



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

**PROYECTO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCION
DEL TITULO DE INGENIERIA COMERCIAL**

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION
DE UN HOTEL UBICADO EN EL CANTON RUMIÑAHUI
PARROQUIA DE SANGOLQUI BARRIO “LORETO”**

AUTORA: FERNANDEZ CHUMAÑA CAROLINA ELIZABETH

DIRECTOR: ING. LLUMIQUINGA, CESAR

CODIRECTOR: ING. CUENCA, VICTOR

SANGOLQUI

FEBRERO 2015

i

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CERTIFICADO

Ing. Cesar Llumiquinga

Ing. Víctor Cuenca

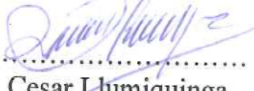
CERTIFICAN

Que el proyecto de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN HOTEL UBICADO EN EL CANTON RUMIÑAHUI, PARROQUIA DE SANGOLQU,I BARRIO “LORETO”; elaborado por Carolina Elizabeth Fernandez Chumaña, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad.

Dado que el tema es aplicativo a la realidad empresarial de la empresa sujeta a estudio o a cualquier otra que requiera un estudio similar, se recomienda su publicación

El trabajo en mención consta de un documento empastado y disco compacto (CD), el cual contiene archivos en formato portátil Acrobat (PDF). Autorizan a Carolina Elizabeth Fernandez Chumaña que lo entregue al Ing. Carlos Sierra, en su calidad de Director de la Carrera de Ingeniería Comercial modalidad presencial.

Sangolquí, Febrero 2015.


.....
Ing. Cesar Llumiquinga
DIRECTOR


.....
Ing. Víctor Cuenca
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

AUTORIA DE RESPONSABILIDAD

Carolina Elizabeth Fernandez Chumaña

DECLARO QUE:

Que el proyecto de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN HOTEL UBICADO EN EL CANTON RUMIÑAHUI, PARROQUIA DE SANGOLQUI, BARRIO “LORETO”, 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 esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Febrero 2015.



.....
Carolina Elizabeth Fernandez Chumaña

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONOMICAS
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

AUTORIZACION

Yo, Carolina Elizabeth Fernandez Chumaña

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas - ESPE la publicación, en la Biblioteca Virtual de la Institución, el proyecto de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN HOTEL UBICADO EN EL CANTON RUMIÑAHUI, PARROQUIA DE SANGOLQU,I BARRIO “LORETO”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Febrero 2015



.....
Carolina Elizabeth Fernandez Chumaña

DEDICATORIA

Mi Tesis la dedico con mucho cariño y amor para todas las personas que siempre estuvieron apoyándome.

Gracias a Dios, por la vida y por regalarme una familia maravillosa que tengo en mi hogar, por darme la Fe, la confianza y la paciencia para desarrollar mi tesis, la confianza en mí mismo gracias Dios por todas tus bendiciones.

A mis padres quienes me dieron la vida, día a día me dan su amor y están siempre a mi lado. Gracias papi y mami por darme una carrera para mi futuro y por creer en mí, ya que con su esfuerzo y perseverancia han estado conmigo en todo momento, y son el pilar fundamental para el cumplimiento de mis metas, les agradezco por todo.

A ti mi angelito, que desde cualquier lugar que te encuentras estas orgulloso de mi siempre confiaste en mi Javi y me apoyaste desde el principio de mi carrera.

A la persona que está a mi lado y que me ha brindado todo su apoyo, confianza y amor incondicional, para continuar y seguir con mi camino para ser una profesional, eres muy importante para mí.

Y a todo mi familia que de una u otra manera me apoyo a lo largo de mi carrera profesional les agradezco con mucho cariño y amor.

CAROLINA ELIZABETH FERNANDEZ CHUMAÑA

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Le doy gracias a mis padres Fabián y Mercedes por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida, sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A mi angelito que desde el cielo me das las bendiciones, me cuidas y me guías por el camino del bien, siempre vivirás en mi corazón.

Ojitos a ti que estás conmigo en las buenas y en las malas siempre apoyándome, brindándome tu cariño y no me dejas caer ante las adversidades.

A toda mi familia que ha estado pendiente de cada paso, aconsejándome y apoyándome en todo momento.

Les agradezco la confianza, paciencia y dedicación de mis profesores Ing. Cesar Llumiquinga e Ing. Víctor Cuenca por todo su apoyo, tiempo y por haber compartido conocimientos que me brindaron en el desarrollo y culminación de mi proyecto de grado.

A todos mis amigos que creyeron en mí y haber hecho de mi etapa universitaria un trayecto de vivencias que nunca olvidaré.

CAROLINA ELIZABETH FERNANDEZ CHUMAÑA

INDICE DE CONTENIDO

Certificado	i
Autoria de Responsabilidad	ii
Autorizacion	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Indice de Contenido	vi
Indice de Cuadros	xii
Indice de Figuras	xiii
Indice de Graficos	xix
Indice de Tablas	xv
Resumen	xx
Abstract	xxi
CAPÍTULO 1	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Antecedentes.....	1
1.1.1 Límites del Cantón Rumiñahui	1
1.1.2 Parroquias Urbanas y Rurales del Cantón Rumiñahui	1
1.2 Planteamiento del problema	2
1.3 Justificación.....	3
1.4 Alcance	3
1.5 Marco Teórico	3
1.5.1 En la fase de Introducción.....	4
1.5.2 En la fase del Estudio de Mercado.....	4
1.5.3 En la fase del Estudio Técnico.....	5
1.5.4 En la fase del Estudio Organizacional	6
1.5.5 En el desarrollo de la fase del Estudio Económico Financiero.....	6
1.5.6 La industria hotelera	8
1.5.6.1 El ámbito del Turismo.....	8
1.5.7 Metodología.....	9
CAPITULO 2	10
ESTUDIO DE MERCADO	10

2.1	Objetivo del estudio de mercado	10
2.2	Identificación del servicio	10
2.3	Metodología de la investigación.....	12
2.3.1	Técnicas de investigación	13
2.3.2	Determinación del tamaño de la muestra.....	13
2.3.2.1	Determinar el nivel de confianza.....	14
2.3.2.2	Estimar las características del fenómeno investigativo	14
2.3.2.2.1	Prueba piloto	14
2.3.2.3	Determinar el grado de error máximo aceptable	16
2.3.2.4	Aplicación de la fórmula del tamaño de la muestra de acuerdo con el tipo de población finita.....	16
2.3.2.5	Cálculo de la muestra	17
2.4	Diseño de la encuesta	18
2.5	Análisis e interpretación de los resultados	22
2.6	La demanda	37
2.6.1	Análisis de la demanda	37
2.6.2	Segmentación de mercado	37
2.6.2.1	Variables de segmentación	38
2.6.3	Factores que afectan la demanda	40
2.6.3.1	Tamaño y crecimiento de la población objetivo.....	40
2.6.3.2	Gustos y preferencias	41
2.6.3.3	Niveles de ingresos.....	41
2.6.4	Comportamiento histórico de la demanda.....	42
2.6.5	Demanda actual.....	43
2.6.5.1	Calculo de la demanda actual	43
2.6.6	Proyección de la demanda.....	45
2.7	La oferta.....	48
2.7.3	Análisis de la oferta.....	48
2.7.4	Factores que afectan la oferta.....	49
2.7.4.1	El precio del servicio	49
2.7.4.2	Número y capacidad de los productos de los competidores.....	49
2.7.5	Comportamiento Histórico de la oferta.....	51
2.7.6	Oferta actual	51

2.7.7	Proyección de la oferta.....	52
2.8	Demanda insatisfecha.....	53
2.8.3	Demanda para el proyecto propuesto.....	54
2.9	Posicionamiento	55
2.10	Comercialización.....	55
2.10.3	Estrategias de producto o servicio.....	55
2.10.4	Estrategias de precio	56
2.10.5	Estrategias de plaza.....	56
2.10.6	Estrategias de promoción	56
CAPÍTULO 3.....		57
ESTUDIO TÉCNICO		57
3.1	Tamaño del Proyecto.....	57
3.1.1	Factores Determinantes del Tamaño.....	58
3.1.1.1	Mercado.....	58
3.1.2.	Disponibilidad de Recursos	59
3.1.2.1	Recursos Económicos.....	59
3.1.2.2.	Recursos Humanos	60
3.1.2.1.1	Recursos Materiales.....	60
3.1.2.1.2	Recursos Tecnológicos	60
3.1.3	Optimización del Tamaño del Proyecto.....	61
3.1.4	Capacidad del servicio	61
3.1.4.1	Participación en el Mercado	62
3.1.4.2	Capacidad Instalada del servicio de hospedaje	62
3.1.4.3	Capacidad del servicio de restaurante	64
3.1.4.4	Capacidad del servicio de ecoturismo	65
3.2	Localización del Proyecto	66
3.2.2	Macro localización.....	67
3.2.2.1	Factores de Macro localización.....	67
3.2.3	Micro localización.....	69
3.2.3.1	Factores de Micro localización.....	69
3.2.4	Plano de localización	72
3.3	Ingeniería del Proyecto.....	72
3.3.1	El Proceso del servicio.....	73

3.3.1.1	Diagrama de flujo	76
3.3.1.2	Requerimiento Personal.....	79
3.3.1.3	Requerimiento de Insumos y Servicios	80
3.3.1.4	Estimación de la Inversión	83
CAPITULO 4	98
LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN	98
4.1	Base Legal.....	98
4.1.1	Constitución de la empresa.....	98
4.1.1.1	Requisitos legales para constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada.....	98
4.1.1.2	Pasos requeridos para crear una empresa	99
4.1.1.3	Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818.....	101
4.1.1.4	Requisitos para el registro en el Ministerio de Turismo.....	101
4.1.1.5	Requisitos Patente Municipal- Personas Jurídicas.....	102
4.1.1.6	Requisitos permiso de Bomberos	102
4.1.2	Tipo de empresa (Sector- Actividad)	103
4.1.3	Razón Social, Logotipo, Slogan	103
4.1.3.1	Razón Social	103
4.1.3.2	Logotipo.....	103
4.1.3.3	Slogan	104
4.2	Base Filosófica de la empresa.....	104
4.2.1	Visión.....	104
4.2.2	Misión	105
4.2.3	Objetivos Estratégicos	105
4.2.4	Valores y Principios	105
4.2.5	Estrategia Corporativa	106
4.2.5.1	Estrategia de Competitividad.....	106
4.2.5.2	Estrategia de Crecimiento.....	107
4.2.5.3	Estrategia Operativa.....	107
4.2.5.4	Estrategia de Servicio, Precio, Plaza y Promoción.....	107
4.3	La Estructura Organizacional.....	108
4.3.1	Organigrama Estructural	108

4.3.2 Descripción de la Estructura Orgánica del Hotel	108
4.3.3 Puestos y descripción de actividades.....	110
4.3.3.1 Junta General de Socios.....	110
4.3.3.2 Administración	111
4.3.3.3 Departamento de Operaciones y Servicios	112
4.3.3.4 Departamento Administrativo, Financiero y Marketing.....	114
CAPÍTULO V	115
ESTUDIO FINANCIERO	115
5.1 Presupuestos	115
5.1.1 Presupuesto de Inversión	116
5.1.1.1 Activos Fijos.....	116
5.1.1.2 Capital de Trabajo	117
5.1.1.3 Resumen de Inversiones	120
5.1.2 Presupuestos de Operación	121
5.1.2.1 Presupuesto de ingresos.....	121
5.1.2.2 Presupuesto de egresos	126
5.1.2.3 Depreciaciones	131
5.1.2.4 Estructura de Financiamiento	133
5.1.3 Punto de Equilibrio	136
5.2 Estados Financieros Pro Forma	140
5.2.1 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)	140
5.2.2 Estado de Origen y Aplicación de Fondos.....	142
5.2.3 Flujo de Fondos.....	143
5.2.3.1 Del Proyecto	143
5.2.3.2 Del Inversionista.....	145
5.3 Evaluación Financiera	146
5.3.1 Determinación de las Tasas de Descuento.....	146
5.3.1.1 Del Proyecto	146
5.3.1.2 Del Inversionista.....	147
5.3.2 Criterios de Evaluación	148
5.3.2.1 Valor Actual Neto.....	148
5.3.2.2 Tasa Interna de Retorno.....	150
5.3.2.3 Período de Recuperación de la Inversión	151

5.3.2.4 Relación Beneficio/Costo.....	153
5.3.3 Análisis de Sensibilidad.....	155
CAPITULO 6.....	157
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	157
6.1 Conclusiones.....	157
6.2 Recomendaciones.....	159
ANEXOS.....	160
BIBLIOGRAFÍA.....	163

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de Segmentacion	38
Cuadro 2 Puestos y descripcion de actividades Junta General de Socios	110
Cuadro 3 Puestos y descripcion de actividades Administrador	111
Cuadro 4 Puestos y descripcion de actividades Recepcionista	112
Cuadro 5 Puestos y descripcion de actividades Camarera	112
Cuadro 6 Puestos y descripcion de actividades Lavandera.....	113
Cuadro 7 Puestos y descripcion de actividades Cocinera	113
Cuadro 8 Puestos y descripcion de actividades Guia turistico.....	113
Cuadro 9 Puestos y descripcion de actividades Mesera.....	114
Cuadro 10 Puestos y descripcion de actividades Auxiliar de mantenimiento	114
Cuadro 11 Puestos y descripcion de actividades Contador.....	114

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Determinar el nivel de confianza.....	14
Figura 2 Pregunta clave prueba piloto	16
Figura 3 Genero	22
Figura 4 Edad	23
Figura 5 ¿Cuál es su residencia?	24
Figura 6 ¿Por qué motivo acude a visitar al Barrio Loreto?	25
Figura 7 ¿Cuántos días permanece en el sitio?	26
Figura 8 ¿Cuál es la frecuencia de visita?	27
Figura 9 ¿Con quien suele visitar el lugar?	28
Figura 10 ¿Conoce algún sitio de hospedaje en el barrio Loreto?	29
Figura 11 ¿Qué aspecto considera importante a la hora de elegir un hotel?.....	30
Figura 12 ¿Considera necesario que se construya un hotel en el barrio Loreto?.....	31
Figura 13 ¿Qué valor estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje?	32
Figura 14 ¿Qué servicio adicional le gustaría el servicio de hospedaje?.....	33
Figura 15 ¿Esta de acuerdo a pagar un costo adicional por el servicio?.....	34
Figura 16 ¿Qué tipo de habitación prefiere utilizar?.....	35
Figura 17 ¿Cómo le gustaría informarse del servicio?.....	36
Figura 18 Numero de establecimientos de alojamiento Canton Rumiñahui.....	51
Figura 19 Mapa Provincia Pichincha	69
Figura 20 Mapa Canton Rumiñahui	71
Figura 21 Mapa barrio Loreto	71
Figura 22 Mapa barrio Loreto Plano de Localizacion	72
Figura 23 Diagrama servicio de hospedaje.....	76
Figura 24 Diagrama servio de restaurante	77
Figura 25 Diagrama servicio de ecoturismo	78
Figura 26 Plano del hotel planta baja.....	86
Figura 27 Primer Piso	87
Figura 28 Segundo Piso	88
Figura 29 Logotipo de la empresa.....	104
Figura 30 Organigrama estructural	106

Figura 31 Punto de Equilibrio servicio de hospedaje.....	138
Figura 32 Punto de Equilibrio servicio de restaurante	138
Figura 33 Punto de Equilibrio servicio de ecoturismo.....	139

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tecnicas de investigacion	13
Tabla 2 Prueba piloto	15
Tabla 3 Nomenclatura formula de la muestra	17
Tabla 4 Genero.....	22
Tabla 5 Edad	23
Tabla 6 ¿Cuál es su residencia?	24
Tabla 7 ¿Por qué motivo acude a visitar al Barrio Loreto?.....	25
Tabla 8 ¿Cuántos días permanece en el sitio?.....	26
Tabla 9 ¿Cuál es la frecuencia de visita?	27
Tabla 10 ¿Con quien suele visitar el lugar?	28
Tabla 11 ¿Conoce algun sitio de hospedaje en el barrio Loreto aledaños?	29
Tabla 12 ¿Qué aspecto considera importante a la hora de elegir un hotel?.....	30
Tabla 13 ¿Considera necesario que se construya un hotel en el barrio Loreto?	31
Tabla 14 ¿Qué valor estaria dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje?	32
Tabla 15¿Qué servicio adicional le gustaria que brinde el servicio ?.....	33
Tabla 16 ¿Esta de acuerdo a pagar un costo adicional por otro servicio?.....	34
Tabla 17 ¿Qué tipo de habitacion prefiere utilizar?	35
Tabla 18 ¿Cómo le gustaria informarse del servicio?	36
Tabla 19 Segmento de mercado Poblacion de Sangolqui	39
Tabla 20 Poblacion de la parroquia de Sangolqui	40
Tabla 21 Preferencias de atractivos turíticos	41
Tabla 22 Base e ingresi de Sangolqui	42
Tabla 23 Registro Historico de turistas de Pichincha	42
Tabla 24 Registro Historico de turistas a Sangolqui	43
Tabla 25 Demanda actual extranjera.....	44
Tabla 26 Demanda actual nacional	45
Tabla 27 Total Demanda Actual	45
Tabla 28 Demanda Historica de turistas extranjeros.....	46
Tabla 29 Demanda proyectada de los turistas extranjeros	46
Tabla 30 Demanda historica de turistas nacionales	47

Tabla 31 Demanda proyectada de los turistas nacionales	47
Tabla 32 Total Demanda Proyectada	48
Tabla 33 Precio Historico de hospedaje.....	49
Tabla 34 Cantidad y capacidad de hoteles en Sangolqui	50
Tabla 35 Lista de lugares de hospedaje en Sangolqui	50
Tabla 36 Capacidad de hospedaje	52
Tabla 37 Determinacion de la oferta año	52
Tabla 38 Oferta proyectada.....	53
Tabla 39 Demanda insatisfecha	53
Tabla 40 Demanda propuesta del proyecto.....	54
Tabla 41 Capacidad Instalada	62
Tabla 42 Participacion en el mercado del año 2015	62
Tabla 43 Capacidad instalada servicio de hospedaje	63
Tabla 44 Capacidad de habitaciones año 2015	64
Tabla 45 Capacidad instalada del servicio de restaurante.....	64
Tabla 46 capacidad de produccion servicio de restaurante.....	65
Tabla 47 Capacidad instalada servicio de ecoturismo	65
Tabla 48 Capacidad instalada total	66
Tabla 49 Localizacion del proyecto Puntuacion	66
Tabla 50 Matriz de macro localizacion.....	68
Tabla 51 Matriz de micro localizacion.....	70
Tabla 52 Requerimiento de personal.....	79
Tabla 53 Maquinaria y Equipo.....	80
Tabla 54 Equipo de computacion.....	80
Tabla 55 Muebles y enseres	81
Tabla 56 Suministros de oficina	82
Tabla 57 Lenceria y Menaje	82
Tabla 58 Terreno	83
Tabla 59 Infraestructura civil	84
Tabla 60 Maquinaria y equipo	89
Tabla 61 Muebles y enseres	90
Tabla 62 Equipo de computacion	91

Tabla 63 Suministrso de Oficina.....	91
Tabla 64 Lenceria y Menaje.....	92
Tabla 65 Resumen de Activos Fijos.....	93
Tabla 66 Materia Prima Directa.....	93
Tabla 67 CIF-Insumos	94
Tabla 68 Mano de Obra Directa.....	95
Tabla 69 Mano de Obra Indirecta	95
Tabla 70 Cuadro Resumen Costos Indirectos de Fabricacion	96
Tabla 71 Gastos sueldos administrativos	96
Tabla 72 Gastos Servicios Basicos	97
Tabla 73 Gastos de venta	97
Tabla 74 Cuadro resumen de costos y gastos	97
Tabla 75 Inversion de Activos Fijos	117
Tabla 76 Costo de Produccion	119
Tabla 77 Gastos administrativos y de ventas	119
Tabla 78 Capital de Trabajo.....	120
Tabla 79 Resumen de Inversiones Total	120
Tabla 80 Calculo costo variable unitario	122
Tabla 81 Calculo costo fijo unitario.....	123
Tabla 82 Precio de venta.....	124
Tabla 83 Ingresos servicios de hospedaje	125
Tabla 84 Ingresos servicios de restaurante.....	125
Tabla 85 Ingresos servicios de ecoturismo	126
Tabla 86 Presupuesto de ingreso.....	126
Tabla 87 Costo Materia Prima Directa	127
Tabla 88 Costo Mano de Obra Directa	128
Tabla 89 CIF - Insumos	128
Tabla 90 CIF – Mano de Obra Indirecta	129
Tabla 91 Gasto Sueldos Administrativos	129
Tabla 92 Gastos Servicios Basicos	130
Tabla 93 Resumen gastos administrativos	130
Tabla 94 Gastos de Ventas.....	131

Tabla 95 Gastos de Financieros	131
Tabla 96 Depreciacion Anual	131
Tabla 97 Proyeccion de depreciacion	132
Tabla 98 Presupuesto de Gastos.....	132
Tabla 99 Financiamiento	133
Tabla 100 Aportacion de los accionistas.....	133
Tabla 101 Condiciones de credito.....	134
Tabla 102 Tabla de amortizacion de credito	134
Tabla 103 Determinacion de costos fijos y costos variables.....	136
Tabla 104 Requerimiento Puntde Equilibrio	137
Tabla 105 Proyeccion de Estado de Resultados.....	141
Tabla 106 Estado de origen y aplicación de fondos.....	142
Tabla 107 Flujo de fondos del proyecto.....	144
Tabla 108 Flujo de fondos del inversionista	145
Tabla 109 Tasa de descuento del proyecto	146
Tabla 110 Tasa impositiva	147
Tabla 111 Flujos actualizados del proyecto	149
Tabla 112 Flujos actualizados del inversionista.....	149
Tabla 113 TIR del proyecto	151
Tabla 114 TIR del inversionista.....	151
Tabla 115 Calculo periodo de recuperacion del proyecto.....	151
Tabla 116 Calculo periodo de recuperacion del inversionista	152
Tabla 117 Calculo Costo / Beneficio del proyecto	153
Tabla 118 Calculo Costo / Beneficio del inversionista.....	154
Tabla 119 Resumen evaluacion financiera	154
Tabla 120 Analisis de sensibilidad del proyecto vs inversionista.....	155

RESUMEN

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 valle de los chillos está rodeado de escenarios volcánicos, hermosa vegetación y fauna también contamos con Montañas, lagunas, reservas naturales, balnearios, complejos deportivos que ofrecen a los turistas nacionales y extranjeros, 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.

En el primer capítulo Introducción, damos a conocer el lugar donde se desarrolló el proyecto, El Cantón Rumiñahui es reconocido como sitio ideal para el ecoturismo, ya que cuenta con una diversidad de cascadas en los diferentes barrios lo que será un aprovechamiento turístico recreativo. En el segundo capítulo Estudio de Mercado, se desarrolló todo lo relacionado a la Oferta, Demanda, proyecciones y estimaciones, las preferencias del consumidor obtuvimos la demanda insatisfecha que el sector desea cubrir. En el tercer capítulo Estudio Técnico, en el que se determina el tamaño de la empresa para satisfacer los requerimientos de los clientes y obtener los mejores resultados. En el cuarto capítulo comprende a la Empresa y su organización que tendrá el proyecto y los aspectos legales que deberá cumplirse para su puesta en marcha. En el Estudio Financiero se midió la factibilidad del proyecto, si tiene rentabilidad, se determinó su periodo de recuperación de la inversión y el financiamiento. Y finalmente se elaboró las conclusiones y recomendaciones para el proyecto.

PALABRAS CLAVE:

- INTRODUCCION
- ESTUDIO DE MERCADO
- ESTUDIO TECNICO
- LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN
- ESTUDIO FINANCIERO

ABSTRACT

Tourism is one of the fastest growing industries in the world and offers are endless. Globally, there predilection for shopping tourism, culture and biodiversity, the latter need can be fully satisfied in Ecuador. The valley of the snapper is surrounded by volcanic scenery, beautiful vegetation and fauna also have mountains, lakes, nature reserves, spas, sports complexes that offer domestic and foreign tourists, a mild climate, the warmth of its people, history , traditions, culture and a unique gastronomy make the Valley of the Chillos ideal for family recreation sector. Introduction In the first chapter, we disclose where the project was developed, the Rumiñahui Canton is recognized as ideal ecotourism site, as it features a variety of waterfalls in different areas which will be a tourist use recreative .In the second chapter Market Study, everything related to the Supply, Demand, projections and estimates are developed, consumer preferences obtained unmet demand that the industry wants to cover. In the third chapter Technical Study, in which the size of the company is determined to meet customer requirements and achieve the best results. In the fourth chapter comprises the Company and its organization will the project and the legal aspects that must be met for its implementation. The Financial project feasibility study measured if you have profitability, payback period of investment and financing was determined. And finally the conclusions and recommendations for the project was developed.

KEYWORDS:

- INTRODUCTION
- MARKET RESEARCH
- TECHNICAL STUDY
- THE COMPANY AND ITS ORGANIZATION
- FINANCIAL STUDY

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes

El Cantón Rumiñahui se caracteriza por el emprendimiento de las personas que habitan en el sector, además de ser reconocida por su gastronomía, muy apetecida por los turistas y personas que vienen de sectores aledaños, esta parroquia es conocida como la ciudad del hornado ya que su sabor es incomparable al momento de disfrutar en su paladar.

El Cantón Rumiñahui se ubica al sureste de la Provincia de Pichincha, a veinte minutos de Quito, se caracteriza por un clima agradable y su temperatura promedio es de 17 grados centígrados. Su extensión es de 134.15 km.

1.1.1 Límites del Cantón Rumiñahui

- Norte Cantón Quito, urbanización la Armenia
- Sur Monte Pasochoa y Cantón Mejía
- Este Cantón Quito
- Oeste Cantón Quito, Rio San Pedro de Cuendina
- Nor Oeste San Pedro del Tingo

1.1.2 Parroquias Urbanas y Rurales del Cantón Rumiñahui

El cantón Rumiñahui se divide en parroquias urbanas y parroquias rurales que son las siguientes: Las tres primeras son parroquias urbanas (San Rafael, San Pedro de Taboada, Sangolquí) y las dos siguientes son parroquias rurales (Cotogchoa y Rumipamba).

El Cantón Rumiñahui es reconocido como sitio ideal para el ecoturismo, ya que cuenta con una diversidad de cascadas en los diferentes barrios lo que será un aprovechamiento turístico recreativo, el mismo que es visitado los fines de semana y periodos vacacionales, por turistas nacionales y extranjeros que buscan espacios para descansar, recrearse y estar en contacto con la naturaleza.

La función del hotel es brindar un servicio de hospedaje con paquetes turísticos, alimentación, actividades de ecoturismo para los turistas con un paisaje natural y que puedan estar en contacto con la naturaleza, así poder satisfacer las necesidades de los turistas, ofreciendo un servicio de calidad.

1.2 Planteamiento del problema

El Cantón de Rumiñahui es un destino turístico atractivo y diverso que se halla al sur este de la Provincia de Pichincha. Es el corazón del Valle de los Chillos, está rodeado por laderas, estribaciones, cerros y nevados que integran la Cordillera de los Andes a las cuales se accede fácilmente desde este Cantón.

Por la gran afluencia de los turistas por los atractivos turísticos, gastronómicos, culturales y recreacionales es la razón por lo que nació la idea de crear un sitio de hospedaje en el barrio “Loreto” que los turistas buscan un lugar de distracción, relajación y recreación.

Debido a que el turismo es una actividad con potencial en el futuro, se ha identificado que uno de los principales problemas para el desarrollo de esta actividad, es la escasa infraestructura hotelera en este barrio. En el barrio “Loreto” los turistas pueden disfrutar de unas hermosas cascadas como son: Molinuco, la Gran cascada del Pita, Rumibosque, Santa Rosa y otros. Aquí hay la necesidad de hospedarse, por los turistas que deseen seguir conociendo el atractivo turístico, puedan permanecer en el lugar y así evitar el traslado innecesario hasta la parroquia de Sangolquí que es el lugar más cercano donde existen sitios de hospedaje, ya que en este sector no cuenta con sitios de hospedaje.

Por esta razón, se realizó el proyecto que fortalece la actividad turística, es así que surgió la idea de crear un servicio de hospedaje que brinde comodidad, sean acogedores, de esta manera satisfacer y cubrir los requerimientos de los turistas.

1.3 Justificación

El turismo ha sido reconocido como prioridad nacional con el establecimiento de las políticas de Estado para el sector en la Estrategia de Desarrollo del país.

Actualmente, Ecuador muestra grandes perspectivas de desarrollo en diversos campos de la actividad económica, entre los que las auditorías nacionales destacan el turismo, junto con el petróleo, telecomunicaciones, energía, agroindustria y red vial.

El turismo es un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera, y el desarrollo de infraestructuras hoteleras.

El presente Hotel nació de la necesidad de cubrir los requerimientos de los turistas que frecuentan a los lugares atractivos que brinda el sector, ya que en el sector no existe sitios de hospedaje, nuestro proyecto brinda un servicio efectivo con altos niveles de satisfacción al cliente y evitando así el traslado innecesario hacia un sitio más cercano para hospedarse.

1.4 Alcance

El alcance del proyecto del Hotel es brindar servicios de hospedaje y satisfacer las necesidades de los turistas, que visitan nuestros lugares turísticos, que puedan estar en contacto con la naturaleza, y disfrutar de las cascadas que están alrededor de nuestro Hotel en el barrio “Loreto”, así cubrir las expectativas y requerimientos de los turistas.

1.5 Marco Teórico

Con la finalidad de fundamentar el proyecto y entender sus principios, a continuación se detallara las fases de desarrollo para el proyecto.

1.5.1 En la fase de Introducción

Damos a conocer el lugar donde se desarrolló el proyecto, El Cantón Rumiñahui es reconocido como sitio ideal para el ecoturismo, ya que cuenta con una diversidad de cascadas en los diferentes barrios lo que será un aprovechamiento turístico recreativo, el mismo que es visitado los fines de semana y periodos vacacionales, por turistas nacionales y extranjeros que buscan espacios para descansar, recrearse y estar en contacto con la naturaleza.

1.5.2 En la fase del Estudio de Mercado

Se desarrolló todo lo relacionado a la Oferta, Demanda, proyecciones y estimaciones, las preferencias del consumidor esto se aplicó mediante la utilización de cálculos y estadísticas con el fin de conocer nuestro segmento de mercado.

“El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto periodo de tiempo” (Secretaría de la Economía, 2013).

“La investigación de mercados es el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemática de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa” (Kloter, 2002).

Cuando se realiza un estudio de mercado como paso inicial de un propósito de inversión, nos permite conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las previsiones correspondientes, para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

1.5.3 En la fase del Estudio Técnico

Se refiere a la Localización del proyecto, así como también los requerimientos de insumos, materia prima, mano de obra y un calendario de ejecución del proyecto.

“Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita”. (Rosales, 2005).

El estudio técnico se desarrolla una vez finalizado el estudio de mercado, que nos permite obtener los datos base para el cálculo financiero y la evolución económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe presentar un estudio técnico todos los pasos para elaborar un producto o servicio para ello es necesario precisar su proceso de elaboración.

En el proceso se determina la cantidad necesario de equipos de producción, maquinaria y mano de obra necesaria. De la misma forma se identifica los proveedores de insumos y herramientas que ayudan al desarrollo del producto o servicio, también crear un plan estratégico que permita orientar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada.

El estudio técnico tiene como objetivo principal demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

1.5.4 En la fase del Estudio Organizacional

“El estudio organizacional busca determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto con el fin de conocer y evaluar fortalezas y debilidades y definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Es decir, para cada proyecto se deberá determinar la estructura organizacional acorde con los requerimientos que exija la ejecución del proyecto y la futura operación”. (Mario Morales, 2010).

1.5.5 En el desarrollo de la fase del Estudio Económico Financiero

“Es el proceso en el desarrollo de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado”. (Catalina, 2013).

El objetivo del análisis financiero es servir de herramienta para generar mayor rentabilidad del capital de la empresa, evalúa las repercusiones financieras, coordina aportes financieros, evalúa la efectividad de la administración financiera de un proyecto.

En esta fase de estudio se utilizó las técnicas de evaluación generales que permiten medir la rentabilidad de un proyecto tenemos las siguientes:

- **El Valor Presente Neto (VPN)** es el método más conocido a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de las Pymes. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto.

Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor.(José Didier Vaquiro, 2010).

- **La Tasa Interna de Retorno (TIR)** es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. En el contexto de ahorro y préstamos a la TIR también se le conoce como la tasa de interés efectiva. El término interno se refiere al hecho de que su cálculo no incorpora factores externos (por ejemplo, la tasa de interés o la inflación).
- **El Análisis B/C** es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria. Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto. (Crece Negocios, 2014).
- **Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)**, es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial (José Didier Vaquiro, 2010).

1.5.6 La industria hotelera

Se remonta a la antigüedad, en donde la necesidad de intercambiar productos entre las diferentes civilizaciones, hacía que los comerciantes viajaran de un país a otro para realizar este intercambio, en un comienzo este tipo de servicio era gratuito, en este tiempo para el alojamiento de los comerciantes los reyes les construían refugios en los caminos, para incentivar el intercambio comercial y proteger a los mercaderes de los ladrones. El hospedaje entendido como servicio y atención, es algo que se conoce desde hace más de dos mil años.

1.5.6.1 El ámbito del Turismo

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (La Organización Mundial de Turismo) (OMT).

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.

1.5.7 Metodología

La metodología que se utilizó para el desarrollo del proyecto es el “Método Sintético relaciona hechos aparentemente aislados, formulando una teoría que unifica los diversos elementos.” “Método Analítico son los que separan los elementos de un fenómeno y se revisa ordenadamente cada uno de ellos por separados”. Así como también se aplicó una investigación de campo, ya que nosotros para la realización de la investigación adquirimos información mediante encuestas realizadas a los habitantes del sector.

En los tipos de investigación se aplicó de acuerdo al nivel de conocimiento que se adquiere, se utilizara la investigación descriptiva, ya que utilizo el método de análisis, señala las características de un objeto y sus propiedades.

En la clase de medios utilizados para obtener los datos se utilizó la investigación de campo permite la observación directa del objeto en estudio, permitiendo comparar la teoría con la práctica, realizamos unas encuestas lo que permitió determinar la muestra de nuestra población.

“La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados”. (Díaz de Rada, 2001, pág. 13)

Se realizó la investigación del proyecto mediante la recolección de datos y acudimos a las a las siguientes fuentes de datos:

Fuentes primarias: La encuesta: para lo cual se diseñó un cuestionario con preguntas relacionadas al mercado turístico.

Fuentes secundarias: Se utilizó datos secundarios externos:

Libros, Investigaciones en internet, Datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Página del Ministerio de turismo.

CAPITULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Objetivo del estudio de mercado

- Determinar el nivel de aceptación que tendrá la creación del hotel ubicado en el cantón Rumiñahui, parroquia de Sangolquí, barrio Loreto, mediante la identificación del universo, determinar la muestra, diseño de la encuesta, aplicar la prueba piloto, realizar la encuesta, tabular los datos, interpretación y conclusiones; con la finalidad de minimizar el riesgo de la inversión y mejorar la calidad de vida de los turistas.

2.2 Identificación del servicio

El servicio que ofrece el hotel se basa en brindar al turista un servicio de hospedaje donde podrá disfrutar de un momento de relajación y estar en contacto con la naturaleza ya que está rodeada por la maravillosa cordillera de los Andes, con majestuosos paisajes, nevados y volcanes, con un bondadoso clima, la calidez de su gente, su cultura y su gastronomía que hacen del Valle de los Chillos el sector ideal de recreación familiar

En el hotel a construirse va a ofrecer los siguientes servicios.

- El servicio de alojamiento vamos a fomentar el turismo por lo que se ha establecido paquetes turísticos que se aplicara en habitaciones simples, dobles y matrimoniales.
- Realizaremos actividades de Ecoturismo que será mediante la movilización en motocicletas o caminatas a las cascadas del Valle de los Chillos, el servicio de ecoturismo, en primera instancia se contará con un profesional que conozca la zona, los atractivos turísticos, las costumbres, cultura y tradiciones del barrio “Loreto”, con el fin de que puedan trasladar al turista y brinden un excelente servicio desde la salida hasta su regreso al hotel.

- El servicio de restaurante va acompañado con el servicio de hospedaje, con un costo adicional; dentro de este servicio contempla el desayuno, almuerzo y merienda, además de platos a la carta para quienes deseen consumir. También el servicio de restaurante será para las personas que desean adquirir solo ese servicio para las personas que solo estén de visita por el momento.
- El área deportiva constará de canchas de fútbol y básquet, área recreativa infantil y áreas verdes para el esparcimiento de toda la familia.

La característica del servicio de hospedaje es ofrecer a los clientes habitaciones confortables, amplias, para que el cliente pueda descansar plácidamente, sentirse relajado y así satisfacer sus necesidades y requerimientos.

Precio

“El precio la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”. (Kotler, Fundamentos del marketing , 2008, pág. 189)

El precio se define como una equivalencia monetaria que se asigna al servicio, donde el cliente entrega una determinada de cantidad de dinero y a cambio recibe un servicio. El hotel puede establecer los precios del servicio mediante dos métodos fijación de precios por utilidades neta, consiste en calcular del costo un porcentaje establecido de utilidad el cual esta designado por líneas, y fijación de precios basados en la competencia para lo cual constantemente investiga y compara precios con la competencia para ser competitivo en el mercado.

Plaza

“Es una herramienta de la mercadotecnia que usas que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final.

(Consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean”. (Thompson, 2007).

En el presente proyecto, la plaza es el lugar donde está ubicado el hotel es decir en la Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, Parroquia Sangolquí, barrio Loreto. En este lugar se ofrece los servicios de hospedaje.

Promoción

“La promoción es la cuarta herramienta del marketing-mix, incluye las distintas actividades que desarrollan las empresas para comunicar los méritos de sus productos y persuadir a su público objetivo para que compren”. (Kotler, Dirección del marketing, 2006).

Se realizó una adecuada promoción y publicidad para que los turistas nacionales y extranjeros conozcan de los servicios que el hotel brinda a los clientes. Esta publicidad y promoción se realiza a través del internet, hojas volantes, vallas publicitarias, entre otros.

2.3 Metodología de la investigación

Para comprender, analizar e identificar el mercado turístico se realizara la siguiente investigación:

Investigación de campo

Se aplicó la investigación de campo, puesto que se debe ir a un determinado lugar con la finalidad de recabar datos, tomando mediciones y cualquier otra información se evidencia esto porque la investigación con la participación de turistas nacionales y extranjeros, con quienes se podrá tener un contacto directo para obtener la información adecuada referente al estudio que se está realizando.

Investigación documental

Esta investigación nos proporcionó diversas fuentes bibliográficas de libros, artículos relacionados al tema y tiene como objetivo reunir, seleccionar y analizar datos que están en forma de documentos producidos por una sociedad para un estudio particular.

Investigación Exploratoria

En este tipo de investigación se indago la realidad actual sobre el turismo en nuestro País, para poder determinar la factibilidad de la creación de un hotel en el cantón Rumiñahui, parroquia Sangolquí, barrio Loreto.

2.3.1 Técnicas de investigación

Tabla 1 Técnicas de investigación

Cualitativa	Debido que la investigación se realiza en función a los turistas nacionales y extranjeros.
Cuantitativa	Puesto que se refleja la forma numérica de los resultados o datos medibles que se obtuvieron mediante las encuestas.

Fuente: Investigación

2.3.2 Determinación del tamaño de la muestra

Pasos para determinar el tamaño de la muestra se detalla a continuación:

2.3.2.1 Determinar el nivel de confianza

Para realizar el presente estudio se debe determinar los siguientes aspectos:

Nivel de confianza del 95%

Valor de $Z = 1,96$, para el 95% de confiabilidad

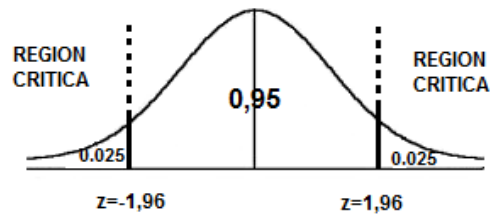


Figura 1 Nivel de confianza

Fuente: Investigación



2.3.2.2 Estimar las características del fenómeno investigativo

Por medio de la prueba piloto se determinó la probabilidad que se realice el evento (p) o la probabilidad que no se realice (q).

“La muestra de la prueba piloto es pequeña, y varía de 15 a 30 encuestados en la prueba inicial, dependiendo de la heterogeneidad de la población objetivo.” (Malhotra, 2004, pág. 301).

2.3.2.2.1 Prueba piloto

A continuación se detalla la prueba piloto que se realizó a 10 turistas nacionales y a 10 turistas extranjeros, se lo realizó el 1 y 2 de noviembre del 2014 en el terminal terrestre de Quito, con el siguiente cuestionario.

	 UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA
PRUEBA PILOTO	
PERMITE OBTENER INFORMACION PARA LA CREACION DE UN HOTEL UBICADO EN EL CANTON RUMIÑAHUI, PARROQUIA DE SANGOLQUI BARRIO “LORETO”	
Género: Masculino () Femenino ()	
Edad: _____	
¿Le gustaria que en el barrio “Loreto” exista un lugar donde los turistas puedan hospedarse, descansar placidamente, estar en contacto con la naturaleza y recreacion familiar?	
Si () No ()	
GRACIAS POR SU COLABORACION	

Al realizar la Prueba Piloto determinamos el grado de aceptación que tendrá la construcción de un Hotel en la Provincia de Pichincha, Parroquia de Sangolquí, Barrio “Loreto”.

El resultado de haber aplicado la prueba piloto, se adquirió los siguientes datos:

Tabla 2 Prueba piloto

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	17	85%
No	3	15%
TOTAL	20	100%

¿Le gustaria que en el barrio “Loreto” exista un lugar donde los turistas puedan hospedarse, descansar placidamente, estar en contacto con la naturaleza y recreacion familiar?

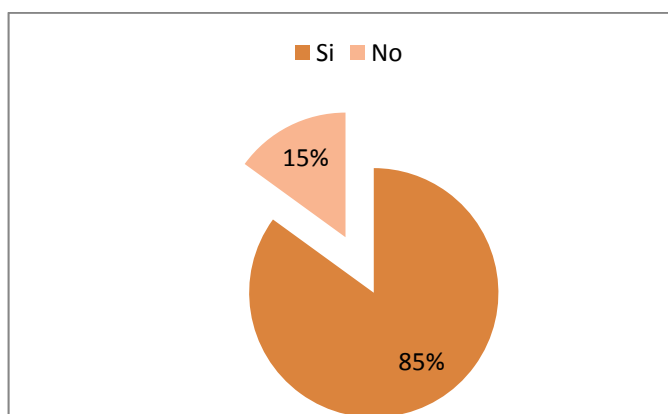


Figura 2 Prueba piloto

Fuente: Investigación de campo Noviembre 2014

El 85% que corresponde a 17 turistas considera importante la creación de un hotel en el cantón Rumiñahui, parroquia Sangolquí, barrio Loreto, mientras que el 15% que son 3 turistas respondieron que no consideran importante la creación de un hotel.

$$p = \frac{17}{20} = 0.85 \quad p=85\% \text{ de los turistas consideran importante la creación del hotel.}$$

$$q = \frac{3}{20} = 0.15 \quad q=15\% \text{ de los turistas no consideran importante la creación del hotel.}$$

Con la aplicación de la prueba piloto hemos podido comprobar la aceptación de la construcción del hotel y procedemos a realizar el cálculo de la muestra para la investigación de mercados.

2.3.2.3 Determinar el grado de error máximo aceptable

Se usó el nivel de error del 5%, debido que es el más usado en el ámbito editorial científico, $e = 5\%$

2.3.2.4 Aplicación de la fórmula del tamaño de la muestra de acuerdo con el tipo de población finita

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente formula:

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

2.3.2.5 Cálculo de la muestra

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

Dónde:

Tabla 3 Nomenclatura

N = Tamaño de la muestra	n = ?
z = Nivel de confianza	z = 95%=1.96
p = Probabilidad a Favor	p = 85%
q = Probabilidad en contra	q= 15%
N = Población o Universo	N = 35.197
e = Error Muestral	e = 5%

Fuente: Investigación

$$n = \frac{1,96^2 (0,85) (0,15) (35.197)}{0,05^2 (35.197-1) + 1,96^2(0,85) (0,15)}$$

n= 127 encuestas

Al aplicar la fórmula se obtuvo un valor de 127 encuestas que representa el número total de la población a los que se realizó la encuesta.

2.4 Diseño de la encuesta

“La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados”. (Díaz de Rada, 2001, pág. 13)

Para determinar la factibilidad de la creación de un hotel en el cantón Rumiñahui, parroquia Sangolquí barrio Loreto, es importante diseñar una encuesta, la misma que se aplicó a los turistas nacionales y extranjeros, con la finalidad de obtener datos referentes al tema de investigación.



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO

ENCUESTA APLICADA A TURISTAS

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad adquirir información y obtener resultados para la creación de un hotel ubicado en el cantón Rumiñahui, parroquia de Sangolquí, barrio Loreto y su nivel de aceptación.

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste de acuerdo a su criterio.
- Señale con una X la respuesta correcta.

Género: Masculino () Femenino ()

Edad: _____

1. ¿Cuál es su lugar de residencia?

Nacional ()

Extranjero ()

2. ¿Porque motivo acude usted a visitar al Barrio Loreto del Cantón Rumiñahui?

Turismo ()

Negocios ()

Estudios ()

Otros ()

3. ¿Cuántos días permanece en el sitio?

1 día ()

2 días ()

3 o más ()

4. ¿Cuál es la frecuencia de visita?

- Mensual ()
Trimestral ()
Semestral ()
Anual ()

5. ¿Con quién suele visitar el lugar?

- Solo ()
En pareja ()
Familia ()
Amigos ()

6. ¿Conoce algún sitio de hospedaje para que los turistas puedan permanecer más tiempo en el barrio Loreto?

- Si ()
No ()

7. ¿Qué aspecto considera de mayor importancia a la hora de elegir un hotel?

- Precios ()
Variedad de servicios ()
Calidad del servicio ()
Seguridad ()
Cercanía ()
Otros ¿Cuál? () _____

8. ¿Considera que es necesario que se construya un hotel en el barrio Loreto para que los turistas disfruten de un ambiente de recreación familiar?

- Si ()
No ()

Si la respuesta es si continuamos con la siguiente pregunta y si la respuesta es no se finaliza la encuesta.

9. ¿Qué valor por persona estaría dispuesta a pagar por el servicio de hospedaje?

- USD 10,00 ()
USD 15,00 ()
USD 20,00 ()
USD 30,00 o más ()

10. ¿Qué servicio adicional le gustaría que brinde el servicio de hospedaje?

- Guía turístico ()
Restaurante ()
Área deportiva (canchas) ()
Todas las anteriores ()

11. ¿Está de acuerdo a pagar un costo adicional por los servicios antes mencionados?

- Totalmente de acuerdo ()
De acuerdo ()
En desacuerdo ()

12. ¿Qué tipo de habitación prefiere utilizar?

- Simple ()
Doble ()
Matrimonial ()

13. ¿Cómo le gustaría informarse del servicio de hospedaje?

- Internet ()
Agencias de viajes ()
Radio ()
Televisión ()
Prensa escrita ()

Muchas gracias

2.5 Análisis e interpretación de los resultados

Género encuestados

Tabla 4 Género

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	66	52%
Femenino	61	48%
TOTAL	127	100%

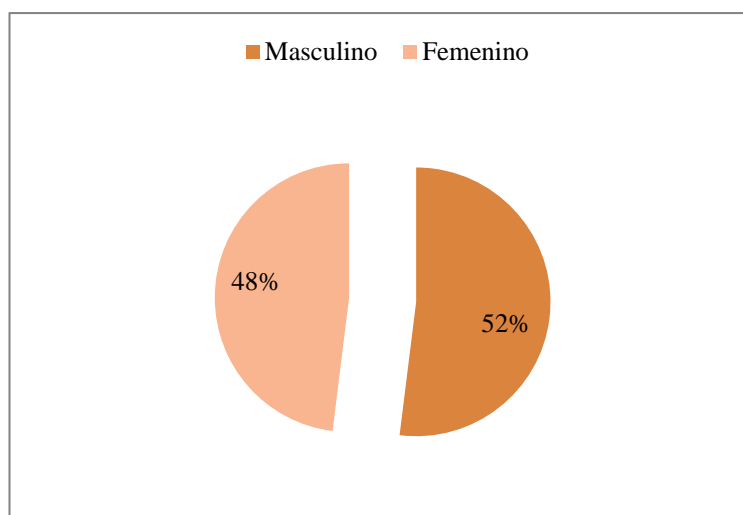


Figura 3 Genero

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Podemos observar, que del total de encuestados 127, se ha encuestado a un 52% de personas que pertenecen al género masculino y el 48% pertenecen al género femenino.

La mayor parte de las personas encuestadas pertenecen al género masculino de turistas.

Edad

Tabla 5 Edad

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 - 25 años	34	27%
26 - 35 años	41	32%
36 -45 años	38	30%
46 años en adelante	14	11%
TOTAL	127	100%

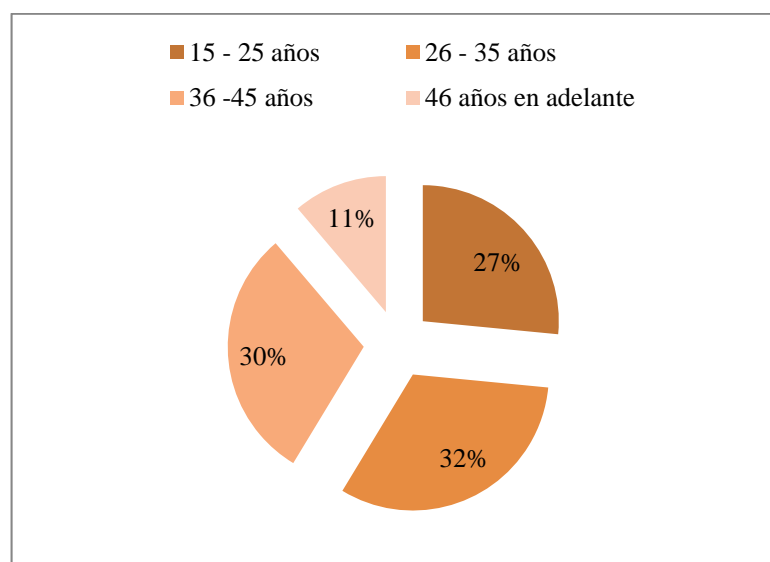


Figura 4 Edad

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

El rango de mayor concurrencia se encuentra entre los 26-35 años de edad con un 32% del total continuando con el rango de 36-45 años de edad que corresponde al 30%, seguido del rango de 15-25 años de edad que corresponde al 27% de las personas encuestadas.

1. ¿Cuál es su lugar de residencia?

Tabla 6 Pregunta 1

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nacional	57	45%
Extranjero	70	55%
TOTAL	127	100%



Figura 5 Pregunta 1

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De las encuestas realizadas el 45% de las personas encuestadas son turistas nacionales mientras que el 55% son turistas extranjeros. En las encuestas realizadas podemos observar que la mayor parte de los turistas son extranjeros, por tal motivo es importante brindar un servicio de calidad.

2. ¿Porque motivo acude usted a visitar al Barrio Loreto del Cantón Rumiñahui?

Tabla 7 Pregunta 2

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Turismo	99	78%
Negocios	17	13%
Estudios	4	3%
Otros	7	6%
TOTAL	127	100%

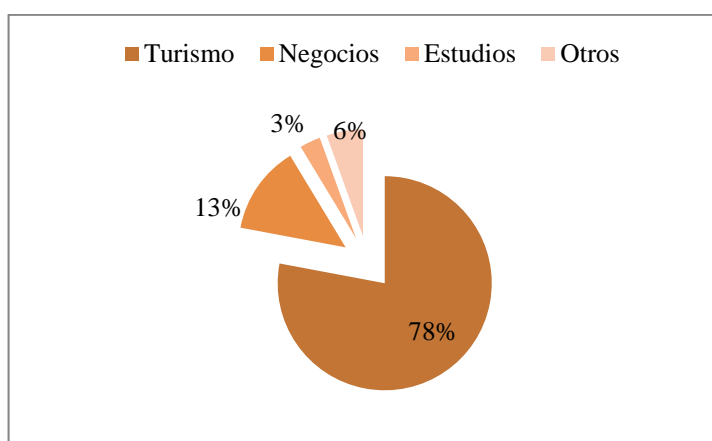


Figura 6 Pregunta 2

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas nacionales como extranjeros el 78% deciden visitar el barrio por cuestión de turismo, mientras que el 13% visitan por negocios y el 3% visitan por estudios y el 6% por otras cuestiones.

La mayor parte de las personas encuestadas informan que visitan el barrio Loreto del cantón Rumiñahui por cuestiones de turismo, debido que el actual Gobierno realiza actividades en la cual se fomenta el turismo en nuestro País.

3. ¿Cuántos días permanece en el sitio?

Tabla 8 Pregunta 3

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 día	1	1%
2 días	46	36%
3 o más	80	63%
TOTAL	127	100%

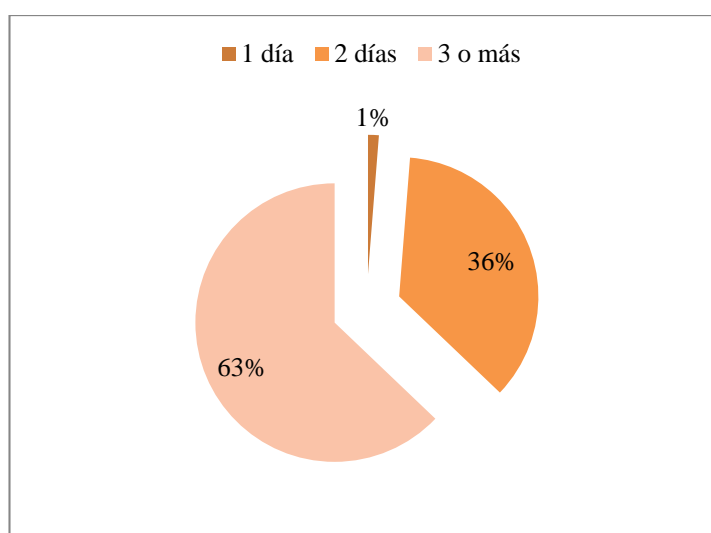


Figura 7 Pregunta 3

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De 127 personas encuestadas el 63% respondió que permanecerán 3 o más días en ese lugar, el 36% informo que permanecerán 2 días y el 1% manifestó que permanecerá 1 día en ese lugar.

La gran mayoría de las personas encuestadas informaron que permanecerán en ese sitio 3 días o más, puesto que al permanecer más días en ese lugar tendrán la alternativa de conocer diferentes lugares turísticos del cantón Sangolquí.

4. ¿Cuál es la frecuencia de visita?

Tabla 9 Pregunta 4

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mensual	1	1%
Trimestral	10	8%
Semestral	48	38%
Anual	68	53%
TOTAL	127	100%

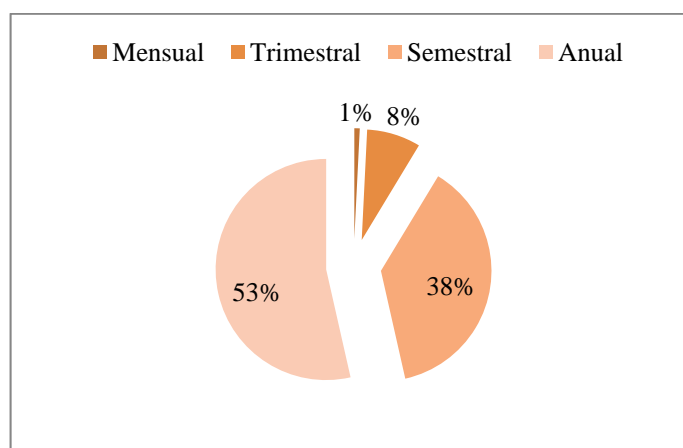


Figura 8 Pregunta 4

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas, el 53% respondió que la frecuencia de visita es anual. Mientras que el 38% dijo que es semestral, el 8% manifestó que es trimestral y el 1% informó que es mensual la frecuencia de visita.

5. ¿Con quién suele visitar el lugar?

Tabla 10 Pregunta 5

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Solo	1	1%
En pareja	20	16%
Familia	27	21%
Amigos	79	62%
TOTAL	127	100%

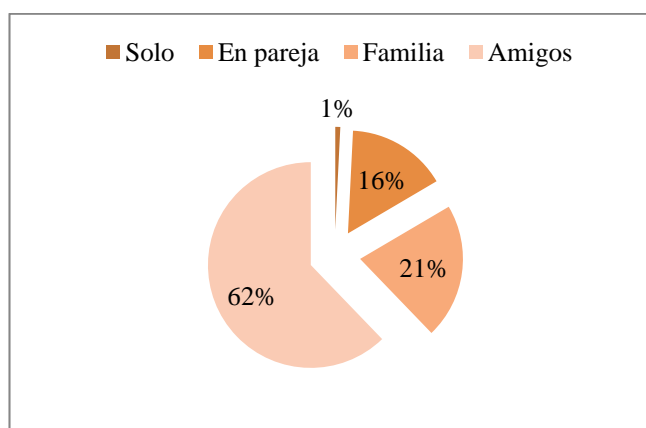


Figura 9 Pregunta 5

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

En el estudio realizado de las personas encuestadas se obtuvo que el 62% de las personas encuestadas suelen visitar el lugar acompañado de amigos, mientras que el 21% indicó que las visitas lo realizan acompañado de la familia, el 16% indicó que lo realizan en pareja y el 1% respondió que visita el lugar solo.

6. ¿Conoce algún sitio de hospedaje para que los turistas puedan permanecer más tiempo en el barrio Loreto oh en sectores aledaños?

Tabla 11 Pregunta 6

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	57	45%
No	70	55%
TOTAL	127	100%

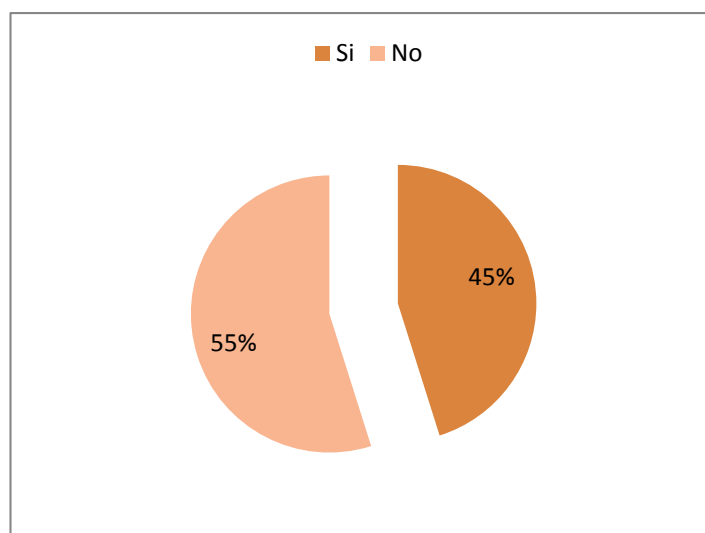


Figura 10 Pregunta 6

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

El 55% de las personas encuestadas respondieron que no conocen un lugar de hospedaje dentro del barrio Loreto y el 45% informo que si conocen un lugar de hospedaje en el barrio Loreto.

Mediante las encuestas se determina que la mayor parte de las personas no conocen un lugar para hospedarse en el barrio Loreto, por tal razón es importante informar a los turistas a cerca de los sitios de hospedaje que existen en Sangolquí.

7. ¿Qué aspecto considera de mayor importancia a la hora de elegir un hotel?

Tabla 12 Pregunta 7

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precios	8	6%
Variedad de servicios	39	31%
Calidad del servicio	51	40%
Seguridad	19	15%
Cercanía	9	7%
Otros	1	1%
TOTAL	127	100%

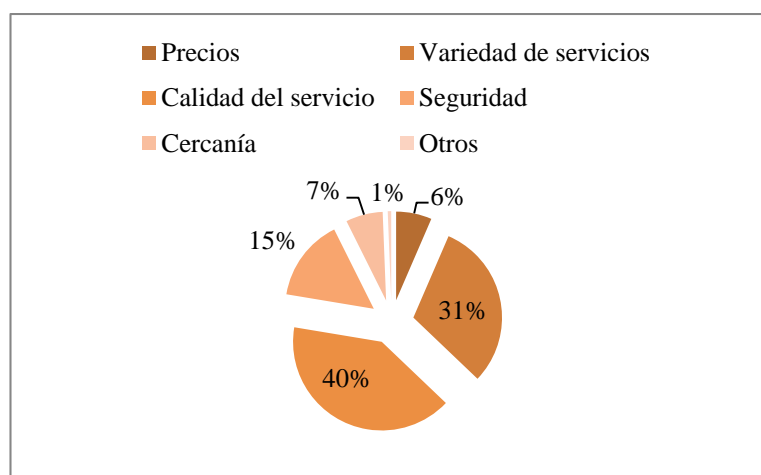


Figura 11 Pregunta 7

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

En las encuestas realizadas el 40% informó que el aspecto importante a la hora de elegir un hotel es la calidad de servicio, el 31% seguido de la variedad de servicios, el 15% respondió que es la seguridad, el 7% eligió por la cercanía, el 6% dijo que es los precios y el 1% respondió otros. La gran mayoría de las personas encuestadas informan que el aspecto que considera de mayor importancia a la hora de elegir un hotel es la calidad de servicio.

8. ¿Considera que es necesario que se construya un hotel en el barrio Loreto para que los turistas disfruten de un ambiente de recreación familiar?

Tabla 13 Pregunta 8

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	110	87%
No	17	13%
TOTAL	127	100%

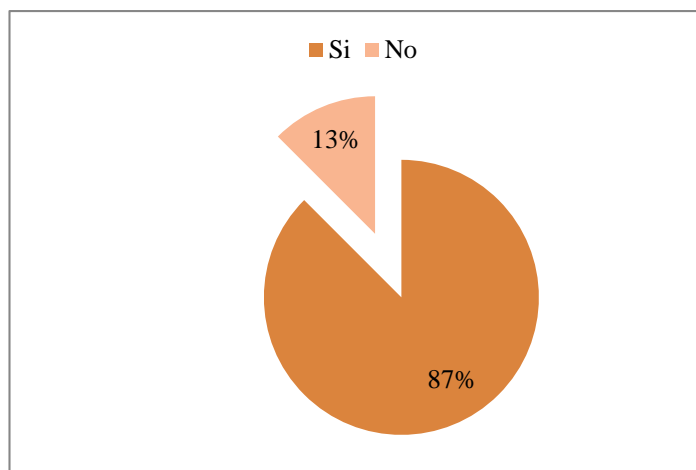


Figura 12 Pregunta 8

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas el 87% considera que es necesario que se construya un hotel en el barrio Loreto, mientras que el 13% informa que no es necesario que se construya un hotel en el barrio Loreto. La gran mayoría de las personas encuestadas consideran que es necesario que se construya un hotel en el barrio Loreto, para que los turistas nacionales y extranjeros puedan hospedarse y disfrutar de un ambiente de recreación familiar.

9. ¿Qué valor por persona estaría dispuesta a pagar por el servicio de hospedaje?

Tabla 14 Pregunta 9

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
USD 10,00	33	30%
USD 15,00	61	55%
USD 20,00	14	13%
USD 30,00	2	2%
TOTAL	110	100%

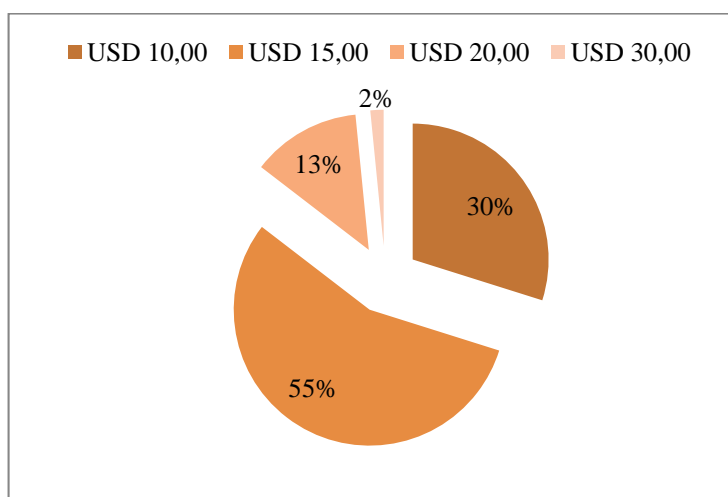


Figura 13 Pregunta 9

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

En las encuestas realizadas el 55% le gustaría pagar 15,00 dólares por el servicio de hospedaje, mientras que el 30% está dispuesto a pagar 10,00 dólares, el 13% desea pagar 20,00 dólares y el 2% respondió que desea pagar 30,00 dólares por el servicio de hospedaje.

10. ¿Qué servicio adicional le gustaría que brinde el servicio de hospedaje?

Tabla 15 Pregunta 10

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Guía turístico	30	27%
Restaurante	32	29%
Área deportiva	14	13%
Todas las anteriores	34	31%
TOTAL	110	100%

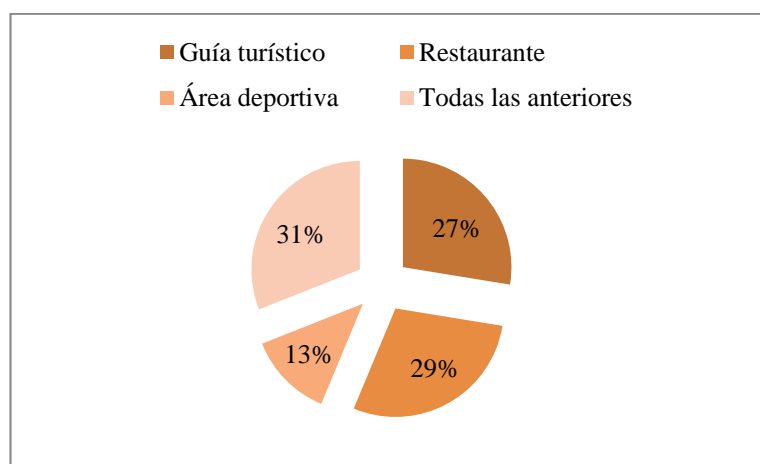


Figura 14 Pregunta 10

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas el 29% informo que el servicio adicional que le gustaría es el de restaurante, mientras que el 27% respondió que el servicio adicional que le gustaría es la guía turística, el 13% informo que el servicio adicional le gustaría que fuera una área deportiva y el 31% respondió que el servicio adicional sean todas las anteriores al adicionar estos servicios los turistas se sentirán satisfechos con sus expectativas y requerimientos.

11. ¿Está de acuerdo a pagar un costo adicional por los servicios antes mencionados?

Tabla 16 Pregunta 11

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	74	67%
De acuerdo	24	22%
En desacuerdo	12	11%
TOTAL	110	100%

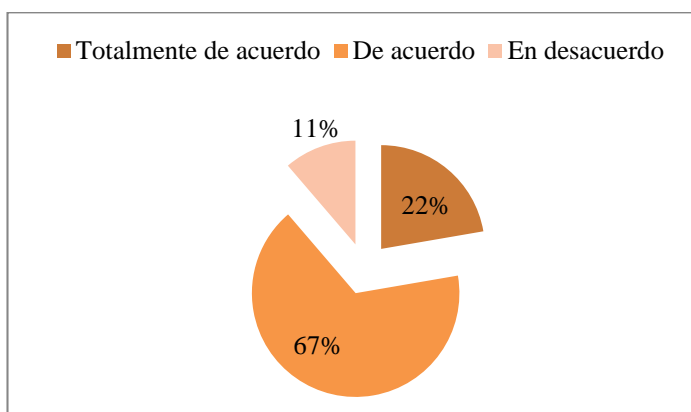


Figura 15 Pregunta 11

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

De las 110 personas que consideran necesario la construcción de un hotel el 67% indicó que está totalmente de acuerdo a pagar un valor adicional por los servicios antes mencionados, mientras que el 22% indica que está de acuerdo para cancelar un valor adicional por los servicios adicionales y el 11% respondió que está en desacuerdo para cancelar el valor adicional.

12. ¿Qué tipo de habitación prefiere utilizar?

Tabla 17 Pregunta 12

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Simple	33	30%
Doble	56	51%
Matrimonial	21	19%
TOTAL	110	100%

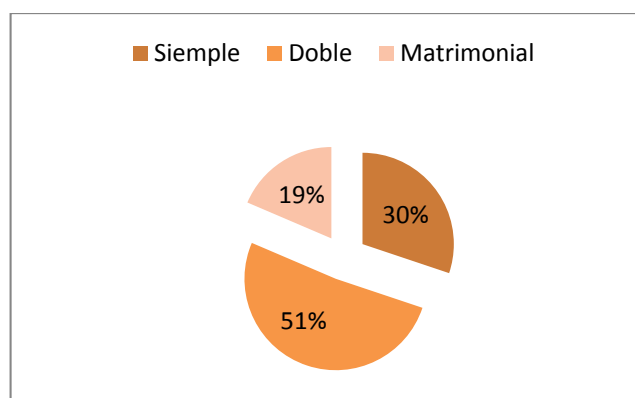


Figura 16 Pregunta 12

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

Del 100% de las personas encuestadas el 51% informa que prefieren utilizar la habitación doble, el 30% respondió que prefiere la habitación simple y el 19% informo que prefiere la habitación matrimonial.

Un gran porcentaje de las personas encuestadas respondieron que prefieren utilizar la habitación doble, para que puedan descansar cómodamente en familia.

13. ¿Cómo le gustaría informarse del servicio de hospedaje?

Tabla 18 Pregunta 13

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	41	36%
Agencias de viaje	37	34%
Radio	15	14%
Televisión	14	13%
Prensa escrita	3	3%
TOTAL	110	100%

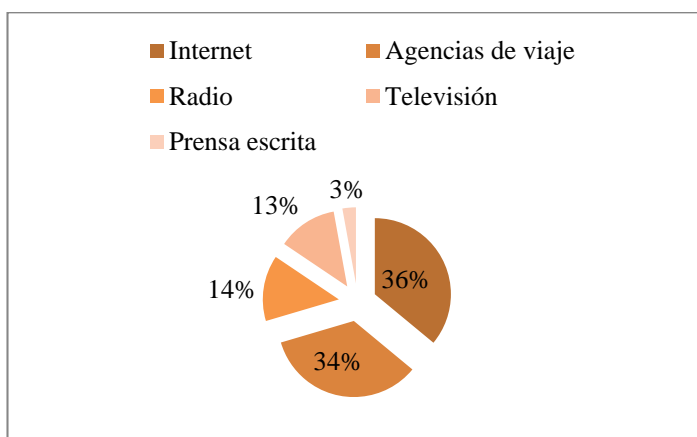


Figura 17 Pregunta 13

Fuente: Encuesta

Análisis e interpretación

En el estudio realizado se obtuvo que el 36% le gustaría informarse del servicio del hospedaje a través del internet, el 34% lo prefiere mediante las agencias publicitarias, el 14% respondió que le gustaría informarse por la radio, el 13% dijo que le gustaría ser informado mediante la televisión y el 3% optó por la prensa escrita.

Mediante las encuestas realizadas se puede determinar que la mayoría de las personas les gustaría ser informadas del servicio de hospedaje mediante el internet, debido que en la actualidad la mayor parte de las personas utilizan el internet.

2.6 La demanda

“La demanda, es el deseo que tiene un consumidor de un determinado producto, pero que está respaldado por una capacidad de pago”. (Kotler, Dirección del marketing, 2006, pág. 45).

2.6.1 Análisis de la demanda

“La demanda de un producto se puede definir como el volumen físico o monetario que sería adquirido por un grupo de compradores en un lugar y tiempo dado, bajo unas condiciones de entorno y un determinado esfuerzo comercial”. (Villacorta Tilve, 2010, pág. 50)

Para que el hotel tenga una rentabilidad es importante realizar un análisis de la demanda, el mismo que nos permita conocer la demanda actual y la proyección de la demanda del servicio que el hotel ofrece a los clientes.

Se estimara el análisis de la demanda total del turismo en la parroquia de Sangolquí, para lo cual se cuantificara la demanda histórica del turismo a fin de analizar los factores que ayudan y afectan, a la demanda para así poder proyectar nuestra demanda futura.

2.6.2 Segmentación de mercado

La segmentación del mercado permite conocer y definir con quien desea sostener relaciones la compañía. (Zeithaml & Bitner, 2002).

La segmentación de mercado es uno de los aspectos importantes de una compañía al momento de seleccionar una parte del mercado con características e intereses comunes, para así poder atraer a los clientes, logrando mayor demanda del cliente seleccionado, la segmentación de clientes permite concentrar los esfuerzos con la optimización de los recursos que tiene la compañía.

2.6.2.1 Variables de segmentación

Para realizar el segmento de mercado a que deseamos llegar, se analiza las principales variables que se utilizan para segmentar el mercado.

- **Variables Geográficas:** Es aquella que subdivide al mercado según la región, tamaño del país, urbano, rural.
- **Variables Demográficas:** Son aquellas que tienen relación con la edad, género, el ingreso, la ocupación, ciclo de vida familiar, raza y la nacionalidad.
- **Variables Psicográfica:** Son los atributos que se relacionan con la clase social, estilo de vida, y características de la personalidad.
- **Variables Conductual:** Se divide los grupos con base en su conocimiento, actitud, uso o respuesta hacia un producto.

Con las diferentes variables vamos a identificar los aspectos por los que el cliente potencial tiene interés al adquirir nuestro servicio.

A continuación se detalla la segmentación de mercado para el presente proyecto

Cuadro 1 Matriz de segmentación

VARIABLE	CONDICION
Geográfica	País: Ecuador Cantón: Rumiñahui Provincia: Pichincha Barrio: Loreto
Demográfica	Edad: 15 a 70 años Clase social: alto, medio y bajo Género: Hombres y Mujeres Ingresos: \$ 400
Psicográfica	Estilo de vida: Personas que realizan sus vacaciones dentro del país, que les gusta estar en contacto con la naturaleza y buscan un lugar de relajación. Gustos: Que les gusta hospedarse en hoteles
Conductual	Beneficios esperados: Servicio de calidad, buen ambiente, comodidad, habitaciones confortables Desean satisfacer sus necesidades y requerimientos

En el segmento de mercado de la variable geográfica para el presente proyecto lo vamos a desarrollar con la población de Sangolquí.

Tabla 19 Segmento de mercado - Población de Sangolquí

RANGO	HOMBRE	MUJER	TOTAL
De 15 a 19 años	3.736	3.796	7.532
De 20 a 24 años	3.800	3.787	7.587
De 25 a 29 años	3.390	3.699	7.089
De 30 a 34 años	3.128	3.382	6.510
De 35 a 39 años	2.714	3.018	5.732
De 40 a 44 años	2.439	2.779	5.218
De 45 a 49 años	2.335	2.618	4.953
De 50 a 54 años	1.963	2.201	4.164
De 55 a 59 años	1.584	1.653	3.237
De 60 a 64 años	1.130	1.249	2.379
De 65 a 69 años	860	919	1.779
De 70 a 74 años	626	694	1.320
De 75 a 79 años	390	533	923
De 80 a 84 años	332	411	743
De 85 a 89 años	161	233	394
De 90 a 94 años	65	94	159
De 95 a 99 años	19	27	46
De 100 años y más	2	7	9
TOTAL	28.674	31.100	59.774

Fuente: Inec. Censo de población y vivienda 2010

Realizada la investigación se determinó que la segmentación de mercado comprende a toda la población de Sangolquí, a partir de los 15 años, independientemente del género y nivel socioeconómico, el segmento corresponde a 59.774 personas.

2.6.3 Factores que afectan la demanda

“Existe un conjunto de factores tanto controlables como incontrolables por la organización que influyen sobre la demanda de una empresa y por lo tanto, deberá de ser vigilados para así hacer predicciones sobre la misma”. (Villacorta Tilve, 2010, pág. 51)

2.6.3.1 Tamaño y crecimiento de la población objetivo

Tabla 20 Población de la parroquia Sangolquí

RANGO	HOMBRE	MUJER	TOTAL
Menor de 1 año	598	597	1.195
De 1 a 4 años	2.900	2.816	5.716
De 5 a 9 años	3.704	3.516	7.220
De 10 a 14 años	3.693	3.542	7.235
De 15 a 19 años	3.736	3.796	7.532
De 20 a 24 años	3.800	3.787	7.587
De 25 a 29 años	3.390	3.699	7.089
De 30 a 34 años	3.128	3.382	6.510
De 35 a 39 años	2.714	3.018	5.732
De 40 a 44 años	2.439	2.779	5.218
De 45 a 49 años	2.335	2.618	4.953
De 50 a 54 años	1.963	2.201	4.164
De 55 a 59 años	1.584	1.653	3.237
De 60 a 64 años	1.130	1.249	2.379
De 65 a 69 años	860	919	1.779
De 70 a 74 años	626	694	1.320
De 75 a 79 años	390	533	923
De 80 a 84 años	332	411	743
De 85 a 89 años	161	233	394
De 90 a 94 años	65	94	159
De 95 a 99 años	19	27	46
De 100 años y más	2	7	9
TOTAL	39.569	41.571	81.140

Fuente: Inec. Censo de población y vivienda 2010

2.6.3.2 Gustos y preferencias

Este factor se refiere a la decisión de cada persona, debido a que las personas tienen el derecho de elegir lo que desea consumir, por tal motivo es necesario identificar los gustos y preferencias de las personas con el objetivo de adquirir demandantes para nuestro servicio.

Tabla 21 Preferencias de atractivos turísticos

ATRATIVOS TURÍSTICOS	TOTAL VISITANTES	PORCENTAJE
Sitios Naturales	11.688	35%
Museos y Manifestaciones Culturales.	10.018	30%
Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas contemporáneas	2.672	8%
Folklore	6.679	20%
Acontecimientos Programados.	2.338	7%

Fuente: GAD Municipal Rumiñahui - Dirección de Turismo

Los sitios naturales son los que mayormente son visitados por turistas nacionales y extranjeros, así mismo los museos y manifestaciones culturales por las fiestas y tradiciones que en meses específicos se celebran, generalmente los festejos fluctúan entre los meses de junio a septiembre.

2.6.3.3 Niveles de ingresos

El servicio hotelero es considerado, desde el punto de vista vacacional como una necesidad suntuaria, por ello es un factor que afecta la demanda, y sus cambios están sujetos al nivel de ingresos de los consumidores.

Si los ingresos de los usuarios aumentan, las visitas al hotel, podrían aumentar, por el contrario si su nivel disminuye también las visitas al hotel.

El nuevo hotel está enfocado a personas de clase media, media alta en donde se define como base de ingresos \$ 400,00 para que pueda acceder servicio de excelente calidad del hotel.

Tabla 22 Base de ingreso de Sangolquí

Ingreso Sangolquí	Ingresos USD
Nivel ingreso	400,00

Fuente: Investigación

2.6.4 Comportamiento histórico de la demanda

La tabla 2.23 nos muestra las estadísticas del Ministerio de Turismo del número de llegadas de turistas extranjeros a la provincia de Pichincha del 2007 hasta el 2013.

Tabla 23 Registro Histórico de turistas a Pichincha

Año	Extranjeros	Nacionales	TOTAL
2007	611.861	311.754	923.615
2008	656.265	315.090	971.355
2009	632.104	318.427	950.531
2010	683.691	321.763	1.005.454
2011	745.059	325.100	1.070.158
2012	830.551	328.436	1.158.987
2013	890.729	333.643	1.224.372

Fuente: Ministerio de Turismo

La tabla 2.24 nos muestra las estadísticas de la Dirección de Turismo el registro histórico de Turistas que llegan a Sangolquí del 2007 hasta el 2013.

Tabla 24 Registro Histórico de turistas a Sangolquí

Año	Extranjeros	Nacionales	TOTAL
2007	18.356	6.235	24.591
2008	19.688	6.302	25.990
2009	18.963	6.369	25.332
2010	20.511	6.435	26.946
2011	22.352	6.502	28.854
2012	24.917	6.569	31.485
2013	26.722	6.673	33.395

Fuente: GAD Municipal Rumiñahui –Dirección de Turismo

Estos datos fueron obtenidos en base a registros que maneja el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Rumiñahui, en la dirección de Turismo.

2.6.5 Demanda actual

2.6.5.1 Calculo de la demanda actual

Para determinar el cálculo de la demanda actual, vamos aplicar el cálculo del factor de crecimiento se aplica la siguiente formula, con el fin de tener un valor porcentual que represente el comportamiento histórico de la demanda y se pueda proyectar a futuro de la misma manera.

Cálculo del factor de crecimiento:

$$fc = \sqrt[n-1]{\frac{\text{año final}}{\text{año inicial}}}$$

$$c = \sqrt[2-1]{\frac{26.722}{18.356}} = fc = 1,0646$$

Cálculo de la tasa de crecimiento:

$$tc = (fc - 1) * 100$$

$$tc = (1,0646 - 1) * 100$$

$$tc = 6,46 \%$$

Para determinar la demanda actual de los turistas extranjeros se incrementó el 6,46% que es la Tasa de Crecimiento a la demanda de turistas extranjeros que visitan Sangolquí en el año 2013 es de 26.722 personas. Al realizar el incremento se obtuvo 28.448 personas de la demanda actual extranjera.

Tabla 25 Demanda actual extranjera

AÑO	DEMANDA DE EXTRANJEROS
2014	28.448

Fuente: Investigación

Para determinar el cálculo de la demanda actual, vamos aplicar el cálculo del factor de crecimiento se aplica la siguiente formula:

Cálculo del factor de crecimiento:

$$fc = \sqrt[n-1]{\frac{\text{año final}}{\text{año inicial}}}$$

$$c = \sqrt[5-1]{\frac{6.673}{6.235}} = fc = 1,0114$$

Cálculo de la tasa de crecimiento:

$$tc = (fc - 1) * 100$$

$$tc = (1,0114-1) * 100$$

$$tc = 1,14 \%$$

La demanda actual de los turistas nacionales que visitan Sangolquí se incrementó el 1,14% que es la Tasa de Crecimiento a la demanda de turistas nacionales de que visitan Sangolquí en el año 2013 es de 6.673 personas. Al realizar el incremento se obtuvo 6.749 personas de la población del año 2014.

Tabla 26 Demanda actual nacional

AÑO	DEMANDA NACIONAL
2014	6.749

Fuente: Investigación

Tabla 27 Total demanda actual

AÑO	TOTAL DEMANDA ACTUAL
2014	35.197

Fuente: Investigación

2.6.6 Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se tomó datos históricos de turistas que ingresan a Sangolquí, otorgados por la dirección de Turismo del Municipio de Rumiñahui.

El método que se utilizó para el cálculo de las proyecciones de la demanda es la Tasa de Crecimiento Anual, que es el 6.46%.

Turistas extranjeros

Tabla 28 Demanda histórica de turistas extranjeros

Año	Demanda Extranjeros
2007	18.356
2008	19.688
2009	18.963
2010	20.511
2011	22.352
2012	24.917
2013	26.722

Fuente: GAD Municipal Rumiñahui - Dirección de Turismo

Tabla 29 Demanda proyectada de los turistas extranjeros

AÑO	DEMANDA PROYECTADA DE EXTRANJEROS
2014	28.448
2015	30.286
2016	32.242
2017	34.325
2018	36.543
2019	38.903

Fuente: Investigación

Turistas nacionales

Tabla 30 Demanda histórica de turistas nacionales

Año	DEMANDA PROYECTADA DE NACIONALES
2007	6.235
2008	6.302
2009	6.369
2010	6.435
2011	6.502
2012	6.569
2013	6.673

Fuente: Investigación

Tabla 31 Demanda proyectada de los turistas nacionales

AÑO	DEMANDA PROYECTADA NACIONAL
2014	6.749
2015	6.826
2016	6.904
2017	6.983
2018	7.062
2019	7.143

Fuente: Investigación

Demanda proyectada total

Tabla 32 Total demanda proyectada

AÑO	TOTAL DEMANDA PROYECTADA
2014	35.197
2015	37.112
2016	39.146
2017	41.308
2018	43.605
2019	46.046

Fuente: Investigación

Se ha proyectado la demanda total de turistas nacionales, turistas extranjeros de la Parroquia de Sangolquí en los siguientes 5 años desde el 2014 hasta el 2019 y se ha obtenido un incremento en el número de personas que llegan a la parroquia de Sangolquí, es así que para el 2019 estará prevista la llegada de 46.046 personas.

2.7 La oferta

“La oferta es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (Rosales Posas, 2007, pág. 94)

2.7.3 Análisis de la oferta

El propósito del análisis de la oferta es evaluar internamente, en lo relativo a los puntos fuertes y débiles, la capacidad de los principales elementos funcionales de la ciudad para satisfacer los requisitos básicos de competitividad, habitualidad, sostenibilidad y su previsible aptitud para dar respuesta a los retos externos. (Fernandez Guell, 2006, pág. 65).

La finalidad del análisis de la oferta es determinar los oferentes del servicio de hospedaje en el mercado.

2.7.4 Factores que afectan la oferta

Los factores que afectan a la oferta son los siguientes:

2.7.4.1 El precio del servicio

Al ofertar nuestro servicio, se puede determinar que en ocasiones el precio de nuestro servicio es alto, pero en ocasiones el precio de nuestro servicio es bajo esto se da debido a la demanda que existe en el mercado, por tal razón no existe un precio estable.

En la parroquia Sangolquí existen actualmente hoteles de primera, segunda, tercera y cuarta categoría, a continuación se detalla un registro de precios del servicio que se ve afectado por la inflación de cada año.

Tabla 33 Precio de Histórico de Hospedaje

Años	Primera categoría (USD)	Segunda categoría (USD)	Tercera categoría (USD)
2012	25,00	15,00	10,00
2013	30,00	20,00	12,00
2014	35,00	25,00	15,00

Fuente: Investigación

2.7.4.2 Número y capacidad de los productos de los competidores

Los competidores son factores que afectan directamente a la oferta de nuestros servicios, puesto que ellos pueden ofertar un servicio a menos costo y los clientes o demandantes optaran por esta opción.

Tabla 34 Cantidad y capacidad de hoteles en Sangolquí

Categoría	2012		2013		2014	
	Cantidad	Capacidad	Cantidad	Capacidad	Cantidad	Capacidad
Primera	3	113	4	153	4	153
Segunda	5	144	5	120	6	144
Tercera	4	112	4	89	5	112
TOTAL	12	369	13	362	15	409

Fuente: GAD Municipal Rumiñahui – Dirección de Turismo

Tabla 35 Lista de lugares de hospedaje en Sangolquí

Categoría	Lista de hoteles
Primera	Hotel hacienda la carriona
	B&B La Casa Grande
	Ajon Hause
	Hostería castillo del valle
Segunda	Hotel El Colibrí
	Hostería Mira Sierra
	Hostería Mansión Samzara
	Hostería Sommergarten
	Hostal Gran Mirador
	Hostería del Río
Tercera	Hostal Chillo Real
	Hostal restaurante Holiday
	Cabañas los sauces
	Flamboyán Catering S.A.
	Cabañas del amanecer

Fuente: GAD Municipal Rumiñahui – Dirección de Turismo

2.7.5 Comportamiento Histórico de la oferta

La evolución histórica de la oferta permite determinar a las empresas que ofrecen el mismo servicio que nuestra empresa, no suele ser tarea fácil estimar, con un grado de certeza, la oferta de un proyecto determinado, puesto que la información que nos interesa está en manos de la competencia, que por obvias razones no está interesada en divulgar, ya que en algunas ocasiones se constituye en una arma poderosa para competir en el mercado, sin embargo, a través de algunos mecanismos indirectos de información global se podrá llegar a tener una idea aproximada del comportamiento de la oferta. (Miranda Miranda, 2006, pág. 101).

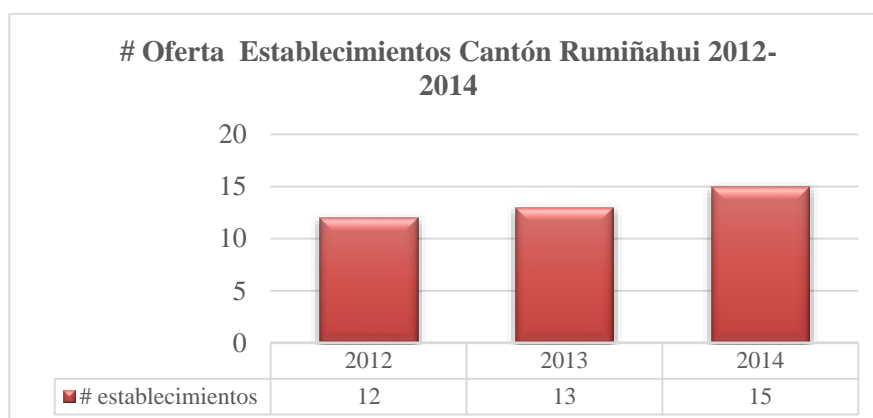


Figura 18 Número de establecimientos de alojamiento Cantón Rumiñahui

Fuente: GAD Municipal Rumiñahui – Dirección de Turismo

En el gráfico 2.18 se puede observar las estadísticas del GAD Municipal Rumiñahui – Dirección de Turismo del número de establecimientos del 2012 al 2014 con los cuales calcularemos la Tasa de Crecimiento, que es el 2,57% en promedio.

2.7.6 Oferta actual

Según datos proporcionados por la dirección de turismo del Gobierno municipal de Rumiñahui, en la parroquia Sangolquí, para el año 2014, existen en total 15 hoteles, de primera categoría 4, segunda categoría 6 y tercera 5, con una capacidad de 153, 144 y 112 personas respectivamente.

Tabla 36 Capacidad de hospedaje

Detalle	
Lugares de hospedaje	15
Capacidad de hospedaje	409
Días de estancia mensual	12
Meses de mayor afluencia	4

Fuente: GAD Municipal Rumiñahui – Dirección de Turismo

Para determinar la oferta actual se considera los aspectos del cuadro anterior.

Tabla 37 Determinación de la oferta año

Categoría	Nº	Capacidad	Visitas mes	Meses de mayor afluencia	TOTAL OFERTA TURISTAS
Primera	4	153	12	4	7.344,00
Segunda	6	144	12	4	6.912,00
Tercera	5	112	15	4	6.720,00
TOTAL	15	409	39	12	20.976,00

Fuente: GAD Municipal Rumiñahui – Dirección de Turismo

2.7.7 Proyección de la oferta

El método que se utilizó para el calculamos de las proyecciones de la oferta es la Tasa de Crecimiento Promedio Anual, que es el 2,57%.

Tabla 38 Oferta proyectada

AÑO	TOTAL OFERTA PROYECTADA TURISTAS
2014	20.976
2015	21.515
2016	22.068
2017	22.635
2018	23.217
2019	23.814

Fuente: Investigación

2.8 Demanda insatisfecha

Demanda insatisfecha, responde aquella demanda dada cuando los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios. En este caso, la empresa deberá lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente para satisfacer la demanda. Se trata por lo tanto de llenar con un nuevo producto o con el desarrollo o mejora de un producto ya existente, el vacío que ha dejado este. (Rivera Camino, 2014, pág. 32).

Por tanto la demanda insatisfecha está dada directamente por la resta de la oferta menos la demanda, sobre lo cual es posible obtener resultados.

Tabla 39 Demanda insatisfecha

AÑO	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	20.976	35.197	-14.221
2015	21.515	37.112	-15.597
2016	22.068	39.146	-17.078
2017	22.635	41.308	-18.673
2018	23.217	43.605	-20.388
2019	23.814	46.046	-22.232

Fuente: Investigación

Pudimos observar en la tabla 2.39 que la demanda es superior a la oferta en todos los años es decir que existe un mercado insatisfecho mayor al que el hotel podrá cubrir y brindar un servicio de calidad en hospedaje.

2.8.3 Demanda para el proyecto propuesto

Para establecer la demanda para el proyecto propuesto se ha tomado en cuenta como referencia los datos de la encuesta que el 87% de las personas encuestadas consideran necesario que se construya un hotel en el barrio “Loreto” para impulsar el turismo y conocer los diferentes atractivos que brinda la naturaleza.

Pero en la elaboración de nuestro proyecto consideramos factible el 70% de turistas nacionales y extranjeros, debido a los diferentes sesgos de mercado. El acumulado de las habitaciones se toma el valor del año 2015 dividido para los 365 días del año, lo que nos refleja el valor de 30 habitaciones al año 2015, y para el acumulado de los siguientes años se toma el valor del año 2016 menos el año 2017 dividido para los 365 días del año y obtenemos el acumulado que es de 3 habitaciones al año.

Para obtener el valor del total de las habitaciones sumamos el acumulado de las habitaciones desde el año 2015 que refleja que son 30 habitaciones más el acumulado de 3 habitaciones y así obtenemos el total de las habitaciones para cada año.

Tabla 40 Demanda Propuesta del Proyecto

AÑO	DEMANDA	70% DEMANDA PROPUESTA PROYECTO	ACUMULADO DE HABITACIONES	TOTAL HABITACIONES
2014	14.221	9.954		
2015	15.597	10.917	30	30
2016	17.078	11.954	3	33
2017	18.673	13.071	3	36
2018	20.388	14.271	3	39
2019	22.232	15.562	3	42

Fuente: Investigación

2.9 Posicionamiento

“El posicionamiento comienza con un producto, una mercancía, un servicio, una empresa, una institución o incluso una persona. Posicionamiento es lo que se constituye en la mente de las personas, es decir se posiciona el producto en la mente del mercado meta”. (Kotler, Dirección del marketing, 2006, pág. 36)

Posicionar es diseñar la imagen de una empresa, de manera que ocupe un lugar distintivo en la mente del consumidor, para que la empresa tenga buena rentabilidad es necesario que se posicione en la mente del cliente o consumidor.

2.10 Comercialización

“El estudio de comercialización señala las formas específicas de procesos intermedios que han sido previstos para que el producto o servicio llegue al usuario final. El proceso de comercialización incluye: las formas de almacenamiento, los sistemas de transporte empleados, la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismos de promoción y publicidad”. (Miranda Miranda, 2006, pág. 105)

Para que la empresa pueda comercializar sus productos o servicios es necesario que adopte las siguientes estrategias:

2.10.3 Estrategias de producto o servicio

- Conocer los productos y servicios de la competencia.
- Proponer servicios diferenciados que aporten al cliente.
- Agregar a nuestros servicios nuevos atributos.
- Incrementar nuevos servicios.
- Capacitar permanentemente a los empleados, para que puedan brindar un servicio de calidad.

2.10.4 Estrategias de precio

- Establecer un precio justo, con el fin de atraer a la clientela.
- Comparar nuestros precios con los de la competencia.
- Ofrecer descuentos especiales, en alguna fecha exclusiva.
- Lanzar servicios con un precio bajo, pero con un servicio de calidad para tener acogida en el entorno.

2.10.5 Estrategias de plaza

- Determinar la ubicación de la competencia.
- Determinar los requerimientos del cliente.
- Tener un mapa de ubicación en la web, para que los clientes puedan llegar a nuestro hotel.
- Conocer el mercado.

2.10.6 Estrategias de promoción

- Realizar ofertas de los servicios del hotel.
- Informar a los clientes acerca de las promociones.
- Ofertar los servicios mediante el internet
- Realizar publicidad.
- Entregar volantes donde se detalle los servicios del hotel.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

“Dentro del estudio técnico se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto; así mismo, se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación.” (Fernández, 2007, pág. 42)

Una vez finalizado el estudio de mercado, se puede realizar el estudio técnico, el cual permite determinar la ubicación geográfica más estratégica, el tamaño del proyecto y la ingeniería del proyecto, en el que interviene el proceso del servicio y los demás requerimientos necesarios para satisfacer y cubrir la demanda insatisfecha.

3.1 Tamaño del Proyecto

“El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos con relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.” (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2006, pág. 92).

El tamaño del proyecto es la capacidad de producción de servicios dentro de un período, en el que comprende diferentes factores determinantes para su definición, sin embargo, lo ideal es que sea menor a la demanda actual, calculada en el estudio de mercado.

Mediante el análisis de los factores determinantes del tamaño, se podrá conocer cuál será el tamaño que debe tener las instalaciones del hotel y los equipos requeridos para el adecuado funcionamiento de la propuesta.

Es necesario tomar en cuenta la implementación de servicios básicos para el funcionamiento de proyecto, entre ellos servicios de energía eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono, como los más principales que aportan el funcionamiento de la actividad operativa del hotel.

En cuanto a las vías de acceso existen infraestructura en buenas condiciones que se puede llegar fácilmente en todo tipo de vehículos, para llegar a Sangolquí desde Quito existe una vía de primer orden y para dirigirse a Loreto es necesario cruzar por el barrio Cashapamba que también son vías asfaltadas. Además los turistas pueden hacer uso del transporte público ya que existe una línea de frecuencia a dicho barrio.

Existen la Cooperativa de transporte Publica Urbano Calsig Expres, Cooperativa de transportes Marco Polo, Cooperativa de taxis: en las cercanías del Barrio de Loreto existe una gran variedad de taxis entre la más cercana al Hotel se encuentra la cooperativa de taxis Cashapamba, Cooperativa de camionetas: En las cercanías del Barrio de Loreto existe una a cooperativa de camionetas 31 de marzo.

3.1.1 Factores Determinantes del Tamaño

Para determinar el tamaño se parte de la capacidad que se tiene para cubrir la demanda encontrada, el mercado y los recursos disponibles y posibles de financiar mediante créditos, estos son factores determinantes que deben ser analizados.

3.1.1.1 Mercado

“En términos generales, mercado es el contexto dentro del cual toma lugar la compra y venta de mercaderías, o donde se encuentra quienes demandan bienes y servicios con quienes lo ofrecen. Así el mercado acaba todos los oferentes y demandantes que concurren al mismo lugar, incluyendo personas extranjeras y personas que viven en las localidades vecinas.” (Sabino, 2011).

El mercado es un aspecto importante a la hora de determinar el tamaño del proyecto, ya que al conocer la demanda potencial al cual va dirigida, se puede seleccionar la capacidad instalada conjuntamente con los recursos disponibles y determinar la localización óptima de la infraestructura de la empresa.

El mercado al cual va dirigido el proyecto es a turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan Sangolquí, especialmente el barrio de Loreto, de acuerdo con el estudio realizado, se ha determinado que existe oferta y demanda, siendo la oferta menor, por ende se obtiene una demanda insatisfecha, que se convierte en una oportunidad.

3.1.2. Disponibilidad de Recursos

3.1.2.1 Recursos Económicos

Un proyecto de esta magnitud requiere obligatoriamente de recursos económicos y al no disponer de la inversión total debe ser financiado con recursos de terceros, puesto que el valor de la inversión que contempla la construcción y el funcionamiento es alto, por ende no se llega a cubrir su valor con la aportación de los socios.

Para realizar el financiamiento, el Ministerio de Turismo, por medio del Banco Nacional de Fomento otorga créditos, con tasas de interés bajas, formas de pago posibles de cumplir, tiempo necesario, con el fin de incentivar el desarrollo turístico, además de brindar capacitaciones, asistencia y apoyo técnico y otros beneficios que generen rentabilidad de la nueva empresa y mejore el sector en donde se ubica la empresa.

Para poner en ejecución un proyecto es necesario contar con recursos propios o financiados, que permitan cubrir el monto total de la inversión requerida, de esta manera el proyecto puede ser factible.

3.1.2.2. Recursos Humanos

Para la realización del proyecto es importante considerar talento humano para la prestación de los servicios que se pretende ofertar y la administración, dentro de la zona donde se pretende implementar existe personal necesario y capacitado en cada área que se requiere.

En el Valle de los Chillos se cuenta con personal altamente capacitado para cumplir las diferentes funciones del hotel ya que contamos con universidades de gran prestigio que capacitan a nuestros futuros empresarios que aportaran satisfactoriamente con sus conocimientos y experiencias a nuestro Hotel cumpliendo con normas y estándares para ser los mejores.

3.1.2.1.1 Recursos Materiales

En cuanto a los recursos materiales de igual manera se puede proveer de distribuidores de la zona, en donde ofertan todo tipo de materiales, o en su efecto se puede recurrir a Sangolquí que también existe a precios competitivos.

Los materiales que se necesita para la implementación del hotel son los que se necesitaran para las diferentes áreas del hotel como de aseo y limpieza, que son accesibles adquirir en el mercado local.

3.1.2.1.2 Recursos Tecnológicos

El uso de recursos tecnológicos en dicho proyecto aportan a un posible incremento de demanda, al hacer uso del marketing digital se puede hacer publicidad en redes sociales o una página web que puede servir para atraer a turistas de diversos países o hacer reservas para para facilitar su ingreso. Asimismo maquinaria y equipo de lavandería o de cocina que pueden mejorar los procesos de cada área, dando la facilidad en cada actividad.

3.1.3 Optimización del Tamaño del Proyecto

El espacio físico que se ha determinado en el proyecto será aprovechado al máximo, está definido en base a las necesidades de los clientes y posibilidades de inversión, además permitirá presentar una buena imagen a los clientes con atención personalizada y además con el personal adecuado y capacitado en cada área.

Dispondrá de todos los implementos necesarios para el funcionamiento del hotel, es decir que cuente con los insumos y equipos necesarios.

La empresa por ofertar tres tipos de servicios debe distribuir bien las instalaciones ergonómicamente para que quienes usen un servicio no interrumpen otro.

Además por la ubicación definida por factores como disponibilidad de terreno y ser un lugar estratégico por no tener competencia en el barrio, se puede captar mercado y generar un desarrollo que se podrá visualizar a futuro.

3.1.4 Capacidad del servicio

“Corresponde el nivel máximo de producción o prestación de servicio que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.” (Córdova, 2011, pág. 108)

La capacidad instalada es el porcentaje que el proyecto está en condiciones de poder cubrir la demanda existente, ésta además depende de la cantidad de inversión disponible que permita poner en ejecución el proyecto.

En el estudio de mercado para el año 2015 se determinó una demanda insatisfecha de 15.597 turistas, de los cuales la propuesta está en la capacidad de cubrir el 70%, quedando una capacidad instalada de 10.917 turistas.

A continuación se muestra la tabla de la capacidad instalada.

Tabla 41 Capacidad instalada

Año	Capacidad instalada	Porcentaje de captación
2015	10.917	70%

Fuente: Investigación

- **Capacidad del servicio de hospedaje**

Para determinar la capacidad instalada del servicio de hospedaje, se realizó en base a las encuestas realizadas en el estudio de mercado, donde se preguntó el tipo de habitación que mayormente utilizan, para lo cual se ha tomado los porcentajes de la frecuencia de habitación simple, doble y matrimonial.

3.1.4.1 Participación en el Mercado

La demanda proyectada para el año 2015 en el servicio de hospedaje del Cantón Rumiñahui, la demanda propuesta para el proyecto y para la participación en el mercado se detalla a continuación en la tabla 3.2. El porcentaje que pretende cubrir la demanda propuesta del proyecto es del 70%.

Tabla 42 Participación en el mercado del año 2015

DEMANDA PROPUESTA PROYECTO 2015	% PARTICIPACIÓN
10.917	70%

Fuente: Investigación

3.1.4.2 Capacidad Instalada del servicio de hospedaje

Para determinar la capacidad instalada del servicio de hospedaje se calcula el 70% de la demanda insatisfecha de cada año, ya que ese porcentaje va a cubrir la demanda de propuesta del proyecto.

El acumulado de las habitaciones se toma el valor del año 2015 dividido para los 365 días del año, lo que nos refleja el valor de 30 habitaciones al año 2015, y para el acumulado de los siguientes años se toma el valor del año 2016 menos el año 2017 dividido para los 365 días del año y se obtiene el acumulado que es de 3 habitaciones al año.

Para obtener el valor del total de las habitaciones se suma el acumulado de las habitaciones desde el año 2015 que refleja que son 30 habitaciones más el acumulado de 3 habitaciones y así obtenemos el total de las habitaciones para cada año.

Calculamos el porcentaje de las habitaciones simples, dobles y matrimoniales se toma el total de las habitaciones y se multiplica por el porcentaje de los datos recibidos de las encuestas a los turistas.

A continuación en la tabla 3.3 se detalla los datos siguientes:

Tabla 43 Capacidad instalada servicio de hospedaje

Año	70% demanda propuesta del proyecto	Acumulado de habitaciones	Total habitaciones	Habitaciones simples 30%	Habitaciones dobles 51%	Habitaciones matrimoniales 19%
2014	9.954					
2015	10.917	30	30	9	15	6
2016	11.954	3	33	10	17	6
2017	13.071	3	36	11	18	7
2018	14.271	3	39	12	20	7
2019	15.562	3	42	13	21	8

Fuente: Investigación

En la capacidad de las habitaciones se toma como referencia las habitaciones de cada una en las simples son 9, en las dobles sería 30, y en las matrimoniales 12 cada una está multiplicada por 2 para determinar la cantidad.

Luego se realiza la multiplicación de 4 días de mayor afluencia por 4 semanas al mes y esa cantidad multiplicada por 12 meses del año como resultado tenemos de 192 días, seguido realizamos la multiplicación de los 192 por cada cantidad obtenida de las diferentes habitaciones y tenemos como resultado los siguientes datos que se detallan en la tabla 3.4 a continuación.

Tabla 44 Capacidad de habitaciones año 2015

HABITACIONES SIMPLES	HABITACIONES DOBLES	HABITACIONES MATRIMONIALES
1.728	5.760	2.304
TOTAL	AÑO 2015	9.792
HABITACIONES		

Fuente: Investigación

3.1.4.3 Capacidad del servicio de restaurante

Asimismo para determinar la capacidad instalada se realizó en base a las encuestas en donde el 60%, de quienes van a utilizar el servicio de hospedaje, utilizarán el servicio de restaurante.

Tabla 45 Capacidad instalada servicio de restaurante

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	CAPACIDAD DEL SERVICIO AL AÑO
Restaurante	60%	5.875

Fuente: Investigación

Tabla 46 Capacidad de producción servicio de restaurante

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	DÍAS AL AÑO	ROTACIÓN 3	TOTAL CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
Mesas con capacidad de 6 personas	2	360	3	2160
Mesas con capacidad de 4 personas	8	360	3	8640
TOTAL				10.800

Fuente: Investigación

3.1.4.4 Capacidad del servicio de ecoturismo

El servicio de ecoturismo constará de caminatas a las diferentes cascadas del río Pita, en las más conocidas son La Chorrera del Molinuco, Rumibosque, Santa Rosa, que además se puede realizar pesca deportiva y visitar el mirador de los volcanes, seguramente sus tensiones desaparecerán al ver la grandiosidad del Cayambe, el Pasochoa, el Antisana y el Cotopaxi.

La misma encuesta se utilizó para definir la capacidad instalada del servicio de ecoturismo, en la que indica que el 58% de las personas les gustaría que exista este servicio.

Tabla 47 Capacidad instalada servicio de ecoturismo

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE	CAPACIDAD DEL SERVICIO
Servicio de Ecoturismo	58%	5.679

Fuente: Investigación

Tabla 48 Capacidad Instalada Total

DESCRIPCIÓN	CAPACIDAD TOTAL
Servicio de hospedaje	9.792
Servicio de restaurante	5.875
Servicio de ecoturismo	5.679
TOTAL	21.346

Fuente: Investigación

3.2 Localización del Proyecto

“El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción que cubra las exigencias o los requerimientos necesarios, que contribuya a minimizar los costos de inversión y gastos durante el periodo productivo del proyecto.” (Ortega, 2010, pág. 126).

La localización del proyecto es el lugar estratégico e idóneo que permita tener acogida la propuesta y disponga de servicios básicos, como energía eléctrica, agua potable, que sea de fácil acceso y que además represente el menor costo.

Para determinar la localización se realizará en base a la macro localización y micro localización, y se analiza los diferentes factores por medio de una ponderación en la que dé como resultado el lugar más idóneo.

Tabla 49 Puntuación

CRITERIO	PUNTUACIÓN
Malo	1
Regular	2
Bueno	3
Muy Bueno	4
Excelente	5

Fuente: Investigación

3.2.2 Macro localización

“La macro localización para el proyecto está determinada por la descripción de la zona o el contexto donde el proyecto impacta a través de sus diferentes costos y beneficios. El examen de macro localización lleva a la preselección de una de las áreas globales de mayor conveniencia; después, se procede a la micro localización, o sea, la definición puntual del sitio de ubicación para el proyecto.” (Rosales, 2007, pág. 116)

La macro localización permite definir a nivel regional y provincial la ubicación más idónea del proyecto.

3.2.2.1 Factores de Macro localización

Los factores relevantes que se tomaron en cuenta para determinar el lugar en donde se va a construir el hotel:

- La disponibilidad de terreno en donde se construirá el hotel
- El acceso a los servicios básicos: que son la energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono e internet
- Las vías de accesibilidad 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 al Hotel, carretera de piedra bien conservada que permite el acceso a la Hotel y a las diferentes cascadas del sector, ya sea en carro, motocicletas, caminata o bicicletas.
- Los atractivos turísticos disponibles, que son la naturaleza, la cultura y la visita a las diferentes cascadas un baño en la cascada es ideal para relajarse y expulsar las malas energías.

Utilizando el método cualitativo por puntos, se analizó a dos provincias para determinar las mejores condiciones, lo cual dio como resultado a la provincia de Pichincha que la provincia de Cotopaxi, puesto que al ser la capital ingresan mayor número de turistas extranjeros que recorren diversos lugares de la provincia.

Tabla 50 Matriz de macro localización

FACTOR RELEVANTE	PESO	PICHINCHA		COTOPAXI	
		VALOR	POND.	VALOR	POND.
Disponibilidad del terreno	0,25	4	1,00	3	0,75
Acceso a servicios básicos	0,25	5	1,25	4	1,00
Vías de accesibilidad	0,25	5	1,25	4	1,00
Atractivos Turísticos	0,25	5	1,25	4	1,00
TOTALES	1		4,75		3,8

Fuente: Investigación

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Pichincha

La Provincia de Pichincha es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país, en la zona geográfica conocida como sierra.

Su capital administrativa es la ciudad de Quito, la cual además es su urbe más poblada y la capital del país. Es también el principal centro comercial del país.



Figura 19 Mapa Provincia de Pichincha

Fuente: <http://www.in-quito.com/>

3.2.3 Micro localización

“Cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.” (Córdova, 2011, pág. 121).

La micro localización es la selección del lugar específico dentro de la macro localización elegida, para ello también es importante determinar mediante el método cualitativo por puntos los diversos factores que generen ventajas y beneficios.

3.2.3.1 Factores de Micro localización

Dentro de la determinación del micro localización se analizó los siguientes factores:

- Costo de terreno, en el barrio Loreto de Sangolquí existe disponibilidad de terreno a precios accesibles.
- El transporte es frecuente para quienes decidan ir a visitar este lugar, ya que además las vías se encuentran en buenas condiciones, existen cooperativas de buses como el Marco Polo, Calsig Expres que van en la ruta a las cascadas, existen cooperativas de taxis que prestan servicios a los turistas,

y a las personas que desean conocer los atractivos turísticos y también cooperativa de camionetas para los turistas que desean visitar las cascadas.

- Competencia, en el barrio Loreto no existe un lugar donde se puedan alojar las personas que van a realizar turismo.
- Seguridad, el barrio es muy tranquilo y todos quienes habitan tratan bien a los turistas, con el fin de que se desarrolle turísticamente y obtengan ingresos.
- El mercado al cual va dirigido es a los turistas, por ello se decide que al poseer el barrio Loreto, atractivos turísticos y en general la parroquia de Sangolquí, es una buena oportunidad para implementar este negocio.
- El talento humano es importante, puesto que se requiere de personal necesario para el desarrollo de las actividades que requiere el hotel, por ello se contratara personal capacitado de la zona, de esta manera genera fuentes de empleo.

Luego de haber analizado estos factores el resultado del micro localización se detalla a continuación:

Tabla 51 Matriz de micro localización

FACTOR RELEVANTE	PESO	LORETO		CAPELO	
		VALOR	POND.	VALOR	POND.
Costo del terreno	0,20	5	1,00	4	0,80
Disponibilidad de Transportes	0,15	4	0,60	4	0,60
Competencia	0,10	4	0,40	3	0,30
Seguridad	0,10	3	0,30	3	0,30
Costo de Insumos	0,20	4	0,80	3	0,60
Disponibilidad de cajeros automáticos	0,15	5	0,75	4	0,60
Disponibilidad de talento humano	0,10	5	0,50	4	0,40
TOTALES	1,00		4,35		3,60

Fuente: Investigación

Cantón: Rumiñahui

Parroquia: Sangolquí

Barrio: Loreto

El Cantón Rumiñahui se ha empezado a vender como sitio ideal para el ecoturismo, con todo lo que nos puede ofrecer el cañón del río Pita y con la ayuda de infraestructura existente de servicios de alimentación y hospedaje.

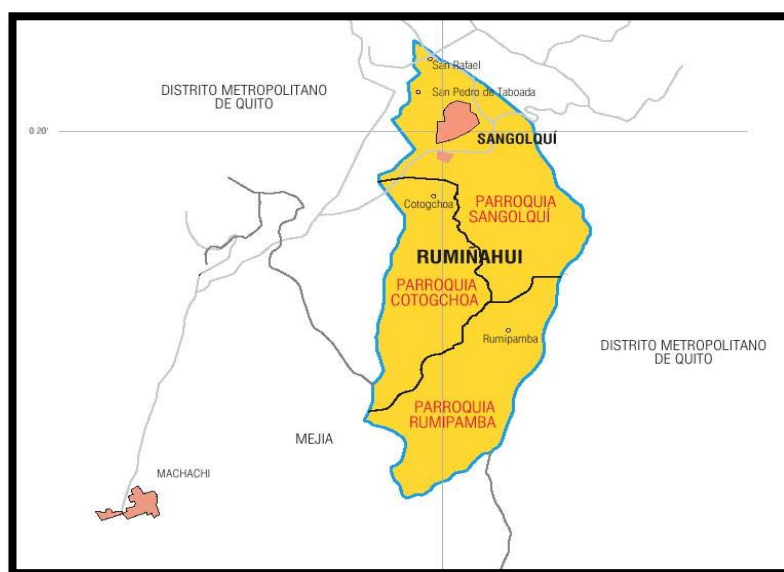


Figura 20 Mapa Cantón Rumiñahui

Fuente: www.skyscrapercity.com

Para llegar al barrio “Loreto” partiendo de la parroquia de Sangolquí debemos ir hasta el barrio de Cashapamba y nos dirigimos por la calle Antonio Tandazo la cual nos conducirá al sector de Loreto.



Figura 21 Mapa Barrio Loreto

Fuente: Google Maps

3.2.4 Plano de localización

El barrio Loreto es uno de los 50 barrios que conforma a la parroquia de Sangolquí, para llegar a este barrio se debe ir a un lugar conocido como el colibrí, por el barrio Cashapamba, ubicarse en la Calle Antonio Tandazo, de allí unos 7km se llega al Barrio Loreto.



Figura 22 Mapa Barrio Loreto
Fuente: Google Maps

3.3 Ingeniería del Proyecto

“La ingeniería del proyecto se orienta a definir las condiciones técnicas para responder a los requerimientos establecidos por el estudio de mercado de manera de identificar, seleccionar, adaptar, desarrollar las tecnologías asociadas a los procesos y proyectar las instalaciones relacionadas con los servicios de soporte a los procesos tecnológicos.” (Arata, 2009, pág. 42).

Es importante definir la ingeniería del proyecto, puesto que aquí se detalla todos los procesos de producción que se realizan en base a los resultados que se quiere tener y la capacidad existente, además los, los ,materiales y equipos requeridos para el funcionamiento, el personal responsable de cada área y la inversión final.

Para definir la ingeniería del proyecto también se debe basar en la capacidad instalada que se ha calculado previamente, para que de esta manera se pueda realizar los requerimientos de materiales, equipos y suministros, y el personal necesario, evitando gastos innecesarios que no van a ser utilizados.

Es también importante para realizar el estudio financiero, el cual da la posibilidad de conocer si el proyecto es rentable o no, por medio de indicadores que muestren los resultados obtenidos al invertir una cantidad de dinero en la propuesta.

3.3.1 El Proceso del servicio

El proceso de servicio son los pasos ordenados que se requieren seguir para brindar el servicio propuesto, aquí interviene desde la solicitud del cliente hasta la entrega del servicio.

La presente propuesta se enfoca principalmente al servicio de alojamiento, sin embargo para complementar el servicio se brinda servicios adicionales que complementan el servicio principal, esto son el servicio de restaurante y el servicio de ecoturismo que se realizará dentro del Valle de los Chillos.

El proceso de servicio de hospedaje requiere de ciertas actividades que se detallan a continuación:

- **Solicitar información:** El cliente solicita información del servicio de hospedaje.
- **Verificar disponibilidad:** La recepcionista se encarga de verificar disponibilidad de acuerdo a los requerimientos del cliente.
- **Cotización de precios:** El cliente solicita precios del servicio.
- **Reservar servicio:** El cliente decide reservar el servicio.
- **Ingreso del cliente:** El cliente llega a la hora y fecha indicada.
- **Recepción al cliente:** El cliente debe dar la bienvenida.
- **Proporcionar datos personales:** El cliente solicita el servicio y solicita el servicio.

- **Verificar reserva:** La recepcionista es la encargada de verificar la reserva del cliente.
- **Registro del cliente:** Se debe registrar los datos de una persona responsable del grupo o familia que ingrese y el número de personas, especificando el tipo de habitación y el tiempo que van a utilizar.
- **Asignación de habitación:** Llevar e instalar al cliente y brindar servicio de apoyo dependiendo del tiempo y los servicios adicionales.
- **Estancia del cliente:** El cliente permanece en el lugar los días solicitados y hace uso de los servicios que desea.
- **Dejar habitación:** El cliente termina su estancia y se dirige a la salida.
- **Solicitar cuenta:** El cliente debe acercarse a la recepción para cancelar el valor total del servicio.
- **Revisión de habitación:** La camarera es la encargada de revisar las condiciones en las que entrega la habitación e informar a la recepcionista las novedades.
- **Emisión de comprobante de venta:** El responsable del dinero debe registrar además del ingreso del cliente, el ingreso de dinero y emitir el respectivo comprobante de venta, esto incluye daños encontrados.
- **Pago:** Realizar el pago correspondiente.
- **Salida del cliente:** Se debe registrar la salida y entregar los documentos de identificación si fueron retenidos.

El servicio de restaurante comprende las siguientes actividades:

- **Entrada al restaurante:** El cliente se traslada al restaurante para hacer uso del servicio.
- **Recepción del cliente:** El cliente si decide utilizar el servicio de alimentación se dirige al restaurante para hacer uso de ese servicio.
- **Ubicación en el comedor:** El mesero es el encargado de dar la bienvenida al cliente y llevarlo a una mesa disponible.
- **Presentar la carta de menús:** El mesero debe entregar la carta de menús para que decida qué es lo que va a consumir.
- **Decisión de compra:** El cliente escoge de la carta de menús.

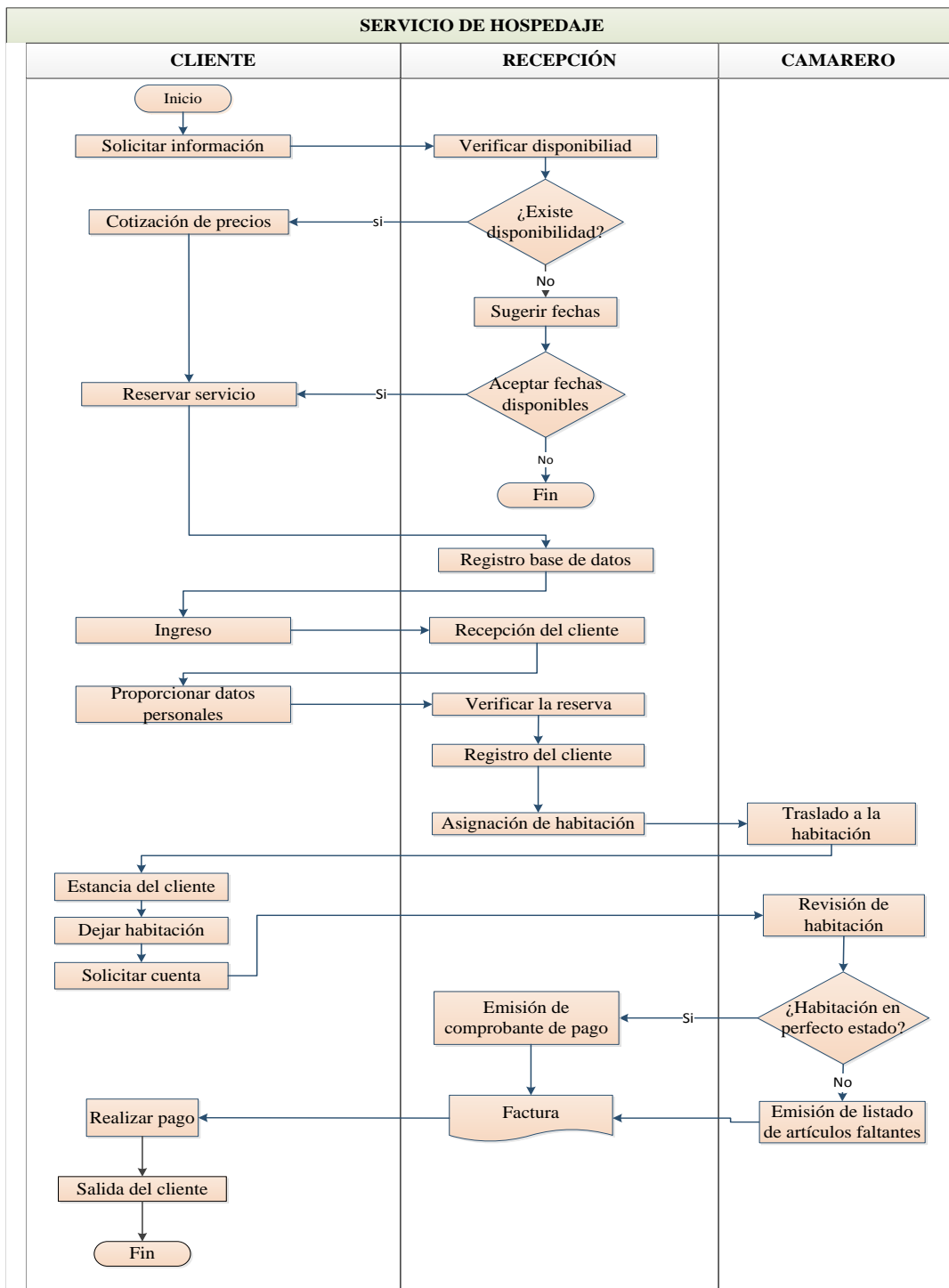
- **Preparación del menú:** Con la orden recibida se procede a realizar el menú solicitado.
- **Entregar el menú:** La cocinera es la responsable de preparar el menú y entregar al mesero para que lleve al cliente.
- **Solicitar la cuenta:** El cliente solicita el valor de consumo.
- **Pago:** El cliente debe cancelar el valor total del consumo.
- **Emisión de comprobante de venta:** La recepcionista debe emitir la factura correspondiente al servicio prestado y se archiva el documento.
- **Salida del cliente:** El cliente una vez realizado el consumo procede a salir del comedor.
- **Recoger vajilla:** El mesero es el responsable de recoger la vajilla y llevarla a cocina.

El servicio de Ecoturismo detalla las siguientes actividades:

- **Ingreso cliente:** El cliente ingresa para solicitar servicio de ecoturismo.
- **Bienvenida:** Se da la bienvenida al grupo o grupos de personas que quieren información de este servicio.
- **Ofrecer alternativas de ecoturismo:** El responsable debe proporcionar toda la información, costos, horarios, condiciones del servicio de ecoturismo.
- **Registro del cliente:** Se debe registrar datos y cobrar el valor correspondiente por el servicio.
- **Ofrecer charlas para las caminatas:** El responsable debe dar las recomendaciones necesarias en cuanto a cómo se va a realizar la excursión.
- **Traslado a Rio Pita:** De acuerdo al plan establecido el guía debe ir mostrando la historia y la cultura de cada lugar para que el transcurso del servicio se vuelva atractivo.
- **Visita Molinuco:** Mostrar los sitios turísticos.
- **Visita Rumibosque:** Indicar datos del lugar.
- **Visita Santa Rosa:** Permitir observar el lugar, tomar fotos.
- **Regreso:** Regresar de acuerdo al tiempo establecido.

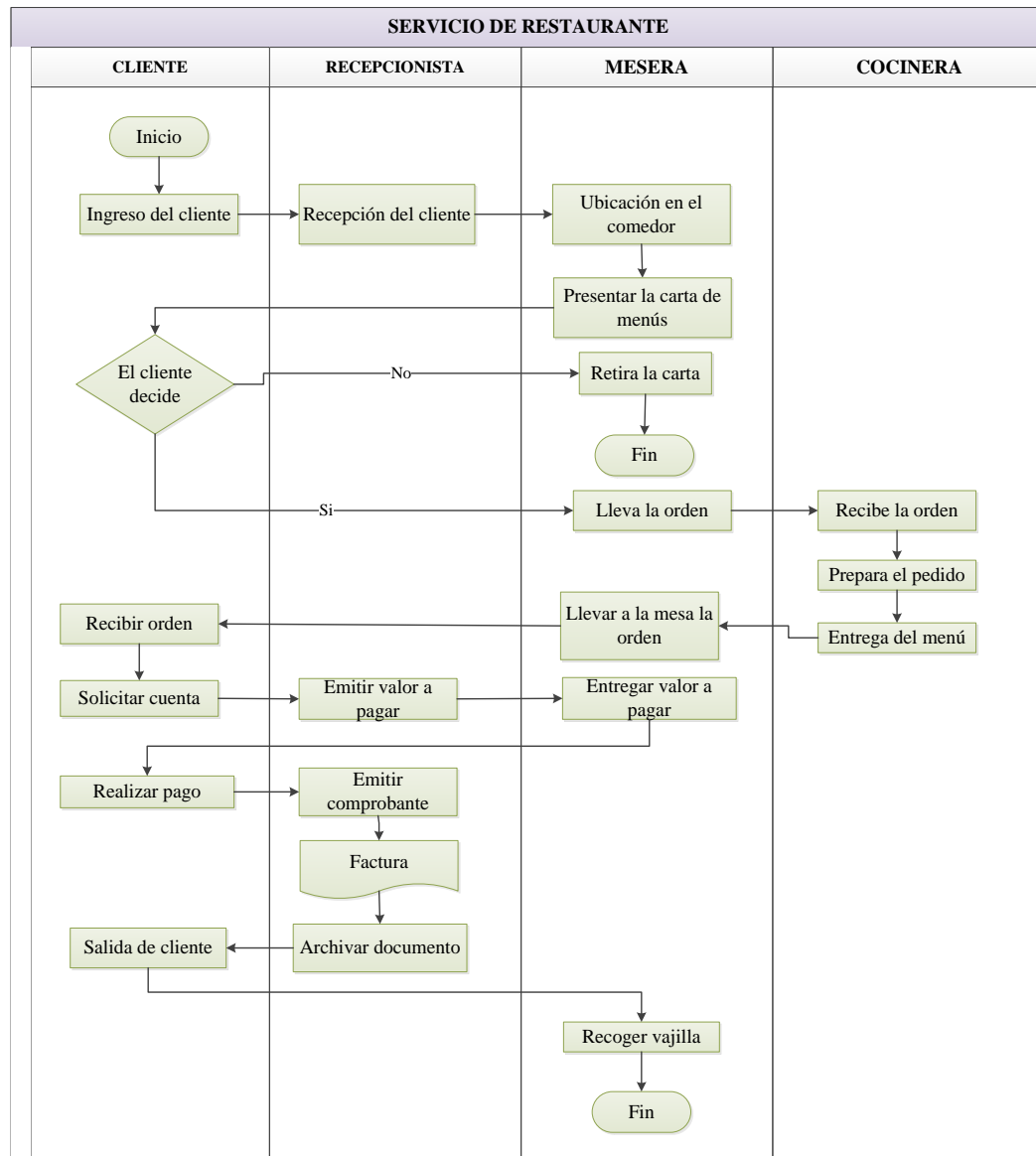
3.3.1.1 Diagrama de flujo

Figura 23 Diagrama servicio de Hospedaje



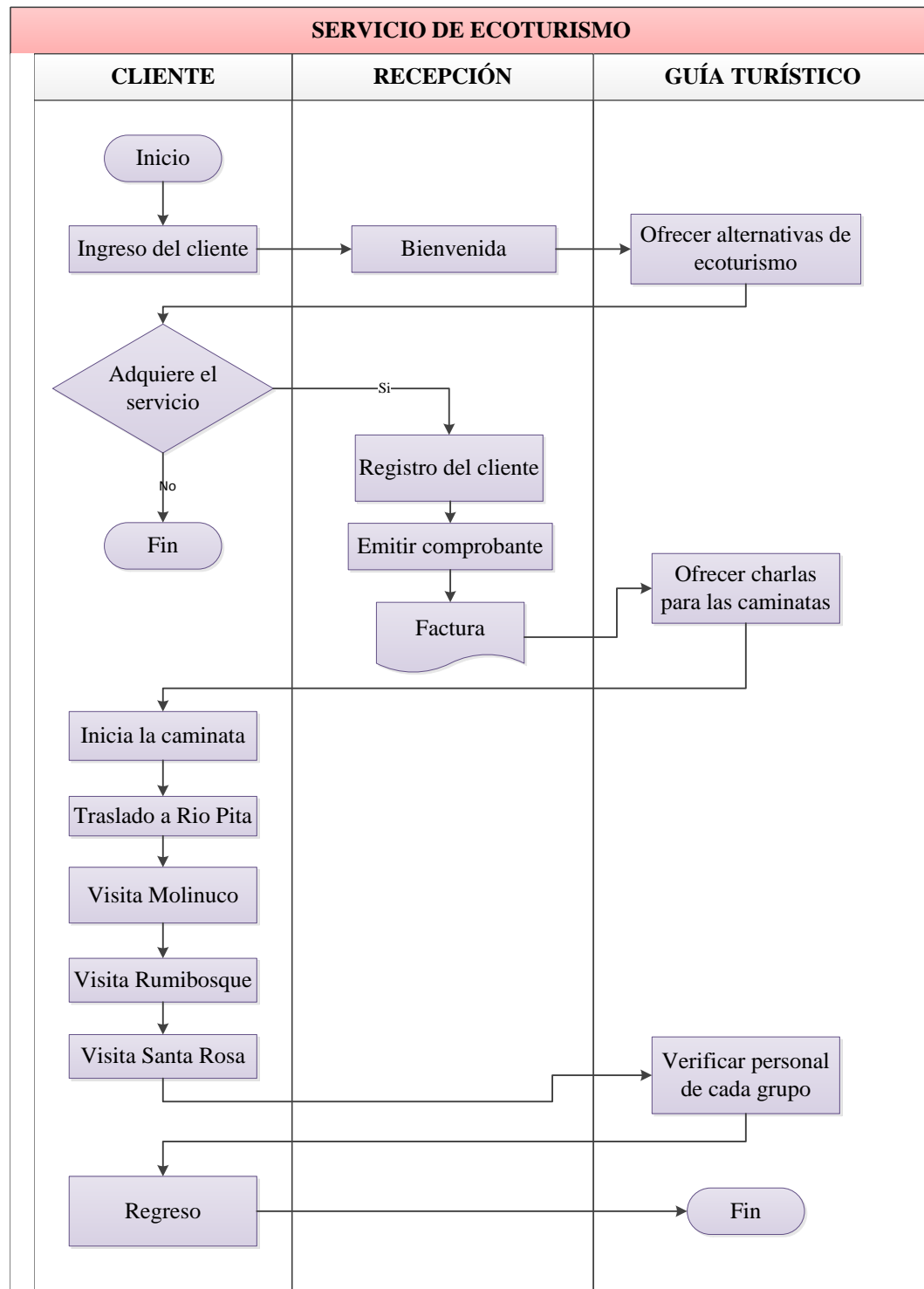
Elaborado por: Carolina Fernández

Figura 24 Diagrama servicio de Restaurante



Elaborado por: Carolina Fernández

Figura 25 Diagrama servicio de Ecoturismo



Elaborado por: Carolina Fernández

3.3.1.2 Requerimiento Personal

Dentro del proyecto es fundamental formar un equipo de trabajo, para ello se requiere del siguiente talento humano.

Este requerimiento de personal se realiza en base al Reglamento General de actividades turísticas, según decreto No. 3400 vigente a partir del año 2002, el cual estipula el personal mínimo que debe tener un hotel, que para su consideración como categoría de hotel debe tener un mínimo de 30 habitaciones. Además cada uno de los puestos descritos está dentro de lo que contempla el Instituto Ecuatoriano de Normalización.

Tabla 52 Requerimiento de personal

Descripción	No
Área administrativa	
Administrador	1
Contador	1
Recepcionista	1
Asistente o auxiliar administrativo	1
Área operativa	
Guía en Turismo	1
Camarera de pisos	1
Cocinera	2
Mesera	2
Lavandería	1
Encargado de mantenimiento y limpieza	1
TOTAL	11

Fuente: Investigación directa

3.3.1.3 Requerimiento de Insumos y Servicios

Para la implementación del hotel y sus servicios adicionales es importante detallar la maquinaria e insumos requeridos así como los servicios que se requiere.

Tabla 53 Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD EN UNIDADES
Lavandería	
Lavadora	3
Secadora	2
Plancha	3
Mesa de planchar	2
Cocina	
Cocina industrial	2
Horno	2
Microondas	3
Refrigerador	1
Licuadaora	2
Batidora	2
Cafetera	2
Tanque de gas industrial	3
Alojamiento	
Televisor	44
Recepción	
Máquina facturadora	1

Fuente: Investigación directa

Tabla 54 Equipo de computación

DETALLE	CANTIDAD EN UNIDADES
Administración y Ecoturismo	
Computador	4
Impresora	3
Teléfonos	4

Fuente: Investigación directa

Tabla 55 Muebles y Enseres

DETALLE	CANTIDAD EN UNIDADES
Alojamiento	
Camas de 2 plazas	42
Camas de 1/2 plaza	17
Veladores	59
Colchones 2 plazas	42
Colchones 1/2 plaza	17
Rodapiés	42
Cortinas de baño	42
Basureros	50
Lámparas	48
Restaurante	
Mesas 6 personas	2
Mesas 4 personas	8
Sillas	44
Mesa grande cocina	2
Basureros	2
Administración	
Escritorio	3
Archivador	4
Basureros	5
Ecoturismo	
Escritorio	1
Archivador	1
Basureros	1
Recepción	
Mueble recepción	1
Juego de Sala	2

Fuente: Investigación directa

Tabla 56 Suministros de oficina

DETALLE	CANTIDAD EN UNIDADES
Grapadora	5
Perforadora	4
Resmas de papel	18
Carpetas	15
Calculadora	5

Fuente: Investigación directa

Tabla 57 Lencería y Menaje

DETALLE	CANTIDAD EN UNIDADES
Alojamiento	
Juego de sábanas 2 plazas	62
Juego de sábanas 1/2 plaza	34
Cubrecamas 2 plazas	62
Cubrecamas 1/2 plaza	34
Cobijas 2 plazas	62
Cobijas 1/2 plaza	34
Almohadas	74
Toallas	80
Restaurante	
Juego de vajilla	7
Cubiertos 12 piezas	4
Vasos	44
Ollas grandes	6
Ollas medianas	5
Juego de ollas pequeño	3
Sartén	4
Bandejas	5
Pota cubiertos	12
Cuchillos	3
Saleros	12
Azucareros	12
Ajiceros	12
Manteles	12
Limpiones	12

Fuente: Investigación directa

Los servicios que requerirá el proyecto son: Energía Eléctrica, Agua Potable, Internet, TV Cable, Teléfono, que servirán para complementar el servicio y el funcionamiento.

3.3.1.4 Estimación de la Inversión

La inversión constituye la aplicación de recursos financieros destinados a incrementar los activos fijos o financieros de la entidad, las decisiones de inversión son importantes ya que implican la asignación de grandes sumas de dinero por un período de largo plazo, de esto dependerá el éxito o el fracaso de una organización. (Baca, 2001, pág. 67)

La estimación de la inversión se realiza en base al terreno, la obra civil, maquinaria y equipos, necesarios para ofertar el servicio propuesto.

Activos Fijos

A continuación se detalla todos los activos fijos que se requieren en la inversión.

- **Terreno**

El hotel y sus servicios adicionales se implementará en un terreno de 3.000 m², de los cuales se utilizará 2500 m² para la construcción, este espacio es suficiente para el servicio de hospedaje, restaurante y ecoturismo.

Tabla 58 Terreno

Detalle	m ²	Valor m ²	Valor total en USD
Terreno	3.000	20	60.000
TOTAL	3.000	20	60.000

Fuente: Investigación directa

- **Infraestructura**

Se detalla toda la infraestructura requerida donde se distribuirá cada uno de los servicios a prestarse.

Tabla 59 Infraestructura civil

Detalle	m ²	Valor m ²	Valor total en USD
Planta baja			
Cocina	15	200,00	3.000,00
Comedor	60	200,00	12.000,00
Recepción	15	200,00	3.000,00
Sala	15	200,00	3.000,00
Bodega	10	200,00	2.000,00
Oficina	15	200,00	3.000,00
Administración			
Oficina Ecoturismo	10	200,00	2.000,00
Cuarto de galería	15	200,00	3.000,00
Baños	10	200,00	2.000,00
Lavandería	25	200,00	5.000,00
Primer y Segundo Piso			
Habitaciones	188	200,00	37.600,00
Circulación y gradas	40	150,00	6.000,00
Otra áreas			
Estacionamiento	200	45,00	9.000,00
Canchas	500	45,00	22.500,00
Área infantil	200	30,00	6.000,00
Adoquinado y césped para áreas verdes	400	30,00	12.000,00
TOTAL			131.100,00

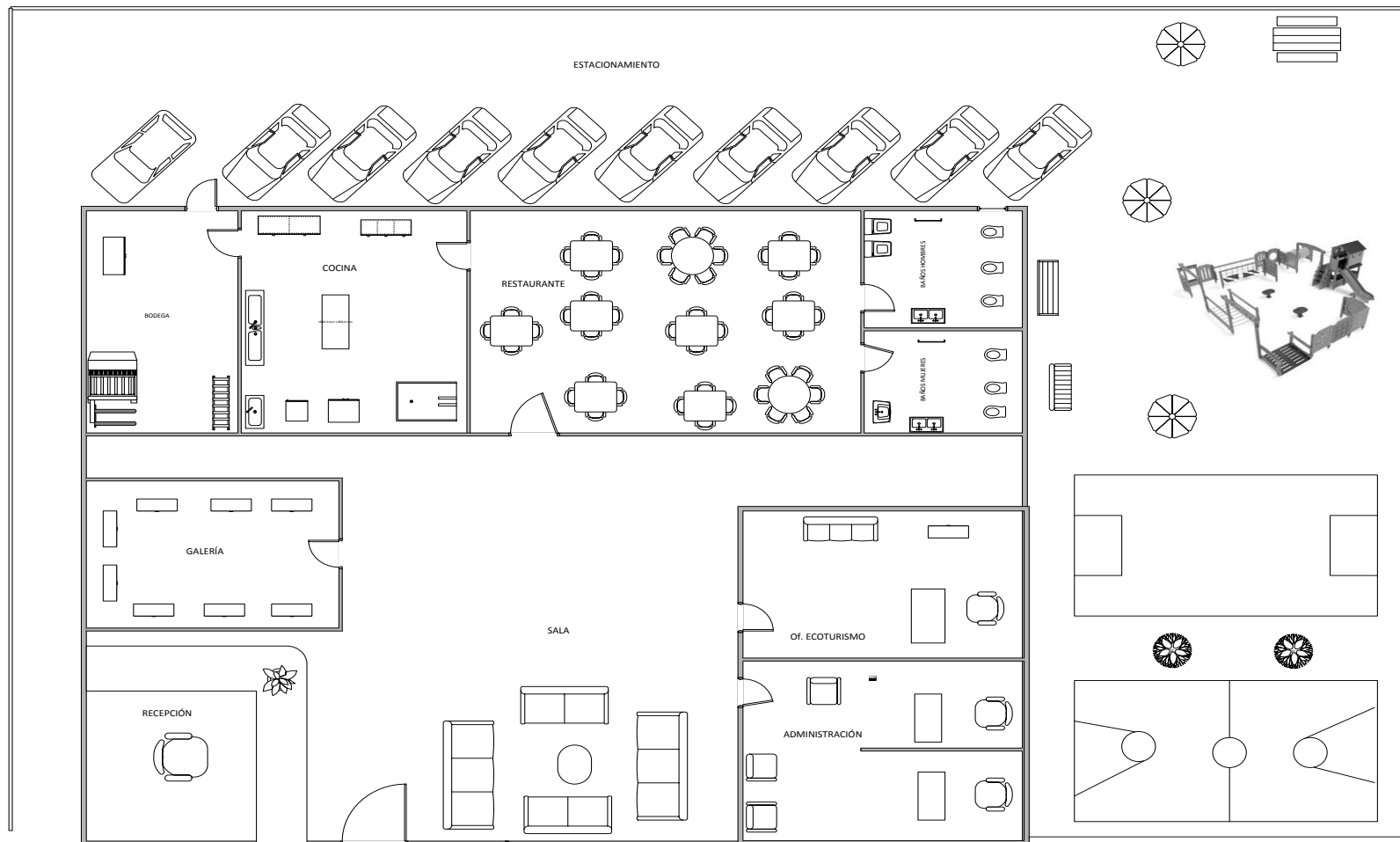
Fuente: Investigación directa

Dentro del servicio de hospedaje se encuentra, las habitaciones simples, dobles y matrimoniales, las simples constan de 22 habitaciones, dobles 13, y matrimoniales 7.

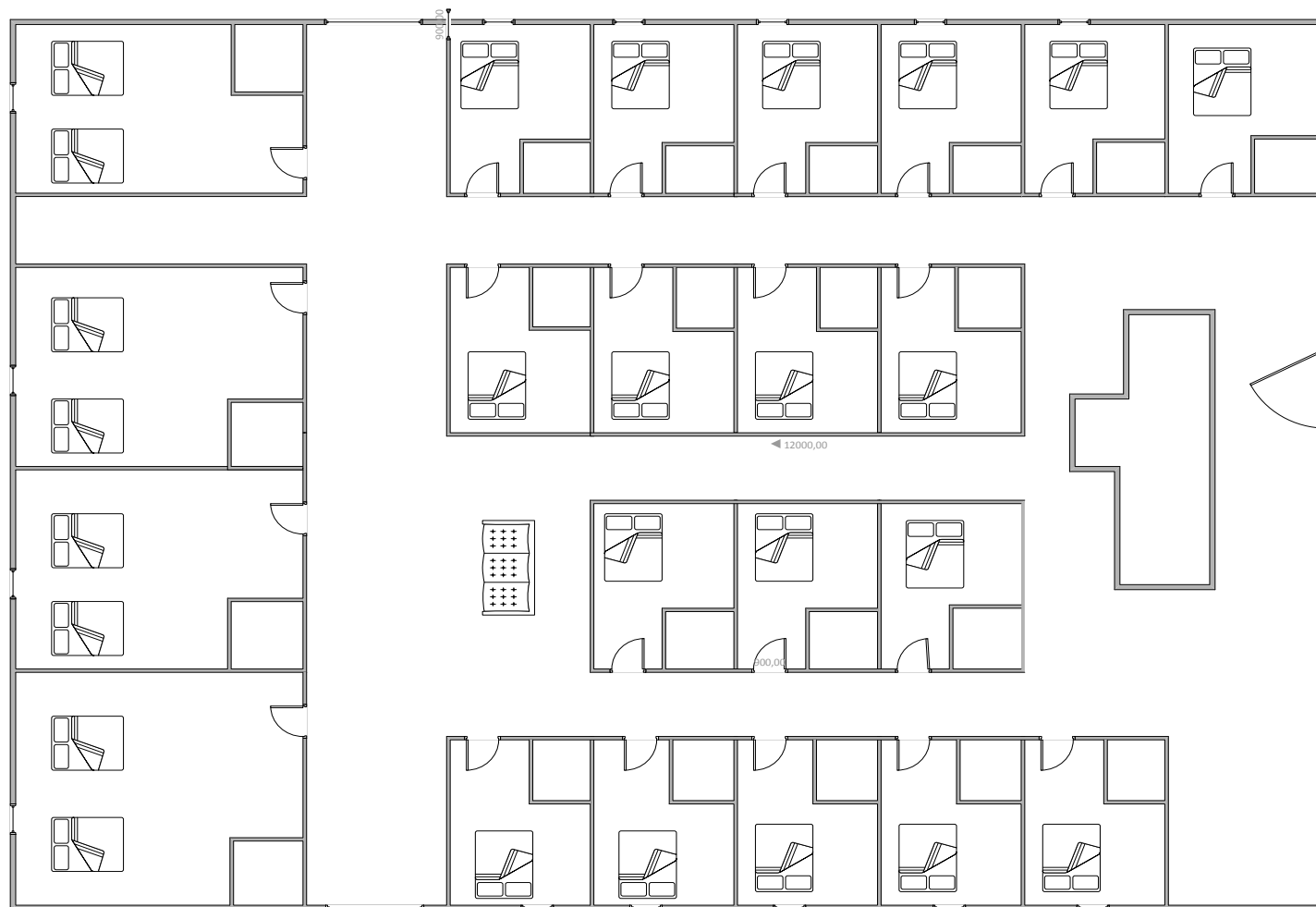
El servicio de restaurante cuenta con 2 mesas con capacidad de 6 personas y 8 mesas con capacidad de 4 personas.

Y el servicio de ecoturismo se tendrá una oficina en la que se pueda recibir a los clientes y proporcionar información y un cuarto de galería para mostrar los lugares a los cuales pueden ir a visitar, y trasladar a los clientes a los varios lugares turísticos dentro de Sangolquí, como consta en los respectivos diagramas de flujo.

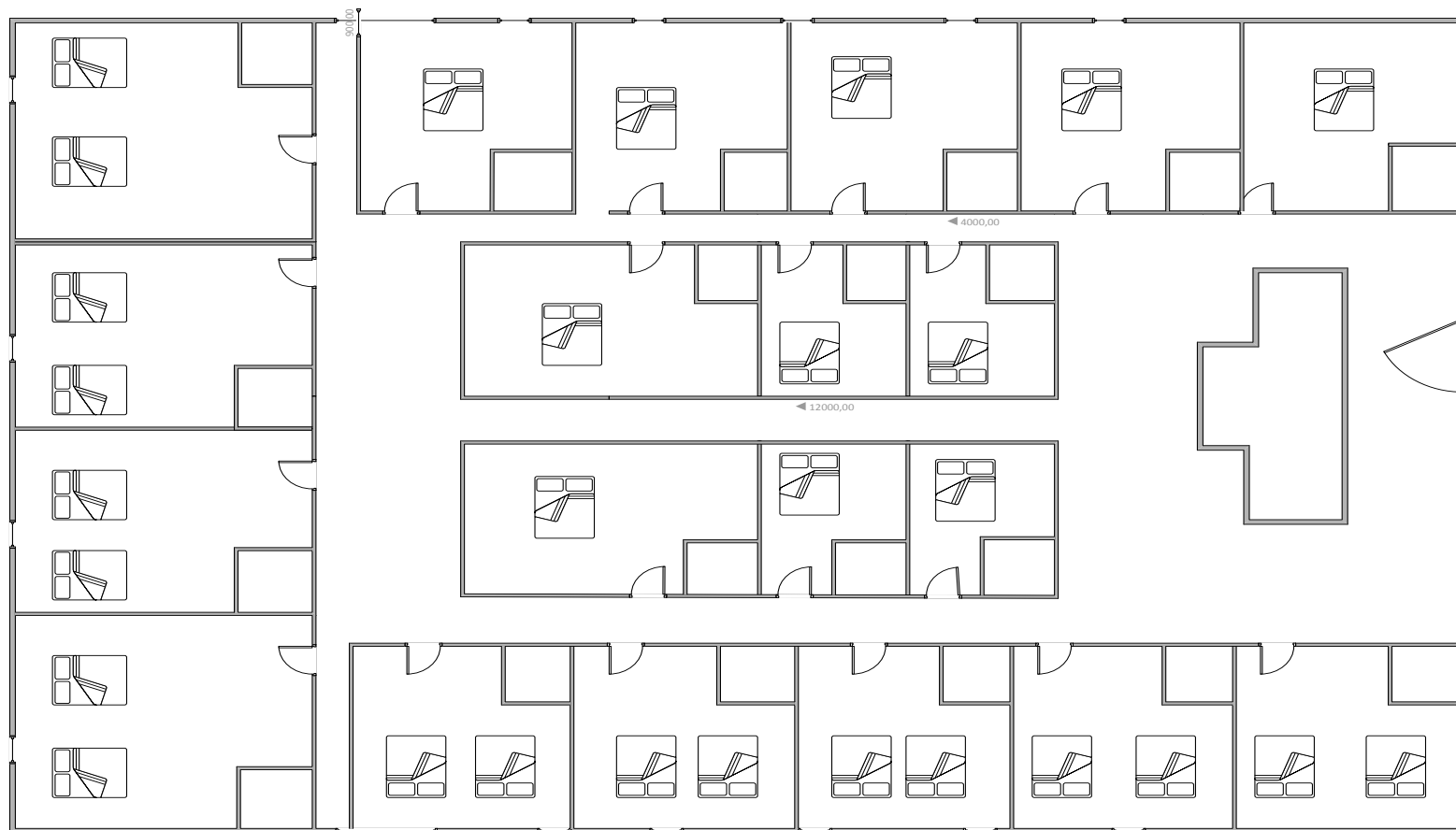
- **Plano del hotel**

Figura 26 Plano del hotel planta baja

Elaborado por: Carolina Fernández

Figura 27 Primer piso

Elaborado por: Carolina Fernández

Figura 28 Segundo piso

Elaborado por: Carolina Fernández

- **Maquinaria y Equipo**

La maquinaria y equipo necesaria que permite el desarrollo de las actividades del hotel.

Tabla 60 Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD EN UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lavandería			
Lavadora	3	700,00	2.100,00
Secadora	2	700,00	1.400,00
Plancha	3	60,00	180,00
Mesa de planchar	2	30,00	60,00
Cocina			
Cocina industrial	2	600,00	1.200,00
Horno	2	100,00	200,00
Microondas	2	120,00	240,00
Refrigerador	3	1.200,00	3.600,00
Licuadaora	1	70,00	70,00
Batidora	2	50,00	100,00
Cafetera	2	40,00	80,00
Tanque de gas	3	60,00	180,00
Alojamiento			
Televisor	44	120,00	5.280,00
Recepción			
Máquina facturadora	1	90,00	90,00
TOTAL			14.780,00

Fuente: Investigación directa

- **Muebles y Enseres**

Los muebles se determinan en base a la infraestructura ya definida y las áreas que lo requiere.

Tabla 61 Muebles y Enseres

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Alojamiento			
Camas de 2 plazas	42	150,00	6.300,00
Camas de 1/2 plaza	17	120,00	2.040,00
Veladores	59	50,00	2.950,00
Colchones 2 plazas	42	90,00	3.780,00
Colchones 1/2 plaza	17	85,00	1.445,00
Rodapiés	42	3,00	126,00
Cortinas de baño	42	4,00	168,00
Basureros	50	4,00	200,00
Lámparas	48	10,00	480,00
Restaurante			
Mesas 6 personas	2	50,00	100,00
Mesas 4 personas	8	40,00	320,00
Sillas	44	20,00	880,00
Mesa grande cocina	1	6,00	6,00
Basureros	2	4,00	8,00
Administración			
Escritorio	2	80,00	160,00
Archivador	3	70,00	210,00
Basureros	3	4,00	12,00
Ecoturismo			
Escritorio	1	80,00	80,00
Archivador	1	70,00	70,00
Basureros	1	4,00	4,00
Recepción			
Mueble recepción	1	150,00	150,00
Juego de sala	2	500,00	1.000,00
TOTAL			20.489,00

Fuente: Investigación directa

- **Equipo de Computación**

El equipo de computación es necesario para realizar las actividades administrativas del hotel.

Tabla 62 Equipo de computación

DETALLE	CANTIDAD EN UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Administración y Ecoturismo			
Computador	4	600,00	2.400,00
Impresora	3	120,00	360,00
Teléfonos	4	50,00	200,00
TOTAL			2.960,00

Fuente: Investigación directa

- **Suministros de Oficina**

Los suministros de oficina son útiles para las actividades diaria administrativas.

Tabla 63 Suministros de Oficina

DETALLE	CANTIDAD EN UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Grapadora	5	3,00	15,00
Perforadora	4	3,00	12,00
Resmas de papel	18	10,00	180,00
Carpetas	15	0,40	6,00
Calculadora	4	10,00	40,00
TOTAL			253,00

Fuente: Investigación directa

- **Menaje y Lencería**

La lencería se utiliza para el servicio de hospedaje para complementar a los equipos y muebles que dispone cada habitación.

Tabla 64 Menaje y Lencería

DETALLE	CANTIDAD EN UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Alojamiento			
Juego de sábanas 2 plazas	62	15,00	930,00
Juego de sábanas 1/2 plaza	34	12,00	408,00
Cubrecamas 2 plazas	62	12,00	744,00
Cubrecamas 1/2 plaza	34	10,00	340,00
Cobijas 2 plazas	62	12,00	744,00
Cobijas 1/2 plaza	34	10,00	340,00
Almohadas	74	5,00	370,00
Toallas	80	10,00	800,00
Restaurante			
Juego de vajilla	7	25,00	175,00
Cubiertos 12 piezas	4	21,00	84,00
Vasos	44	0,50	22,00
Ollas grandes	6	35,00	210,00
Ollas medianas	5	30,00	150,00
Juego de ollas pequeño	3	50,00	150,00
Sartén	4	25,00	100,00
Bandejas	5	5,00	25,00
Pota cubiertos	12	1,00	12,00
Cuchillos	3	3,00	9,00
Saleros	12	0,30	3,60
Azucareros	12	0,30	3,60
Ajiceros	12	0,30	3,60
Manteles	12	2,00	24,00
Limpiones	12	2,00	24,00
TOTAL			5.671,80

Fuente: Investigación directa

Tabla 65 Resumen Activos Fijos

DETALLE	VALOR TOTAL
Terreno	60.000,00
Infraestructura	131.100,00
Maquinaria y Equipo	14.780,00
Muebles y Enseres	20.489,00
Equipo de computación	2.960,00
Suministros de Oficina	253,00
Menaje	5.671,80
TOTAL	235.253,80

Fuente: Investigación directa

- **Costo de producción**

Tabla 66 Materia Prima Directa

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
DESAYUNO				
Café	Frascos 400g	75	8,00	600,00
Leche	Taza	3.600	0,25	900,00
Pan	Unidad	3.600	0,13	468,00
Huevos	Unidad	7.200	0,13	936,00
Queso	Unidad	450	2,00	900,00
Jugo	Vaso	3.600	0,30	1.080,00
Azúcar	Libras	120	0,50	60,00
Subtotal				4.944,00
COSTO UNITARIO	1,37			
ALMUERZO				
Sopa	Unidad	3.600	0,60	2.160,00
Carnes	Libras	1.900	2,00	3.800,00
Arroz	Libras	740	0,40	296,00
Papas	Quintal	25	25,00	625,00
Ensaladas	Unidad	3.600	0,30	1.080,00
Condimentos	Unidad	3.600	0,30	1.080,00
Jugo	Vaso	3.600	0,30	1.080,00
Postre	Unidad	3.600	0,40	1.440,00
Subtotal				9.401,00
COSTO UNITARIO	2,61			
MERIENDA				

Sopa	Unidad	3.600	0,60	2.160,00
Carnes	Libras	1.900	2,00	3.800,00
Arroz	Libras	740	0,40	296,00
Papas	Quintal	25	25,00	625,00
Ensaladas	Unidad	3.600	0,30	1.080,00
Condimentos	Unidad	3.600	0,30	1.080,00
Jugo	Vaso	3.600	0,30	1.080,00
Aperitivo	Unidad	3.600	0,40	1.440,00
Subtotal				9.401,00
COSTO UNITARIO	2,61			
TOTAL				23.746,00

Fuente: Investigación directa

Tabla 67 CIF - Insumos

DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Gas industrial	Unidad	72	19,00	1.368,00
Servilletas	Paquete	80	0,80	64,00
Papel Higiénico	Unidad	1.300	0,40	520,00
Jabón de baño	Unidad	5.900	0,25	1.475,00
Fundas de basura	Unidad	5.475	0,10	547,50
Detergente	Kilos	60	3,00	180,00
Desinfectante	Litros	390	2,00	780,00
Cloro	Litros	390	2,00	780,00
Esponja	Unidad	28	0,80	22,40
Lavavajilla	Unidad	35	2,00	70,00
Imprevistos			1000,00	1.000,00
TOTAL			1030,35	6.806,90

Fuente: Investigación directa

Tabla 68 Mano de Obra Directa

Cargo	Cant.	Sueldo mensual	Sueldo total	IESS patronal 11,15%	IESS personal 9,45%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vac.	Valor mensual total	Valor anual total
Guía en Turismo	1	850,00	850,00	94,78	80,33	70,83	28,33	35,42	999,03	11.988,40
Camarera de pisos	1	450,00	450,00	50,18	42,53	37,50	28,33	18,75	542,23	6.506,80
Cocinera	2	550,00	1.100,00	122,65	103,95	91,67	56,67	45,83	1.312,87	15.754,40
Mesera	1	450,00	450,00	50,18	42,53	37,50	28,33	18,75	542,23	6.506,80
TOTAL	1	2.300,00	2.850,00	317,78	269,33	237,50	141,67	118,75	3.396,37	40.756,40

Fuente: Investigación directa

Tabla 69 Mano de Obra Indirecta

Cargo	Cant.	Sueldo mensual	Sueldo total	Iess patronal 11,15%	Iess personal 9,45%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vac.	Valor mensual total	Valor anual total
Lavandería	1	400,00	400,00	44,60	37,80	33,33	28,33	16,67	485,13	5.821,60
Encargado de mantenimiento y limpieza	1	450,00	450,00	50,18	42,53	37,50	28,33	18,75	542,23	6.506,80
TOTAL	1	850,00	850,00	94,78	80,33	70,83	56,67	35,42	1.027,37	12.328,40

Fuente: Investigación directa

Tabla 70 Cuadro resumen Costos Indirectos de Fabricación

DETALLE	VALOR
	TOTAL
Insumos	6.806,90
Mano de obra Indirecta	12.328,40
TOTAL	19.135,30

Fuente: Investigación directa

- **Gastos administrativos**

Tabla 71 Gastos sueldos administrativos

Cargo	Cant.	Sueldo mensual	Sueldo total	Iess patronal 11,15%	Iess personal 9,45%	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vac.	Valor mensual total	Valor anual total
Administrador	1	1.500,00	1.500,00	167,25	141,75	125,00	28,33	62,50	1.741,33	20.896,00
Contador	1	800,00	800,00	89,20	75,60	66,67	28,33	33,33	941,93	11.303,20
Recepción	1	500,00	500,00	55,75	47,25	41,67	28,33	20,83	599,33	7.192,00
Asistente administrativo	1	450,00	450,00	50,18	42,53	37,50	28,33	18,75	542,23	6.506,80
TOTAL	3	3.250,00	3.250,00	362,38	307,13	270,83	113,33	135,42	3.824,83	45.898,00

Fuente: Investigación directa

Tabla 72 Gastos servicios básicos

DETALLE	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Agua Potable	m3	300	0,3	1.080,00
Energía eléctrica	Kw/h	250	0,1	300,00
Internet	Megas	Sin limite	20	240,00
Teléfono	Minutos	300	0,05	180,00
TOTAL			20,45	1.800,00

Fuente: Investigación directa

- **Gastos de ventas**

Tabla 73 Gastos de ventas

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	100	5,00	500,00	6.000,00
TOTAL			500,00	6.000,00

Fuente: Investigación directa

Tabla 74 Cuadro resumen de costos y gastos

DETALLE	VALOR
<u>Costo de producción</u>	
Materia Prima	23.746,00
Mano de Obra	40.756,40
Costos Indirectos de fabricación	19.135,30
<u>Gastos</u>	
Gastos administrativos	47.698,00
Gastos de Ventas	6.000,00
TOTAL	137.335,70

Fuente: Investigación directa

CAPITULO 4

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

4.1 Base Legal

4.1.1 Constitución de la empresa

El Hotel se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada, legalmente registrada en la Superintendencia de Compañías y ante las autoridades legales competentes, cumpliendo todos los requisitos legales necesarios para poder iniciar las operaciones como una compañía de responsabilidad limitada legalmente constituida en el Valle de los Chillos.

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía. (Según la Revista Judicial Derecho Ecuador.com).

Luego de haber constituido la compañía de responsabilidad limitada, se debe obtener los permisos y patentes para su funcionamiento; los mismos que se detallan a continuación.

4.1.1.1 Requisitos legales para constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada

1. *El nombre.*- En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías. (Art. 92 de la Ley de Compañías).

2. *Solicitud de aprobación.*- La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.(Art. 136 de la Ley de Compañías).

3. *Números mínimo y máximo de socios.*- La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. (Art. 95 de la Ley de Compañías).

4. *Capital mínimo.*- El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. (Art. 102 de la Ley de Compañías).

En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán valuados por los socios o por los peritos.

4.1.1.2 Pasos requeridos para crear una empresa

1. Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
2. Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es 400 dólares)
3. Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría)
4. Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.

5. Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)
6. Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
7. Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
8. Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
9. Presentar en la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:
 - Escritura inscrita en el registro civil,
 - Un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa
 - Copia de los nombramientos del representante legal y administrador
 - Copia de la Cédula de Identidad de los mismo
 - Formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
10. Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le deberá entregar lo siguiente:
 - Formulario del RUC
 - El cumplimiento de obligaciones y existencia legal
 - Datos generales
 - Nómina de accionistas y oficio al banco.
11. Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
12. Finalmente debe asistir a registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para registrar la empresa en la historia laboral. (Instructivos de la Superintendencia de Compañías).

4.1.1.3 Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento del MSP Acuerdo Ministerial 818.

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Plano del establecimiento a escala 1:50.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes. (Ministerio de Salud Pública).

4.1.1.4 Requisitos para el registro en el Ministerio de Turismo

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil
- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- Copia de la cédula de identidad
- Copia de la última papeleta de votación

- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón 8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia).
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.(Formulario del Ministerio de Turismo)
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados (Ministerio de Turismo).

4.1.1.5 Requisitos Patente Municipal- Personas Jurídicas

- Formulario de declaración de patente municipal debidamente lleno y suscrito por el representante legal.
- Copia de cédula y certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
- Copia del RUC
- Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica (en el caso de las empresas nuevas).
- Copia del nombramiento del representante legal.

4.1.1.6 Requisitos permiso de Bomberos

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

- Solicitud de inspección del local;
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y,
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados) (Cuerpo de Bomberos).

4.1.2 Tipo de empresa (Sector- Actividad)

El Hotel es una empresa de servicios, que brinda un servicio de hospedaje se encuentra en el sector de comercio al por mayor y al por menor; restaurantes y hoteles.

4.1.3 Razón Social, Logotipo, Slogan

4.1.3.1 Razón Social

La razón social es la denominación por la cual se conoce colectivamente la identidad de la empresa.

La nueva empresa se denominara:

“LA CASCADA” GRAN HOTEL

Debido a que en el Sector donde se construirá el Hotel existen una variedad de cascadas, por lo que los turistas acuden al lugar a disfrutar de las mismas, estar en contacto con la naturaleza y recreación familiar.

4.1.3.2. Logotipo

El logotipo es el elemento fundamental para que las empresas tengan una buena imagen corporativa, una imagen que represente lo que la empresa es y lo que ofrece.

En el logotipo consta de: Una casa símbolo de hospedaje y una cascada que simboliza pureza, relajación y frescura del ambiente.

Figura 29 Logotipo de la empresa



Elaborado por: Carolina Fernández

4.1.3.3 Slogan

El slogan de la empresa es:

“Un lugar donde respirar aire puro sin paralizar tus actividades, es una realidad”.

4.2 Base Filosófica de la empresa

La filosofía empresarial indica la forma de ser de la empresa, basada en sus valores y principios que servirán para orientar el comportamiento de todos los integrantes de la empresa.

4.2.1 Visión

La visión del Hotel constituye en reconocer hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo.

Ser uno de los mejores lugares de alojamiento del Cantón Rumiñahui en servicios de hospedaje, alimentación y ecoturismo; reconocido por su experiencia en la Administración Hotelera brindando un servicio de calidad a nuestros clientes, proveedores y talento humano destacándose en el turismo nacional y extranjero; con la prestación de servicios únicos, competitivos e innovadores.

4.2.2 Misión

La misión del Hotel pretende dar a conocer la razón de ser de la empresa.

Satisfacer las necesidades de bienestar del Turista Nacional y Extranjero en Hospedaje, alimentación y actividades de eco-turismo, con un servicio diferenciado con el fin de fomentar el turismo, la preservación de la naturaleza y un ambiente innovador en el Valle de los Chillos.

Los objetivos estratégicos es la descripción del propósito a ser alcanzado que la empresa espera obtener en su desarrollo.

Los objetivos estratégicos que se aplicaran en el Hotel se detallan a continuación:

- Alcanzar niveles de rentabilidad, que nos permita un crecimiento económico adecuado para el desarrollo de la empresa
- Brindar un servicio diferenciado de calidad satisfaciendo las necesidades del turista nacional y extranjero.
- Posicionar el hotel en el mercado del Cantón Rumiñahui.
- Estructurar un sistema de procesos de información para facilitar y agilizar las actividades diarias del Hotel.
- Planificar programas de capacitación al personal, para que sus conocimientos estén acordes al servicio que prestamos y así satisfacer las necesidades de los turistas.

4.2.4 Valores y Principios

Los valores a los que se regirá la empresa y sus empleados son los siguientes:

- **Respeto.**-Respeto mutuo entre las personas que integran la empresa, así como con el cliente.

- **Puntualidad.**-La puntualidad es uno de los valores más importantes dentro de cualquier institución, la eficiencia se consigue cuando este concepto se aplica a la perfección.
- **Honestidad.**-Realizar cualquier actividad significa un compromiso de ser transparente en los actos encomendados, fortaleciendo así la estructura de la empresa.
- **Pertenencia.**-Ser uno con la empresa, sentirse identificado con los procesos, las políticas, leyes y reglamentos de la empresa.
- **Compañerismo.**- Pretende fomentar la colaboración y confianza entre todos los miembros para así lograr cumplir los objetivos del hotel.

Los principios a los que se regirá la empresa y sus empleados son los siguientes:

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

4.2.5 Estrategia Corporativa

La estrategia corporativa a la que se enfoca el Hotel es una estrategia de diferenciación ya que ofrece un servicio de actividades innovadores en el sector, y así satisfacer las necesidades del turista brindando un servicio de calidad, disfrutando con la visita a las cascadas, y degustando de la exquisita comida típica del Cantón Rumiñahui.

4.2.5.1 Estrategia de Competitividad

Se aplicara la estrategia de diferenciación, ya que el hotel va a brindar un servicio diferente a los demás con características únicas, ofrecerá un servicio de hospedaje, restaurante y actividades de eco-turismo.

4.2.5.2 Estrategia de Crecimiento

En el Desarrollo del servicio es la estrategia más adecuada ya que al ser una empresa nueva se debe preparar un servicio atractivo para el cliente, tomando en cuentas sus preferencias y su capacidad de pago.

4.2.5.3 Estrategia Operativa

La estrategia operativa se basa en la optimización de recursos disponibles, con un servicio eficiente y eficaz evitando retrasos en el cumplimiento de las actividades y satisfaciendo las necesidades de los turistas.

4.2.5.4 Estrategia de Servicio, Precio, Plaza y Promoción

Brindar un servicio de calidad para diferenciarnos de la competencia, nuestro hotel contara con personal calificado para cumplir cada una de las funciones.

El precio se establecerá tomando en cuenta con los hoteles de nuestra competencia un precio accesible para que nuestros clientes puedan pagar y satisfacer su necesidad.

En el presente proyecto, la plaza es el lugar donde está ubicado el hotel es decir en la Provincia de Pichincha, Cantón Rumiñahui, Parroquia Sangolquí, barrio Loreto. En este lugar se ofrece los servicios de hospedaje.

Se realizó una adecuada promoción y publicidad para que los turistas nacionales y extranjeros conozcan de los servicios que el hotel brinda a los clientes. Esta publicidad y promoción se realiza a través del internet, hojas volantes, vallas publicitarias, entre otros.

4.3. La Estructura Organizacional

La estructura organizacional permite dirigir el desarrollo de la empresa, conocer todas las relaciones laborales dentro de un orden jerárquico de las funciones de cada empleado que conforman el hotel.

4.3.1 Organigrama Estructural

Figura 30 Organigrama Estructural



Elaborado por: Carolina Fernández

4.3.2 Descripción de la Estructura Orgánica del Hotel

JUNTA GENERAL DE SOCIOS

La junta general de Socios es el órgano de deliberación y de decisión, representan el grado más alto de la estructura de la empresa.

- Tomar decisiones
- Fijación de Políticas
- Analizar y aprobar los estados financieros

GERENCIA

- Gestión Normativa
- Gestión Estratégica
 - Planificación
 - Organización
 - Coordinación
 - Dirección
 - Control

DEPARTAMENTO DE OPERACIONES Y SERVICIOS

- Servicio de hospedaje
- Servicio de restaurante
- Servicio de ecoturismo

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO, FINANCIERO Y MARKETING

- **Gestión Administrativa**
 - Administración de Recursos Humanos
 - Gestión de servicios generales
- **Gestión Financiera**
 - Gestión de Activos Fijos
 - Presupuesto
 - Tesorería
 - Contabilidad
- **Gestión de Marketing**
 - Promoción
 - Publicidad
 - Fijación de precios

4.3.3 Puestos y descripción de actividades

4.3.3.1 Junta General de Socios

Cuadro 2 Junta General de Socios

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Junta General de Socios	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar la valida constitución de la Junta General de Socios • Presidir de las reuniones • Ordenar y dirigir las intervenciones de forma que se efectuó las deliberaciones conforme al orden del día. • Ejercer las facultades que sean precisas para el adecuado desarrollo de la reunión

Fuente: Estudio Organizacional

4.3.3.2 Administración

Cuadro 3 Administrador

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Administrador	<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar la ejecución de actividades del talento humano, cumplimiento de la normatividad organizacional, control permanente del mantenimiento y la seguridad. • Coordinar las actividades con los socios y los jefes de las diferentes áreas • Evaluar la prestación de servicios básicos institucionales y dispones cambios que optimicen los mismos. • Preparar e implementar normas y procedimientos para el mejoramiento del servicio cuando sea necesario. • Preparar informes periódicos de cumplimiento de objetivos y metas. • Participar en la elaboración presupuestaria de la institución. • Organizar y supervisar actividades de abastecimiento y custodia de suministros requeridos para la institución. • Supervisar, controlar y evaluar la prestación de servicios contratados. • Informes de las actividades realizadas por el administrador. • Ejecutar otras tareas o funciones equivalentes y de similar nivel asignadas por la superior jerarquía inmediata.

Fuente: Estudio Organizacional

4.3.3.3 Departamento de Operaciones y Servicios

Cuadro 4 Recepcionista

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Recepcionista	<ul style="list-style-type: none"> • Registro de datos personales del nuevo huésped en el sistema • Realizar las reservaciones • Realizar facturas • Realizar cobro a los clientes • Realizar el control de llaves de las habitaciones • Atender las llamadas telefónicas • Proporcionar información a los clientes acerca de los servicios que brinda el hotel

Fuente: Estudio Organizacional

Cuadro 5 Camarera

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Camarera	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar, asear y ordenar las habitaciones • Ordenar la habitación • Revisar y la clasificar las prendas de vestir para el envío a la lavandería • Registrar los objetos olvidados • Realizar el inventario de cada habitación

Fuente: Estudio Organizacional

Cuadro 6 Lavandera

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Lavandera	<ul style="list-style-type: none"> • Lavar las sábanas de sucias de las habitaciones que los turistas desocupan • Realizar el planchado • Cuidar y mantener en buen estado las prendas

Fuente: Estudio Organizacional

Cuadro 7 Cocinera

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Cocinera	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir y hacer cumplir estrictamente las normas de higiene y seguridad en el área de cocina • Elaborar la preparación de cada plato de comida • Preparar los menús para ofrecer a los turistas • Elaborar y entregar la materia prima que necesita el área de cocina • Capacitar a su personal

Fuente: Estudio Organizacional

Cuadro 8 Guía Turístico

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Guía Turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Revisar información del registro de los participantes en las diferentes actividades de eco-turismo del hotel • Asistencia de primeros auxilios a quienes lo necesiten • Dar informes de las actividades de recreación realizadas por el hotel • Revisar, la salida y llegada de los Turistas que realizaron dicha actividad • Supervisar, organizar el medio e transporte a utilizar para el bienestar del Turista • Narrar detalladamente la historia del lugar

Fuente: Estudio Organizacional

Cuadro 9 Mesera

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Mesera	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar el menaje de todas las mesas del restaurante • Mantener limpio el área del restaurante • Recibir y entregar pedidos • Atender al cliente

Fuente: Estudio Organizacional

Cuadro 10 Auxiliar de mantenimiento

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Auxiliar de mantenimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener en óptimas condiciones las instalaciones • Controlar el correcto manejo de las instalaciones • Dar soporte a cualquier circunstancia dentro de las instalaciones

Fuente: Estudio Organizacional

4.3.3.4 Departamento Administrativo, Financiero y Marketing

Cuadro 11 Contador

NOMBRE DEL PUESTO	ACTIVIDADES DEL CARGO
Contador	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar el valor de las facturas de compras y registro de Turistas del hotel • Elaborar los estados financieros que reflejen los movimientos de dinero de la empresa • Examinar y evaluar los resultados de la gestión

Fuente: Estudio Organizacional

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

“Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto, recoge y cuantifica la información proveniente de los estudios de mercado, técnico y organizacional. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el período de evaluación del proyecto, así como la evaluación financiera.” (Meza, 2013, pág. 29).

El estudio financiero se aplica principalmente a proyectos de inversión en donde genera ingresos, ya que el objetivo principal es conocer si existe o no factibilidad en el proyecto, para ello se aplica diferentes herramientas económicas que dan el resultado que se desea conocer.

Los valores se calculan para los años de vida útil del proyecto, proyectando de acuerdo a las tasas de crecimiento respectivas, dichos valores únicamente son una estimación.

5.1 Presupuestos

“Un presupuesto consiste en la valoración “a priori” de un producto o servicio. Esta valoración se basa en la previsión del total de los costes involucrados incrementados con el margen de beneficio previsto. El presupuesto del proyecto es el documento que tiene por finalidad dar una idea lo más aproximada posible del importe de su realización.” (Brusola, 2000, pág. 97).

El presupuesto es una herramienta que detalla toda la distribución de los recursos que se van a generar durante la vida útil de un proyecto, permiten planear y controlar las actividades designadas en el proyecto.

5.1.1 Presupuesto de Inversión

“En el presupuesto de inversiones se incluyen tanto las inversiones de activo inmovilizado con las inversiones en circulante. Cada responsable debe realizar la justificación de las inversiones previstas en dos sentidos, por un lado cuál será su contribución a generar beneficios y, por otro, mediante un estudio de sus posibilidades de financiación.” (Soldevila & Cordobés, 2008, pág. 66)

El presupuesto es la planificación de todas las inversiones que requiere para la implementación del proyecto, como el valor de las inversiones, maquinarias e insumos, para poder alcanzar los objetivos que se han definido, así como los ingresos y egresos futuros.

El presupuesto de inversión para el presente proyecto, consiste en la definición de activos fijos, activos intangibles, la determinación del capital de trabajo, el presupuesto de operaciones y la presentación de los estados financieros.

5.1.1.1 Activos Fijos

Los activos fijos son necesarios para poner en funcionamiento del proyecto, estos producen utilidades puesto que dan la capacidad de generar utilidades, en este se detalla bienes muebles, equipos, materiales e insumos que se requieren para cada uno de los servicios.

Los activos fijos comprenden el terreno donde se va a implementar el proyecto que es de 3.000 m² de los cuales se va a utilizar 2.500 m², la infraestructura que está determinada en tres niveles, planta baja para prestar el servicio de restaurante y ecoturismo .

Y las oficinas de administración, las dos restantes para prestar únicamente el servicio de alojamiento, de igual manera la maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipo de computación y el menaje necesarios para adecuar las instalaciones y poder prestar el servicio.

A continuación se presenta una tabla determinando el valor total de la inversión en activos fijos, el detalle se encuentra especificado por área en el estudio técnico.

Tabla 75 Inversión Activos Fijos

DETALLE	VALOR TOTAL
Terreno	60.000,00
Infraestructura	131.100,00
Maquinaria y Equipo	14.780,00
Muebles y Enseres	20.489,00
Equipo de computación	2.960,00
Suministros de Oficina	253,00
Menaje	5.671,80
TOTAL	235.253,80

Fuente: Investigación

5.1.1.2 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es el dinero que se requiere para poder financiar los gastos necesarios antes de obtener los primeros ingresos.

Para poder definir en capital de trabajo es indispensable realizar el cálculo del costo de producción, que consta de la materia prima que se utilizará para el servicio de restaurante, la mano de obra directa para los tres servicios y los costos indirectos de fabricación.

De acuerdo con (Sapag, 2007) “existen tres modelos para el cálculo del monto para invertir el capital de trabajo: el contable, el del período de desfase y el del déficit acumulado máximo.”

“El método contable proyecta los niveles promedios de activos corrientes o circulantes y de pasivos corrientes o circulantes y calcula la inversión en capital de trabajo como la diferencia entre ambos.” (Sapag, 2007, pág. 144).

“El método del periodo de desfase calcula la inversión en capital de trabajo como la cantidad de recursos necesarios para financiar los costos de operación desde que se inician los desembolsos hasta que se recuperan. Para ello, toma el costo promedio diario y lo multiplica por el número de días estimados de desfase.” (Sapag, 2007, pág. 145).

El método de déficit acumulado máximo es el más exacto de los tres disponibles para calcular la inversión en el capital, al determinar el máximo déficit que se produce entre la ocurrencia de los egresos y los ingresos. (Sapag, 2007, pág. 147)

De acuerdo al autor el método contable se utiliza para empresas ya constituidas, puesto que disponen de registros contables y manejan cuentas de activos y pasivos circulantes, el método del periodo de desfase calcula el valor que se requiere para cubrir costos durante un tiempo determinado, y el método de déficit acumulado es el valor real estimado de ingresos y egresos de caja.

Por lo tanto el método de desfase es el que se considera aplicable en dicho proyecto así lo menciona: (Sapag, 2007) “Se emplea fundamentalmente en estudios de pre factibilidad y en aquellos de factibilidad que se usarán para medir la rentabilidad del proyecto y en situaciones que no presenten estacionalidades.”

Para determinar el capital de trabajo se utiliza la siguiente fórmula:

$$ICT = \frac{Ca}{365} * n_d$$

Tabla 76 Costo de producción

DETALLE	VALOR
Materia Prima	23.746,00
Mano de Obra	40.756,40
Costos Indirectos de fabricación	19.135,30
TOTAL	83.637,70

De la misma manera los gastos administrativos, como el pago del personal administrativo, servicios básicos, y los gastos de ventas que contempla la publicidad que servirá para promocionar el nuevo hotel y sus servicios adicionales.

Tabla 77 Gastos administrativos y de Ventas

DETALLE	VALOR
Gastos administrativos	47.698,00
Gastos de Ventas	6.000,00
TOTAL	53.698,00

Fuente: Investigación

El capital de trabajo está determinado para un mes, tiempo posible en el cual podrá generar el primer ingreso.

En los días de desfase del servicio que va a ofrecer nuestro hotel tenemos lo siguiente:

- **Entrada:** Se va a detallar el tiempo en que se selecciona al proveedor y la compra de los insumos se va a obtener en 10 días.
- **Proceso:** Tiempo en que se realizara los procesos de cada servicio se realizara en 21 días
- **Salida:** En la salida se fijara la política de venta el pago será al contado.

Formula de la inversión del Capital de Trabajo es la siguiente:

$$ICT = \frac{Ca}{365} * n_d$$

$$ICT = \frac{(83.637,70 + 53.698,00)}{365} * 31$$

$$ICT = 11.664,13$$

Tabla 78 Capital de trabajo

DETALLE	VALOR
	MENSUAL
Costo de producción	7.103,48
Gastos	4.051,06
Administrativos	
Gastos de venta	509,59
TOTAL	11.664,13

Fuente: Investigación

El hotel tendrá que disponer de USD 11.664,13 para cubrir los costos de producción para un periodo de 31 días.

5.1.1.3 Resumen de Inversiones

El valor total de activos fijos y capital de trabajo da como resultado la inversión inicial y es de USD 246.917,93

Tabla 79 Resumen de Inversiones Total

DETALLE	VALOR
Activos Fijos	235.253,80
Capital de Trabajo	11.664,13
TOTAL INVERSIÓN	246.917,93

Fuente: Investigación

Del total de la inversión el 70% constituye capital propio financiado por 5 inversionistas con aportes iguales de USD 34.568,51 y el 30% se financiará mediante crédito bancario.

5.1.2 Presupuestos de Operación

El presupuesto de operación se refiere al desarrollo de la actividad misma del hotel en donde se genera ingresos, egresos que se incurren para brindar el servicio.

5.1.2.1 Presupuesto de ingresos

“En un proyecto los ingresos están representados por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto o la prestación del servicio. La estimación de los ingresos es bien complicada, y depende, en gran parte de la calidad y rigor de los estudios de mercado, sobre todo en lo que respecta al comportamiento de los precios.” (Miranda, 2006, pág. 192)

El presupuesto permite conocer cuáles serán los ingresos del proyecto durante su vida útil, esto por concepto del servicio de hospedaje ya que es el principal servicio que se va a ofertar, además el servicio de restaurante y de ecoturismo.

Para el cálculo del precio de un bien o servicio es necesario conocer el precio de costo y en que integra costos y gastos para su elaboración y debe igualmente tener en cuenta el valor del producto o servicio desde el punto de vista del consumidor y comparar con la competencia. (Caspar, 2000, pág. 91)

El precio se define con la sumatoria del costo fijo, costo variable unitario y el margen de utilidad que se desea obtener.

Las fórmulas para determinar el costo variable es la siguiente:

$$Cvu = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unidades producidas}}$$

Tabla 80 Cálculo costo variable unitario

HOSPEDAJE		RESTAURANTE			ECOTURISMO	
		DESAYUNO	ALMUERZO	MERIENDA		
Mano de obra						
Camarera de pisos	5.191,22	Materia Prima	4944,00	9401,00	9401,00	Mano de obra 8.562,40
Costos indirectos de fabricación		Mano de obra				
Papel Higiénico	520	Cocinera	3.460,81	3.460,81	3.460,81	
Jabón de baño	1475	Mesera	1.730,41	1.730,41	1.730,41	
Fundas de basura	547,5		0,00	0,00	0,00	
Detergente	180	Costos indirectos de fabricación	0,00	0,00	0,00	
Desinfectante	780	Gas industrial	456,00	456,00	456,00	
Cloro	780	Servilletas	21,33	21,33	21,33	
Imprevistos	1000	Esponja	7,47	7,47	7,47	
		Lavavajilla	23,33	23,33	23,33	
Mano de obra indirecta						
Lavandería	5191,216					
Auxiliar de Mantenimiento	5191,216					
TOTAL	20.856,15		10.643,35	15.100,35	15.100,35	8.562,40
Número de servicios	3.264		3.600	3.600	3.600	5.679
Costo variable Unitario	6,39		2,96	4,19	4,19	1,51

Elaborado por: Carolina Fernández

Fuente: Investigación

De igual manera se requiere conocer el costo fijo unitario que se define con la siguiente fórmula:

$$CFu = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Unidades producidas}}$$

Tabla 81 Cálculo costo fijo unitario

COSTOS FIJOS	VALOR	HOSPEDAJE RESTAURANTE				ECOTURISMO
		60%	DESAYUNO 1%	ALMUERZO 1%	MERIENDA 1%	
Gastos administrativos	36049,60	21629,76	360,50	360,50	360,50	13338,35
Gastos de Ventas	6000,00	3600,00	60,00	60,00	60,00	2220,00
Gastos financieros	7501,99	4501,19	75,02	75,02	75,02	2775,74
Gastos de depreciación	11029,41	6617,65	110,29	110,29	110,29	4080,88
TOTAL	60581,00	36348,60	605,81	605,81	605,81	22414,97
Número de servicios		3.264	3.600	3.600	3.600	5.679
Costo fijo Unitario		11,14	0,17	0,17	0,17	3,95

Elaborado por: Carolina Fernández

Fuente: Investigación

Los porcentajes que se establecieron para definir la distribución de cada uno de los servicios se realiza en base a la participación que tiene cada servicio dentro del proyecto.

Una vez obtenido el costo fijo unitario y el costo variable unitario se reemplaza en las siguientes fórmulas para obtener el precio de venta que servirá para la proyección de ingresos.

$$CT = CFu + CVu$$

$$\text{Precio de venta} = CFu + CVu + \text{Margen de utilidad (\%)}$$

Tabla 82 Precio de venta

DETALLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
Hospedaje	11,14	6,39	17,53		
Habitación simple				10%	19,28
Habitación doble				30%	22,78
Habitación matrimonial				20%	21,03
Restaurante					
Desayuno	0,17	2,96	3,12	1%	3,16
Almuerzo	0,17	4,19	4,36	2%	4,45
Cena	0,17	4,19	4,36	2%	4,45
Ecoturismo	3,95	1,51	5,45	30%	7,09

Fuente: Investigación

Estos precios están definidos para el año 2014, a partir de estos se proyectará para los cinco años de vida útil del proyecto con la tasa de inflación del año 2014 que es de 3,20%.

Para determinar la cantidad del servicio de hospedaje se realizó en base a la proyección calculada en el estudio técnico, en el que se encuentra definido número de habitaciones por año y se aplica el mismo procedimiento aplicado para el año 2015.

Tabla 83 Ingresos servicio de hospedaje

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Habitación simple					
Cantidad	1.728	1.920	2.112	2.304	2.496
Precio	19,90	20,53	21,19	21,87	22,57
Valor	34.379,38	39.421,69	44.751,50	50.382,06	56.327,14
Habitación doble					
Cantidad	5.760	6.528	6.912	7.680	8.064
Precio	23,51	24,27	25,04	25,84	26,67
Valor	135.433,93	158.403,52	173.088,46	198.474,76	215.067,25
Habitación matrimonial					
Cantidad	2.304	2.304	2.688	2.688	3.072
Precio	21,70	22,40	23,12	23,86	24,62
Valor	50.006,37	51.606,58	62.134,32	64.122,62	75.628,05
TOTAL	219.819,68	249.431,79	279.974,28	312.979,44	347.022,44

Fuente: Investigación

Para proyectar la cantidad del servicio de restaurante y ecoturismo se determina la tasa de crecimiento en base a la capacidad utilizada del servicio de hospedaje y se ha determinado que cada año tiene un incremento del 8,78% y el precio se proyecta con la misma tasa de inflación.

Tabla 84 Ingresos servicio de restaurante

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Desayuno					
Cantidad	3.600	3.916	4.260	4.634	5.041
Precio	3,26	3,36	3,47	3,58	3,69
Valor	11.725,22	13.162,74	14.776,51	16.588,12	18.621,83
Almuerzo					
Cantidad	3.600	3.916	4.260	4.634	5.041
Precio	4,59	4,74	4,89	5,05	5,21
Valor	16.532,93	18.559,88	20.835,33	23.389,76	26.257,36
Merienda					
Cantidad	3.600	3.916	4.260	4.634	5.041
Precio	4,59	4,74	4,89	5,05	5,21
Valor	16.532,93	18.559,88	20.835,33	23.389,76	26.257,36
TOTAL	44.791,09	50.282,51	56.447,18	63.367,64	71.136,56

Fuente: Investigación

Tabla 85 Ingresos servicio de ecoturismo

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad	5.679	6.178	6.720	7.310	7.952
Precio	7,32	7,55	7,79	8,04	8,30
TOTAL	41.559,24	46.654,43	52.374,30	58.795,42	66.003,78

Fuente: Investigación

Tabla 86 Presupuesto de ingreso

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Servicio	219.819,68	249.431,79	279.974,28	312.979,44	347.022,44
Hospedaje					
Servicio de	44.791,09	50.282,51	56.447,18	63.367,64	71.136,56
Restaurante					
Servicio de	41.559,24	46.654,43	52.374,30	58.795,42	66.003,78
Ecoturismo					
TOTAL	306.170,01	346.368,72	388.795,75	435.142,50	484.162,78

Fuente: Investigación

5.1.2.2 Presupuesto de egresos

“Los presupuestos de egresos están integrados fundamentalmente por los siguientes rubros: costo de producción, costo de operación, gastos de administración y ventas, así como gastos financieros.” (*Ortega, Proyectos de inversión, 2010, pág. 211*)

El presupuesto de egresos el valor que se compone de costos y gastos, dentro de los costos está la materia prima, mano de obra y los costos indirectos de fabricación, ya que son los que están relacionadas directamente con los servicios ofertados y recursos requeridos para que apoyen la producción del servicio.

Los costos de materia prima están determinados en base a cotizaciones, la mano de obra directa en base a remuneraciones reales, los costos indirectos de valores referenciales, así mismo los gastos generados.

- **Costo de producción**

El costo de producción son los gastos que se producen en la elaboración de un producto o servicio, este varía dependiendo de la cantidad producida.

- **Materia Prima Directa**

La materia prima directa está determinada por el servicio de restaurante, ya que ofrece desayunos, almuerzos y meriendas.

Tabla 87 Costo Materia Prima Directa

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Desayuno					
Cantidad	3.600	3.916	4.260	4.634	5.041
Precio	1,37	1,42	1,46	1,51	1,56
Valor	4.944,00	5.550,14	6.230,59	6.994,46	7.851,99
Almuerzo					
Cantidad	3.600	3.916	4.260	4.634	5.041
Precio	2,61	2,69	2,78	2,87	2,96
Valor	9.401,00	10.553,57	11.847,44	13.299,95	14.930,53
Merienda					
Cantidad	3.600	3.916	4.260	4.634	5.041
Precio	2,61	2,69	2,78	2,87	2,96
Valor	9.401,00	10.553,57	11.847,44	13.299,95	14.930,53
TOTAL	23.746,00	26.657,28	29.925,48	33.594,36	37.713,05

Fuente: Investigación

- **Mano de Obra Directa**

Es todas las personas que colaboran e intervienen directamente para obtener el producto o servicio terminado, estos valores se encuentran calculados a partir del estudio técnico, considerando beneficios de ley.

Tabla 88 Costo Mano de Obra Directa

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Guía en Turismo	11.988,40	12.372,03	12.767,93	13.176,51	13.598,16
Camarera de pisos	6.506,80	6.715,02	6.929,90	7.151,65	7.380,51
Cocinera	15.754,40	16.258,54	16.778,81	17.315,74	17.869,84
Mesera	6.506,80	6.715,02	6.929,90	7.151,65	7.380,51
TOTAL	40.756,40	42.060,60	43.406,54	44.795,55	46.229,01

Fuente: Investigación

- **Costos Indirectos de Fabricación**

Estos costos no forman parte directa de la producción, ya que complementan al producto y no representan mayor valor.

Tabla 89 CIF - Insumos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gas industrial	1.368,00	1.411,78	1.456,95	1.503,58	1.551,69
Servilletas	64,00	66,05	68,16	70,34	72,59
Papel Higiénico	520,00	536,64	553,81	571,53	589,82
Jabón de baño	1.475,00	1.522,20	1.570,91	1.621,18	1.673,06
Fundas de basura	547,50	565,02	583,10	601,76	621,02
Detergente	180,00	185,76	191,70	197,84	204,17
Desinfectante	780,00	804,96	830,72	857,30	884,74
Cloro	780,00	804,96	830,72	857,30	884,74
Esponja	22,40	23,12	23,86	24,62	25,41
Lavavajilla	70,00	72,24	74,55	76,94	79,40
Imprevistos	1.000,00	1.032,00	1.065,02	1.099,10	1.134,28
TOTAL	6.806,90	7.024,72	7.249,51	7.481,50	7.720,90

Es necesario para mantener el aseo y mantenimiento de las instalaciones contratar personal en dicha área y para mantener limpia la lencería de las habitaciones.

Tabla 90 CIF – Mano de obra Indirecta

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Lavandería	5.821,60	6.007,89	6.200,14	6.398,55	6.603,30
Auxiliar de Mantenimiento	6.506,80	6.715,02	6.929,90	7.151,65	7.380,51
TOTAL	12.328,40	12.722,91	13.130,04	13.550,20	13.983,81

Fuente: Investigación

- **Gastos administrativos**

Los gastos administrativos permiten manejar a la empresa, por medio del personal administrativo y los gastos por servicios básicos.

- Remuneraciones

Son los sueldos detallados para el administrador, contador y la recepcionista, que también incluye todos los beneficios de ley.

Tabla 91 Gasto Sueldos Administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	20.896,00	21.564,67	22.254,74	22.966,89	23.701,83
Contador	11.303,20	11.664,90	12.038,18	12.423,40	12.820,95
Recepcionista	7.192,00	7.422,14	7.659,65	7.904,76	8.157,71
Asistente auxiliar administrativo	6.506,80	6.715,02	6.929,90	7.151,65	7.380,51
TOTAL	45.898,00	47.366,74	48.882,47	50.446,71	52.061,01

Fuente: Investigación

- Servicios básicos

Los servicios básicos están determinados por concepto de: agua potable, energía eléctrica, internet y teléfono, indispensable para las actividades del hotel.

Tabla 92 Gasto Servicios básicos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua Potable	1.080,00	1.114,56	1.150,23	1.187,03	1.225,02
Energía eléctrica	300,00	309,60	319,51	329,73	340,28
Internet	240,00	247,68	255,61	263,79	272,23
Teléfono	180,00	185,76	191,70	197,84	204,17
TOTAL	1.800,00	1.857,60	1.917,04	1.978,39	2.041,70

Fuente: Investigación

Tabla 93 Resumen gastos administrativos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos empleados	45.898,00	47.366,74	48.882,47	50.446,71	52.061,01
servicios básicos	1.800,00	1.857,60	1.917,04	1.978,39	2.041,70
TOTAL	47.698,00	49.224,34	50.799,51	52.425,10	54.102,70

Fuente: Investigación

- Gastos de ventas

Los gastos de ventas corresponden a los que permiten que se dé a conocer la nueva unidad productiva, por ello se utilizará la publicidad radial en los fines de semana, 2 diarias.

Tabla 94 Gastos de Ventas

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	6.000,00	6.192,00	6.390,14	6.594,63	6.805,66
TOTAL	6.000,00	6.192,00	6.390,14	6.594,63	6.805,66

Fuente: Investigación

- **Gastos financieros**

Los gastos financieros constituyen los intereses que se generan por el crédito, que corresponde al 30% del total de la inversión y con una tasa de 11% anual otorgada por el Banco Nacional de Fomento.

Tabla 95 Gastos financieros

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés anual	7.567,12	6.206,29	4.687,98	2.993,98	1.103,95

Fuente: Investigación

5.1.2.3 Depreciaciones

La depreciación de activos fijos se realiza en base al método de línea y los años de vida útil dispuestos por las normas NIC y el reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno.

Tabla 96 Depreciación anual

ACTIVOS DEPRECIABLES	FIJOS	COSTO	VIDA ÚTIL ANOS	DEP. ANUAL
Infraestructura		131.100,00	20	6.555,00
Maquinaria y Equipo		14.780,00	10	1.478,00
Muebles y Enseres		20.489,00	10	2.048,90
Equipo de computación		2.960,00	10	296,00
Suministros de Oficina		253,00	3	84,33
Menaje		5.671,80	10	567,18
TOTAL		175.253,80		11.029,41

Fuente: Investigación

Tabla 97 Proyección de depreciación

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	6.555,00	6.555,00	6.555,00	6.555,00	6.555,00
Maquinaria y Equipo	1.478,00	1.478,00	1.478,00	1.478,00	1.478,00
Muebles y Enseres de Equipo de computación	2.048,90	2.048,90	2.048,90	2.048,90	2.048,90
Suministros de Oficina	84,33	84,33	84,33	84,33	84,33
Menaje	567,18	567,18	567,18	567,18	567,18
TOTAL	11.029,41	11.029,41	11.029,41	10.733,41	10.733,41

Fuente: Investigación

Tabla 98 Presupuesto de gastos

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Materia Prima	23.746,00	26.657,28	29.925,48	33.594,36	37.713,05
Mano de Obra	40.756,40	42.060,60	43.406,54	44.795,55	46.229,01
Costos Indirectos de fabricación	19.135,30	19.747,63	20.379,55	21.031,70	21.704,71
GASTOS					
Gastos administrativos	47.698,00	49.224,34	50.799,51	52.425,10	54.102,70
Gastos de Ventas	6.192,00	6.390,14	6.594,63	6.805,66	7.023,44
Gastos financieros	7.567,12	6.206,29	4.687,98	2.993,98	1.103,95
Gastos de depreciación	11.029,41	11.029,41	11.029,41	10.733,41	10.733,41
TOTAL	156.124,23	161.315,69	166.823,11	172.379,76	178.610,28

Fuente: Investigación

5.1.2.4 Estructura de Financiamiento

El proyecto tiene una inversión de USD 246.917,93 financiados mediante crédito el 30% y capital propio el 70% que es aporte de cinco inversionistas.

Para la constitución de la empresa se requiere de tener al menos el 50% de capital propio, por ello y al disponer de capital propio mayor al porcentaje mencionado se determina que el 70% será financiado mediante capital propio y el 30% con crédito, esto para que no exista mayor riesgo en la inversión.

Tabla 99 Financiamiento

DETALLE	INVERSIÓN	APORTACIÓN
Capital propio	172.842,55	70%
Capital financiado	74.075,38	30%
TOTAL	246.917,93	100%

Fuente: Investigación

Dentro del proyecto se ha identificado a 5 personas que se conocen, se encuentran interesadas en participar en la inversión del proyecto y que además disponen del capital propio que se requiere, esto por mutuo acuerdo de los involucrados. La aportación de los socios será en valores iguales, lo que hace que tengan los mismos derechos y participación en la toma de decisiones de la creación del hotel y de la administración.

Tabla 100 Aportación de los accionistas

INVERSIONISTA	APORTE
Inversionista 1	34.568,51
Inversionista 2	34.568,51
Inversionista 3	34.568,51
Inversionista 4	34.568,51
Inversionista 5	34.568,51
TOTAL	172.842,55

Fuente: Investigación

El crédito se realizará con el Banco Nacional de Fomento, puesto que el Ministerio de Turismo es el que financia proyectos turísticos que oferten alimentación hospedaje y además se preste el servicio de ecoturismo, es posible acceder a un préstamo con una tasa del 11% anual, a cinco años plazo, el interés será pagado mensualmente. Se necesita además presentar una garantía del 144% del monto a prestar. El cálculo se realiza a continuación.

Tabla 101 Condiciones de crédito

Monto del crédito	74.075,38
Tasa de interés (anual)	11%
Nº de pagos mensuales	60
Pago mensual	1.610,58

Fuente: Investigación

Tabla 102 Tabla de amortización de crédito

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Nº PAGO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO
0				74.075,38
1	679,02	931,55	1.610,58	73.143,82
2	670,49	940,09	1.610,58	72.203,73
3	661,87	948,71	1.610,58	71.255,02
4	653,17	957,41	1.610,58	70.297,61
5	644,39	966,18	1.610,58	69.331,43
6	635,54	975,04	1.610,58	68.356,39
7	626,60	983,98	1.610,58	67.372,41
8	617,58	993,00	1.610,58	66.379,41
9	608,48	1.002,10	1.610,58	65.377,31
10	599,29	1.011,29	1.610,58	64.366,03
11	590,02	1.020,56	1.610,58	63.345,47
12	580,67	1.029,91	1.610,58	62.315,56
13	571,23	1.039,35	1.610,58	61.276,21
14	561,70	1.048,88	1.610,58	60.227,33
15	552,08	1.058,49	1.610,58	59.168,83
16	542,38	1.068,20	1.610,58	58.100,64
17	532,59	1.077,99	1.610,58	57.022,65
18	522,71	1.087,87	1.610,58	55.934,78
19	512,74	1.097,84	1.610,58	54.836,93
20	502,67	1.107,91	1.610,58	53.729,03
21	492,52	1.118,06	1.610,58	52.610,97

CONTINUA



22	482,27	1.128,31	1.610,58	51.482,65
23	471,92	1.138,65	1.610,58	50.344,00
24	461,49	1.149,09	1.610,58	49.194,91
25	450,95	1.159,62	1.610,58	48.035,28
26	440,32	1.170,25	1.610,58	46.865,03
27	429,60	1.180,98	1.610,58	45.684,05
28	418,77	1.191,81	1.610,58	44.492,24
29	407,85	1.202,73	1.610,58	43.289,51
30	396,82	1.213,76	1.610,58	42.075,75
31	385,69	1.224,88	1.610,58	40.850,87
32	374,47	1.236,11	1.610,58	39.614,75
33	363,14	1.247,44	1.610,58	38.367,31
34	351,70	1.258,88	1.610,58	37.108,43
35	340,16	1.270,42	1.610,58	35.838,02
36	328,52	1.282,06	1.610,58	34.555,95
37	316,76	1.293,82	1.610,58	33.262,14
38	304,90	1.305,68	1.610,58	31.956,46
39	292,93	1.317,64	1.610,58	30.638,82
40	280,86	1.329,72	1.610,58	29.309,09
41	268,67	1.341,91	1.610,58	27.967,18
42	256,37	1.354,21	1.610,58	26.612,97
43	243,95	1.366,63	1.610,58	25.246,35
44	231,42	1.379,15	1.610,58	23.867,19
45	218,78	1.391,80	1.610,58	22.475,40
46	206,02	1.404,55	1.610,58	21.070,84
47	193,15	1.417,43	1.610,58	19.653,41
48	180,16	1.430,42	1.610,58	18.222,99
49	167,04	1.443,53	1.610,58	16.779,46
50	153,81	1.456,77	1.610,58	15.322,69
51	140,46	1.470,12	1.610,58	13.852,57
52	126,98	1.483,60	1.610,58	12.368,97
53	113,38	1.497,20	1.610,58	10.871,78
54	99,66	1.510,92	1.610,58	9.360,86
55	85,81	1.524,77	1.610,58	7.836,09
56	71,83	1.538,75	1.610,58	6.297,34
57	57,73	1.552,85	1.610,58	4.744,49
58	43,49	1.567,09	1.610,58	3.177,40
59	29,13	1.581,45	1.610,58	1.595,95
60	14,63	1.595,95	1.610,58	0,00

Fuente: Investigación

5.1.3 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel en que no existe ni pérdidas ni ganancias ya que los ingresos son iguales a los costos y gastos. Por medio del presupuesto de costos y gastos y los ingresos obtenidos se puede calcular el punto de equilibrio y conocer el valor anticipado que se requiere producir como mínimo y que se pueda garantizar una utilidad para la empresa.

Para calcular el punto de equilibrio en dólares se aplica la siguiente fórmula:

$$PE\ USD = \frac{Costo\ Fijo\ Total}{1 - \frac{Costo\ variable}{Ventas}} = USD$$

Para aplicar las fórmulas es necesario conocer costos fijos y costos variables para el primer año, para ello se presenta la siguiente tabla.

Tabla 103 Determinación de costos fijos y costos variables

DETALLE	AÑO 1
COSTOS FIJOS	
Gastos administrativos	47.698,00
Gastos de Ventas	6.192,00
Gastos financieros	7.567,12
Gastos de depreciación	11.029,41
TOTAL COSTOS FIJOS	72.486,53
COSTOS VARIABLES	
Materia Prima	23.746,00
Mano de Obra	40.756,40
Costos Indirectos de fabricación	19.135,30
TOTAL COSTOS VARIABLES	83.637,70
TOTAL CF+CV	156.124,23

Fuente: Investigación

Tabla 104 Requerimientos Punto de equilibrio

Detalle	Valor
Ventas	299.783,95
Costo Fijo	72.486,53
Costo Variable	83.637,70
Costo Total	156.124,23

Fuente: Investigación

$$PE USD = \frac{Costo Fijo Total}{1 - \frac{Costo variable}{Ventas}} = USD$$

$$PE USD = \frac{72.486,53}{1 - \frac{83.637,70}{299.783,95}} = 100.535,16 USD$$

En el primer año de operaciones el hotel para no perder ni ganar, deberá alcanzar ventas totales de USD 100.535,16 mientras que para los siguientes años se registra un incremento en el número de clientes expresado en los ingresos.

Para el cálculo del punto de equilibrio en unidades se utilizara la siguiente formula:

$$PE Unidades = \frac{Costo Fijo total}{Precio - Costo Variable Unitario}$$

$$PE Unid hospedaje = \frac{36348,60}{17,53 - 6,39} = 3.263$$

$$PE Unid restaurante = \frac{1.817,43}{12,06 - 11,34} = 2.524$$

$$PE Unid ecoturismo = \frac{22414,97}{7,09 - 1,51} = 4.017$$

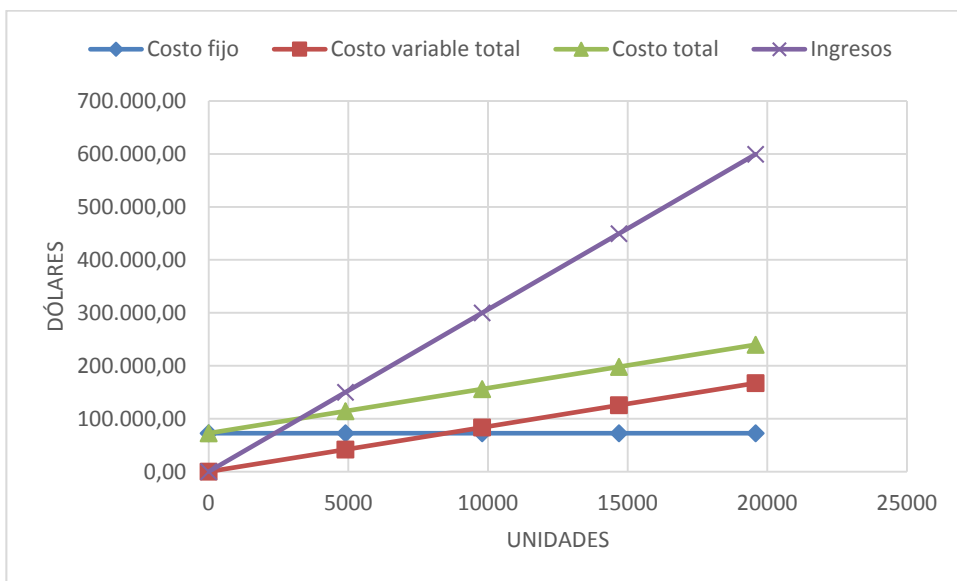


Figura 31 Punto de equilibrio servicio de hospedaje

Fuente: Investigación

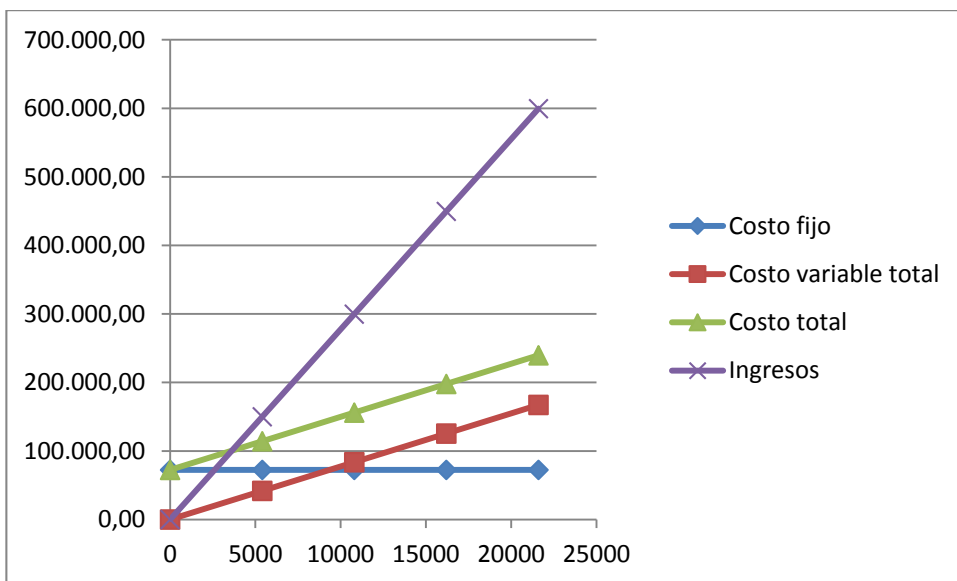


Figura 32 Punto de equilibrio servicio de restaurante

Fuente: Investigación

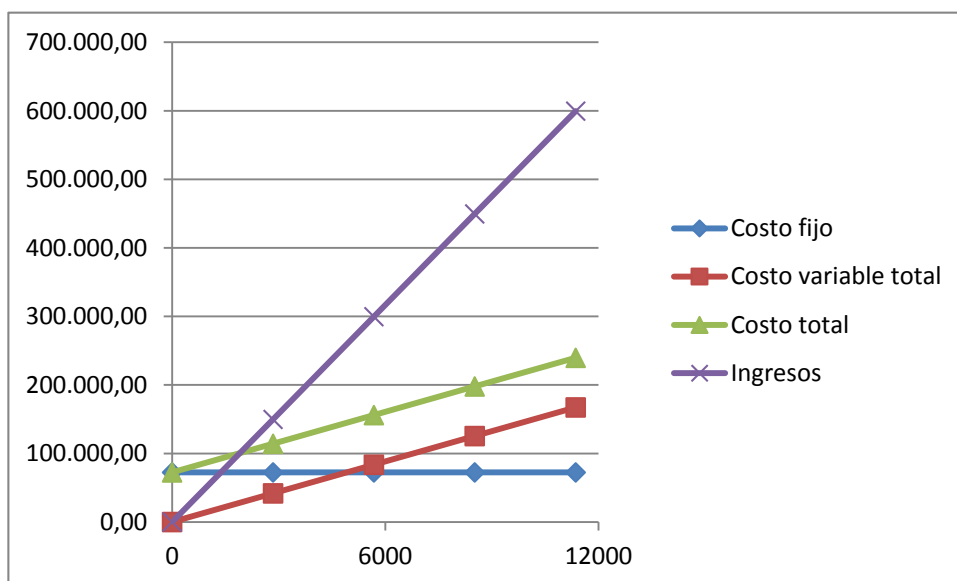


Gráfico 33 Punto de equilibrio servicio de ecoturismo

Fuente: Investigación

El punto de equilibrio se observa gráficamente cuando los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir donde la empresa no pierda ni gane, en este caso se obtuvo un punto de equilibrio de USD 100.535,16 USD servicios prestados durante el primer año, esto significa que si el valor o cantidad es mayor se logra una ganancia debido a que ya se cubrió costos y gastos y si es inferior a los resultados obtenidos se registra una pérdida.

Para el servicio de hospedaje el punto de equilibrio es de 3.263 unidades calculadas para el primer año, del servicio de restaurante es de 2.524 unidades y del servicio de ecoturismo es de 4.017 unidades.

5.2 Estados Financieros Pro Forma

“Los estados financieros proforma se utilizan comúnmente para pronosticar y analizar el nivel de rentabilidad de la empresa y su desempeño financiero global para que se puedan hacer esos ajustes a las operaciones planeadas a fin de alcanzar objetivos financieros a corto plazo.” (Gitman, 2003, pág. 116).

Los estados financieros pro forma son valores pronosticados, que indica los valores esperados en cada año calculado y permiten conocer la situación financiera que tendrá la empresa.

5.2.1 Estado de Resultados (Pérdidas y Ganancias)

El estado de resultado permite conocer la ganancia o pérdida para los inversionistas, las cuentas que se utilizan son ingresos, costos y gastos presentados de forma sistemática, a partir de estos valores se puede calcular la evaluación financiera.

Tabla 105 Proyección de Estado de resultados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	299.783,95	338.890,53	380.170,14	425.537,73	473.555,59
(-) Costo de venta	83.637,70	88.465,51	93.711,57	99.421,61	105.646,78
Materia Prima	23.746,00	26.657,28	29.925,48	33.594,36	37.713,05
Directa					
Mano de Obra	40.756,40	42.060,60	43.406,54	44.795,55	46.229,01
Directa					
Costos Indirectos de fabricación	19.135,30	19.747,63	20.379,55	21.031,70	21.704,71
(=) Utilidad bruta en ventas	216.146,25	250.425,02	286.458,56	326.116,12	367.908,81
(-) Gastos administrativos	47.698,00	49.224,34	50.799,51	52.425,10	54.102,70
(-) Gastos de ventas	6.192,00	6.390,14	6.594,63	6.805,66	7.023,44
(-) Gastos de depreciación	11.029,41	11.029,41	11.029,41	10.733,41	10.733,41
(=) Utilidad operacional	151.226,83	183.781,12	218.035,01	256.151,95	296.049,25
(-) Gastos financieros	7.567,12	1.846,75	1.454,63	1.019,39	536,27
(=) Utilidad antes de participación	143.659,71	181.934,38	216.580,37	255.132,56	295.512,99
(-) 15% participación utilidades	21.548,96	27.290,16	32.487,06	38.269,88	44.326,95
(=) Utilidad antes del impuesto	122.110,76	154.644,22	184.093,32	216.862,68	251.186,04
(-) 22% Impuesto a la Renta	26.864,37	34.021,73	40.500,53	47.709,79	55.260,93
UTILIDA NETA DEL EJERCICIO	95.246,39	120.622,49	143.592,79	169.152,89	195.925,11

Elaborado por: Carolina Fernández

Financieramente el proyecto es rentable por presentarse utilidad en los cinco años.

5.2.2 Estado de Origen y Aplicación de Fondos

El objetivo de este estado es conocer la proveniencia del recurso económico y cuál será el destino de aplicación y distribución durante el periodo. Los fondos corresponden al crédito y a la aportación de los accionistas que suman la inversión inicial total.

Los usos que se dan es compra de bienes muebles e inmuebles que se utilizarán para la implementación del proyecto.

Tabla 106 Estado de origen y aplicación de fondos

DETALLE	VALOR	CAPITAL PROPIO	CRÉDITO
Activos Fijos			
Terreno	60.000,00	58.029,62	1.970,38
Infraestructura	131.100,00	58.995,00	72.105,00
Maquinaria y Equipo	14.780,00	14.780,00	
Muebles y Enseres	20.489,00	20.489,00	
Equipo de computación	2.960,00	2.960,00	
Suministros de Oficina	253,00	253,00	
Menaje	5.671,80	5.671,80	
Capital de Trabajo	11.664,13	11.664,13	
TOTAL	246.917,93	172.842,55	74.075,38

Elaborado por: Carolina Fernández

Fuente: Investigación

5.2.3 Flujo de Fondos

El flujo de fondos indica todas las entradas y salidas de dinero en los cinco años proyectados, este sirve de base para la evaluación financiera.

5.2.3.1 Del Proyecto

El flujo de fondos del proyecto mide los ingresos y egresos que tendrá la empresa invirtiendo el valor determinado. En el resultado total se observa un incremento, es un resultado favorable para la nueva empresa.

Tabla 107 Flujo de fondos del proyecto

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		299.783,95	338.890,53	380.170,14	425.537,73	473.555,59
(-) Costo de venta		83.637,70	88.465,51	93.711,57	99.421,61	105.646,78
Materia Prima Directa		23.746,00	26.657,28	29.925,48	33.594,36	37.713,05
Mano de Obra Directa		40.756,40	42.060,60	43.406,54	44.795,55	46.229,01
Costos Indirectos de fabricación		19.135,30	19.747,63	20.379,55	21.031,70	21.704,71
(=) Utilidad bruta en ventas		216.146,25	250.425,02	286.458,56	326.116,12	367.908,81
(-) Gastos administrativos		47.698,00	49.224,34	50.799,51	52.425,10	54.102,70
(-) Gastos de ventas		6.192,00	6.390,14	6.594,63	6.805,66	7.023,44
(-) Gastos de depreciación		11.029,41	11.029,41	11.029,41	10.733,41	10.733,41
(-) Utilidad antes de participación e impuestos		151.226,83	178.732,00	176.844,94	230.105,88	259.602,93
(-) 15% participación utilidades		22.684,02	26.809,80	26.526,74	34.515,88	38.940,44
(-) 22% Impuesto a la Renta		28.279,42	33.422,88	33.070,00	43.029,80	48.545,75
UTILIDA NETA DEL EJERCICIO		151.226,83	118.499,32	117.248,19	152.560,20	172.116,74
(+) Depreciaciones		11.029,41	11.029,41	11.029,41	10.733,41	10.733,41
(-) Inversión Inicial	235.253,80					
(-) Inversiones de remplazo				11.029,41	11.029,41	21.762,82
(-) Capital de trabajo	11.664,13					
(+) Recuperación del capital de trabajo						11.664,13
TOTAL FLUJO	(246.917,93)	162.256,25	129.528,73	117.248,20	152.264,20	172.751,46

Elaborado por: Carolina Fernández

5.2.3.2 Del Inversionista

El flujo de fondos del inversionista toma en cuenta el valor financiado por terceros, que se obtuvo mediante crédito al Banco Nacional de Fomento.

Tabla 108 Flujo de fondos del inversionista

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		299.783,95	338.890,53	380.170,14	425.537,73	473.555,59
(-) Costo de venta		83.637,70	88.465,51	93.711,57	99.421,61	105.646,78
Materia Prima Directa		23.746,00	26.657,28	29.925,48	33.594,36	37.713,05
Mano de Obra Directa		40.756,40	42.060,60	43.406,54	44.795,55	46.229,01
Costos Indirectos de fabricación		19.135,30	19.747,63	20.379,55	21.031,70	21.704,71
(=) Utilidad bruta en ventas		216.146,25	250.425,02	286.458,56	326.116,12	367.908,81
(-) Gastos administrativos		47.698,00	49.224,34	50.799,51	52.425,10	54.102,70
(-) Gastos de ventas		6.192,00	6.390,14	6.594,63	6.805,66	7.023,44
(-) Gastos de amortización		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Gastos de depreciación		11.029,41	11.029,41	11.029,41	10.733,41	10.733,41
(=) Utilidad operacional		151.226,83	183.781,12	218.035,01	256.151,95	296.049,25
(-) Gastos financieros		7.567,12	1.846,75	1.454,63	1.019,39	536,27
(-) Utilidad antes de participación e impuestos		143.659,71	181.934,38	216.580,37	255.132,56	295.512,99
(-) 15% participación utilidades		21.548,96	27.290,16	32.487,06	38.269,88	44.326,95
(-) 22% Impuesto a la Renta		26.864,37	34.021,73	40.500,53	47.709,79	55.260,93
UTILIDA NETA DEL EJERCICIO		95.246,39	120.622,49	143.592,79	169.152,89	195.925,11
(+) Depreciaciones		11.029,41	11.029,41	11.029,41	10.733,41	10.733,41
(-) Inversión Inicial	235.253,80					
(-) Inversiones de remplazo				11.029,41	11.029,41	21.762,82
(-) Capital de trabajo	11.664,13					
(+) Recuperación del capital de trabajo						11.664,13
(+) Crédito recibido	74.075,38					
(-) Pago del capital		11.759,82	13.120,65	14.638,96	16.332,96	18.222,99
TOTAL FLUJO	(172.842,55)	94.515,98	118.531,26	128.953,83	152.523,93	178.336,84

Elaborado por: Carolina Fernández

5.3 Evaluación Financiera

La evaluación financiera tiene la finalidad de determinar si es factible o no el proyecto, para ello se utiliza herramientas como:

- Valor Actual Neto VAN
- Tasa Interna de Retorno TIR
- Periodo de recuperación de la inversión
- Relación Beneficio - costo

Una vez obtenido estos resultados se puede tomar la decisión de invertir el proyecto o no.

5.3.1 Determinación de las Tasas de Descuento

La tasa de descuento es la tasa de oportunidad que se podría invertir en una institución financiera si no se invirtiera el proyecto.

5.3.1.1 Del Proyecto

La tasa de descuento del proyecto está determinada con la tasa pasiva del Banco Central del Ecuador, el riesgo país y la tasa de inflación.

Tabla 109 Tasa de descuento del proyecto

DETALLE	PORCENTAJE
Tasa Pasiva	5,18%
Riesgo País	3,88%
Tasa de Inflación	3,20%
Tasa ajustada por riesgo	12,26%

Fuente: Investigación

5.3.1.2 Del Inversionista

Para calcular la tasa de descuento del inversionista se utiliza la tasa impositiva, calculada con el porcentaje del impuesto a la renta del 22% y la participación de los trabajadores que es el 25%.

Tabla 110 Tasa impositiva

CONCEPTO	PORCENTAJE		
		100%	
Impuesto a la renta	22%	22%	78%
Participación trabajadores	15%	11,70%	
	Tasa impositiva	33,70%	
	Factor impositivo	66,30%	0,6630

Fuente: Investigación

Del 100% se toma el 22% y se resta quedando el 78% y de ese valor se toma el 15% de participación, sumando los valores da una tasa impositiva de 33,70%. Para calcular el factor impositivo se resta la tasa impositiva del 100%.

Una vez determinado la tasa impositiva se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Tasa de descuento} = p1*r1+p2*r2*(1-t)$$

Dónde:

p1=	proporción de recursos propios	70%
p2=	proporción de financiamiento	30%
r1=	costo de oportunidad del recurso propio	12,26%
r2=	interés de financiamiento	11%
t=	Tasa impositiva	33,70%

Tasa de descuento = $70\% * 12,26\% + 30\% * 11\% *(100\% - 33,70\%)$

Tasa de descuento = **10.77%**

La tasa de descuento obtenida permite conocer el valor de la rentabilidad que puede obtener tanto el proyecto como el inversionista si deciden invertir en otros proyectos o en una institución financiera es decir la rentabilidad que pueden obtener del proyecto es de 12,26% y el inversionista el 10,77%.

5.3.2 Criterios de Evaluación

La evaluación permite determinar los beneficios netos que tenga el proyecto, y que sirva de respaldo teórico de la toma de decisiones.

5.3.2.1 Valor Actual Neto

El VAN es una herramienta muy utilizada para evaluar proyectos, está dada por la resta de la inversión y los flujos netos actualizados a una tasa de descuento previamente calculada. El resultado depende de la inversión, los flujos actualizados y el tiempo que dure el proyecto.

Se aplica la siguiente formula:

VAN= FLUJOS ACTUALIZADOS - INVERSIÓN

Interpretación:

VAN > 0; el proyecto es viable

VAN = 0; el proyecto es indiferente, se puede o no realizar

VAN < 0; el proyecto no es viable

Tabla 111 Flujos actualizados del proyecto

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJOS ACTULIZADOS
0	-246.917,93	
1	162.256,25	144.536,12
2	129.528,73	102.781,76
3	117.248,20	82.876,44
4	152.264,20	95.873,30
5	172.751,46	96.893,92
TOTAL		522.961,53
FLUJO		

Fuente: Investigación

VAN= **276.043,60**

El VAN del proyecto es de USD 276.043,60 lo que muestra que el proyecto es rentable y viable.

Tabla 112 Flujos actualizados del inversionista

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJOS ACTULIZADOS
0	-172.842,55	
1	94.515,98	84.193,82
2	118.531,26	94.055,20
3	128.953,83	91.150,52
4	152.523,93	96.036,84
5	178.336,84	100.026,68
TOTAL		465.463,06
FLUJO		

Fuente: Investigación

VAN= **292.620,51**

El VAN del inversionista es de USD 292.620,51 representa una cifra positiva, por tanto la inversión en el hotel se hace atractiva.

5.3.2.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno es la que hace que el VAN sea cero es decir ingresos igual a egresos, es decir beneficios igual a desembolsos. Si el resultado es mayor a la tasa de descuento el proyecto es rentable.

Dentro de los proyectos de inversión realizar su cálculo es fundamental ya que mide el porcentaje que se va a tener de rentabilidad en los cinco años de vida útil del proyecto y de esta forma poder tomar la decisión de invertir o no en el proyecto.

Para el cálculo de la TIR se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left[\frac{VAN i}{VANi - VANs} \right]$$

Dónde:

TIR =Tasa Interna de Retorno

Ti = Tasa Inferior

Ts = Tasa Superior

VANi= VAN Inferior

VANs= VAN Superior

Para ello se utiliza los flujos de caja y se actualiza con porcentajes superiores a la tasa de descuento para que el VAN de un resultado negativo y se pueda remplazar los valores en la fórmula.

Una vez calculado se obtiene el siguiente resultado.

Tabla 113 TIR del proyecto

Tasa Interna 41,75%
de Retorno

Fuente: Investigación
Tabla 114 TIR del inversionista

Tasa Interna 51,65%
de Retorno

Fuente: Investigación

La tasa interna obtenida en los dos casos da resultados favorables, ya es superior a la tasa de descuento.

5.3.2.3 Período de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión muestra el tiempo en que se va a recuperar el valor invertido, para su cálculo se utiliza los flujos netos actualizados con la tasa de descuento.

Tabla 115 Cálculo periodo de recuperación del proyecto

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACTUALIZADO 12,26%	P.R.I.
0		-246.917,93	-246.917,93
1	162.256,25	144.536,12	-102.381,81
2	129.528,73	102.781,76	399,95
3	117.248,20	82.876,44	83.276,38
4	152.264,20	95.873,30	179.149,68
5	172.751,46	96.893,92	276.043,60
TOTAL		276.043,60	

Fuente: Investigación

PRI = 1 año y 8 meses

El periodo de recuperación de la inversión del proyecto es de 1 año y 8 meses.

Con el resultado obtenido se puede observar que el valor invertido en el proyecto será recuperado en un tiempo oportuno, debido a que está dentro de su vida útil, además con el resultado se puede determinar que el proyecto tiene liquidez y por ende tomar la decisión de invertir con seguridad.

Tabla 116 Cálculo periodo de recuperación del inversionista

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACTUALIZADO 10,77%	P.R.I.
0		-172.842,55	-172.842,55
1	94.515,98	84.193,82	-88.648,73
2	118.531,26	94.055,20	5.406,47
3	128.953,83	91.150,52	96.556,99
4	152.523,93	96.036,84	192.593,83
5	178.336,84	100.026,68	292.620,51
TOTAL		292.620,51	

Fuente: Investigación

PRI = 1 año

El periodo de recuperación del inversionista es de 1 año.

Para el inversionista el periodo de recuperación es de 1 año, es decir tiene menor liquidez comparada con el tiempo de recuperación del proyecto, sin embargo sigue siendo rentable y está en la capacidad de generar ingresos.

5.3.2.4 Relación Beneficio/Costo

La relación beneficio/costo permite conocer el rendimiento que se obtendrá al invertir una cantidad de dinero en el proyecto, se obtiene con la sumatoria de los flujos netos actualizados sobre la inversión.

Fórmula:

$$B/C = \frac{\text{Sumatoria (Flujos Actualizados del Proyecto)}}{\text{Inversión}}$$

Tabla 117 Cálculo Costo /beneficio del proyecto

AÑOS	FLUJOS ACTULIZADOS
1	144.536,12
2	102.781,76
3	82.876,44
4	95.873,30
5	96.893,92
TOTAL FLUJO	522.961,53

Fuente: Investigación

$$B/C = \frac{522.961,53}{246.917,93}$$

$$B/C = 2,12$$

La relación costo/beneficio del proyecto muestra que por cada dólar que se invierte en el proyecto se obtiene USD 1,12 de beneficio o utilidad.

Tabla 118 Cálculo Costo /beneficio del inversionista

AÑOS	FLUJOS ACTULIZADOS
1	84.193,82
2	94.055,20
3	91.150,52
4	96.036,84
5	100.026,68
TOTAL FLUJO	465.463,06

Fuente: Investigación

$$B/C = \frac{465.463,06}{172.842,55}$$

$$B/C = 2,69$$

Por cada dólar que se invierte se obtiene USD 1,69 de beneficio o utilidad. Este valor es mayor que el que se obtiene sin financiamiento.

Tabla 119 Resumen Evaluación financiera

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	PROYECTO	INVERSIONISTA
Tasa de descuento	12,26%	10,77%
VAN	276.043,60	292.620,51
TIR	41,75%	51,65%
Relación Beneficio-Costo	2,12	2,69
Periodo de Recuperación	1 año 8 meses	1 año

Fuente: Investigación

5.3.3 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer las variaciones en diferentes variables para conocer qué tan factible o no es el proyecto. Además permite conocer el grado de riesgo puede representar la inversión, por ello se identifica posibles escenarios probables y posibles de ocurrir.

Este análisis se determina con el cálculo del incremento o disminución de las variables a considerar.

Para calcular el análisis de sensibilidad es necesario realizar el incremento o disminución del porcentaje en el valor de cada una de las variables y realizar los cálculos respectivos.

Tabla 120 Análisis de sensibilidad del proyecto

DETALLE	VARIACIÓN	VAN	TIR	C/B	RESULTADO
Situación actual		276.043,60	41,75%	2,12	Rentable
Incremento insumos	10%	276.215,25	41,55%	2,11	No sensible
Incremento mano de obra directa	10%	275.191,06	41,14%	2,10	No sensible
Disminución de clientes	10%	265.876,29	41,08%	2,05	No sensible
Disminuye precios	10%	252.117,17	38,61%	2,03	Sensible

Fuente: Investigación

Las variables que se han tomado en cuenta son:

- Insumos
- Mano de obra directa.
- Clientes
- Precios

Este resultado muestra que tan sensibles son los indicadores de evaluación del proyecto con respecto al valor esperado, esto permite tomar decisiones y conocer el riesgo del proyecto.

En cuanto al incremento de insumos, mano de obra y disminución de clientes en el 10% no se ve afectado, puesto que las cantidades de los indicadores a evaluar no reflejan disminución significativa, pero en la disminución de los precios presenta una sensibilidad con respecto a las demás variables.

Tabla 121 Análisis de sensibilidad del inversionista

DETALLE	VARIACIÓN	VAN	TIR	C/B	RESULTADO
Situación actual		292.620,51	51,65%	2,69	Rentable
Incremento insumos	10%	292.405,81	46,03%	2,68	No sensible
Incremento mano de obra directa	10%	288.873,40	44,60%	2,49	No sensible
Disminución de clientes	10%	276.084,98	39,58%	2,40	No sensible
Disminuye precios	10%	260.392,01	32,61%	2,33	Sensible

Fuente: Investigación

El análisis de sensibilidad del inversionista, se puede observar que el proyecto presenta mayor sensibilidad con la disminución de precios manteniendo las demás variables, presenta poca sensibilidad en los variables insumos, mano de obra directa y disminución de clientes.

En conclusión se puede observar que la mejor alternativa es la situación actual, puesto que un incremento o disminución de las variables analizadas generan beneficios y rentabilidad menor a la calculada en el proyecto.

CAPITULO 6

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- C1.- En el Estudio de Mercado se determinó que del total de las personas encuestadas el 87% de los turistas nacionales y extranjeros, considera que es necesario que se construya un hotel en el barrio Loreto para que los turistas disfruten de un ambiente de recreación familiar, esta variable es fundamental para poner en marcha nuestra empresa.

- C2.- En el barrio “Loreto” obtuvimos una demanda insatisfecha de sitios de alojamiento para el año 2015 de 15.597 personas y se espera satisfacer una demanda propuesta para nuestro proyecto del 70% del total de la demanda insatisfecha.

- C3.- En el Estudio Técnico se obtuvo que la capacidad instalada de “La Cascada” Gran Hotel será de 10. 917 distribuidos en el área de hospedaje, restaurante y ecoturismo.

- C4.- “La Cascada” Gran Hotel esta empresa se constituirá legalmente como una Compañía de Responsabilidad Limitada y se registrá a las Normas y Reglamentos de la República del Ecuador.

- C5.- La inversión requerida para la puesta en marcha de “La Cascada” Gran Hotel es de \$246.917,93 que corresponden a los activos fijos y al capital de trabajo de los cuales será el 70% aporte de los socios y el 30% financiado con un crédito bancario.

- C6.- En la evaluación financiera de “La Cascada” Gran Hotel se determinó que al implementarse el proyecto con financiamiento lograra una mayor rentabilidad a la esperada, y se obtuvo los siguientes resultados en los indicadores financieros VAN \$ 292.620,51 TIR 51,65%, Relación B/C \$ 2,69 periodo de recuperación de la inversión 1 año; razón por la que el proyecto tiene liquidez necesaria para cubrir sus costos y gastos anuales.
- C7.- El desarrollo del presente proyecto brinda una gran oportunidad turística para todos los turistas nacionales y extranjeros que venga a conocer varios lugares turísticos del Cantón Rumiñahui, puedan estar en contacto con la naturaleza y disfrutar de una recreación familiar.

6.2 Recomendaciones

- R1.- Poner en marcha el proyecto ya que en base al estudio de mercado realizado se considera factible la implementación de la “La Cascada” Gran Hotel.
- R2.- Brindar un servicio de calidad que cumpla con los requerimientos de los turistas nacionales y extranjeros que les permita percibir el precio que pagan por los servicios recibidos, para captar el 70% de la demanda insatisfecha.
- R3.- Lograr la acreditación y certificaciones turísticas a nivel nacional e internacional para su reconocimiento en el mercado.
- R4.- Elaborar y presentar los requisitos necesarios para acceder a un crédito bancario para emprendedores turísticos a través de la Dirección de Fomento de Turismo, ya que el Gobierno apoya al desarrollo del turismo.
- R5.- Desarrollar estrategias que permitan promover y fomentar con mayor eficiencia la difusión del servicio mediante los medios de comunicación con el fin de incentivar el crecimiento del mercado nacional y extranjero.
- R 6.- Aprovechar la oportunidad del negocio “La Cascada” Gran Hotel debido a que el sector turístico del Ecuador está fomentando los atractivos turísticos.



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIOENCUESTA APLICADA A TURISTAS

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad adquirir información y obtener resultados para la creación de un hotel ubicado en el cantón Rumiñahui, parroquia de Sangolquí, barrio Loreto y su nivel de aceptación.

Instrucciones:

- Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste de acuerdo a su criterio.
- Señale con una X la respuesta correcta.

Género: Masculino () Femenino ()

Edad: _____

1. ¿Cuál es su lugar de residencia?

Nacional ()

Extranjero ()

2. ¿Porque motivo acude usted a visitar al Barrio Loreto del Cantón Rumiñahui?

Turismo ()

Negocios ()

Estudios ()

Otros ()

3. ¿Cuántos días permanece en el sitio?

1 día ()

2 días ()

3 o más ()

4. ¿Cuál es la frecuencia de visita?

- Mensual ()
Trimestral ()
Semestral ()
Anual ()

5. ¿Con quién suele visitar el lugar?

- Solo ()
En pareja ()
Familia ()
Amigos ()

6. ¿Conoce algún sitio de hospedaje para que los turistas puedan permanecer más tiempo en el barrio Loreto?

- Si ()
No ()

7. ¿Qué aspecto considera de mayor importancia a la hora de elegir un hotel?

- Precios ()
Variedad de servicios ()
Calidad del servicio ()
Seguridad ()
Cercanía ()
Otros ¿Cuál? () _____

8. ¿Considera que es necesario que se construya un hotel en el barrio Loreto para que los turistas disfruten de un ambiente de recreación familiar?

- Si ()
No ()

Si la respuesta es si continuamos con la siguiente pregunta y si la respuesta es no se finaliza la encuesta.

9. ¿Qué valor por persona estaría dispuesta a pagar por el servicio de hospedaje?

- USD 10,00 ()
USD 15,00 ()
USD 20,00 ()
USD 30,00 o más ()

10. ¿Qué servicio adicional le gustaría que brinde el servicio de hospedaje?

- Guía turístico ()
Restaurante ()
Área deportiva (canchas) ()
Todas las anteriores ()

11. ¿Está de acuerdo a pagar un costo adicional por los servicios antes mencionados?

- Totalmente de acuerdo ()
De acuerdo ()
En desacuerdo ()

12. ¿Qué tipo de habitación prefiere utilizar?

- Simple ()
Doble ()
Matrimonial ()

13. ¿Cómo le gustaría informarse del servicio de hospedaje?

- Internet ()
Agencias de viajes ()
Radio ()
Televisión ()
Prensa escrita ()

Muchas gracias

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Arata, A. (2009). *Ingeniería y Gestión de la confiabilidad operacional en las plantas industriales*. Santiago de Chile: RIL Editores.
- Baca, G. U. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: Mc. Graw Hill.
- Brusola, F. (2000). *Oficina técnica y proyectos* . Valencia: Reproval, S.L.
- Caspar, P. (2000). *Como crear tu propia empresa*. Barcelona: Editores técnicos asociados.
- Córdova, M. (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Di Rienzo, J. A. (2006). *Estadísticas*. México.
- Díaz de Rada, V. (2001). *Diseño elaboración de cuestionarios*. España.
- Fernandez Guell, J. M. (2006). *Planificación estratégica*. Barcelona.
- Fernández Nogales, Á. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. Madrid.
- Fernandez Nogales, A. (2004). *Investigación y técnicas del mercado*. Madrid.
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de Inversión: .* Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Gitman, L. (2003). *Principios de administración financiera*. México: Person Educación.
- Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social. (2006). *Guía para la presentación de proyectos* . México: Siglo xxi editores S.A. de c.v.
- Kotler, P. (2002). *Dirección del marketing*. México.
- Kotler, P. (2006). *Dirección del marketing*. México.
- Kotler, P. (2008). *Fundamentos del marketing* . México.
- Maqueda Lafuente, J. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicio*. Madrid.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Miranda Miranda, J. J. (2006). *Gestión de proyectos*. Bogotá.

- Miranda, J. (2006). *Gestión de proyectos: Identificación, formulación, evaluación financiera, económica, social, ambiental*. Bogotá: MM Editores.
- Ortega, A. (2010). *Proyectos de inversión*. México: Continental.
- Ortega, A. (2010). *Proyectos de Inversión*. México: Continental.
- Pontificia Universidad Javeriana. (2001). *Estrategias de producción y mercado*. Bogotá.
- Rivera Camino, J. (2014). *Marketing sectorial principios y aplicaciones*. Madrid.
- Rodríguez Ardura, I. (2006). *Principios y estrategias de marketing*. Barcelona.
- Rosales Posas, R. (2007). *La formulación y evaluación de proyectos*. Costa Rica.
- Rosales, R. (2007). *La Formulación y Evaluación de Proyectos*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación*. México: Person Educación.
- Soldevila, P., & Cordobés, M. (2008). *Manual de contabilidad de gestión para empresas franquiciadoras y de retail*. Barcelona: Profit Editorial.
- Thompson, I. (14 de Abril de 2007). *Promonegocios*. Recuperado el 06 de Agosto de 2014, de Definición de distribución:
- Villacorta Tilve, M. (2010). *Introducción al marketing estratégico*. California.

PAGINAS WEB

- Gobierno Municipal de Rumiñahui, Recuperado el 05 de 08 del 2014
<http://www.ruminahui.gob.ec/?q=canton-ruminahui/datos-geograficos>
- Destino de Ecuador Valle de los Chillos Recuperado el 08 de 08 del 2014
<http://www.destinoecuador.ec/vallechillos.php>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Rumiñahui, Recuperado el 13 de 08 del 2014
<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/68-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-pichincha/292-canton-ruminahui>
- Entender el turismo, Glosario Básico Recuperado el 2014 de 08 de 16
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ecuador, R.D, Senplades Recuperado el 2014 de 08 de 10, de Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017: <http://plan.senplades.gob.ec>
- G.A.D Municipal del Cantón Rumiñahui. Guía Turística de Orellana Recuperado el 30 de noviembre de 2014 :http://www.gad.municipal_cantonruminahui
- Ministerio de Turismo (04 de 2014). Boletín N°4 Principales Indicadores de Turismo. Recuperado el 25 de noviembre de 2014, de servicios de turismo: <http://servicios.turismo.gob.ec/imagenes/estadisticas/Boletin-abril-2014comprimido>
- SENPLADES (22 de 08 de 2014) Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017. Recuperado el 2014 de 11 de 27, de <http://plan.senplades.gob.ec>