctar con tranquilidad, con el silencio de la naturaleza
- ✓ Se puede deleitar con nuestra gastronomía altamente nutritiva
- ✓ Por estamos rodeados de hermosas casas de hacienda llenas de historia y leyendas

La Hostería se encuentra ubicada en un sitio estratégico por estar rodeada por una belleza espectacular donde podrá distraerse con la comodidad y tranquilidad de la Naturaleza, con la cual podrá disfrutar al 100% de la estancia en este lugar.

2.3.4. Estrategia de Plaza

Las estrategias de distribución se deben en base a las decisiones y los objetivos de mercadotecnia general de la empresa

En la selección de la plaza es importante seleccionar el tamaño y el valor del mercado potencial que se desea abastecer

La mayoría de los consumidores piensa que cuanto más corta sea la plaza, menor será el costo de distribución, y por lo tanto menor el precio que deban pagar. Por lo tanto utilizar una plaza de distribución más corta, da por resultado generalmente, una cobertura de mercado muy limitada, un control de los productos más alto y unos costos más elevados, por el contrario una plaza más larga da por resultado una cobertura más amplia, un menor control del producto y costos más bajos.

Para el mercado de la nueva hostería daremos prioridad a la Provincia de Pichincha en lo que es el Turismo nacional y para el mercado Extranjero Receptor la promoción se debería lanzar a Colombia, Estados Unidos, toda Europa, Venezuela, a través de las ferias de Turismo y nuestra pagina Web.

2.4. Análisis de Precios

Esta parte del estudio se refiere a la cantidad de dinero que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar determinado bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Para calcular el precio tomamos en cuenta el precio de nuestros competidores principales.

A continuación detallo la lista de precios de nuestros posibles competidores:

HOSTERIA	Reservaciones	precio diario
SOMMERGARDEN	habitación desde	40
DEL RIO	cama simple	50
	cama doble	55
LA CARRIONA	Sencilla	85.4
	doble o matrimonial	97.6
	Triple	115.9
	jr. Suite	128.1
	Suite	146.4
	cama extra	24.4
ZAMSARA	habitación	24
PROMEDIO		32,25

FUENTE: municipio de Rumiñahui
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Se debe considerar que los precios establecidos incluyen todos los servicios que las Hosterías prestan y que los costos son persona.

Para la determinación del precio de la hostería a adoptado tomar como base la siguiente información vital para que sea un éxito

- El cliente, al que se desea llegar (mercado Meta)
- Competencia directa
- Objetivos de la compañía para con el producto

Plan de precios de la Hostería

- ✓ Reservas paquete individual \$ 10

Incluye habitación

- ✓ Reservas paquete estudiantil (3p) \$ 45

10% de descuento a grupos de 20 personas en adelante

Incluye: Instalaciones, servicios, desayunos, Almuerzo, cena.

- ✓ Reservas paquete cabañas familiares (6p) \$ 100

10% de descuento si los pagos se hacen por adelantado y antes de la fecha establecida en el contrato de reservación

Incluye: Alojamiento (Desayuno, almuerzo, cena.)

Servicio de bar

Los precios están establecidos por alojamiento diario y en los paquetes se incluye las actividades de ecoturismo excepto en el individual que el costo variara según la preferencia del turista

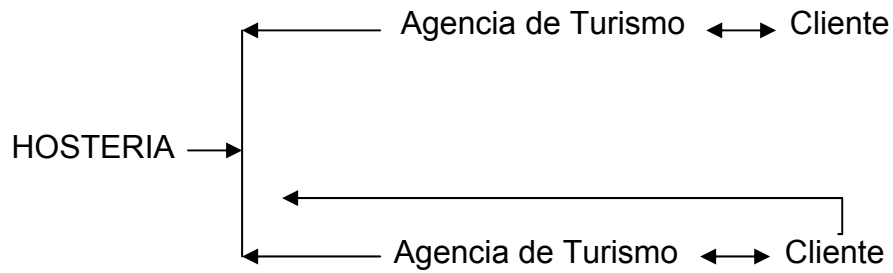
2.5. Canales de distribución

Los canales de distribución es el camino que el producto toma para llegar hasta el cliente final.

Para selección el canal de distribución mas adecuado para nuestro servicio es necesario tomar en cuenta la cobertura de mercado que se pretende; el costo que se le ira incrementando al producto, debido a que cada nivel de intermediario le aumenta el precio al producto; y el costo que tendremos de elegir uno u otro canal.

2.5.1. Cadena de distribución

Con dicha información el canal de distribución del proyecto quedaría estructurado de la siguiente manera:



Es decir los turistas podrán acceder a los servicios de la Hostería a través de una agencia de turismo, o directamente.

El administrador de la empresa será el encargado de obtener contacto con las agencias de turismo, haciendo conocer los servicios que presta la Hostería, para poder entrar dentro de los paquetes que ofertan dichas agencias.

2. CAPITULO II : ESTUDIO TÉCNICO

2.1. Tamaño del proyecto

2.1.1. Factores determinantes del tamaño

2.1.1.1. El mercado

El turismo en el Valle de los Chillos se ha incrementado constantemente gracias a su extensa vegetación, al turismo con culturas vivas a la solidaridad de su gente y el respeto al ecosistema.

De acuerdo al análisis realizado al mercado, se concluye que existe viabilidad para la creación y puesta en marcha de una Hostería, ya que por medio de la investigación de campo se determinó que el 89% de la población del Turismo Nacional esta dispuesta a visitar una Hosteria en el Valle de los Chillos que ofresca paseos ecologicos y visitas a cascadas y para el Turismo Receptor Extranjero según la investigación de campo el 92.2% esta dispuesto a visitar una Hosteria en el Valle de los Chillos ubicada a 40 minutos de la ciudad de Quito que ofresca paseos ecologicos y visitas a cascadas. Servicio personalizado, piscina, restaurante, servicio de bar, shows en vivo

Este es un porcentaje considerable de aceptación del servicio de alojamiento debido a que la demanda de los siguientes años muestra una tendencia creciente.

2.1.1.2. Disponibilidad de Recursos Financieros

“Si los recursos económicos propios y ajenos permiten escoger entre varios tamaños para los cuales existe una gran diferencia de costos u de rendimiento económico para producciones similares, la prudencia aconsejará escoger aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad y que a la vez ofrezca, de ser posible, los menores costos y un alto rendimiento de capital”¹⁸

Para la implementación de este proyecto se contara con el 30% de inversión propia y el 70% será financiado por entidades bancarias.

¹⁸ Evaluación de Proyectos: Baca Urbina

Para el financiamiento de este proyecto se dispone de créditos de las siguiente entidades bancarias.

- C.N.F. (Corporación Financiera Nacional)
- Banco del Pichincha

Tabla Nº 27: C.F.N (Corporación Financiera Nacional)

C.F.N. (Corporación Financiera Nacional)		
tipo de crédito	Monto	financiamiento
Construcción 	desde \$10.000	60% para capital de trabajo (proyectos de construcción para la venta)
		70% para la adquisición de equipo y maquinaria
		90% para proyectos de ampliación.

Elaborado por Vinicio Aguirre

Tabla Nº 28: Banco del pichincha

Banco del Pichincha		
tipo de crédito	Monto	financiamiento
Crédito Empresas 	Montos desde \$15.000 no existe monto máximo	Garantía: Firma o prenda
		Plazo del crédito: Depende del ciclo del negocio generalmente va desde 30 día a 180 días, renovable
		Tasa de interés: Fija durante el plazo del crédito

Elaborado por Vinicio Aguirre

2.1.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra

En el Valle de los Chillos se cuenta con personal altamente capacitado para los diferentes trabajos en la hostería ya que contamos con universidades de gran prestigio que capacitan a nuestros futuros empresarios que aportaran satisfactoriamente con sus conocimientos y experiencias a nuestra Hostería

La contratación de personal se hará bajo un proceso de selección y se tendrán que cumplir con algunos requisitos para ocupar los diferentes puestos, entre los más importantes están:

- Formación universitaria
- Conocimiento de idiomas
- Experiencia laborable comprobable
- Relaciones interpersonales
- Buena presencia
- Conocimientos en los respectivos cargos a ejecutarse, entre los más importantes anotamos:
 - Administrador
 - Recepcionista
 - Mucamas
 - Camareros/as
 - Chef
 - Ayudantes de cocina
 - Guardias
 - Personal de mantenimiento

2.1.1.4. Economías de Escala.

La economía de escala se refiere al poder que tiene una empresa cuando alcanza un nivel óptimo de producción para ir produciendo más a menor coste, es decir, a medida que la producción en una empresa

crece, (zapatos, chicles, bastones, cajas de cerillas...) sus costes por unidad producida se reducen. Cuanto más produce, menos le cuesta producir cada unidad.¹⁹

Para desarrollar la economía de escala la Hostería contara con atractivos en los servicios que presta tales como visitas a cascadas, paquetes Turísticos tanto Familiares, Estudiantiles, e individuales, con precios módicos y accesibles, promociones para los diferentes tipos de reservaciones dentro y fuera de temporada.

Con respecto a los insumos la, Hostería adquirirá productos comprados al por mayor especificando los productos de rápido consumo como los de mayor fecha de caducidad con el fin de escatimar precios y evitar el alza de los precios de los insumos.

Con respecto al hospedaje la Hostería utilizara los medios adecuados de comunicación para de esta manera captar mas turistas a nuestras instalaciones para de esta manera que nuestra producción reduzca sus costos al aumentar las visitas de mas turistas a la Hostería

2.1.1.5. Disponibilidad de Tecnología

En la etapa de construcción de la Hostería existirá tecnología de punta y experiencia en mano de obra desde los pilares de la construcción hasta los acabados de la Hostería.

Se utilizará al máximo los recursos del sector tales como la madera, la piedra de río para de esta manera conservar el ambiente ecológico de la Zona.

¹⁹ www.wikipedia.org

Con respecto a los acabados serán de hormigón armado, baldosa, madera tallada, estatuas de piedra acorde al diseño que se elija para cada lugar de la infraestructura de la Hostería

Para un adecuado funcionamiento la Hostería utilizara instrumentos tecnológicos tales como:

- Computadores: que nos ayudaran para la recepción de los turistas, para los estados financieros de la hostería
- Televisiones: que serán colocadas en cada habitación de la hostería y una en el restaurante
- Pantalla gigante: que nos servirán para el área de recepciones para los eventos o shows en la hostería
- Calefacción: para abrigar el frío de este lugar
- Electrodomésticos: para el área del restaurante y cocina
- Motocicletas: para la distracción de los turistas y los paseos a las cascadas
- Línea telefónica: tanto para el área administrativa como para las habitaciones de los huéspedes con el fin de mantener una comunicación con la administración y el huésped.
- Internet: con la finalidad de facilitar la información de nuestros servicios a los futuros huéspedes de la Hostería, también para uso del Huésped y de la administración.
- TV. Cable: para uso exclusivo de los huéspedes para generar la satisfacción del huésped nacional e internacional y se mantenga de esta manera informado de los sucesos del país de residencia del Turista

2.1.2. Optimización del Tamaño del Proyecto

La optimización del tamaño del proyecto esta en función de la demanda insatisfecha que el mercado actual no puede cubrir, la capacidad financiera y la capacidad de endeudamiento

La Hostería busca el bienestar del turista, la comodidad del mismo por lo cual pretende cubrir un 5% de la demanda insatisfecha al año, que se encuentra representado de la siguiente manera:

Tabla N° 29: Participación del 5% 2008-2012

Año	demanda insatisfecha turismo nacional	demanda insatisfecha turismo extranjero	total demanda insatisfecha	participación en el mercado 5%
2008	263.457	8.668	272.125	13.606
2009	266.585	11.045	277.630	13.882
2010	269.688	13.672	283.360	14.168
2011	272.765	16.572	289.337	14.467
2012	275.817	19.769	295.586	14.779

Elaborado por Vinicio Aguirre

La demanda insatisfecha para el año 2012 es de 14.779 lo que significa que este número de turistas utilizarán los servicios de hospedaje al año de nuestra Hostería, por lo cual se requiere una capacidad de alojamiento para 14.779 personas

Tabla N° 30: Demanda diaria

año	demanda insatisfecha	demanda diaria
2008	13.606	37
2009	13.882	38
2010	14.168	39
2011	14.467	40
2012	14.779	41

Elaborado por Vinicio Aguirre

La demanda insatisfecha para el año 2012 es de 41 reservaciones lo que significa que se deberá realizar una instalación con 41 camas y 41 sillas para el restaurante ya que se considera que este es el tamaño óptimo para la construcción de Hostería, no obstante las instalaciones se irán mejorando dependiendo de la demanda y de la capacidad financiera de la Hostería.

2.1.3. Definición de las capacidades de Producción

La capacidad efectiva de producción de la Hostería estará en función de la cantidad de turistas que demanden nuestros servicios por lo tanto se plantea con un promedio de 41 reservaciones al día, con una capacidad de 1271 reservaciones al mes.

Con lo referente a los alojamientos se tomara en cuenta que los fines de semana (sábados y domingos) será los días pico en los cuales permanecerán llenas nuestras instalaciones, en cambio entre semana (lunes a viernes) se tomara en cuenta un piso de alojamiento de 27 reservaciones y serán cubiertas en su totalidad.

Con lo referente a las acomodaciones de las habitaciones se realizara de la siguiente manera:

- 2 cabañas familiar con acomodaciones para 5 personas
- 1 cabaña familiar con acomodaciones para 6 personas
- 10 habitaciones con acomodaciones para 2 personas (habitaciones dobles)
- 6 habitaciones con acomodaciones para 1 persona (habitaciones individuales)

Con lo referente al restaurante se arrancara con una capacidad para 70 personas tomando en cuenta el 70% más del total de reservaciones de un fin de semana

De igual manera con lo referente para las actividades de eco-turismo se tomara en cuenta una capacidad para 27 personas que es la mitad de las reservaciones de un fin de semana (sábado y domingo) aumentada el 30% tomando en cuenta que no todos nuestros clientes desean hacer estas actividades y se las realizara únicamente los fines de semana.

Para lo cual la Hostería debe contar con suficiente personal capacitado, maquinaria sofisticada, siempre y cuando esta sea una tecnología adecuada y adaptada para proporcionar la fuerza y ventaja necesaria para competir en el mercado seleccionado e insumos que optimicen y mejoren la estadía del turista nacional y extranjero.

2.2. Localización del proyecto

2.2.1. Macro localización

La localización de la nueva Hostería se localizara en le Barrio de Loreto, Cantón Rumiñahui, Parroquia de Sangolquí, Provincia de Pichincha.

Grafico Nº 1: Mapa de la macro localización



2.2.2. Micro localización

2.2.2.1. Factores para la localización

Los factores que se tomarán en cuenta para la ubicación de la Hostería son:

- **Disponibilidad de atractivos turísticos**
 - Naturaleza
 - Cultura
 - Cascadas
 - Tradiciones
- **Disponibilidad de servicios básicos**
 - Energía eléctrica
 - Agua potable, Alcantarillado
 - Telefonía
 - Recolección de basura
- **Entorno ambiente**
 - Temperatura promedio 17° grados, a veces es caluroso en días soleados, llegando a marcar los 23 grados de temperatura, así como en las noches baja hasta los 8 grados, que es muy frío.

La mayor "concentración" de lluvia se produce entre los meses de abril y octubre. Esto hace que la zona sea muy fértil y el paisaje se conserve siempre verde

- El barrio de Loreto se encuentra ubicado en el cantón Rumiñahui de la Provincia de Pichincha, a 45 minutos de la ciudad de Quito, a medio kilómetro de la parroquia de Sangolquí con un clima agradable todo el año y su temperatura es de 17° grados centígrados, Ofrece una variedad de atractivos turísticos, como su entorno natural, destacándose las riveras del Río Pita y sus 18 cascadas

- **Disponibilidad y acceso a los mercados de insumos**

El barrio de Loreto se encuentra a 20 minutos del valle de los chillos, lugar donde encuentra todas las comodidades y disponibilidad de insumos tanto para la Hostería como para el turista, entre los más principales anotamos:

- San Luis Shopping
- Centro Comercial del Río
- Centro Comercial Plaza del Valle
- TIA
- Santa María
- Supermaxi
- Mercado de Sangolquí
- Mercado Selva Alegre

- **Vías de acceso y Comunicación**

El barrio de Loreto cuenta con una vía principal pavimentada de primera calidad viniendo de Quito la autopista Gral. Rumiñahui seguida por la ruta a Pintag y alrededores llamada Gral. Pintag que permite el acceso pleno de los turistas y la vía Loreto la cual le lleva directamente a la Hostería, carretera de piedra bien conservada que permite el acceso a la Hostería y a las diferentes cascadas del sector, ya sea en carro, motocicletas, caminata o bicicletas.

- **Disponibilidad de Transporte**

Existe una gran variedad de opciones tales como:

- Cooperativa de transporte Publica Urbano CALSING EXPRESS

CALSIGEXPRESS	POPULAR Y ESPECIAL	EL IASA - EL TRIANGULO	\$0.40	02 2 337-872
		PATAHUA - SANGOLQUI	\$0.30	
		RUMIPAMBA - SANGOLQUI	\$0.60	
FIN DE SEMANA sale 8:30 y regresa 16:00	MOLINUCO - SANGOLQUI	\$1.00		
FIN DE SEMANA cada 1/2 hora	LORETO - EL CABRE	\$0.22		

- Cooperativa de transportes MARCO POLO

MARCO POLO	POPULAR Y ESPECIAL	LORETO - QUITO	\$0.50	02-2 331-488
		CASHAPAMBA - QUITO	\$0.40	
		JATUPUNGO - QUITO	\$0.50	
		QUITO - SANGOLQUI	\$0.35	
		QUITO - SELVA ALEGRE	\$0.45	

- Cooperativa de taxis: en las cercanías del Barrio de Loreto existe una gran variedad de taxis entre la mas cercana a la Hostería se encuentra la cooperativa de taxis CALLAPAMBA
- Cooperativa de camionetas: En las cercanías del Barrio de Loreto existe una gran variedad de taxis entre la mas cercana a la Hostería se encuentra la cooperativa de camionetas 31 de marzo

2.2.2.2. Matriz Locacional

“Para realizar la matriz Locacional se utilizará el método cualitativo por puntos el cual consiste en asignar valores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios. El método permite ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión.”²⁰

²⁰ Evaluación de proyectos: Baca Urbina

Tabla N° 31: Matriz de localización

factores relevantes	Peso	Calificación Loreto 1	Clasificación Loreto 2
disponibilidad de atractivos turísticos	0.3	5	5
disponibilidad de servicios básicos	0.1	4	2
entorno ambiente	0.1	5	5
disponibilidad de acceso a los mercados de insumo	0.2	4	3
vías de acceso y comunicación	0.2	3	3
disponibilidad de transporte	0.1	4	3
total sobre 30	1	25	21

Elaborado por: Vinicio Aguirre

La matriz de localización, se la ha realizado mediante el criterio de un puntaje de 1 a 5, siendo cinco el mejor y uno el menos representativo.

Grafico N° 2: Mapa de la micro localización

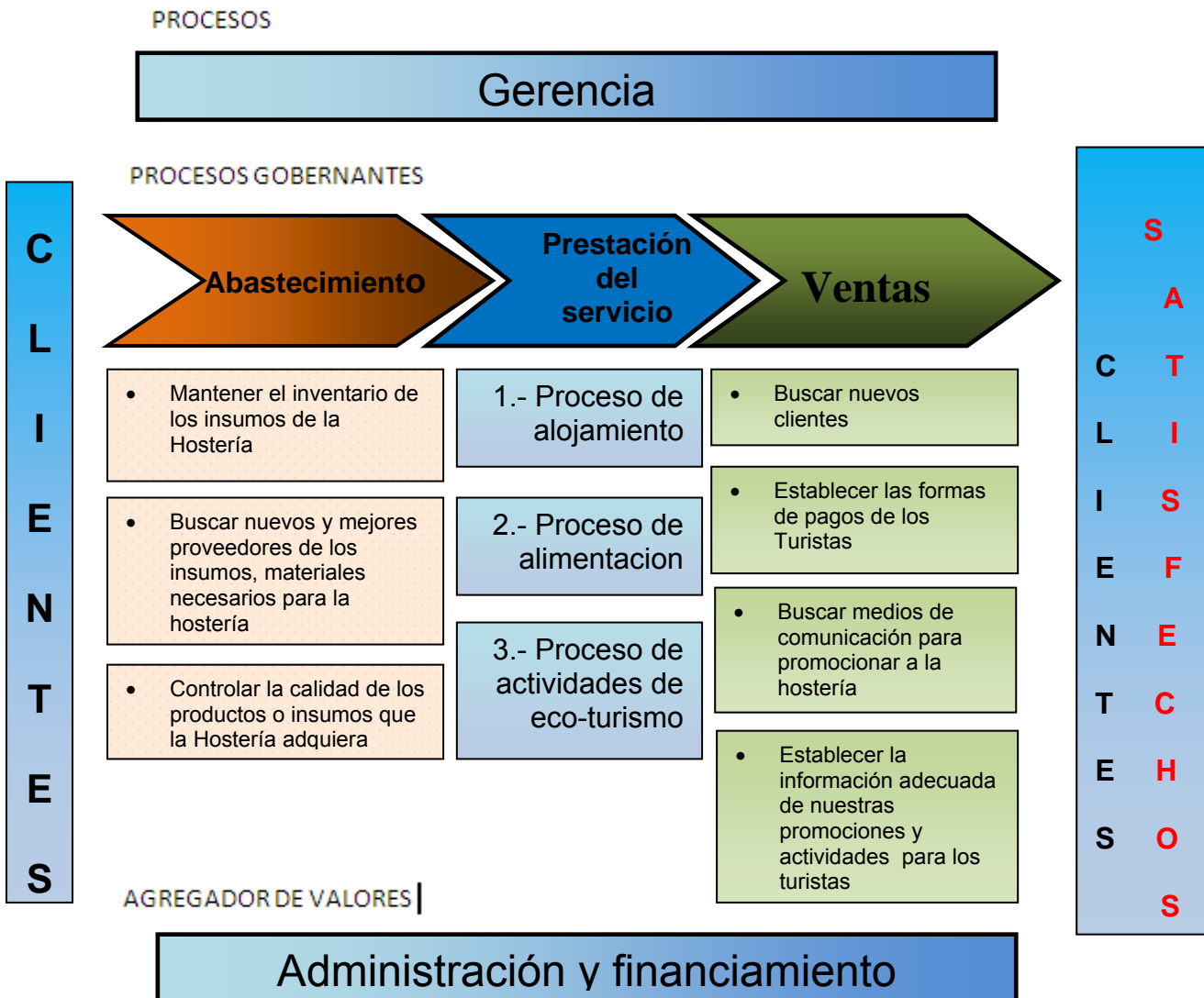


2.3 Ingeniería del proyecto

La temática se centra en los aspectos de compras, construcción, montaje y puesta en marcha de los activos fijos y diferidos asociados a los mismos que permitan la operación de la empresa para elaborar los productos o la prestación de servicios.

Para una consistente definición de la Ingeniería del proyecto se debe estar de acuerdo en la existencia de **etapas de ingeniería**, ya que desde que ocurre la idea de dar un servicio hasta la definición de su proceso, siempre hay que realizar diferentes estudios, investigaciones, ensayos e intentos preliminares.

Cadena de valor



2.3.1 Proceso de producción

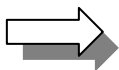
2.3.1.1 Diagrama de flujo

Es un esquema para representar gráficamente un algoritmo. Se basan en la utilización de diversos símbolos para representar operaciones específicas, es decir, es la representación gráfica de las distintas operaciones que se tienen que realizar para resolver un problema, con indicación expresa el orden lógico en que deben realizarse.²¹

Simbología Internacional para Operaciones.



Operación.- Las materias primas experimentan un cambio o transformación por medios físicos, mecánicos o químicos o alguna combinación de ellos.



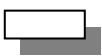
Transporte.- Es la acción de movilizar las materias primas, los productos en proceso o productos terminados.



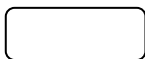
Demora.- Cuando existe un “cuello de botella” hay que esperar turno o se está realizando



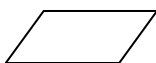
Almacenamiento.- De materias primas, materiales, productos en proceso o productos terminados



Inspección.- Es una acción de controlar una operación o verificar la calidad del producto.

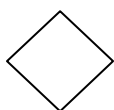


Inicio/Fin.- representa una parada o una interrupción programada que sea necesaria realizar en un programa.



Entrada y salida.- Este símbolo es utilizado para representar una entrada o salida de información, que sea procesada o registrada por medio de un periférico.

²¹ file:///F:/Diagrama%20de%20Flujo%20-%20Monografias_com.htm



Decisión.- Este es utilizado para la toma de decisiones, ramificaciones, para la indicación de operaciones lógicas o de comparación entre datos

Todas las tareas u operaciones individuales deben realizarse en una secuencia tal que cada una contribuya a los objetivos finales del proyecto. Este tipo de operaciones se usa cuando existe una gran necesidad de creatividad y originalidad.

Procesos de prestación del servicio

1.- proceso de alojamiento

Para realizar el alojamiento a los turistas que tengan o no tengan reservaciones se desarrollara de manera educada, debemos establecer que existen dos tipos de turistas de aquellos que visitan directamente nuestras instalaciones y de aquellos que reservan por medio de nuestras agencias de turismo.

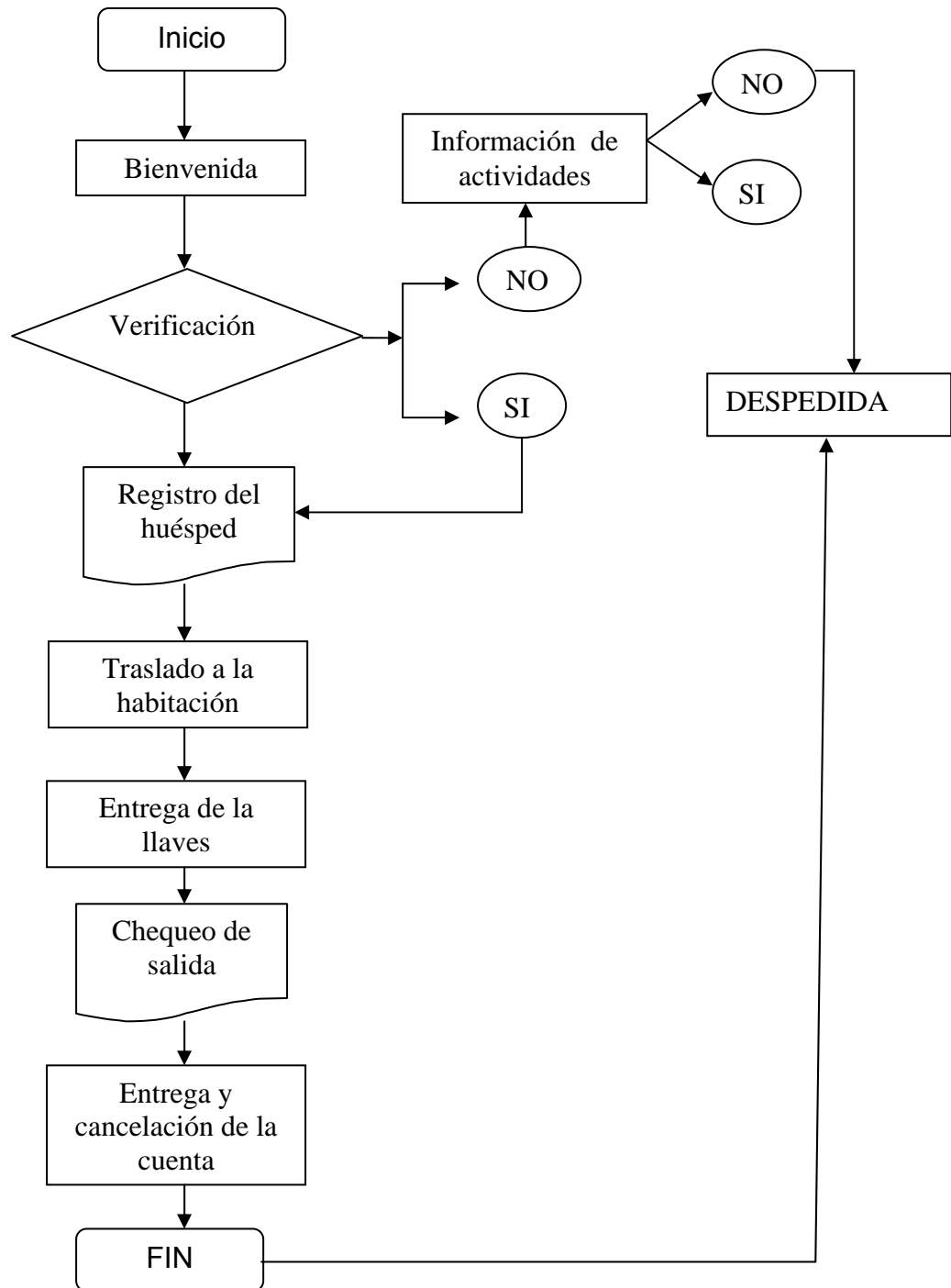
A continuación se describe el proceso de alojamiento de la Hostería:

Tabla N° 32: Proceso de alojamiento

Nº	Actividad	Documento/instrumento	personal interviene	duración (minutos)
1	Bienvenida		repcionista	1
2	verificación de reservaciones	computadora de registros	repcionista	2
3	registro del turista	computadora de registros	repcionista	1
4	traslado a la habitación		botones	5
5	entrega de la llaves		botones/ Huésped	1
6	chequeo de salida	computadora de registros	repcionista	3
7	entrega y cancelación de la cuenta		cajero	6
8	despedida		repcionista	4
	Total			26

Elaborado por: Vinicio Aguirre

Diagrama del Proceso de alojamiento



2.- Proceso de alimentación

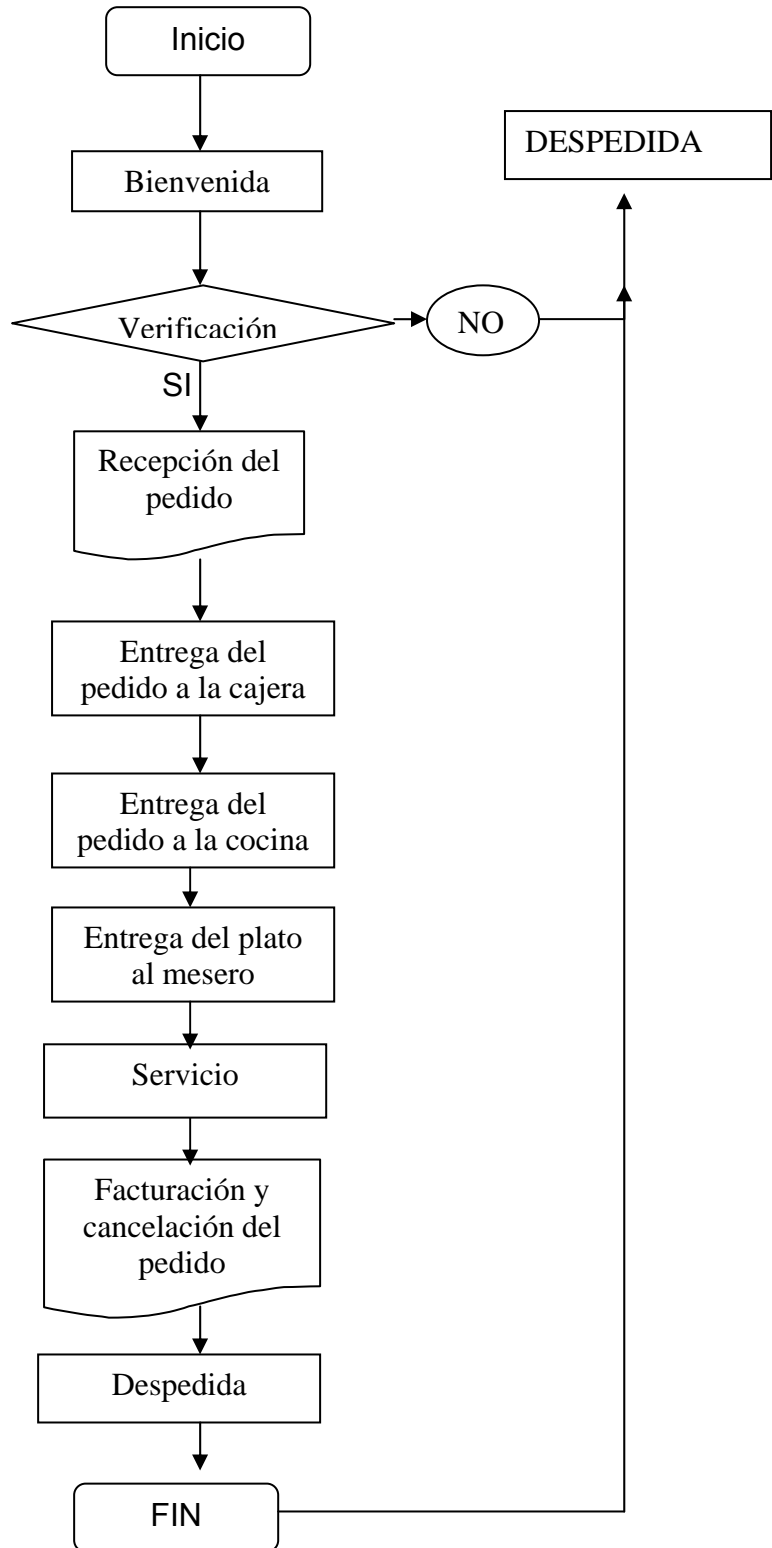
Al ingresar el turista al restaurante se lo ubica en una mesa disponible, se le entrega el menú y se le ofrece un plato especial, se espera a que el cliente tome la decisión, el mesero se acerca al momento que el cliente lo llama se toma el pedido, se entrega el pedido a la cajera/o quien lo lleva al encargado de la cocina, una vez listo el plato el mesero lo lleva al cliente se prepara la factura una vez que el cliente termina su plato la cajera entrega la factura al mesero quien lo lleva al cliente para su cancelación, una vez cancelada la cuenta, se lo despide cordialmente con buenos augurios.

Tabla Nº 33: Proceso de alimentación

Nº	Actividad	Documento	personal interviene	duración (minutos)
1	Recibimiento del cliente		Anfitrión	1
2	Oferta del menú	Carta de menú	Mesero	2
3	Espera de la decisión del plato		Mesero	4
4	Recepción del pedido	Hoja de pedidos	Mesero	1
5	Entrega del pedido a la cajera		Mesero/cajera	1
6	Entrega del pedido a la cocina		Cajera/chef	1
7	Preparación del pedido		Chef	20
8	Entrega del plato listo al mesero		Cajera/mesero	1
9	Entrega del Servicio al cliente		Mesero	3
10	Espera		Mesero	30
11	Entrega de la cuenta	Factura	Cajero/mesero	1
12	Cancelación de la cuenta		Cajera	1
13	Despedida		anfitrión	1
	Total tiempo			67min.

Elaborado por Vinicio Aguirre

Diagrama del Proceso de alimentación



3.- proceso de actividades de ecoturismo

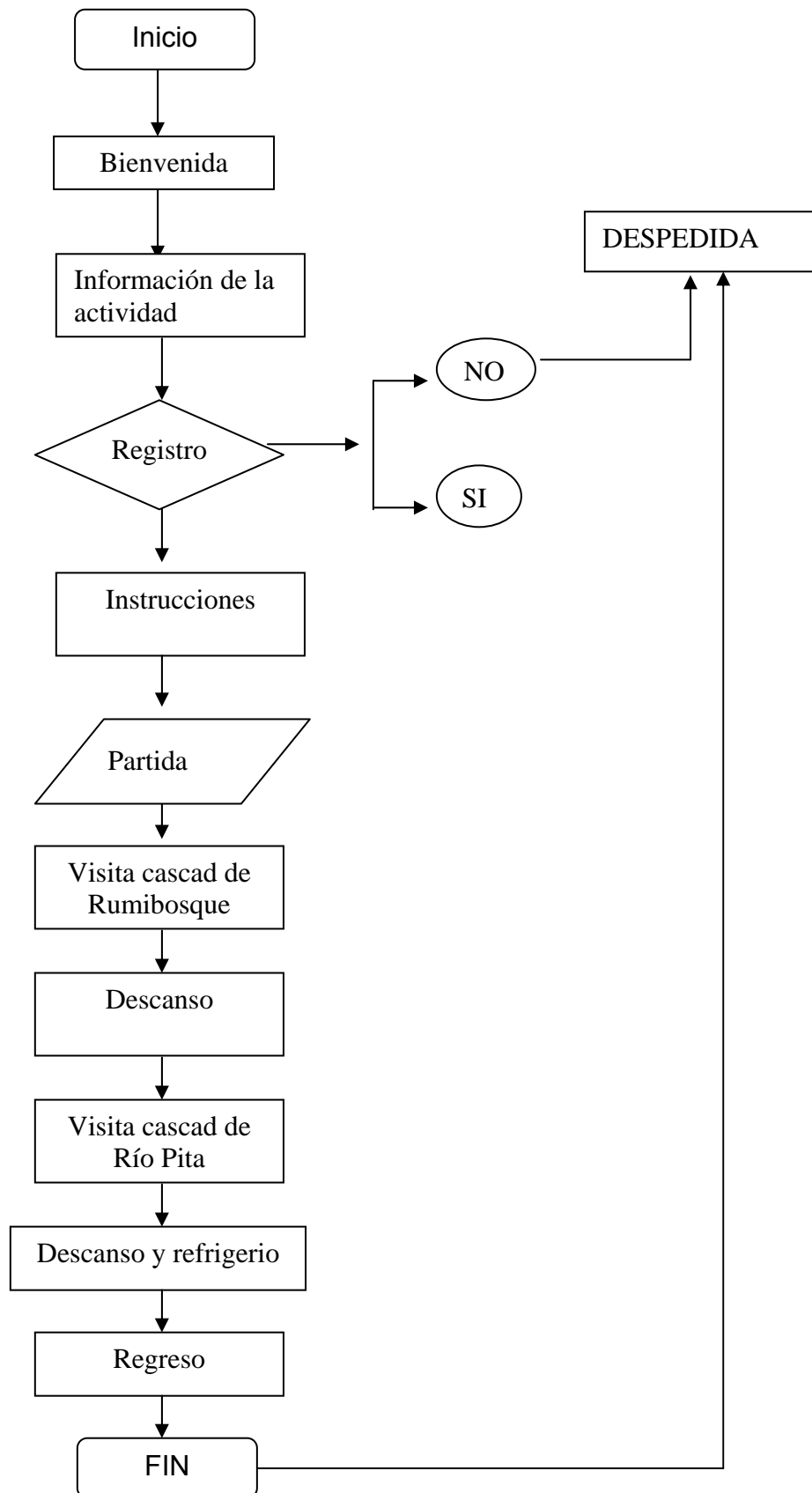
El turista al estar hospedado se le ofrecerá paseos ecológicos o visitas a las dos cascadas mas cercanas, debemos tomar en cuenta que no todos querrán hacer este tipo de actividad por lo cual se anotara a todos los que se inscriban para este tipo de actividad y que medio prefiere para el trayecto se les entregara una hoja con información de los horarios y la duración del recorrido, se partirá a las 8:30 am, se revisará que todos los inscritos estén en el punto de partida, el guía les dará instrucciones de precauciones, se visitara primero la cascada de rumibosque seguida por la cascada del Río pita, en el transcurso del camino se describirá la historia de las cascadas y del lugar, se realizara un descanso en cada cascada para que de esta manera disfruten mas del las maravillas de este lugar, existirá un pequeño lonche en la cascada del Río Pita, por ultimo se regresa a la Hostería en la furgoneta de alquiler y se les agradece a los presentes por ser partidarios de este recorrido.

Tabla N° 34: Proceso de alimentación

Nº	Actividad	Documento	personal interviene	duración (minutos)
1	Recibimiento del huésped		Recepcionista	2
2	Información de las actividades		Recepcionista	3
3	Registro	Computadora	Recepcionista	1
4	Información de la actividad	Calendario	Guía	2
5	Instrucciones de partida	Calendario	Guía	2
6	Salida		Guía	2
7	Vista cascada Rumí bosque			25
8	Descanso			20
9	Visita cascada Del Río Pita			20
10	Descanso			15
11	Refrigerio			20
12	Retorno a la hostería			6
13	Despedida		guía	2
	Total tiempo			120

Elaborado por Vinicio Aguirre

Diagrama de las Actividades de ecoturismo



2.3.1.2 Requerimiento de Mano de Obra

Para el funcionamiento de la Hostería se requerirán de los siguientes empleados tanto personal fijo como personal ocasional y se tendrá que pagar a los mismos los siguientes valores mensuales y anuales.

La hostería contará con personal calificado, con estudios en turismo, con dominio del idioma inglés lo cual facilitará la comunicación con los turistas extranjeros y de personal que conozca de las tradiciones del sector

Con respecto al personal fijo se requerirá de la siguiente Mano de de Obra:

Tabla N° 35: Requerimiento de Mano de Obra - Personal fijo Anual

Puesto		cantidad	Mensual	anual
Administrador	Anexo1	1	439,86	5.278,32
Recepcionista	Anexo1	1	319,38	.832.56
Mucamas	Anexo1	2	235,04	2.820,48
Camareros/as	Anexo1	1	235,04	2.820.48
Chef	Anexo1	1	391,67	4.700,04
Guardias	Anexo1	1	271,18	3.254,16
Personal de mantenimiento	Anexo1	1	235,04	2.820
Total			2.362.25	22.525.48

Elaborado por Vinicio Aguirre

Se establece este personal como fijo ya que siempre deben ocupar los puestos a los cual están designados y nunca se los debe dejar vacíos en ninguna circunstancia con respecto a las mucamas se necesitara 2 ya que nuestro piso esta dado por 27 reservaciones las cuales deben estar llenos y cada mucama deberá mantener la limpieza de 14 habitaciones las cuales tendrán un tiempo de arreglo por habitación es de 3 minutos con una duración total de cada mucama por las 14 habitaciones de 42 minutos que se les iniciara al momento que el huésped salga de su habitación

Tabla N° 36: Requerimiento de Mano de Obra – Personal ocasional Anual

Puesto		cantidad	Mensual	Anual
Contador	Anexo 1	1	180	2.160
Ayudantes de cocina	Anexo1	1	64	768
Guías	Anexo1	1	96	1,152
Total			340	4.080

Elaborado por Vinicio Aguirre

Se establece a este personal como ocasional ya que nos ayudaran en un fin de semana por lo que estos días la Hostería se mantendrá completamente llena por Turistas que necesitan de nuestro servicio.

Con respecto al contador no se encontrara como personal de planta ya que sus servicios se los requerirá cada fin de mes para los respectivos asuntos del mismo

El ayudante de cocina se lo necesitara un fin de semana con un pago de 10 dólares diarios quien estará pendiente de los pedidos del chef de planta.

Con respecto al guía se contratara a uno solo con un pago diario de 15 dólares por los servicios que el preste a la Hostería ya que este tipo de personal solo se lo utilizara los fines de semana para las visitas, información, cuidado e instrucción a los Turista que van a recibir este tipo de servicio

2.3.1.3 Requerimientos de infraestructura

Tabla N° 37: infraestructura – Hostería

Nombre	unidad	metros cuadrados	v/unitario (m2)	v/total
Habitaciones y cabañas	41	10	120	49.200
Restaurante	1	300	120	36.000
Área administrativa	1	250	120	30.000
Cerramiento	1	150	60	9.000
Total				124.200

Elaborado por Vinicio Aguirre

2.3.1.4 Requerimientos de equipos y muebles

Tabla N° 38: Muebles y Enseres – Muebles para las habitaciones

Artículo	Unidad	v/unitario	v/total
Camas 1 1/2 plaza	41	400	14800
Lámparas	41	12	444
Velador	41	60	2220
Espejo	10	50	500
Perchero	10	100	1000
Mueble para TV	10	120	1200
Repisa	10	80	800
Colchón 1 1/2 plaza	41	250	9250
Total			30214

Elaborado por Vinicio Aguirre

Tabla N° 39: Muebles y Enseres – Manejo para la Habitación

Artículo	Unidad	v/unitario	v/total
Almohadas	41	3	123
Cortinas	10	40	400
Sábanas 1 ½ plaza	41	11	451
Cubrecamas 1 1/2 plaza	41	38	1.558
Toallas	20	6	120
Total			2.652

Elaborado por Vinicio Aguirre

Tabla N° 40: Muebles y Enseres

Artículo	unidad	v/unitario	v/total
Juego de sala	1	1200	1200
Juego de comedor 4 personas	9	400	3600
Esquineros	12	150	1800
Aparador	2	200	400
Total			7000

Elaborado por Vinicio Aguirre

Tabla N° 41: Maquinaria y Equipo – Manejo para la cocina

Articulo	unidad	v/unitario	v/total
Juego de cubiertos para 70 personas	1	240	240
Juego de sartenes 5 unid	1	150	150
Jarra 1,7 litros	2	4	8
Juego de cucharones	1	30	30
Juego de 5 ollas	1	200	200
Juego de vasos 45 personas	1	30	30
Vajilla 70 personas	1	360	360
Repostereros 5 piezas	1	20	20
Total			1.038

Elaborado por Vinicio Aguirre

Tabla N° 42: Maquinaria y Equipo – electrodomésticos y mantenimiento

Articulo	Unidad	v/unitario	v/total
Extractor de jugos	1	45	45
Tostadora	1	20	20
Refrigeradora	2	560	1120
Televisor 14 pulgadas	10	150	1500
Cocina industrial	1	1100	1100
Equipo de sonido	3	55	165
Microondas	1	70	70
Licuadaora	1	80	80
Teléfonos	5	15	75
utensilios de mantenimiento	2	3000	6000
Total			10175

Elaborado por Vinicio Aguirre

Tabla N° 43 Equipo de Computación y Equipo de Oficina

Articulo	Unidad	v/unitario	v/total
Telefax	1	120	120
impresoras	2	70	140
Computadora	3	700	2100
Total			2.360

Elaborado por Vinicio Aguirre

2.3.1.5 Requerimiento de Insumos y Servicios

Los principales requerimientos de insumos y servicios para el funcionamiento de la Hostería con sus respectivos precios se enumeran a continuación; la obtención de dichos precios se obtuvo de la investigación de campo.

Tabla N° 44: Utensilios de Limpieza

Articulo	Unidad	v/unitario	v/total
jabón de tocador	82	0,15	12,3
shampoo en sachets	164	0,15	24,6
papel higiénico	41	0,3	12,3
Total			49,2

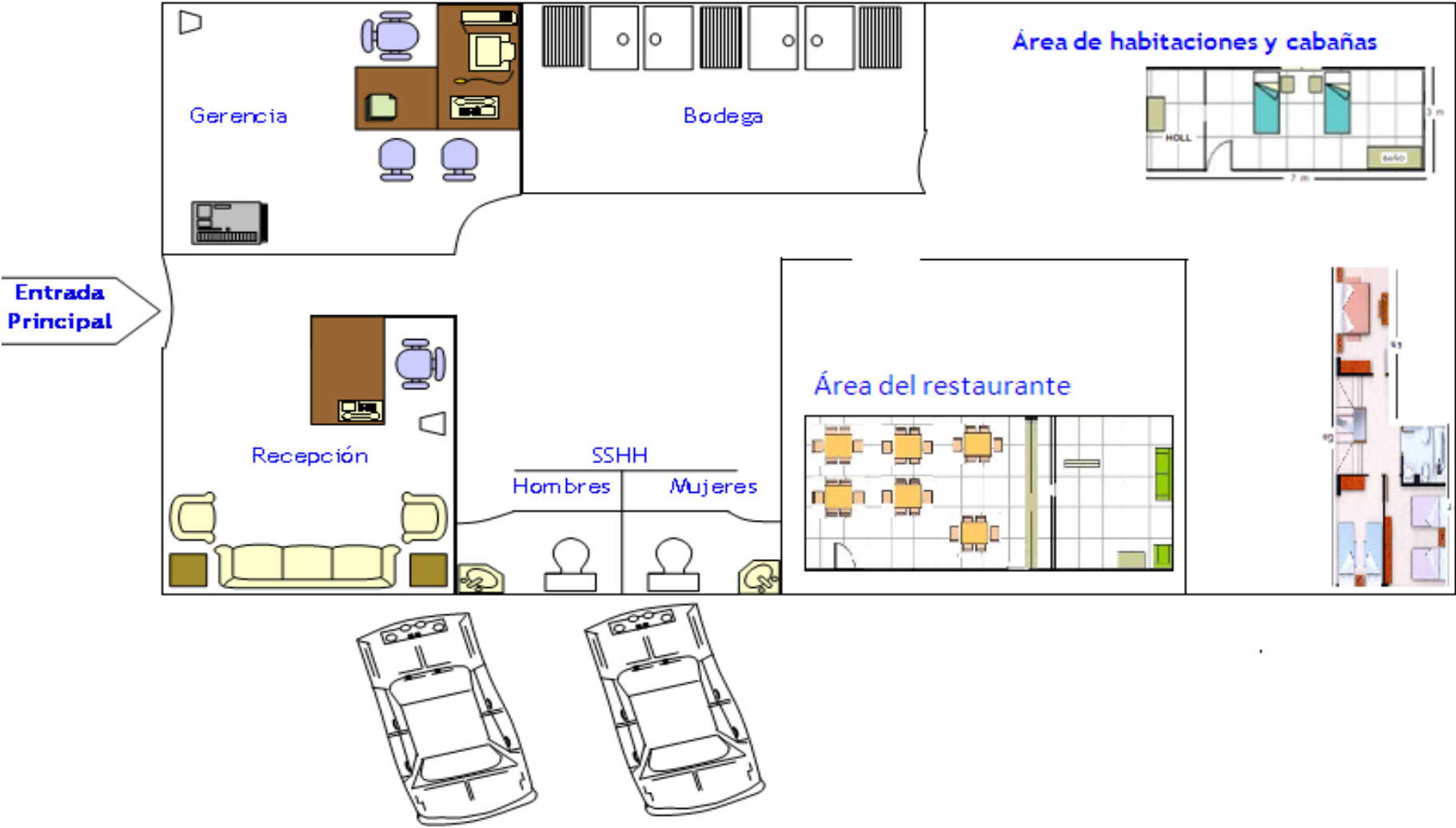
Elaborado por Vinicio Aguirre

2.3.1.6 Estimación de la Inversión

Tabla N° 45: Inversión Inicial

ACTIVOS FIJOS	TOTAL
Terreno	40.000,00
Construcción	124.200,00
Muebles y enseres	39.866,00
Maquinaria y Equipo	11.213,00
Equipo de Computación	2.240,00
Equipo de oficina	120,00
subtotal Activo Fijo	217.639,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudio de factibilidad	1.200,00
Gastos constitución	1.440,00
subtotal Activos Diferidos	2.640,00
Capital de trabajo	
Sueldos y Salarios	2.647,99
Materia Prima	9.380,00
Suministros de Oficina	60,00
Servicios Básicos	260,00
Costos de venta	500,00
Total capital de trabajo	12.847,99
Total inversión	233126,99

Gráfico N° 3: Distribución de la Hostería



2.3.2 Calendario de Ejecución del Proyecto

elaboración del proyecto	
comienzo: 5 de octubre	indicador: 1
fin: 27 de marzo	dura: 172 días

compra del terreno	
comienzo: 30 de marzo	indicador: 2
fin: 30 de abril	dura: 36 días

permiso de construcción	
comienzo: 1 de mayo	indicador: 3
fin: 8 de mayo	dura: 8 días

permisos de funcionamiento	
comienzo: 11 de mayo	indicador: 4
fin: 15 de mayo	dura: 15 días

tramites con el banco	
comienzo: 18 de mayo	indicador: 5
fin: 25 de mayo	dura: 8 días

tramites con el banco	
comienzo: 18 de mayo	indicador: 6
fin: 25 de mayo	dura: 8 días

aprobación de crédito	
comienzo: 25 de mayo	indicador: 7
fin: 26 de junio	dura: 33 días

inicio de la construcción	
comienzo: 25 de mayo	indicador: 8
fin: 24 de agosto	dura: 99 días

construcción de habitaciones	
comienzo: 25 de mayo	indicador: 9
fin: 24 de agosto	dura: 92 días

construcción de de las piscinas	
comienzo: 25 de mayo	indicador: 10
fin: 24 de junio	dura: 33 días

construcción del restaurante	
comienzo: 25 de mayo	indicador: 11
fin: 24 de junio	dura: 33 días

construcción del área de recepción	
comienzo: 25 de mayo	indicador: 12
fin: 24 de julio	dura: 68 días

compra de requerimientos de insumos y equipo	
comienzo: 1 de junio	indicador: 13
fin: 29 de junio	dura: 29 días

elaboración de la pagina web	
comienzo: 20 de julio	indicador: 14
fin: 3 de agosto	dura: 14 días

publicidad	
comienzo: 24 de julio	indicador: 15
fin: 24 de agosto	dura: 30 días

Ceremonia de inauguración	
comienzo: 29 de agosto	indicador: 16
fin: 29 de agosto	dura: 1 días

Tabla N° 46: Cronograma de actividades

	Actividades	duración de la actividades en días				
1	elaboración del proyecto	172 días				
2	compra del terreno		36 días			
3	permiso de construcción			8 días		
4	permisos de funcionamiento				15 días	
5	tramites con el banco					8 días
6	aprobación del crédito					33 días
7	inicio de construcción					99 días
8	construcción de las habitaciones					92 días
9	construcción de las piscinas					33 días
10	construcción del restaurante					33 días
11	construcción del área de recepción					68 días
12	compra de requerimientos de insumos					29 días
13	elaboración de la pagina web					14 días
14	Publicidad					30 días
15	ceremonia de inauguración					1 día

3. CAPITULO III: LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

3.1. La Empresa

La empresa es una unidad económica que, mediante la combinación de los factores de la producción, actúa como un elemento dinámico en la fabricación, rotación (compra-venta) o prestación de servicios con el objetivo de obtener un beneficio económico social.²²

La empresa está dedicada al servicio de Hospedaje, razón por la cual ofrece un producto intangible al consumidor, satisfaciendo la necesidad de bienestar del Turista que visite nuestras instalaciones

El tipo de empresa al que corresponden el giro del negocio es de servicios, subdividido dentro del sector del turismo

La Hostería pretende cumplir todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones como una empresa legalmente constituida en el Valle de los Chillos.

Nombre o razón comercial

Un buen nombre motiva a las personas a comprar el producto o servicio, identifica o conduce a los clientes hacia la compañía que lo utiliza. Los nombres comerciales que han adquirido gran valor a lo largo de los años generan grandes utilidades cuando se otorga la licencia a otros fabricantes y cuando la compañía es vendida

El nombre con el que se constituirá la Hostería del presente proyecto será HOSTERIA EL EDÉN DE LA CASCADA, y cuyo logotipo será el siguiente:

²² Administración de empresas, primer nivel

Grafico Nº 4: Logotipo

HOSTERÍA EL EDÉN



3.2. Base filosófica de la empresa

3.2.1. Visión

La visión tendrá las siguientes características:

- Breve y concisa.
- Fácil de captar y recordar.
- Alta credibilidad.
- Flexible y creativa.”²³

Elementos básicos de la visión:

- ✓ **Cliente**
 - Turista nacional y extranjero
- ✓ **Tiempo**
 - 5 años
- ✓ **Ámbitos del Mercado**
 - Valle de los Chilllos

²³ Administración estratégica: Ing. Francis Salazar

✓ **Servicios**

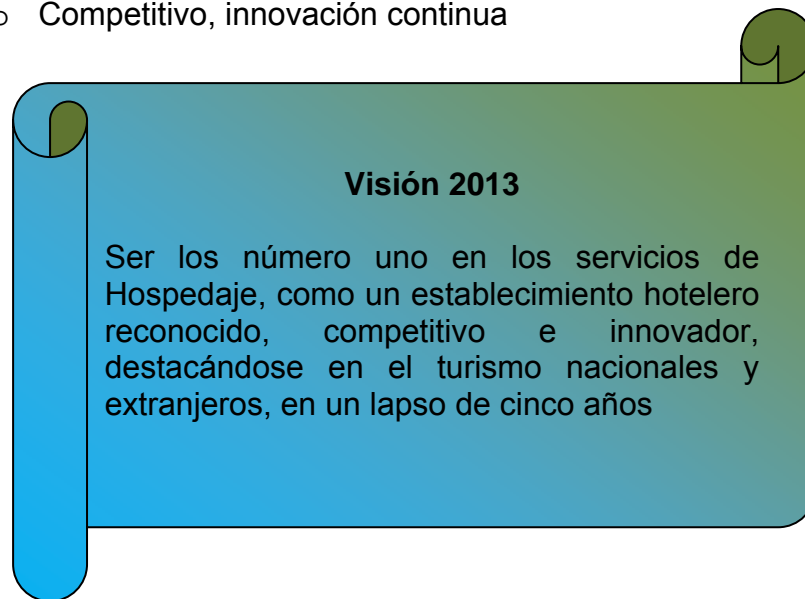
- Productos Turísticos, servicio de Hospedaje

✓ **Valores**

- Responsabilidad y honestidad

✓ **Principio Organizacional**

- Competitivo, innovación continua



3.2.2. Misión

Elementos de la misión:

✓ **Naturaleza del Negocio**

- Prestación de servicios Turísticos

✓ **Razón por existir**

- Brindar servicios de alojamiento, alimentación, y actividades de eco-turismo

✓ **Mercado al que sirve**

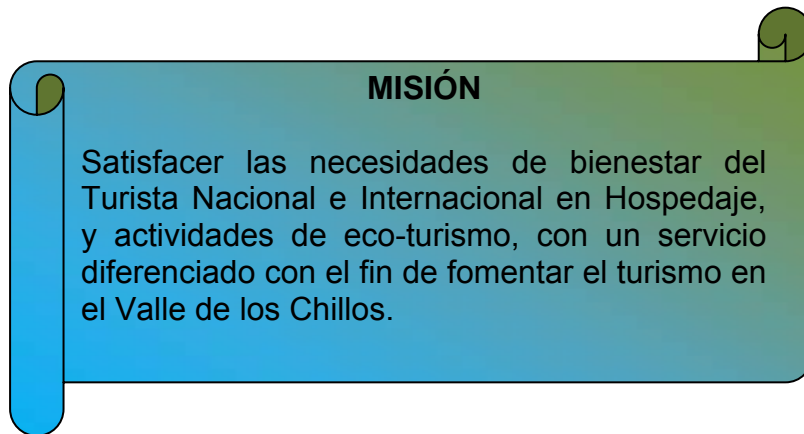
- Turistas nacionales y extranjeros

✓ **Características generales del servicio**

- Satisfacer la necesidades de bienestar del Turista, con personal altamente calificado

✓ **Principios y valores**

- Orientación hacia el Turista, con responsabilidad y honestidad



3.2.3. Estrategia empresarial

La estrategia empresarial a la que se enfoca la Hostería es una estrategia de diferenciación ya que ofrece actividades innovadores en el sector, buscando de esta manera satisfacer las necesidades del turista con un servicio de calidad, con visitas a la gran variedad de cascadas, alimentación de la más exquisita comida típica del Valle de los Chillos

3.2.4. Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos son los resultados globales que una organización espera alcanzar en el desarrollo y operacionalización concreta de su misión y visión. Por ser globales, estos objetivos deben cubrir e involucrar a toda la organización. Por ello, se deben tener en cuenta todas las áreas que integran a la empresa.²⁴

²⁴ www.google.com

Dentro de esto la Hostería se ha trazado los siguientes objetivos estratégicos:

Alcanzar niveles de rentabilidad, que nos permita un crecimiento económico adecuado para el desarrollo de la organización.

Brindar un servicio diferenciado de calidad satisfaciendo las necesidades del turista nacional e internacional

Estructurar un sistema de procesos para facilitar y agilizar las actividades diarias de la Hostería

Planificar programas de capacitación al personal, para que sus conocimientos estén acordes al servicio que prestamos.

3.2.5. Principios y Valores

La HOSTERÍA EL EDÉN DE LA CASCADA trabaja empleando los principios y valores que se presentan a continuación

Principios:

- Seguridad en la conservación del medio ambiente
- Eficiencia en los servicios que presta la Hostería
- Trabajo en equipo en todas las actividades de la Hostería
- Innovación continua para ser la empresa a seguir

Valores:

- Responsabilidad con el servicio de la Hostería
- Honestidad con las actividades de la Hostería
- Lealtad con la Hostería a la cual sirve
- Disciplina en las reglas de la Hostería
- Solidaridad con todos los miembros que conforman la Hostería

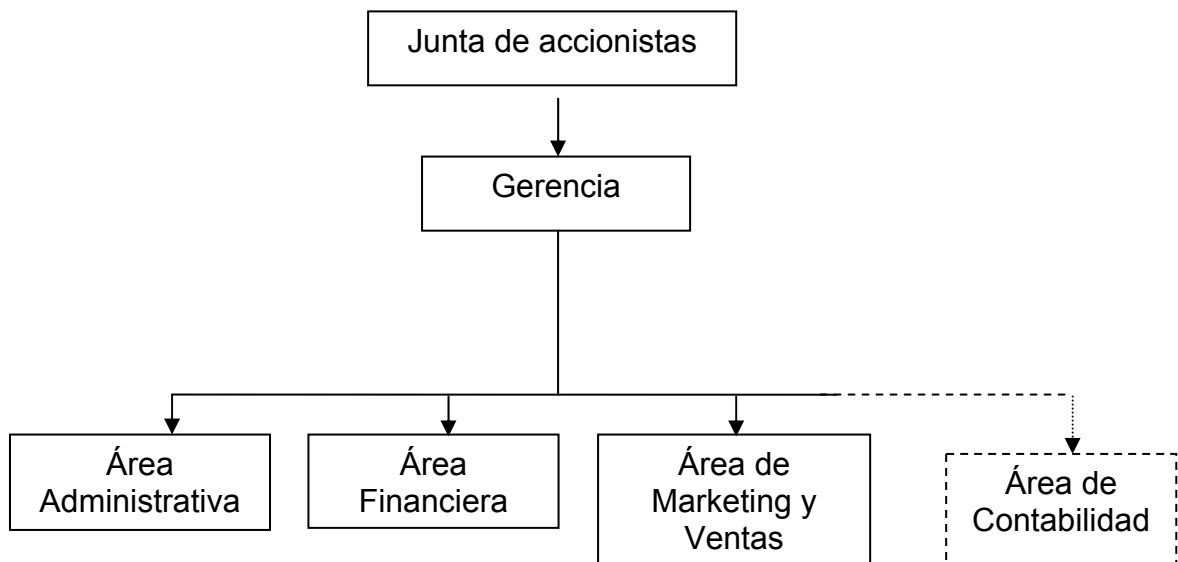
3.3. La Organización

3.3.1. Organigrama Estructural

La HOSTERÍA EL EDÉN DE LA CASCADA contara con cuatro niveles de orden jerárquico

1. Nivel Directivo, consta de la Junta de accionistas
2. Nivel Gerencial, esta representado por el administrador
3. Nivel Medios, personificado por un contador externo

Grafico Nº 5: Organograma Estructural



3.3.2. Organigrama Funcional

A continuación se detalla las funciones de cada empleado de la Hostería:

Funciones de Gerencia: que se encuentra representado por un administrador quien se encargara de las siguientes funciones:

- Representar legalmente a la empresa
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la ley de Compañías y de las demás reglas de la organización
- Seleccionar al personal de la Hostería

- Planificar, organizar, evaluar al personal y todas las actividades de la Hostería
- Ser un líder
- Crear y mantener normas para las relaciones interpersonales con todos los miembros de la Hostería el edén

Funciones del contador: que esta representado por un contador externo y tendrá las siguientes funciones:

- Preparar rol de pagos y formularios de declaración del impuesto a la renta del personal, así como planillas para el pago de obligaciones sociales y personales al IESS, Ministerio de Finanzas y otros.
- Registrar el valor de las facturas de compras y registro de Turistas de la Hostería.
- Elaboración de estados financieros y la legalización de los mismos
- Realizar informes de la situación económicos de la Hostería

Funciones del área operativa: que se encuentra representada por los guías y el chef

Funciones de los guías Turísticos:

- Revisar información del registro de los participantes en las diferentes actividades de eco-turismo de la Hostería
- Asistencia de primeros auxilios a quienes lo necesiten
- Dar informes de las actividades de recreación realizadas por la Hostería
- Revisar, la salida y llegada de los Turistas que realizaron dicha actividad
- Supervisas, organizar el medio e transporte a utilizar para el bienestar del Turista
- Narrar detalladamente la historia del lugar

Funciones del Chef:

- Organización general de la cocina
- Elaboración del menú
- Elaborar y entregar la materia prima que necesita el área de cocina
- Capacitar a su personal

Funciones del departamento de apoyo

La cual se encuentra representada por, recepcionista, mucamas, camareros, ayudante de cocina, guardias, personal de mantenimiento.

Recepcionista.- estará encargado de las siguientes funciones:

- Registrar la entrada y salida de los Turistas
- Informar y revisar lo servicios de hospedaje
- Registrar a los turistas que se inscriben en las actividades de eco-turismo y entregar el mismo reporte a los guías
- Elaboración de las facturas de Hospedaje
- Dar la bienvenida a los turistas

Mucamas.- se encargaran de la limpieza en general de la Hostería

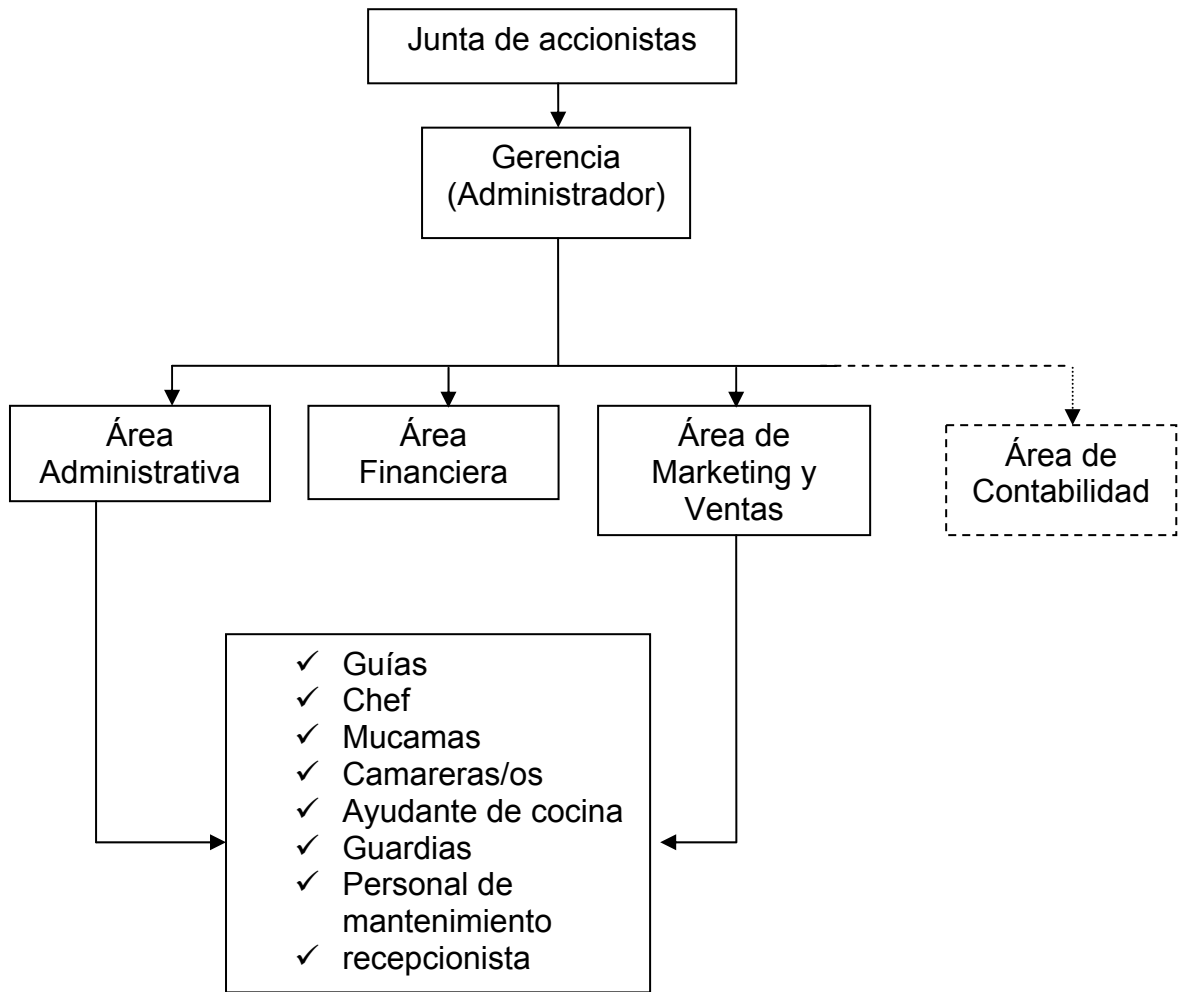
Camareras/os.- encargados de servir las mesas, y receptar los pedidos, entre los cuales se delega a un anfitrión que se encargara de dar la bienvenida y ubicar los huéspedes en una mesa disponible.

Ayudante de cocina.- se encargara de la limpieza en general de la cocina y colaboración en la elaboración del menú de la Hostería

Guardias.- se encargaran de dar seguridad y tranquilidad a los huéspedes y personal de la Hostería

Personal de mantenimiento.- encargados del buen funcionamiento, y mantener la fachada de la hostería

Grafico Nº 6: Organograma Funcional



1. CAPITULO IV: ESTUDIO FINANCIERO

La evaluación financiera de este proyecto es indispensable para su implementación, puesto que la empresa definirá en forma clara distintos puntos como: contable, fiscal, financiero, técnico, económico, administrativo, psicológico, etc., con un análisis conciso que fundamente un proyecto de inversión para su funcionamiento.

El estudio financiero se determinará la inversión en activos fijos y diferidos, el capital de trabajo, estimación de costos y presupuestos, análisis de punto de equilibrio y estados financieros proyectados; con el fin de analizar la viabilidad financiera del proyecto.

4.1 Presupuestos

“Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización.”²⁵

4.1.1 Presupuesto de inversión

Es un supuesto aproximado de cuanto se invertirá para poner en marcha el negocio, y los recursos con los cuales se financiarán dichas inversiones.

4.1.1.1 Activos fijos

“Los activos fijos constituyen aquellos bienes permanentes y/o derechos exclusivos que la empresa utilizará sin restricciones en el desarrollo de sus actividades productivas”²⁶

²⁵ Página Web de monografías, Finanzas y Contabilidad

²⁶ Contabilidad General; Pedro Zapata; Segunda Edición; McGraw Hill

En la Hostería los activos fijos están dados por la adquisición de activos para las habitaciones y cabañas, cocina, restaurante, área administrativa

De la misma manera todos lo activos de la Hostería serán depreciados utilizando el método de la amortización lineal que consiste en aplicar una tasa de depreciación constante para todo el periodo de vida de los activos.

Formula:

$$DEPRECIACIÒN = \frac{\text{Valor Original} - \text{Valor Residual}}{\text{Vida Util Anual}}$$

Cuadro N° 47: Inversión Total de Activos Fijos

INVERSION DEL PROYECTO					
ACTIVOS FIJOS					
und	detalle	valor unitario	total/und	subtotal	total inversion
	terreno y construcción				164.200,00
1	terreno 4000 m2	40.000,00	40.000,00	40.000,00	
1	construcción 9602	960,00	120,00	115.200,00	
1	construcción cerramiento 150m2	150,00	60,00	9.000,00	
	muebles y enseres				39.866,00
	muebles para las habitaciones			30.214,00	
41	Camas 1 1/2 plaza		14.800,00		
41	Lámparas		444,00		
41	Velador		2.220,00		
10	Espejo		500,00		
10	Perchero		1.000,00		
10	Mueble para TV		1.200,00		
10	Repisa		800,00		
41	Colchón 1 1/2 plaza		9.250,00		
	manejo para la habitación			2.652,00	
41	Almohadas	3,00	123,00		
10	Cortinas	40,00	400,00		
41	Sábanas 1 ½ plaza	11,00	451,00		
41	Cubrecamas 1 1/2 plaza	38,00	1.558,00		
20	Toallas	6,00	120,00		
	muebles para la sala y restaurante			7.000,00	
1	Juego de sala	1.200,00	1.200,00		
9	Juego de comedor	400,00	3.600,00		
12	Esquineros	150,00	1.800,00		
2	Aparador	200,00	400,00		

	Maquinaria y Equipo				11.213,00
	manejo para la cocina			1.038,00	
1	Juego de cubiertos para 70 personas	240,00	240,00		
1	Juego de sartenes 5 unid	150,00	150,00		
2	Jarra 1,7 litros	4,00	8,00		
1	Juego de cucharones	30,00	30,00		
1	Juego de 5 ollas	200,00	200,00		
1	Juego de vasos 45 personas	30,00	30,00		
1	Vajilla 70 personas	360,00	360,00		
1	Reposteros 5 piezas	20,00	20,00		
	electrodomesticos y mantenimiento			10.175,00	
1	Extractor de jugos		45,00		
1	Tostadora	20,00	20,00		
2	Refrigeradora	560,00	1.120,00		
10	Televisor 14 pulgadas	150,00	1.500,00		
1	Cocina industrial	1.100,00	1.100,00		
3	Equipo de sonido	55,00	165,00		
1	Microondas	70,00	70,00		
1	Licuadaora	80,00	80,00		
5	Teléfonos	15,00	75,00		
2	utensilios de mantenimiento	3.000,00	6.000,00		
	equipo de oficina				120,00
1	Telefax	120,00	120,00		
	Equipo de Computación				2.240,00
	Hostería			2.240,00	
3	Computadora	700,00	2.100,00		
2	Impresoras	70,00	140,00		
	Total Activos Fijos				217.639,00

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Tabla Nº 48: Depreciación de Activos Fijos

DEPRECIACION										
VIDA UTIL	DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	% VALOR RESIDUAL	DEP. ACUM	VALOR EN LIBROS
10	muebles y enseres	39.866,00	3.986,60	3.986,60	3.986,60	3.986,60	3.986,60	10%	19.933,00	19.933,00
5	Maquinaria y Equipo	11.213,00	2.242,60	2.242,60	2.242,60	2.242,60	2.242,60	20%	11.213,00	0,00
3	Equipo de Computacion	2.240,00	746,59	746,59	746,59	0,00	0,00	33,33%	2.239,78	0,00
20	Construccion 1110 M2	124.200,00	6.210,00	6.210,00	6.210,00	6.210,00	6.210,00	5%	31.050,00	93.150,00
5	equipo de oficina	120,00	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	20%	120,00	0,00
	TOTAL		13.209,79	13.209,79	13.209,79	12.463,20	12.463,20		64.555,78	113.083,00

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.1.1.2 Activos Intangibles

Son los gastos realizados por la empresa, no recuperables o reembolsables después de ser pagados. Generalmente estos gastos se efectúan al constituir la empresa y el valor total, la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años.²⁷

Tabla Nº 49: Activos Intangibles

Activos Intangibles					
und.	detalle	valor und	total und.	subtotal	total inversión
	Activos diferidos				2.640,00
1	Estudio de factibilidad	1.200,00	1.200,00	1.200,00	
1	Gastos de Constitución		1.440,00	1.440,00	
	Cuenta de Constitución de capitales	400,00			
	registro en el ministerio de Turismo	350,00			
	cámara de Turismo	190,00			
	Patentes Municipales	500,00			
	total activos intangibles				2.640,00

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Los activos intangibles se amortizarán como a continuación se detalla:

Tabla Nº 50: Amortización de Activos Intangibles

AMORTIZACION ANUAL									
detalle	valor	tiempo de amortizacion	% de amortizacion	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	valor en libros
Activos diferidos									
estudio de factibilidad	1.200,00	5	20%	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	1.200,00
Gastos de Constitucion	1.440,00	5	20%	288,00	288,00	288,00	288,00	288,00	1.440,00
total	2.640,00			528,00	528,00	528,00	528,00	528,00	2.640,00

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.1.1.3 Capital de Trabajo

El capital de trabajo representa los recursos que los socios o propietarios han invertido en la empresa para la operación durante un ciclo productivo.²⁸

²⁷ Página Web de monografías, Finanzas y Contabilidad

²⁸ Diccionario de contabilidad

Para nuestra Materia Prima se tomará en cuenta todos los servicios que la Hostería ofrece tanto como insumos y materiales directos que impliquen el correcto funcionamiento del mismo por lo siguiente la materia Prima esta establecida de la siguiente manera

Los fondos de reserva se comenzaran a pagar desde el siguiente año

Tabla N° 51: Materia Prima

MATERIA PRIMA						
Restaurante	D / Semana	D / F Semana	T/semanal	C/T/semanal	C/T./mensual	C/ anual
1,2	135	140	275	\$ 330,00	\$ 1.320,00	\$ 15.840,00
1,8	135	140	275	\$ 495,00	\$ 1.980,00	\$ 23.760,00
1,2	135	140	275	\$ 330,00	\$ 1.320,00	\$ 15.840,00
					\$ 4.620,00	\$ 55.440,00
hospedaje						
5	135	82	217	\$ 1.085,00	\$ 4.340,00	\$ 52.080,00
Paseo Ecológico						
2	0	70	70	\$ 140,00	\$ 420,00	\$ 5.040,00

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

El precio de venta al público de cada servicio esta dado de la siguiente manera

Restaurante:

- ✓ Desayuno: \$ 2,00 con un porcentaje de ganancia del 66,7%
- ✓ Almuerzo: \$ 3,00 con un porcentaje de ganancia del 66,7%
- ✓ Merienda: \$ 2,00 con un porcentaje de ganancia del 66,7%

Hospedaje:

El valor del Hospedaje se determino en \$ 15 con un porcentaje de ganancia del 150%

Paseos Ecológicos

El valor de las actividades de Eco Turismo para el Turista será de \$ 3,50

Tabla N° 52: Calculo del Capital de Trabajo

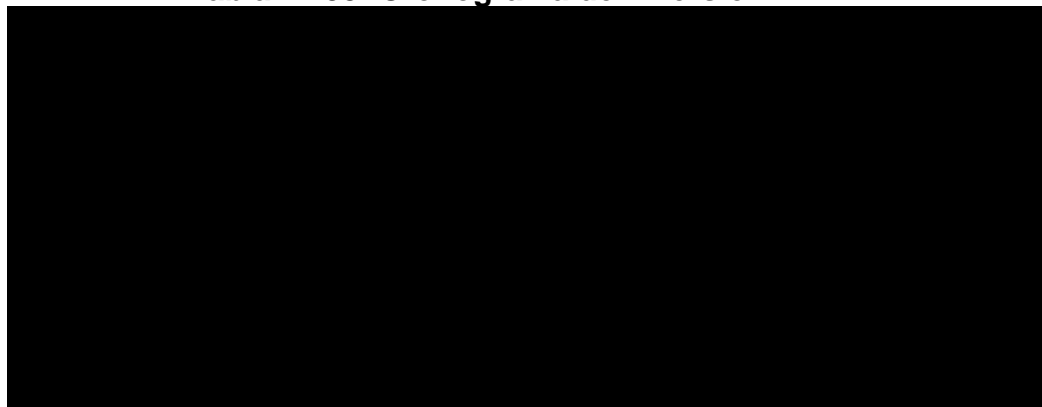
Capital de Trabajo					
N ^a	Detalle	v/und	v/Total und	total/mensual	tatal anual
	costos fijos			760,00	9.120,00
	servicios básicos		260,00		
	Luz	50,00			
	Agua	20,00			
	teléfono	40,00			
	internet	60,00			
	gas	90,00			
	publicidad	500,00	500,00		
	costos variables			9.380,00	112.560,00
	Materia Prima			9.380,00	
	hospedaje	5,00	4.340,00		
	restaurante				
	desayuno	1,20	1.320,00		
	almuerzo	1,80	1.980,00		
	merienda	1,20	1.320,00		
	paseos ecológicos	2,00	420,00		
	publicidad	500,00	500,00	500,00	
	gastos Administrativos		1.162,05	2.707,99	32.495,86
	Útiles de oficina	60,00			
1	Administrador	439,86			
1	Recepcionista	319,38			
1	Contador	62,00			
1	Guardias	280,82			
	Mano de Obra directa		1.545,94		
2	Mucamas	500,10			
1	Chef	391,67			
1	Ayudantes de cocina	64,00			
1	Camareros/as	259,13			
1	Personal de mantenimiento	235,04			
1	Guías	96,00			
	total capital de trabajo anual				154.175,86

Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.1.2 Cronograma de Inversiones

El cronograma de inversiones tiene una duración de cuatro meses, en los cuales se pretende realizar todas las actividades de inversión necesarias para la puesta en marcha de la empresa.

Tabla N° 53: Cronograma de Inversión



Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

3.1.3. Presupuesto de Operación

4.1.3.1 Presupuesto de ingresos

Para establecer nuestros ingresos anuales se tomo en cuenta los servicios que la Hostería Presta con sus respectivos precios, que se estableció con anterioridad, la capacidad de producción del mismo y el numero de días al mes para lo cual se utilizo la siguiente formula.

$$\text{Valor Mensual} = N^{\circ} \text{ de Plazas} * N \text{ de Dias} * \text{Precio de venta}$$

Con lo referentes al número de días se estableció que de lunes a viernes hay un total de 22 días al mes y sábados y domingos hay un total de 9 días al mes

Tabla N° 54: Capacidad de Producción - Ingresos

INGRESOS MENSUALES			
Capacidad de Producción		Cantidad mensual	valor mensual
sábados y domingos	41plazas	369,00	5.535,00
lunes a viernes	27plazas	594,00	8.910,00
Total		963,00	14.445,00
sábados y domingos	41plazas	369,00	1.845,00
lunes a viernes	27plazas	594,00	2.970,00
f/semana no hospedados	29plazas	261,00	1.827,00
Total		963,00	6.642,00
sábados y domingos	70plazas	630,00	2.205,00

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Tabla N° 55: Ingresos Anuales

INGRESOS ANUALES EN DOLARES						
Precio de Venta	Precio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Hospedaje	\$15	173.340,00	178.696,21	184.217,92	189.910,25	195.778,48
Restaurante	\$7	79.704,00	82.166,85	84.705,81	87.323,22	90.021,51
Actividades de Eco-Turismo	\$4	26.460,00	27.277,61	28.120,49	28.989,42	29.885,19
Totales		279.504,00	288.140,67	297.044,22	306.222,89	315.685,17

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Según el ministerio de Turismo del Ecuador el crecimiento del número de plazas por año es del 3,09%

4.1.3.2 Presupuesto de Egresos

En el presupuesto de egresos se establecer los costos fijos, los costos variables, los gastos administrativos, y los gastos financieros ya que debemos recordar que los egresos es la inversión requerida para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla N° 56: Egresos Anuales

EGRESOS ANUALES					
concepto	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
costos fijos					
Teléfono e Internet	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Publicidad	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
total costos fijos	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00	1.700,00
costos variables					
Materia Prima	112.560,00	116.038,10	119.623,68	123.320,05	127.130,64
Luz, Agua y Gas	2.160,00	2.226,74	2.295,55	2.366,48	2.439,61
total costos variables	114.720,00	118.264,85	121.919,23	125.686,54	129.570,25
costos de administración					
gastos de administración	13.944,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64
Mano de Obra directa	18.551,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22
total costos administrativos	32.495,86	34.733,86	34.733,86	34.733,86	34.733,86
gastos financieros	14566,95	11957,34	9039,97	5778,55	2132,50
total egresos	148.915,86	154.698,71	158.353,10	162.120,40	166.004,11

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.1.3.3 Estructura de Financiamiento

La Hostería requiere una inversión inicial de 231.823,94, la estructura de financiamiento esta dada por un 40% recurso propio y un 70% de crédito bancario que se lo solicitara al Banco de Pichincha con una tasa de interés del 11,20% a 5 años plazo con pagos trimestrales tal como se lo demuestra los siguientes cuadros

Tabla N° 57: Estructura del financiamiento

INVERSION			
		R. Propio	R. Financiado
ACTIVOS FIJOS	217.639,00		
terreno y construcción	164.200,00	24.200,00	140.000,00
muebles y enseres	39.866,00	39.866,00	
Maquinaria y Equipo	11.213,00	11.213,00	
equipo de Oficina	120,00	120,00	
Equipo de Computación	2.240,00	2.240,00	
ACTIVOS INTANGIBLES	2.640,00		
Activos diferidos	2.640,00	2.640,00	
TOTAL ACTIVOS	220.279,00		
CAPITAL DE TRABAJO	12.671,99	12.671,99	
TOTAL INVERSION	232.950,99	92.950,99	140.000,00

FINANCIAMIENTO			
CAPITAL SOCIAL	92.950,99	40%	
CREDITO BANCARIO	140.000,00	60%	
TOTAL INVERSIÓN			232.950,99

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Para amortizar el crédito bancario se utilizo los datos del siguiente cuadro:

Capital	\$ 140.000,00	
Interés	0,9%	Anual
Plazo (Trimestral)	60	11,20%

Tabla N° 58: Tabla de amortización

Amortización Del Crédito							
	Capital Reducido	Interés	Capital	Total	Capital Final	Capital Anual	Interés Anual
0		1.306,67	1.751,26	3.057,92	\$ 140.000,00		
1	140.000,00	1306,67	1751,26	3057,92	138248,74		
2	138.248,74	1290,32	1767,60	3057,92	136481,14		
3	136.481,14	1273,82	1784,10	3057,92	134697,05		
4	134.697,05	1257,17	1800,75	3057,92	132896,30		
5	132.896,30	1240,37	1817,56	3057,92	131078,74		
6	131.078,74	1223,40	1834,52	3057,92	129244,22		
7	129.244,22	1206,28	1851,64	3057,92	127392,58		
8	127.392,58	1189,00	1868,92	3057,92	125523,66		
9	125.523,66	1171,55	1886,37	3057,92	123637,29		
10	123.637,29	1153,95	1903,97	3057,92	121733,31		
11	121.733,31	1136,18	1921,74	3057,92	119811,57		
12	119.811,57	1118,24	1939,68	3057,92	117871,89	22128,11	14.566,95
13	117.871,89	1100,14	1957,78	3057,92	115914,11		
14	115.914,11	1081,86	1976,06	3057,92	113938,05		
15	113.938,05	1063,42	1994,50	3057,92	111943,55		
16	111.943,55	1044,81	2013,12	3057,92	109930,43		
17	109.930,43	1026,02	2031,90	3057,92	107898,53		
18	107.898,53	1007,05	2050,87	3057,92	105847,66		
19	105.847,66	987,91	2070,01	3057,92	103777,65		
20	103.777,65	968,59	2089,33	3057,92	101688,32		
21	101.688,32	949,09	2108,83	3057,92	99579,49		
22	99.579,49	929,41	2128,51	3057,92	97450,98		
23	97.450,98	909,54	2148,38	3057,92	95302,60		
24	95.302,60	889,49	2168,43	3057,92	93134,17	24737,72	11.957,34
25	93.134,17	869,25	2188,67	3057,92	90945,50		
26	90.945,50	848,82	2209,10	3057,92	88736,40		
27	88.736,40	828,21	2229,72	3057,92	86506,68		
28	86.506,68	807,40	2250,53	3057,92	84256,16		
29	84.256,16	786,39	2271,53	3057,92	81984,63		
30	81.984,63	765,19	2292,73	3057,92	79691,90		
31	79.691,90	743,79	2314,13	3057,92	77377,77		
32	77.377,77	722,19	2335,73	3057,92	75042,04		
33	75.042,04	700,39	2357,53	3057,92	72684,51		
34	72.684,51	678,39	2379,53	3057,92	70304,97		
35	70.304,97	656,18	2401,74	3057,92	67903,23		
36	67.903,23	633,76	2424,16	3057,92	65479,07	27655,09	9.039,97
37	65.479,07	611,14	2446,78	3057,92	63032,29		
38	63.032,29	588,30	2469,62	3057,92	60562,67		
39	60.562,67	565,25	2492,67	3057,92	58070,00		

40	58.070,00	541,99	2515,94	3057,92	55554,06		
41	55.554,06	518,50	2539,42	3057,92	53014,65		
42	53.014,65	494,80	2563,12	3057,92	50451,53		
43	50.451,53	470,88	2587,04	3057,92	47864,49		
44	47.864,49	446,74	2611,19	3057,92	45253,30		
45	45.253,30	422,36	2635,56	3057,92	42617,74		
46	42.617,74	397,77	2660,16	3057,92	39957,59		
47	39.957,59	372,94	2684,98	3057,92	37272,60		
48	37.272,60	347,88	2710,04	3057,92	34562,56	30916,51	5.778,55
49	34.562,56	322,58	2735,34	3057,92	31827,22		
50	31.827,22	297,05	2760,87	3057,92	29066,35		
51	29.066,35	271,29	2786,64	3057,92	26279,72		
52	26.279,72	245,28	2812,64	3057,92	23467,07		
53	23.467,07	219,03	2838,90	3057,92	20628,18		
54	20.628,18	192,53	2865,39	3057,92	17762,79		
55	17.762,79	165,79	2892,14	3057,92	14870,65		
56	14.870,65	138,79	2919,13	3057,92	11951,52		
57	11.951,52	111,55	2946,37	3057,92	9005,15		
58	9.005,15	84,05	2973,87	3057,92	6031,27		
59	6.031,27	56,29	3001,63	3057,92	3029,64		
60	3.029,64	28,28	3029,64	3057,92	0,00	34562,56	2.132,50
		43475,30	140000,00	61158,43		140000,00	43.475,30

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

3.1.4. Punto de Equilibrio

A través del punto de equilibrio se determina el nivel de producción en que los ingresos son iguales a los costos totales.

En este punto la empresa comienza a obtener beneficios, estableciendo la mínima producción con la que se puede operar para no obtener pérdidas

La formula del cálculo del punto de equilibrio es la siguiente:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{CFT}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Donde:

CFT = Costos fijos Totales

CV = costos Variables

V = Ventas

A continuación se detalla el punto de equilibrio en dólares, la participación de los servicios en el punto de equilibrio que la Hostería presta, y el punto de equilibrio en unidades

Tabla N° 59: Punto de Equilibrio en dólares

DETALLE	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Ventas totales en dólares	279.504,00	288.140,67	297.044,22	306.222,89	315.685,17
Costos fijos					
Teléfono e internet	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Publicidad	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Depreciaciones	13.209,79	13.209,79	13.209,79	12.463,20	12.463,20
Amortizaciones	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00
costos Administrativo	13.944,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64
gastos financieros	14.566,95	11.957,34	9.039,97	5.778,55	2.132,50
total gastos fijos	43.949,39	42.157,77	39.240,40	35.232,39	31.586,34
Costos variables					
Materia Prima	112.560,00	116.038,10	119.623,68	123.320,05	127.130,64
Mano de Obra Directa	18.551,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22
Luz, agua y gas	2.160,00	2.226,74	2.295,55	2.366,48	2.439,61
total gastos variables	133.271,22	138.236,07	141.890,45	145.657,76	149.541,47
total costos	177.220,61	180.393,84	181.130,86	180.890,15	181.127,81

punto de equilibrio en dólares	84.003,25	81.034,00	75.126,34	67.193,69	60.016,36
---------------------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

% de participación de cada servicio en el punto de equilibrio					
Hospedaje	56.493,92	54.497,04	50.524,02	45.189,15	40.362,24
restaurante	23.864,56	23.021,02	21.342,71	19.089,12	17.050,10
Actividades de Eco-Turismo	3.644,77	3.515,94	3.259,61	2.915,43	2.604,02

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES					
Hospedaje	3.766	3.633	3.368	3.013	2.691
restaurante	3.409	3.289	3.049	2.727	2.436
Actividades de Eco-Turismo	1.041	1.005	931	833	744

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

3.2. Estados Financieros Pro forma

Los estados financieros son fundamentales para la evaluación y la toma de decisiones de carácter económico en la empresa, y deben contener precisa y claramente la información relevante de la misma.

4.2.1. Estados de resultados (perdidas y ganancias)

El estado de resultados demuestra todo el desarrollo económico de la empresa desde el inicio hasta la finalización económica de las actividades comerciales de la empresa, con el objetivo de determinar si se tiene utilidad o pérdida, el cual se determina con los ingresos por ventas, deduciendo los costos de producción, los gastos administrativos y las ventas en general.

Tomando en cuenta que si la empresa se encuentre operando se debe deducir el 15% de la participación de los trabajadores y el 25% de impuestos al estado, para así obtener la utilidad neta del proyecto.

Tabla Nº 60: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS ANUALES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ventas netas	279.504,00	288.140,67	297.044,22	306.222,89	315.685,17
(-) costo de ventas					
Materia prima	112.560,00	116.038,10	119.623,68	123.320,05	127.130,64
Mano de obra directa	18.551,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22
gastos de administración	13.944,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64
Costo de venta	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
servicios básicos	3.360,00	3.426,74	3.495,55	3.566,48	3.639,61
(=) Utilidad Bruta en Ventas	130.588,14	133.441,96	138.691,12	144.102,49	149.681,06
(-) Depreciaciones	13.209,79	13.209,79	13.209,79	12.463,20	12.463,20
(-) Amortizaciones	528,00	528,00	528,00	528,00	528,00
(=) Utilidad operacional	116.850,34	119.704,17	124.953,33	131.111,29	136.689,86
(-) Gasto financieros	14.566,95	11.957,34	9.039,97	5.778,55	2.132,50
(=) Utilidad antes de participación	102.283,39	107.746,83	115.913,37	125.332,74	134.557,36
(-) 15% Partic. Trabaj.	15.342,51	16.162,02	17.387,00	18.799,91	20.183,60
(=) Utilidad antes de impuestos	86.940,89	91.584,81	98.526,36	106.532,83	114.373,76
(-) 25% Reserva legal	21.735,22	22.896,20	24.631,59	26.633,21	28.593,44
(=) UTIL. NET. EJERCICIO	65.205,66	68.688,61	73.894,77	79.899,62	85.780,32

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.2.2. Estado de Origen y Aplicación de Fondos

Una vez obtenido todo el financiamiento que la Hostería necesita se procede a aplicar los fondos para que la Hostería funcione sin ningún contratiempo.

A continuación se detalla la aplicación de fondos con sus respectivos porcentajes.

Tabla N° 61: Estados de Origen y Aplicación de Recursos

INVERSION			
		R. Propio	R. Financiado
ACTIVOS FIJOS	217.639,00		
terreno y construcción	164.200,00	24.200,00	140.000,00
muebles y enseres	39.866,00	39.866,00	
Maquinaria y Equipo	11.213,00	11.213,00	
equipo de Oficina	120,00	120,00	
Equipo de Computación	2.240,00	2.240,00	
ACTIVOS INTANGIBLES	2.640,00		
Activos diferidos	2.640,00	2.640,00	
TOTAL ACTIVOS	220.279,00		
CAPITAL DE TRABAJO	12.671,99	12.671,99	
TOTAL INVERSION	232.950,99	92.950,99	140.000,00

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.3. Flujo de Fondos

El estado de flujo neto de fondos mide los ingresos y egresos en efectivo que se estima tendrá la empresa en un período determinado, permitiendo observar si realmente necesita financiamiento y si va a contar con los recursos necesarios para pagar las diferentes obligaciones que mantiene.

4.3.1. Determinación de las tasas de descuento

4.3.1.1 Del Proyecto

A continuación se detalla el Flujo del Proyecto sin financiamiento:

El flujo del Proyecto sin financiamiento de la Hostería se encuentra proyectada a 5 años tomando en cuenta toda la información proveniente de los párrafos anteriores tal como se lo observa en la siguiente cuadro.

Tabla N° 62: Flujo del Proyecto

FLUJO DEL PROYECTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		279.504,00	288.140,67	297.044,22	306.222,89	315.685,17
(-) costo de ventas		116.420,00	119.964,85	123.619,23	127.386,54	131.270,25
Mano de obra directa		18.551,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22
gastos de administración		13.944,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64
(-) depreciaciones		13.209,79	13.209,79	13.209,79	12.463,20	12.463,20
(-) Amortizaciones		528,00	528,00	528,00	528,00	528,00
Utilidad Bruta		116.850,34	119.704,17	124.953,33	131.111,29	136.689,86
15% Utilidad Trabajadores		17.527,55	17.955,63	18.743,00	19.666,69	20.503,48
U/ neta antes de imp.		99.322,79	101.748,54	106.210,33	111.444,59	116.186,38
(-) 25% IMP RENTA		24.830,70	25.437,14	26.552,58	27.861,15	29.046,60
Utilidad neta		74.492,09	76.311,41	79.657,75	83.583,45	87.139,79
(+) Depreciaciones		13.209,79	13.209,79	13.209,79	12.463,20	12.463,20
(+) Amortizaciones		528,00	528,00	528,00	528,00	528,00
(-) inversión Inicial	220.279,00					
(-) inv. capital de trab.	12.671,99					
Flujo de caja	-232.950,99	88.229,89	90.049,20	93.395,54	96.574,65	100.130,99

Fuente: estudio Técnico

Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.3.1.2 Del Inversionista

A continuación se detalla el flujo del inversionista con endeudamiento:

El flujo del Proyecto con financiamiento de la Hostería se encuentra proyectado a 5 años tomando en cuenta toda la información proveniente de los párrafos anteriores tal como se lo observa en el siguiente cuadro.

Tabla N° 63: Flujo del Proyecto con Financiamiento

FLUJO DEL INVERSIONISTA CON ENDEUDAMIENTO						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos		279.504,00	288.140,67	297.044,22	306.222,89	315.685,17
Materia Prima		116.420,00	119.964,85	123.619,23	127.386,54	131.270,25
Mano de obra directa		18.551,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22	19.971,22
gastos de administración		13.944,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64	14.762,64
(-) depreciaciones		13.209,79	13.209,79	13.209,79	12.463,20	12.463,20
(-) Pago capital terceros		22.128,11	24.737,72	27.655,09	30.916,51	34.562,56
(-) Amortizaciones		528,00	528,00	528,00	528,00	528,00
(-) interés por préstamo		14.566,95	11.957,34	9.039,97	5.778,55	2.132,50
Utilidad Bruta		80.155,28	83.009,11	88.258,27	94.416,23	99.994,80
15% Utilidad Trabajadores		12.023,29	12.451,37	13.238,74	14.162,43	14.999,22
Utilidad neta antes de imp.		68.131,99	70.557,74	75.019,53	80.253,79	84.995,58
(-) 25% IMP RENTA		17.033,00	17.639,44	18.754,88	20.063,45	21.248,89
Utilidad neta		51.098,99	52.918,31	56.264,65	60.190,34	63.746,68
(+) Depreciaciones		13.209,79	13.209,79	13.209,79	12.463,20	12.463,20
(+) Amortizaciones		528,00	528,00	528,00	528,00	528,00
(-) inversión Inicial	220.279,00					
(-) inver. capital de trab.	12.671,99					
(+) crédito recibido	140.000,00					
Flujo de caja	-92.950,99	64.836,79	66.656,10	70.002,44	73.181,54	76.737,88

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.3.2. Criterios de Evaluación

4.3.2.1 Valor actual Neto

El valor presente neto se basa en la necesidad de actualizar el dinero en la medida en que se tengan que comparar valores monetarios en el tiempo.

Como toda inversión es un cambio entre gastos presentes e ingresos futuros.

El valor presente de los flujos que genera un proyecto menos la inversión puede ser negativo, donde la inversión no es recomendable; pero si la diferencia es cero o positiva la inversión es aceptable.

Debemos recordar que los criterios de aceptación al determinar el VAN son:

Técnico	Aceptación	Rechazo
VAN	≥ 0	< 0

Debemos entender que para poder obtener nuestro VAN se tiene que obtener nuestro TMAR o tasa de descuento por consiguiente nuestra tasa de TMAR tanto para el Proyecto sin endeudamiento y con endeudamiento es el siguiente.

Tabla N° 64: Calculo de TMAR

TMAR				
%DEL RENDIMIENTO MIXTO				
RECURSOS	MONTO	% DE APORTACION	% DE RENDIMIENTO PEDIDO	PROMEDIO PONDERADO
Propio	92.255,80	40%	17,29%	6,92%
Financiado	140.000,00	60%	11,20%	6,75%
Tasa Nominal				13,67%
% de premdimiento propio				
Tasa de interés Pasiva			5,29%	
Tasa de interés Hostería			12,00%	
Total Nomina			17,29%	
% de rendimiento financiado				
Tasa Nominal			12%	

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Valor Actual Neto Sin Financiamiento

TMAR: SIN FINANCIAMIENTO 17,29%

La formula para el calculo de VAN (valor actual neto) es la siguiente

$$VAN = \frac{FNF}{(1 + TMAR)^n}$$

Donde:

VAN = Valor Actual Neto

FNF = Flujo Neto de Fondos

n = Periodo considerado

TMAR = Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Tabla N° 65: Valor Actual Neto - Sin Financiamiento

PERIODOS	FLUJO	TASA	VALOR ACTUAL
0	- 232.950,99		- 232.950,99
1	88.229,89	17,29%	75.223,71
2	90.049,20	17,29%	65.457,27
3	93.395,54	17,29%	57.881,95
4	96.574,65	17,29%	51.029,25
5	100.130,99	17,29%	45.109,04
			61.750,23

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Valor Actual Neto Con financiamiento

TMAR: con Financiamiento 13,63%

TASA DE PROMEDIO PONDERADO

% Capital propio **C =** 40%

% Deuda **D =** 60%

costo de oportunidad **rs =** 13,67%

Tasa de interés Capital **rd =** 11,20%

Tabla N° 66: Valor Actual Neto - Con Financiamiento

PERIODOS	FLUJO	TASA	VALOR ACTUAL
0	- 92.950,99		- 92.950,99
1	64.836,79	13,63%	57.059,57
2	66.656,10	13,63%	51.624,26
3	70.002,44	13,63%	47.712,72
4	73.181,54	13,63%	43.896,46
5	76.737,88	13,63%	40.508,37
VAN			147.850,38

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.3.2.2 Tasa Interna de Retorno

La TIR representa la rentabilidad obtenida del capital invertido.

La tasa interna de retorno (TIR %) evalúa el proyecto en función de la tasa de rendimiento que hace que el valor presente neto sea cero, con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

Un proyecto debe considerarse bueno cuando su tasa interna de retorno es superior a la tasa de rendimiento mínima requerida para los proyectos²⁹.

Técnico	Aceptación	Rechazo
TIR	≥ TMAR	< TMAR

Tabla N° 67: Tasa Interna de Retorno - Sin financiamiento

PERIODOS	FLUJO	TASA	VALOR ACTUAL	TASA	VALOR ACTUAL
0	(232.950,99)		(232.950,99)		(232.950,99)
1	88.229,89	26,00%	70.023,72	27,00%	69.472,35
2	90.049,20	26,00%	56.720,33	27,00%	55.830,62
3	93.395,54	26,00%	46.688,99	27,00%	45.594,77
4	96.574,65	26,00%	38.316,07	27,00%	37.123,44
5	100.130,99	26,00%	31.529,40	27,00%	30.307,48
			10.327,53		5.377,67
TIR	28,086%				

Fuente: estudio Técnico

Elaborado por: Vinicio Aguirre

Tabla N° 68: Tasa Interna de Retorno - Con financiamiento

PERIODOS	FLUJO	TASA	VALOR ACTUAL	TASA	VALOR ACTUAL
0	(92.950,99)		(92.950,99)		(92.950,99)
1	64.836,79	62,00%	40.022,71	63,00%	39.777,17
2	66.656,10	62,00%	25.398,61	63,00%	25.087,92
3	70.002,44	62,00%	16.465,24	63,00%	16.164,06
4	73.181,54	62,00%	10.625,31	63,00%	10.366,95
5	76.737,88	62,00%	6.877,57	63,00%	6.669,17
			6.438,44		5.114,28
TIR	66,86229%				

Fuente: estudio Técnico

Elaborado por: Vinicio Aguirre

4.3.2.3 Período de Recuperación de la Inversión

El plazo de recuperación real de una inversión es el tiempo que tarda en ser recuperada la inversión inicial basándose en los flujos que genera en cada período de su vida útil.

²⁹ Preparación Evaluación de Proyectos - Econ. Edilberto Meneses

Tabla N° 69: Periodo de Recuperación Del Proyecto – Sin Financiamiento

PERIODOS	VALOR ACTUAL	P. de RECUPERACION	
0	- 232.950,99		
1	75.223,71	75.223,71	0,67
2	65.457,27	140.680,98	8,09
3	57.881,95	198.562,93	0,09
4	51.029,25	- 34.388,06	2,7
5	45.109,04		

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

PERIODO DE RECUPERACION 3 AÑOS, 8 meses y 2 DIAS

El proyecto recupera su inversión en 3 años, 8 meses y 2 días siendo viable, ya que el periodo de recuperación es menor a la vida útil de los activos fijos.

Tabla N° 70: Periodo de Recuperación Del Proyecto - Con Financiamiento

PERIODOS	VALOR ACTUAL	P. de RECUPERACION	
0	- 92.950,99		
1	57.059,57	57.059,57	
2	51.624,26	- 35.891,42	- 0,70
3	47.712,72		- 8,34
4	43.896,46		0,34
5	40.508,37		10,20

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

PERIODO DE RECUPERACION 1 AÑOS, 8 meses Y 10 DIAS

El proyecto recupera su inversión en 1 años, 8 meses y 10 días siendo viable, ya que el periodo de recuperación es menor a la vida útil de los activos fijos.

4.3.2.4 Relación Beneficio / Costo

La razón beneficio/costo expresa el rendimiento, en términos de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida.

La relación beneficio costo se calcula con la sumatoria del flujo de fondos actualizados dividido para la inversión inicial, resultado que arroja

el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

Tabla Nº 71: Costo/beneficio - Sin Financiamiento

VALOR ACTUAL FLUJOS	294.701,99
INVERSION	232.950,99
BENEFICIO COSTO	1,27

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

“HOSTERIA EL EDEN DE LA CASCADA” tiene una relación B/C de \$1,27; lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto tiene un beneficio de \$ 0,27

Tabla Nº 72: Costo/beneficio - Con Financiamiento

VALOR ACTUAL FLUJOS	240.801,37
INVERSION	92.950,99
COSTO BENEFICIO	2,59

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

“HOSTERIA EL EDEN DE LA CASCADA” tiene una relación B/C de \$2,59; lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto tiene un beneficio de \$ 1,59.

4.3.3. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer el impacto que tendrá las diversas variables en la rentabilidad del proyecto.

En el siguiente cuadro de sensibilidad se observa la fluctuación de los indicadores frente las variaciones de aumento de La Mano de Obra, disminución de ingresos, disminución en la mano de obra y aumento de los ingresos.

Tabla N° 73: Análisis de sensibilidad

DEL PROYECTO					DEL INVERSIONISTA				
Variable	VAN	TIR	r c/b	SENSIBILIDAD	Variable	VAN	TIR	r c/b	SENSIBILIDAD
SITUACION ACTUAL	61.750,23	28,09%	1,27		SITUACION ACTUAL	147.850,38	66,86%	2,59	
Incremento de los ingresos del 10%	163.683,10	39,37%	1,70	sensible	Incremento de los ingresos del 10%	196.124,31	91,27%	3,11	muy sensible
disminucion de los ingresos del 10%	33.457,80	19,32%	1,14	muy sensible	disminucion de los ingresos del 10%	76.801,14	48,62%	1,83	muy sensible
disminucion de los ingresos del 16%	- 5.609,79	12,67%	0,98	no aceptable	disminucion de los ingresos del 23%	- 758,92	16,95%	0,99	no aceptable
incremento sueldos del 17%	94.622,87	29,04%	1,41	sensible	incremento sueldo 17%	132.803,18	69,07%	2,43	sensible
incremento sueldos del 35%	73.826,18	25,74%	1,32	sensible	incremento sueldo 35%	113.529,41	61,79%	2,21	sensible
incremento sueldos del 310%	- 7.685,41	12,23%	0,97	no aceptable	incremento sueldo 310%	- 1.137,17	16,81%	0,99	no aceptable

Fuente: estudio Técnico

Elaborado por: Vinicio Aguirre

Realizando el análisis de sensibilidad con respecto al proyecto sin endeudamiento, se determina que el proyecto presenta mayor sensibilidad a la disminución de los ingresos en un 10%. Y el proyecto sin financiamiento no es aceptable cuando hay una disminución de los ingresos del 16%, de igual manera el proyecto sin financiamiento no es aceptable cuando los costos de Mano de Obra aumentan en un 150%.

Con lo referente al proyecto con endeudamiento, se determina que el proyecto presenta mayor sensibilidad cuando se incrementa y se disminuye en un 10% los ingresos y el proyecto se convierte en inaceptable al momento que los ingresos disminuyen en un 23%% ya que nuestro VAN es menos a 0 y el TIR es menos que el TMAR. De la misma manera el proyecto con financiamientos se convierte en inaceptable al momento que los costos de mano de obra aumenten en un exagerado 310%

5. CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El estudio de mercado determino una aceptación del 80.8% en la Provincia de Pichincha que estaría dispuesta a visitar una Hostería en el Valle de los Chillos que posea paseos ecológicos, tales como visitas a cascadas, y el 78,10% de la población extranjera está dispuesta a realizar turismo ecológico por lo cual se considera una alternativa positiva
- Los ingresos seguirán creciendo por el número de turistas que desean hacer turismo ecológico y al constante crecimiento del número de plazas que el demandante pide
- La Hostería posee espacio perfecto para iniciar su actividad comercial, en una zona de óptimas condiciones, con suelos, clima y ubicación geográfica adecuada, infraestructura de vías y riego, acceso a electricidad y mano de obra.
- El proyecto genera 147850,38 USD a valor actual, proporciona una Tasa Interna de Retorno del 66,86%, se obtiene 1,59 centavos por cada dólar invertido, y el análisis de sensibilidad permite determinar que el proyecto sigue siendo rentable considerando una disminución en los ingresos del 10%. Con estos datos obtenidos del Estudio Financiero se puede determinar que el proyecto es rentable.
- La ejecución del proyecto con financiamiento permitirá al inversionista recuperar la inversión inicial hasta los 1 años, 9 meses y 10 días, asegurando la rentabilidad adecuada a nivel de riesgo incurrido. Por tanto se determina que el proyecto es factible en términos económico – financiero, siempre y cuando se lleve un adecuado manejo técnico que garantice la calidad, volumen de ventas y minimización de recursos.

5.2. Recomendaciones

- Poner en marcha esta inversión empresarial puesto a que en base al estudio de mercado realizado se considera factible la Implementación de la Hostería
- Captar el 5% de la demanda insatisfecha como nuestro mercado potencial ya que las instalaciones de la Hostería nos permite absorber este porcentaje de mercado
- Establecer y diseñar estrategias de promoción adecuadas, que den a conocer los beneficios y servicio que la Hostería ofrece con el fin de incrementar los visitantes. A las instalaciones
- Mantener promociones de ventas en los servicios, relacionadas con el valor agregado a ofrecerse en el servicio, para captar el mayor número de Turistas posibles.
- Invertir en la Hostería ya que la misma se paga por si sola y la recuperación de la inversión es mucho antes que la finalización del proyecto

ANEXO

ANEXO 1
ROL DE PAGOS

n	cargo	salario basico	aporte IESS 12,15%	decimo tercero	decimo cuarto	fondos dereserva 2 año	total anual sueldo	T. anual otras remun.	T. naual sin fondo de	Otros Componente s salariales	total anual con fondo de	T. Mensual	T. Anual sin fondo de reserva	T. Mensual sin fondo
1	Administrador	350,00	42,53	350,00	218,00	350,00	4.200,00	1.428,30	1.078,30	119,03	5.628,30	469,03	5.278,30	439,86
1	Recepcionista	250,00	30,38	250,00	218,00	250,00	3.000,00	1.082,50	832,50	90,21	4.082,50	340,21	3.832,50	319,38
2	Mucamas	180,00	21,87	180,00	218,00	180,00	2.160,00	840,44	660,44	70,04	3.000,44	250,04	2.820,44	235,04
1	Camareros/as	180,00	21,87	180,00	218,00	180,00	2.160,00	840,44	660,44	70,04	3.000,44	250,04	2.820,44	235,04
1	Chef	310,00	37,67	310,00	218,00	310,00	3.720,00	1.289,98	979,98	107,50	5.009,98	417,50	4.699,98	391,67
1	Guardias	210,00	25,52	210,00	218,00	210,00	2.520,00	944,18	734,18	78,68	3.464,18	288,68	3.254,18	271,18
1	Personal de mantenimiento	180,00	21,87	180,00	218,00	180,00	2.160,00	840,44	660,44	70,04	3.000,44	250,04	2.820,44	235,04
1	Contador	180,00									2.160,00	180,00	2.160,00	180,00
1	Ayudantes de cocina	64,00									768,00	64,00	768,00	64,00
1	Guías	96,00									1.152,00	96,00	1.152,00	96,00
						1.660,00					31.266,28	2.605,52		

Fuente: estudio Técnico
Elaborado por: Vinicio Aguirre

Bibliografía

1. Evaluación de proyectos: Gabriel Baca Urbina.
2. Diccionario Encarta 2007 (demanda)
3. Estadística para Administración y Economía. Lind, Marchal y Manson,.
4. Ministerio de turismo
1. http://www.cepar.org.ec/endemain_04/nuevo05/informe/muj_entre_v/mujer_fer.htm
2. <http://www.monografias.com/trabajos13/estprecio/estprecio.shtm>
!
3. www.monografias.com
4. www.fbex.com/glosario.php?letra=D&concepto=68 - 11k
5. www.rumiñahui.gov.ec
6. <http://www.fao.org/docrep/field/003/AB480S/AB480S05.htm>
7. www.google.com (monografías) proyección de la demanda
8. www.wikipedia.org
9. file:///F:/Diagrama%20de%20Flujo%20-%20Monografias_com.htm