

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJERCITO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**PROYECTO DE GRADUACIÓN PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

**"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA
VIEJA GUARDIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA"**

VERÓNICA CECILIA TORO SALAZAR

DIRECTOR: ECO. JULIO VILLA.

CODIRECTOR: ING. MARLON TINAJERO

LATACUNGA, FEBRERO DEL 2004.

CERTIFICACIÓN

En nuestra calidad de Director y Codirector, certificamos que la Sra. Verónica Cecilia Toro Salazar ha desarrollado el proyecto de grado titulado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA VIEJA GUARDIA EN LA CIUDAD DE LATACUNGA". Observando las disposiciones institucionales, metodológicas y técnicas que regulan la estructura académica, por lo que autorizamos para que la mencionada Sra. reproduzca el documento definitivo; presente a las autoridades de la Facultad de Ciencias Administrativas y proceda a la exposición de su contenido.

Atentamente.

Econ. Julio Villa
DIRECTOR

Ing. Marlon Tinajero
CODIRECTOR

"No hay logro más grande que aquel que es alcanzado con el sudor de tu frente"

Autor: ARISTÓTELES

AGRADECIMIENTO

Al culminar mis estudios universitarios quiero agradecer al Creador por ser mi guía espiritual y darme una razón de ser; a mis padres y a mi hermano por todo su sacrificio y fortaleza, a mi esposo y mi hija por su amor incondicional; a la Escuela Politécnica del Ejercito por haberme brindado la posibilidad de triunfar. Un sincero agradecimiento al Econ. Julio Villa y al Ing. Marlon Tinajero que más que profesores han sido buenos amigos que con paciencia y sabiduría me han ayudado a culminar con éxito el proyecto.

DEDICATORIA

Todo el Esfuerzo realizado para culminar mis estudios y cumplir así uno de mis objetivos, va dedicado las personas con las que he compartido momentos duros y momentos de felicidad, que con amor y comprensión me han enseñado a luchar por mis ideales...mis padres, mi esposo y mi pequeña hija.

INDICE GENERAL

PRELIMINARES	Pág.
Portada	I
Certificación	II
Agradecimiento	III
Dedicatoria	IV
Indice	V
Introducción	XI

CAPITULO 1. -- ESTUDIO DEL MERCADO

1. Introducción	1
1.1 Objetivo del Estudio de Mercado	2
1.2 Definición del Servicio.	2
1.2.1 Usos y especificaciones del servicio	4
1.3 Consumidor del servicio	9
1.3.1 Perfil del consumidor	9
1.3.2 Segmentación del Consumidor.	9
1.3.3 Comportamientos del Consumidor	10
1.4 Necesidad del Servicio en la ciudad de Latacunga.	11
1.5 Elementos del estudio de Mercado.	12
1.5.1 Definición del problema y los objetivos.	12
1.5.2 Determinación del Estrato.	12
1.5.3 Tamaño de la Muestra.	13
1.5.4 Encuesta.	15
1.5.5 Recopilación de Información de Campo.	16
1.5.6 Codificación.	16
1.5.7 Calificación y tratamiento de la información.	19
1.5.8 Resultados.	20
1.6 Demanda del Servicio.	23

1.6.1	Método para la proyección de la demanda.	30
1.6.2	Proyección de la demanda.	31
1.7	Análisis de la Oferta	33
1.7.1	Cuantificación de la oferta total existente.	33
1.7.2	Capacidad instalada y utilizada.	35
1.7.3	Proyección de la Oferta.	36
1.8	Demanda Insatisfecha.	37
1.8.1	Evaluación de la Demanda Insatisfecha.	37
1.8.2	Proyección de la demanda Insatisfecha.	37

CAPITULO 2. - ESTUDIO TÉCNICO

2.	Localización	39
2.1	Macrolocalización	39
2.1.1	Selección de la localización óptima de la Hostería "Vieja Guardia" en Latacunga.	41
2.2	Microlocalización	42
2.2.1	Características	42
2.2.2	Infraestructura y medio Ambiente.	42
2.2.3	Disposiciones legales.	43
2.2.4	Ubicación Específica.	43
2.2.5	Condiciones locales.	43
2.3	Tamaño de la nueva Hostería "VIEJA GUARDIA" en la Ciudad de Latacunga.	44
2.3.1	Abastecimientos de materias primas y equipos.	45
2.3.2	Limitación del Mercado.	45
2.3.2.1	Demanda	45
2.3.2.1	Demanda Potencial.	46

2.4 Ingeniería del Proyecto.	46
2.4.1 Tecnología	46
2.4.2 Diseño de la construcción y planos	47
2.4.3 Mobiliario y Equipo.	47
2.4.4 Edificación e Infraestructura	49
2.4.4.1 Distribución del Local	50
2.4.5 Ingeniería del Servicio	51
2.4.5.1 Proveedores	55
2.4.6 Estimación de Costos y Gastos.	56
2.4.6.1 Sueldos y Salarios	56
2.4.6.2 Mano de Obra Directa	56
2.4.6.3 Mano de Obra Indirecta	56
2.4.6.4 Suministros y Materiales	56
2.4.6.5 Reparación y Mantenimiento.	58
2.4.6.6 Vehículos.	58
2.4.7 Proceso de Constitución de la Empresa	58
2.4.7.1 Elección de la Forma Jurídica	58
2.4.7.2 Tramites de constitución	59
2.4.8 Estructura Organizacional de la Empresa	61
2.4.8.1 Organigrama Estructural	61
2.4.8.2 Organigrama Funcional	62
2.4.8.3 Organigrama de Posición	64
CAPITULO 3. -PROPUESTA ESTRATÉGICA.	
3. Formación de Misión y Visión.	65
3.1 Misión.	65
3.2 Visión.	65
3.3 Principios y Valores Corporativos.	65
3.4 Objetivos Corporativos.	67
3.4.1 Financieros.	67
3.4.2 De Volumen.	68
3.4.3 De imagen	68

3.4.4	Interés de Accionistas.	69
3.5	Estrategias de Servicios.	69
3.5.1	Genéricas	69
3.5.2	De Competencia	69
3.5.3	De Crecimiento	70
3.6	Estrategias de Mercadeo	70
3.6.1	Selección de los Segmentos Metas.	70
3.6.2	Variables según el tipo de consumidor	70
3.6.3	Perfil del segmento meta	71
3.6.4	Canales de Distribución	71
3.6.5	Servicio	72
3.6.6	Precios.	73

CAPITULO 4. - ESTUDIO ECONOMICO

4.	Objetivo del estudio Financiero.	75
4.1	Inversiones en activos Fijos.	75
4.1.1	Costos de Terreno.	75
4.1.2	Costo de Edificación e Infraestructura.	75
4.1.3	Costo de muebles y enseres.	76
4.1.4	Costo de maquinarias y Equipos.	76
4.1.5	Costo de Vehículos.	78
4.1.6	Depreciaciones.	78
4.2	Inversiones en Activos Diferidos.	79
4.2.1	Gastos de Constitución	79
4.2.2	Gastos Preoperativos	79
4.2.3	Imprevistos	79
4.2.4	Costos de mantenimiento y Reparación.	79
4.2.5	Seguros	80
4.3	Inversiones en Capital de Trabajo	81

4.3.1	Ciclo de Operación de caja	81
4.3.2	Rotación de Caja	82
4.3.3	Requerimiento de Caja	82
4.4	Financiamiento	82
4.4.1	Aporte de capital social	82
4.5	Estimación de Ingresos	83
4.5.1	Volumen de Ventas y Precios	83
4.6	Estructura de Costos	84
4.6.1	Costos Directos	84
4.6.2	Costos Indirectos	84
4.6.3	Gastos de Administración	84
4.6.4	Gastos de Ventas	85
4.7	Estados Financieros	86
4.7.1	Balance General Proyectado	86
4.7.2	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	87
4.7.3	Flujo de Fondos Proyectado	87

CAPITULO 5. - EVALUACIÓN FINANCIERA.

5.	Evaluación Financiera	88
5.1	Costo Promedio Ponderado del Capital	88
5.3	Análisis VAN	88
5.4	Análisis TIR	89
5.5	Relación Costo Beneficio	90
5.6	Periodo De Recuperación	91
5.7	Análisis de Ratios financieros	91
5.8	Punto de Equilibrio	93
5.9	Margen de Rentabilidad.	95
5.10	Rendimiento Sobre el Patrimonio	95
5.11	Rendimiento sobre Activos Totales.	96
5.12	Análisis de Sensibilidad	96
5.12.1	Escenario Pesimista.	96
5.12.2	Escenario Optimista.	97

CAPITULO 6. - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.1 Conclusiones.	99
6.2 Recomendaciones.	100

ANEXOS.

INTRODUCCIÓN

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL TURISMO EN EL ECUADOR Y LA PROVINCIA

Actualmente las empresas deben adaptarse a los requerimientos de transformación que exige el desenvolverse en un medio competitivo, para lograr satisfacer las necesidades de sus clientes.

El turismo es una de las actividades de servicios con mayores posibilidades de desarrollo en el Ecuador. Su aporte a la generación de empleo es de suma importancia y su aporte en divisas supera a varios sectores exportadores de los sectores primario e industrial. En concreto el turismo se sitúa en cuarto lugar en relación de sectores generadores de divisas en la economía ecuatoriana, detrás del banano, el camarón y petróleo crudo.

La principal riqueza turística con que cuenta el Ecuador es la Naturaleza de manera tal que los turistas nacionales y extranjeros pueden disfrutar de las bondades y bellezas de cada una de sus regiones: Costa, Sierra, Oriente y región insular. Cada una de estas con climas y costumbres propios pero con la misma hospitalidad hacia el visitante.

La presente información ha sido obtenida en la pagina de Internet de la Corporación Financiera Nacional en su sección Turismo en la que se señala las riquezas que posee Ecuador en sus distintas regiones así:

La región costa o litoral se encuentra en las orillas del océano Pacífico, es una región de gran atracción turística, posee playas naturales de gran belleza, entre los lugares mas visitados están: Salinas en la provincia del Guayas, Atacames en la provincia de Esmeraldas, Bahía de Caráquez, Manta, y la isla de plata en Manabí. Entre los demás regalos de Dios que posee esta hermosa región.

La región Amazónica u Oriental lugar en la que se encuentra la jungla ecuatoriana y desde donde nacen un sinnúmero de ríos que terminan en el Amazonas, es parte de lo que se conoce como "el Gran pulmón de la Humanidad", quien tiene la oportunidad de visitar esta región puede apreciar la variedad de flora y fauna y el bosque húmedo y tropical.

La región Insular o Galápagos, mundialmente conocidas como las islas encantadas, es uno de los más grandes tesoros que posee la humanidad. El turista que llega a estas hermosas islas, queda totalmente maravillado con la biodiversidad de flora y fauna existente. Así : las inmensas tortugas, aves, iguanas y demás animales marinos así como sus aguas claras y cristalinas que complementan la belleza de las Galápagos.

La Serranía en nuestro país también presenta la famosa avenida de los volcanes formada por El Cayambe (5796 m), El Antisana (5704 m), El Tungurahua (5033 m), El Sangay (5413 m), El Imbabura(4629 m), El Chimborazo (5028 m), El Iliniza (5304 m), El Carihuairazo (5028 m), El Cotacachi (4966 m), El Pichincha (4784 m), y el Cotopaxi, mundialmente conocido como el Volcán activo más alto del mundo con (5896 m), todo esto acompañado de sus ríos con aguas cristalinas, pueblos pintorescos y diversidad de culturas forman parte de un paisaje sin igual.

Entre las principales actividades turísticas que se pueden desarrollar en nuestro país anotamos:

Observación de aves

Costa: Las áreas en las que existe la mayor diversidad de aves son Santo Domingo, Río Palenque, Atacames, Muisne, el Golfo de Guayaquil, Cerro Blanco, Salinas, Punta Carnero, Machala y Arenillas.

Sierra: Los sitios de observación de más fácil acceso son el Páramo de El Ángel, El Placer, San Lorenzo (línea férrea), Quito, Nono, Mindo, Chiriboga, Papallacta, Baeza y San Rafael.

Región Amazónica: Los sitios de observación más visitados son Tena, Misahuallí, Puyo, Camino Loreto-Coca, Cuyabeno, Zancudococha, Lagartococha, Limoncocha, La Selva, Complejo Yuturi, Río Napo y Añangucocha.

Orquideología

Costa: Reserva Awa, Río Palenque, Jauneche, Machalilla, Churute, Jardín Botánico Guayaquil, Cerro Blanco y Capeira.

Sierra: Ushcurumi, Maquipucuna, Pasochoa, Bosque Mazan, Estación Juan Manuel Durini y Jardín Botánico Argelia.

Región Amazónica: La Selva, Complejo Yuturi, Cuyabeno, Montes Guacamayo, Volcán Sumaca, Sachapata y Aliñauí.

Canoísmo

Costa: Los ríos de la costa son torrentosos y están rodeados de escenarios naturales de gran belleza. Cerca de Santo Domingo está el Río Toachi, que corre desde Alluriquin a Valle Hermoso. En la costa sur, uno de los ríos más hermosos es el Puyango, que atraviesa buena parte de la provincia de El Oro.

Sierra: Por su volumen y escenario circundante, el Río Paute, en la provincia de Azuay, es el mejor lugar para practicar el canoísmo. Clubes especiales alquilan equipos para practicar este deporte.

Región Amazónica: El Río Quijos, situado en el área de Borja, y la Cascada de San Rafael son los lugares recomendables en la provincia del Napo. En la provincia de Pastaza, se pueden destacar los ríos Anzu y Bobonaza.

Pesca

Costa: La pesca está permitida tanto en aguas profundas como en entrantes de mar y cerca de las playas. Los principales sitios de pesca son Atacames, Bahía de Caráquez, Pedernales, Esmeraldas, Cojimíes, Manta, Jambelí y Puerto Bolívar.

Sierra: Los mejores lugares de pesca son los lagos. Los más visitados son Voladero, San Pablo, San Marcos, Papallacta, Mica, Mojanda y Colta. Se da preferencia a la pesca de trucha, pero también son muy frecuentes otras especies nativas.

Región Amazónica: La pesca es abundante en casi todos los ríos y lagunas de la Amazonía, especialmente si el índice de pluviosidad no es alto. Los mejores ríos para la pesca son el Napo, el Aguarico, el Tiputini, el Jivino y el Tivacuno. Los lagos y lagunas más visitados son Limoncocha, Yuturi, Lagartococha, Zancudococha y Pañacocha.

Excursiones y andinismo

Costa:

La Reserva de la Comunidad Awa (costa norte). Se pueden realizar caminatas por el bosque lluvioso, de gran diversidad ecológica. Los Indios Awa habitan esta área protegida. Observación de la flora y fauna del lugar.

La parte baja de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, con bosques nublados e interandinos, montañas, ríos y desfiladeros. Se puede observar el cambio gradual de la vegetación.

En la costa central: sitios de observación, bosques secos, manglares y una gran variedad de playas se encuentran en las Reservas de Churute, Cerro Blanco y Machalilla. Se pueden visitar numerosas playas privadas.

En la costa sur: excursiones al Río Puyango y al Bosque Petrificado, donde es posible observar fósiles vegetales y animales junto a la vegetación actual.

Excursiones fascinantes de Muisne o Cojimíes en la provincia de Esmeraldas. Se atraviesan ríos, áreas ganaderas y se visitan diferentes poblaciones. En la zona de Punta Suspiro se encuentra una gran variedad de avi-fauna, en las entrantes de manglar y en las playas.

En Portete y Punta Bolívar se puede observar vegetación típica de la playa. Están disponibles canoas a precios razonables para cruzar ríos y atravesar entrantes de mar.

En la Sierra:

Las tres lagunas de Mojanda son de origen glaciar y están rodeadas de páramos e incomparables paisajes andinos. Sus aguas son ricas en truchas.

La excursión se completa con visitas a los pueblos indígenas de Otavalo y San Pablo del Lago, páramos, bosques andinos, visitas al Lago de San Marcos, acercamientos al Cayambe y al Antisana, y permiten al turista conocer varias fuentes termales y baños, bosques nublados, antiguas haciendas y lagunas.

La sierra de los Llaganati, el lugar legendario donde supuestamente se encuentra el tesoro del Inca, está cubierta de vegetación propia del páramo.

Un volcán de nombre El Hermoso, que en ocasiones puede verse nevado, está cerca de estos montes. Durante el circuito Chimborazo-Carihuairazo, se puede admirar la nieve, los páramos, las llanuras y los cultivos tradicionales, así como conocer los famosos hieleros del Chimborazo.

El Camino Real del Inca tenía una longitud de 3.260 Km. y conectaba

Quito con los lugares más australes de imperio inca. Hoy en día el Camino Real está destruido en la mayor parte de su trayecto; no obstante, todavía se puede andar por algunos tramos del inca-ñan en los valles de la Sierra

Central, especialmente en la zona del Palacio de Ingapirca, uno de los sitios arqueológicos más importantes. Un hermoso escenario natural lleno de lagos, montañas y pueblos indígenas caracteriza los alrededores del Camino Real.

En la Región Amazónica:

El Reventador es un volcán activo. Para llegar a sus faldas se debe cruzar una espesa selva salpicada de formaciones de lava. Varias cascadas en el curso de los ríos Quijos y Halo son otros atractivos turísticos.

El Volcán Sumaco está casi escondido entre la selva; es posible visitar las diversas poblaciones indígenas que se encuentran en sus alrededores.

La Sierra de Guacamayos es un bosque nublado con una gran variedad de especies animales y vegetales. Desde sitios de observación especiales se puede tener una vista panorámica de la cuenca del Amazonas.

El Napo, el Tiputini y el Aguarico son ríos de considerable tamaño que están rodeados por una selva muy densa. Se puede observar la fauna y visitar varios pueblos indígenas.

Las lagunas de Yuturi, Limoncocha y Pañacocha son ricas en plantas acuáticas y aves, El turista debe ponerse en contacto con agencias de viaje con el fin de conseguir guías locales que faciliten el transporte fluvial para sus excursiones.

Las extraordinarias zonas naturales que posee el Ecuador se deben a su ventajosa ubicación geográfica y climatológica, con grandes condiciones para ser un verdadero Centro de Atracción Turística Internacional; así, el Ecuador registra un incremento del 3.3% anual, mientras que el promedio de las naciones de América del Sur es del 1 % anual según lo señala la Organización Mundial de Turismo.

La investigación realizada por Ecuador Turístico en su página Web brinda la siguiente información acerca de la provincia de Cotopaxi.

COTOPAXI Y SUS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

Precisamente en la Sierra se encuentra la Provincia de Cotopaxi con una población total de 364.375 que representa una tasa de crecimiento anual de 7,494%. Llamada hasta 1938 Provincia de León, está situada en las faldas del volcán Cotopaxi. La palabra Cotopaxi es de origen quechua y traducida al español significa Cuello de Luna.

CAPITAL

Latacunga capital de la provincia en el pasado se la conoció como "Tacunga" y su historia se confiere a una antigüedad superior a otras ciudades serranas. Su historia se remonta a periodos prehistóricos, a la llegada del Inca Huayna Capac que pronunció: " Llacta Cunani" que significa " Os entrego esta tierra". Latacunga es una ciudad atractiva, sus calles rectas y estrechas están bordeadas aún de casas bajas y edificios construidos a base de piedra pómez (piedra de color gris balcánica)

SITUACIÓN

La provincia de Cotopaxi esta ubicada en la hoya central oriental de Patate. Está limitada al norte por el nudo de Tiopullo. La hoya cuenta con extensos valles y páramos.

ALTITUD

2800 m.s.n.m.

TEMPERATURA

La temperatura promedio para las zonas habitadas es de 12° C.

CLIMA

El clima de esta provincia varía de acuerdo a la región, va desde el gélido de las cumbres andinas hasta el cálido húmedo en el subtrópico.

DEMOGRAFÍA.

En la provincia de Cotopaxi existe mucha diferencia entre el sector urbano y rural en vivienda, educación, salud, empleo. Estas diferencias se agravan paulatinamente con el incontrolable crecimiento de la población. Cabe destacar que desde 1962 existen un sin número de personas que abandonan la provincia en busca de mejores formas de vida.

RECURSOS NATURALES.

La provincia de Cotopaxi ofrece un sin números de productos, suelos gumíferos, calcáreos, arcillosos, con una flora rica.

Posee bosques que son de gran riqueza y por supuesto el parque nacional creado en 1975 lugar que busca preservar las riquezas ecológicas donde crecen millares de árboles de pino, cipreses, nogales, alisos, arrayanes.

Es importante señalar que en la zona subtropical se explota el laurel, tagua, caucho guayacán y roble.

MINAS.

Cotopaxi es rico en minerales, la mayoría de los cuales ni han sido explotados. Precisamente hasta 1983 no se encontraba registrado ningún establecimiento

minero y fue el Instituto Ecuatoriano de Minería que registro minerales preciosos, otros metales y no metales, canteras entre otras, cabe destacar que la más destacable es la piedra pómez que es abundante y se explota sin control.

PESCA Y FUENTES DE AGUA MINERAL.

La provincia es rica en ríos de manera especial en la zona subtropical como Moraspungo, Pucayacu, Pangua La mana y Salcedo donde se realiza la pesca comercial y Deportiva; así también las fuentes de agua mineral como las existentes en la Ciénega que posee aguas medicinales como las Aguas del Carmen y la Ering.

Y las fuentes de agua mineral comercializada como Agua San Felipe y Agua Imperial que son obtenidas del río Pumacunchi.

AGRICULTURA Y GANADERÍA.

En Cotopaxi la ganadería lechera se desarrolla de manera especial al norte de la provincia , La ganadería es una de las más importantes del país, lo que se debe a la eficiencia productiva y los mejores pastos que se pueden encontrar.

En cuanto la agricultura el cultivo de la papa es la más importante especialmente en las haciendas del páramo Cusubamba y Salcedo, la producción de productos como las cebollas, yuca, aguacate, cebada, naranja fréjol y haba también se destacan como importantes en su producción.

ARTESANÍA.

En cuanto a la industria artesanal Cotopaxi se destaca especialmente por: Costura, Zapatería, Talabartería, Hojalatería, Cerámica ,Tejeduría.

LUGARES TURÍSTICOS

Son variados los atractivos turísticos que ofrece la provincia del Cotopaxi.

En primer lugar debe destacarse la belleza de sus paisajes naturales que están dominados por las cimas nevadas y montañas particularmente por la imponente belleza del Cotopaxi.

Existen lugares cargados de historia , sitios para la pesca, el montañismo, paseos campestres, ferias multicolores y variado folklore.

Existen buenos hoteles, una red vial que cuenta con cerca de 150 Km. de carretera afirmada. Además varios sitios que deben ser visitados.

CIUDAD DE LATACUNGA

La ciudad de Latacunga cuenta según la última información obtenida en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos cuenta con 149.502 , se estima que para el año 2004 la población se incremente en un 2.84% y llegue a 152.343 habitantes.

Se encuentra ubicada a 2850 m sobre el nivel del mar y tiene una temperatura de 12 grados. Latacunga es una hermosa ciudad, de mucho movimiento en los días feriados, pero tranquila y placida el resto del tiempo en todas sus calles, plazas y parques.

En el pasado la ciudad fue destruida varias veces por el volcán Cotopaxi pero se reconstruyó con tesón y mucho esfuerzo para convertirla en lo que hoy es; una ciudad atractiva, acogedora.

En el centro se encuentra La Catedral construida en la época de la colonia con reestructuraciones después de las erupciones volcánicas pero que aun presenta su hermosura.

El paisaje urbano de la ciudad con sus calles estrechas, casas bajas con enormes patios interiores que unen lo español con lo aborígen, lo antiguo con lo moderno.

Esta es Latacunga tierra que recibe a propios y extraños con la mas grande cordialidad y con historias que dejan cautivados a quienes las escuchan.

TEMPLOS Y EDIFICIOS

El templo en honor a la virgen del Salto, abogada y patrona contra los terremotos y las pestes, se encuentra junto al río Yanayacu. El sitio donde los patriotas dominaron las fuerzas españolas y lograron la independencia es precisamente en la Iglesia de Santo Domingo con su hermosa plazoleta . La Iglesia de La Merced que presenta una hermosa cúpula y grandes campanarios construida después del terremoto de 1797, es el sitio para rendir culto a la Santísima Virgen de La Merced "Señora del Volcán". Son templos hermosos al igual que la Catedral.

Así también es posible encontrar los Molino Montserrat lugar donde actualmente funciona la Casa de la Cultura, Núcleo de Cotopaxi.

Otro de Los edificios destacados de la época Republicana esta La Escuela Politécnica del Ejercito ESPE antes llamado "Artes y Oficios", edificio levantado en 1889 donde funciono la primera Fabrica de Pólvora cuyo diseño se debe al Arquitecto Francisco Schmidt, Este edificio posee una infraestructura amplia tanto en patios, corredores, arcos y terrazas.

LAGUNA DEL QUILOTOA.

Es el cráter de un volcán apagado se encuentra a 4100 mts. de altura, cuyas aguas son ricas en minerales; para llegar a este sitio solo se debe tomar el camino que nos lleva al cantón de Pujilí.

RUINAS DE PUCHUZALA.

Son los vestigios de un palacio de la época precolombina, fue construido con piedra volcánica que ha sido estudiado por celebres visitantes como Humboldt; según la historia se cree que fue construido por Huayna-Cápac.

PARQUE NACIONAL COTOPAXI.

El parque nacional Cotopaxi es una zona protegida para conservar los bosques, animales, y su riqueza botánica, situada a 50 Km de Quito, el parque nos invita a admirar y observar los amplios páramos, pinares, rebaños de llamas, refugio de escaladores, museo y una estación de rastreo de satélites, pero lo más importante el Volcán Cotopaxi, se pueden observar verdaderas bellezas, una vegetación impresionante todo siguiendo el camino culebrero del río Pita; grandes cascadas, quebradas, orquídeas, helechos, agua dulce y cristalina que deja maravillado al turista nacional y extranjero.

RESTAURANTES Y HOSTERIAS

Se debe considerar que Cotopaxi es visitado por sus atractivos ya antes mencionados y los lugares para llegar son también muy solicitados, y en nuestra provincia existen dos Hosterías de alta calidad por el norte la Ciénega en la población de Lasso y al Sur en el cantón Salcedo Rumipamba de las Rosas, entre los restaurantes mas visitados se pueden mencionar El Fogón, El Vaquero, La finca, Los Copihues y las famosas chugchucaras en la ciudad de Latacunga como plato típico cuyos elementos son la fritada, el cuero de chanco, empanadas, plátanos fritos, papas, maíz tostado y mote.

También se debe destacar las hallullas, el queso de hoja, el hornado, tortillas de maíz entre otras delicias que se pueden encontrar en la provincia.

FIESTAS FOLKLORICAS

LA MAMA NEGRA

La Mama Negra es una fiesta tradicional que se realiza cada año en la ciudad de Latacunga, no se conoce mucho sobre su origen pero sé como ce que durante la colonia llegaron un grupo de negros como esclavos para trabajar en la minería, fue un grupo de ellos que llegaron a Latacunga a trabajar en la minas de Sigchos, con esta llegada los aborígenes de la época empezaron a dramatizar el acontecimiento, en 1742 el volcán mas grande del mundo erupciona y los ruegos y plegarias van dirigidas a la Virgen de la Merced "Abogada y patrona del Volcán" juraron celebrar en su honor fiestas cada año; y de esta manera cada 24 de Septiembre se celebra las festividades conocidas como La Santísima Tragedia, Fiestas de la Capitanía "MAMA NEGRA".

En estas fiestas los personajes multicolores bailan con bandas de pueblo, cohetes, flores, dulces por todas las calles de la ciudad con su personaje principal que es la mama negra.

CORPUS CHRISTI.

Fiesta celebrada en la ciudad de Pujilí cuyo personaje principal es el Danzante por este motivo también se le conoce como la fiesta del danzante, es organizada por el alcalde y el prioste con muchos días de anticipación, La entrada de la fiesta se da cundo el alcalde y el prioste junto a los danzantes entran con un bastón de chonta, adornado con cintas, argollas y cadenas de plata.

La fiesta del danzante también se celebra en otros sitios de la provincia pero con menor afluencia de turistas así en Saquisilí, Salcedo e incluso Latacunga.

CAPITULO 1.- ESTUDIO DEL MERCADO

"El mercado se define como el área en la cual convergen las fuerzas de la oferta demanda y precios.

En este contexto, el Estudio de Mercado consiste en determinar la cantidad de bienes y servicios que las empresas están en posibilidad de producir para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijado para la competencia"¹

1. Introducción

La preparación de este proyecto busca la posibilidad de invertir en una actividad económica que beneficie al turismo y a la población cotopaxense.

Con la preparación de un proyecto se trata de que el riesgo de determinada inversión sea calculado. Se parte del hecho evidente de que cualquier tipo de inversión trae consigo un riesgo; con el estudio no se pretende eliminar dicho riesgo, pero si cuantificar cuan grande o pequeño puede ser este y hasta cierto punto buscar su minimización.

Un proyecto de factibilidad debe primero justificar su ejecución a través del estudio de mercado serio y confiable que arroje datos reales que permitan estimar aspectos fundamentales, que sirvan de base para la ejecución de dicho proyecto.

Este estudio nos ayudará a obtener información objetiva y exacta que servirá para satisfacer las necesidades de los turistas Nacionales e

1 Costales Gavilanes, Diseño y Evaluación de Proyectos Pág. 49

Internacionales que visiten nuestra provincia y principalmente la ciudad de Latacunga brindándoles un lugar de descanso, esparcimiento y diversión; así como también tomar decisiones precisas y oportunas para lograr grandes éxitos.

1.1 Objetivo del Estudio de Mercado

El objetivo fundamental de este estudio de Mercado es determinar las distintas necesidades que posee la Provincia y de manera especial Latacunga en cuanto a un lugar que pueda recibir a clientes nacionales e internacionales que buscan en la capital de los cotopaxenses el sitio adecuado para realizar actividades de distinta índole; para hacer negocio, divertirse o simplemente descansar, para de esta manera cuantificar la demanda de los mismos.

En base a este estudio también se podrá determinar la capacidad de consumo de todo visitante a la Hostería "Vieja Guardia"

1.2 Definición del Servicio.

"El servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra, es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada. Su producción puede o no ir ligada con un producto físico. Los servicios son intangibles, no pueden verse, probarse, sentirse, oírse u olerse antes de ser adquiridos, son muy variables ya que su calidad depende del proveedor de cómo, dónde, cómo lo hace".²

² Kloter Armstrong, Fundamentos de mercadotecnia Resumen Pág. 537-539

" El objetivo general de cualquier empresa debe ser producir y ofrecer los bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la comunidad al coste mas bajo posible y que permita ofrecer precios competitivos, de manera que cualquier inversionista tenga la posibilidad de obtener un beneficio razonable acorde a su inversión"³

" A los clientes externos por lo general no les importa como una empresa cumple su trabajo internamente, lo que sí tiene mucha importancia para ellos es qué le entregan y cómo se lo entregan; es por eso la importancia de brindar un servicio adecuado puesto que la percepción del cliente sobre la calidad del servicio resulta de la comparación que haga entre lo que realmente recibe y sus expectativas, tiene que ver con lo que el cliente está recibiendo, es decir si la percepción del cliente es inferior a sus expectativas, con seguridad su grado de satisfacción será bajo o viceversa"⁴. Se explica que la calidad del servicio es más difícil de definir y juzgar que la calidad del producto son los clientes quienes harán su juicio sobre la calidad del servicio que reciban, y nosotros como prestadores de este definimos las expectativas de los clientes a través de un estudio de mercado con el fin de elaborar servicios eficaces, por lo que la hostería "Vieja Guardia" está orientado a prestar los siguientes servicios:

- Calidad
- Servicio al Cliente
- Limpieza
- Rapidez

3 J.T.T. Objetivos y Fines de la empresa Pág.. 62

4 Folleto de Planeación Estratégica de la Calidad Total, Resumen

- Tranquilidad
- Seguridad.

El servicio que se pretende ofrecer es un establecimiento hotelero situado en la zona urbana de la ciudad de Latacunga, dotado de jardines, zona deportiva de equitación, cabañas, salas de recepciones etc., todas brindando los servicios ya antes mencionados.

1.2.1 Usos y especificaciones del servicio.

Considerando que el servicio que pretende ofrecer la Hostería "Vieja Guardia" es de hospedaje, esparcimiento y diversión, se considera que el servicio es un punto muy importante para que el turista se sienta a gusto y conociendo que en la actualidad nos desenvolvemos en una sociedad de información en que los servicios ya son altamente competitivos; es de suma importancia la especificación del servicio que pretende dar la Hostería "Vieja Guardia" para lo cual el servicio se caracterizará por:

CALIDAD.- Es apreciado únicamente por el cliente que recibe un servicio o consume un producto. La calidad de un servicio depende de muchos factores de exigencia y atributos en general. Se debe ofrecer un servicio de primera calidad a los clientes y contribuir al desarrollo de los empleados, dotando al personal de la capacitación adecuada y de una asignación específica de funciones.

SERVICIO AL CLIENTE.- Todos Los miembros de una empresa de servicios deben estar concientes que el servicio no es solo recibir al cliente y entregar lo que se posee sino ser cortés, amable y hacer que el

cliente tenga el deseo de volver en otra ocasión; para que el servicio sea el adecuado el trabajador debe ser motivado.

LIMPIEZA.- El proyectar una buena imagen es uno de los elementos principales de un lugar en el que se brinde hospedaje, comidas y esparcimiento, por lo tanto no se debe descuidar ninguna de estas áreas para que el cliente se sienta a gusto y satisfechos; por esta razón se pretende dar un trato adecuado a las diferentes áreas de la Hostería mediante un buen manejo de los desechos.

RAPIDEZ.- Los miembros de la empresa deben también considerar que el cliente que espera se desespera por lo que la atención inmediata debe ser considerada importante obviamente sin descuidar la calidad, por tal razón se implantarán actividades que no presenten tiempo ocioso optimizando así la eficiencia en la entrega del servicio.

TRANQUILIDAD.- En la Hostería "Vieja Guardia" se debe procurar que el cliente se encuentre tranquilo durante su estadía, sin tener que preocuparse por la seguridad de sus pertenencias como la de su vida y poder lograr toda la comodidad posible, para lo cual se contará con guardiana privada las 24 horas, y con gente totalmente honrada a la que se la hará responsable de sus respectivas áreas.

Se considera que en La Hostería "Vieja Guardia" debe existir un ambiente agradable tanto para el cliente interno como para el cliente externo, con la finalidad de que toda persona que se encuentre en la misma se sienta a gusto.

La Hostería "Vieja Guardia" se encontrará ubicada en la zona urbana de la ciudad de Latacunga brindando hospedaje, recreación, deporte y

diversión a al público en General será constituido como una compañía anónima.

Según datos obtenidos en el ministerio de turismo del Ecuador, nuestro país recibe turistas extranjeros procedentes principalmente de América y Europa y en menor cantidad de Asia, África y Oceanía.

Para mejor comprensión se detalla a continuación el porcentaje de turistas extranjeros según el país de procedencia que llegan al Ecuador.

Cuadro N° 1

ENTRADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR(2002)

AMERICA		EUROPA		ASIA /AFRICA OCEANIA
PAIS	%	PAIS	%	%
ESTADOS UNIDOS	26.60	FRANCIA	2.18	
COLOMBIA	32.75	ESPAÑA	2.76	
PERU	15.23	ALEMANIA	3.18	
CHILE	3.51	REINO UNIDO	3.40	
OTROS	4.79	OTROS	1.65	
Totales	82.88%		13.25%	5%

FUENTE: ANUARIOS DE ESTADÍSTICAS DE MIGRACIÓN INTERNACIONAL INEC
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO.

Podemos demostrar como los turistas procedentes de América representan un 82.88% destacándose los visitantes colombianos y peruanos por estar más cerca del país.

El continente Europeo con un 13.25% contiene turistas que visitan el país destacándose Alemania y Francia.

Finalmente los países de Asia, África y Oceanía presentan un 5% de turistas que visitan el Ecuador.

Además se considera la entrada de extranjeros no inmigrantes al Ecuador según los grupos principales de Ocupación y Población Activa y No Activa de acuerdo al último censo del año 2000-2001.

Cuadro N° 2

POBLACIÓN EXTRANJERA ACTIVA Y NO ACTIVA EN EL ECUADOR

POBLACIÓN ACTIVA	2000	2001
PROFESIONALES CIENTIFICOS E INTELECTUALES	45,00%	55,05%
EMPLEADOS DE OFICINA	6,00%	5,60%
TRABAJADORES DE SERVICIOS Y VENDEDORES DE COMERCIO Y MERCADO	5,05%	6,08%
POBLACIÓN NO ACTIVA		
EL HOGAR	9,24%	8,44%
ESTUDIANTES	16,56%	14,38%

FUENTE: ESTADÍSTICAS INEC

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Para obtener un registro de visitantes nacionales y extranjeros que visitan Cotopaxi el estudio se basa en quienes visitan el Parque Nacional Cotopaxi como área Natural del Ecuador.

Cuadro N° 3

VISITANTES POTENCIALES DE COTOPAXI AÑO(2002)

VISITANTES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC	TOTAL	%
NACIONALES	1597	1881	2828	2868	5801	2638	4440	4781	2412	1854	2119	1701	6925	71,37
EXTRANJEROS	2457	1228	1357	1501	1665	1993	3322	4143	2308	6685	2520	2199	2778	28,63
TOTAL	4054	3109	4185	4369	7466	4631	7762	8924	4720	8539	4639	3900	9703	100

FUENTE: DIRECCIÓN DE ÁREAS NATURALES- MINISTERIO DE AMBIENTE

ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Para el caso del Ecuador se estudia además la población económicamente activa considerada desde los cinco años debido a que según el censo de población y vivienda 2001 septiembre 2002 se declararon ocupados 31.829 niños de los cuales 20362 son niños y 11467 son niñas.

Población Económicamente Activa en la Provincia de Cotopaxi República del Ecuador por sectores económicos.

Cuadro N° 4

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA EN LA PROVINCIA DE COTOPAXI

PROVINCIA	TOTAL		SECTOR PRIMARIO	SECTOR SECUNDARIO	SECTOR TERCIARIO	NO ESPECIFICADO	TRABAJADOR NUEVO
	NÚMERO	%					
COTOPAXI	141062	3,1	71614	22416	41645	4862	525

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS INEC
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Considerando que los turistas nacionales también llegarán a visitar nuestra provincia y nuestra ciudad se presenta a continuación la siguiente información nacional del número de habitantes en cada región, provincia:

Cuadro N° 5

NUMERO DE HABITANTES EN ECUADOR

REGIONES Y PROVINCIAS	N° de habitantes
TOTAL PAÍS	12208233
REGIÓN SIERRA	5512363
AZUAY	599546
BOLIVAR	169370
CAÑAR	206981
CARCHI	152939
COTOPAXI	364375
CHIMBORAZO	403632
IMBABURA	360756
LOJA	408893
PICHINCHA	2388817
TUNGURAHUA	457054
REGIÓN COSTA	6056223
EL ORO	525763
ESMERALDAS	385223
GUAYAS	3309034
LOS RIOS	650178
MANABÍ	1186025
REGION AMAZONICA	548419
MORONA SANTIAGO	115412
NAPO	79139
PASTAZA	61779
ZAMORA CHINCHIPE	76601
SUCUMBIOS	128995
ORELLANA	86493
REGION INSULAR	18640
GALÁPAGOS	18640
ZONAS NO DELIMITADAS	72588

FUENTE: INEC ESTADÍSTICAS
ELABORADO: VERÓNICA TORO

De igual manera la provincia de Cotopaxi y sus cantones presentan la siguiente información:

Cuadro N° 6

NUMERO DE HABITANTES COTOPAXI.

PROVINCIA CANTON	Tasa de Crecimiento anual	2003	Tasa de Crecimiento Anual	ESTIMACION 2004
COTOPAXI	7494	364375	7652	372027
LATACUNGA	2788	149502	2841	152343
LA MANA	1267	34602	1315	35917
PANGUA	303	20478	307	20785
PUJILI	1812	64301	1865	66166
SALCEDO	571	52439	577	53016
SAQUISILI	956	22687	998	23685
SIGCHOS	230	21180	233	21413

FUENTE: INEC ESTADÍSTICAS 2003

ELABORADO: VERÓNICA TORO

1.3 Consumidor del servicio

1.3.1 Perfil del consumidor

El consumidor de los servicios que ofrecerá la hostería, es toda persona nacional o extranjera, residente o no que visiten la provincia de Cotopaxi con fines de ocio, por negocios, u otros motivos por un tiempo determinado y requiera un lugar de descanso donde pueda alojarse, disfrutar de un sano esparcimiento, deporte, ricos alimentos, y además la posibilidad de que las persona puedan realizar eventos en las tres salas de recepción.

1.3.2 Segmentación del Consumidor.

La segmentación del consumidor del servicio se realizará en base a la clasificación del turismo establecida por la Organización Mundial de Turismo de la siguiente manera:

1) Consumidor Interno.

Esta segmentación estará compuesta por el turista residente en el Ecuador, que visitan la provincia de Cotopaxi. Y según la información obtenida los visitantes potenciales del año 2002 llegaron a ser 6925 que equivale al 71.37 % de turistas que recorren el País

2) Consumidor Externo

Conformado por los turistas que visitan El Ecuador específicamente la provincia de Cotopaxi. Resultando como potenciales o reales 2778 turistas extranjeros que representan el 28.63%

1.3.3 Comportamientos del Consumidor.

Consumidor es la persona que consume un bien o utiliza un producto/ servicio para satisfacer una necesidad.

- "Comportamiento del consumidor es aquella parte del comportamiento de las personas y las decisiones que ello implica, cuando están adquiriendo bienes o utilizando servicios para satisfacer sus necesidades"⁵

⁵ Salvador Molla Bigne, Introducción al Marketing, Pág.. 23

" Los consumidores tienen muchas necesidades y deseos pero poco tiempo y dinero y de esta manera surge la competencia entre estas, así el proceso de decidir que comprar inicia cuando una necesidad susceptible de satisfacer por medio del consumo se vuelve lo bastante fuerte para motivar al individuo. Al realizar el proceso de compra el consumidor aprende como se conducirá la próxima vez que se le presente la misma necesidad"⁶

En el presente proyecto de factibilidad el estudio del comportamiento del consumidor se realiza en base a los hábitos del posible cliente motivaciones de consumo considerando los datos más representativos.

1.4 Necesidad del Servicio en la ciudad de Latacunga.

Tomando en cuenta los resultados arrojados por la encuesta aplicada a un 60% de turistas nacionales y 40% a turistas extranjeros, se ha constatado que existen muchos lugares en la ciudad que no cumplen con todas las expectativas del turista tanto en calidad como en cantidad de servicios que ofrecen, por lo que en la actualidad hay inconformidad por parte de quienes visitan la ciudad de Latacunga y también de quienes la habitan.

La provincia de Cotopaxi en general posee hoteles, hostales, restaurantes y paraderos pero no existe una hostería con la capacidad de brindar una variedad de servicios como lo hacen hosterías de otros cantones de la provincia; como ejemplo "La Hostería Rumipamba de Las Rosas" en Salcedo y "La Ciénega" en Lasso.

6 Stanton, Etzel. Walker, Fundamentos del Marketing, Pág. 196 Resumen

Por lo antes expuesto es de suma importancia la creación de LA HOSTERÍA "VIEJA GUARDIA" la misma que ofrecerá la variedad y calidad de servicios que la capital de los Cotopaxenses necesita.

1.5 Elementos del estudio de Mercado.

1.5.1 Definición del problema y los objetivos.

El problema existente en la Ciudad de Latacunga es que no cuenta con un establecimiento hotelero de calidad total que cubra las expectativas y necesidades del turista nacional y extranjero.

Por esta razón uno de los objetivos de este estudio es determinar los gustos y preferencias y así ofrecer el lugar adecuado donde encuentren diversificación de servicios acompañado de productos de calidad y un muy buen ambiente.

1.5.2 Determinación del Estrato.

Para aplicar el cuestionario se determinó la población la misma que la dividí en dos estratos de la siguiente manera:

Extranjeros y Nacionales; en los que se incluye a la población Cotopaxense que busca distracción en su propia tierra.

Cuadro N°7

VISITANTES POTENCIALES DE COTOPAXI (Año 2002)

ESTRATOS	N° PERSONAS
EXTRANJEROS	2778
NACIONALES	6925
TOTALES	9703

FUENTE: DIRECCIÓN DE ÁREAS NATURALES
MINISTERIO DE AMBIENTE
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

"La palabra estratos se refiere a agrupar a la población en segmentos homogéneos, para la selección de la muestra de cada estrato se utilizó el MUESTREO IRRESTRICTO.

El Muestreo Irrestricto no es mas que la manera de obtener una muestra en base a una prueba piloto que permite determinar las probabilidades de ocurrencia o no ocurrencia de algún evento."⁷

1.5.3 Tamaño de la Muestra.

Una vez establecida la población se procedió a escoger aleatoriamente a los elementos de la muestra de cada estrato.

Se define como MUESTRA "al segmento de la población seleccionada para representar al total de la misma" ⁸

la formula para calcular el tamaño de la muestra es:

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D + pq}$$

N= Total marco muestral

n= Muestra

p = probabilidad de ocurrencia.

q =probabilidad de no ocurrencia

7 Kloter Armstrong Fundamentos de Mercadotecnia Pág. 100

8 Kloter Armstrong, Fundamentos de Mercadotecnia, Pág. 105

El error será considerado mediante la utilización de la ecuación que se presenta el libro de Administración Aplicada de Jaime P. Montalvo

$$D = \frac{B}{2}$$

B = error de estimación

2= Número de estratos

Tomando en cuenta para todos los estratos que:

$$D = \frac{(0.05)}{2}$$

D = 0.0025 → Es el error

Al aplica esta fórmula a cada estrato se obtiene como resultado

- CALCULO PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA EN EL ESTRATO EXTRANJEROS

$$n = \frac{2778 (0.90)(0.10)}{(2778 - 1)0.0025 + 0.09}$$

n = 36 TURISTAS EXTRANJEROS.

- CALCULO PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA EN EL ESTRATO NACIONALES.

$$n = \frac{6925 (0.85)(0.15)}{(6925 - 1)0.0025 + 0.1275}$$

$n = 51$ **TURISTAS NACIONALES.**

1.5.4 Encuesta.

Para obtener la información primaria se procedió a elaborar una encuesta estructurada, la misma que consiste en "utilizar listas de preguntas que se hacen de la misma manera a todos los encuestados"⁹

Se ha realizado la encuesta tomando en consideración que es uno de los métodos mas utilizados debido a la flexibilidad que presenta y la rapidez para obtener la información.(Anexo 1)

La encuesta contiene preguntas:

Cerradas; las que incluyen todas las respuestas posibles

Abiertas; Que permiten al interrogado responder con sus propias palabras.

El método de contacto que se utilizó es la entrevista personal individual administrada ya que a menudo "es la más efectiva en la obtención de actitudes y opiniones de los entrevistados, es un método rápido, que permite observar las reacciones de las personas y despejar dudas"¹⁰

9 Kloter Armstrong ,Fundamentos de Mercadotecnia Pág. 123

10 Jeffrey Pope. Investigación de Mercados Pág. 30/31

1.5.5 Recopilación de Información de Campo.

Una vez elaborada la encuesta se procedió a entrevistar a los miembros pertenecientes a las muestras de cada estrato, en la Ciudad de Latacunga, durante la primera semana del mes de septiembre del 2003. con la finalidad de recopilar la información necesaria para el estudio de mercado.

1.5.6 Codificación.

Luego de aplicar las encuestas se procedió a realizar el manual de codificación para cada estrato en el que se analiza cada pregunta.

Para codificar se considera lo siguiente:

- Nombre: Identifica a cada pregunta
- Etiqueta: Identifica en que parte del estudio necesitaremos la respuesta
- Tipo de Variable:
 - Numérica: números
 - Alfanumérica: números y letras

Codificación, es el proceso de convertir las respuestas individuales en categorías.

Aplicado a cada encuesta se presenta el siguiente manual de codificación.

1) Manual de codificación para el estrato TURISTAS EXTRANJEROS.

PREGUNTA	0	1,1	1,2	1,3	1,4
NOMBRE ETIQUETA TIPO/VARIABLE CODIFICACIÓN	NUMERO ENCUESTA NUMÉRICA 1 - 36.	SEXO SEGMENTO ALFANUMÉRICA 1= MASCULINO 2= FEMENINO	EDAD SEGMENTO NUMERICA 1=18-28 2=29-39 3=40-50	PROFESIÓN SEGMENTO ALFANUMERICA 1= EMPRESARIO 2= PROFESOR 3= LICENCIADO 4= DOCTOR 5= INGENIERO 6=TECNOLOGO 7= ESTUDIANTE 8=COMERCIANTE	PAIS SEGMENTO ALFANUMERICA 1= COLOMBIA 2= ARGENTINA 3= EEUU 4= ALEMANIA 5= ESPAÑA 6=PERÚ
PREGUNTA	2	3	4,1	4,2	4,3
NOMBRE ETIQUETA TIPO/VARIABLE CODIFICACIÓN	DECISIÓN DEMANDA ALFANUMERICA 1= RECOMENDACIÓN 2=INFORMACIÓN	ACTIVIDAD DEMANDA ALFANUMÉRICA 1=DEPORTE/AVENT 2=DESCANSO 3=COMPRAS 4=DIVERSIÓN 5=OTRAS	LUGARES VISITA ALFANUMERICA 1=PN COTOPAXI 2= QUILOTOA 3=TILIPULO 4=LATACUNGA 5= PUJILI 6=LASSO 7=CHALUPAS 8=LA MANA 9=SIGCHOS 10=SALCEDO 11=LOS ILINIZAS 12=MULALO 13=SAQUISILI	LUGARES VISITA ALFANUMERICA 1=PN COTOPAXI 2= QUILOTOA 3=TILIPULO 4=LATACUNGA 5= PUJILI 6=LASSO 7=CHALUPAS 8=LA MANA 9=SIGCHOS 10=SALCEDO 11=LOS ILINIZAS 12=MULALO 13=SAQUISILI	LUGARES VISITA ALFANUMERICA 1=PN COTOPAXI 2= QUILOTOA 3=TILIPULO 4=LATACUNGA 5= PUJILI 6=LASSO 7=CHALUPAS 8=LA MANA 9=SIGCHOS 10=SALCEDO 11=LOS ILINIZAS 12=MULALO 13=SAQUISILI
PREGUNTA	5	6	7,1	7,2	7,3
NOMBRE ETIQUETA TIPO/VARIABLE CODIFICACIÓN	ATRACTIVO PREFERENCIAS ALFANUMERICA 1=CULTURA 2=ARQUITECTURA 3=TRADICIONES 4=TRANQUILIDAD	EXPECTATIVAS VISITA ALFANUMERICA 1=SI 2=NO	GASTO DEMANDA NUMERICA 1=HOSPEDAJE 2=ALIMENTACION 3=DIVERSION	GASTO DEMANDA NUMERICA 1=HOSPEDAJE 2=ALIMENTACION 3=DIVERSION	GASTO DEMANDA NUMERICA 1=HOSPEDAJE 2=ALIMENTACION 3=DIVERSION
PREGUNTA	8	9	10	10,1	10,2
NOMBRE ETIQUETA TIPO/VARIABLE CODIFICACIÓN	GUSTOS VISITA ALFANUMERICA 1=SI 2=NO	SERVICIO COMPETENCIA ALFANUMERICA 1=SI 2=NO	SERVICIO2 PREFERENCIAS ALFANUMERICA 1 =CAPACITACION 2=ESPACIOS 3=DIVERSIDAD	SERVICIO2 PREFERENCIAS ALFANUMERICA 1 =CAPACITACION 2=ESPACIOS 3=DIVERSIDAD	SERVICIO2 PREFERENCIAS ALFANUMERICA 1 =CAPACITACION 2=ESPACIOS 3=DIVERSIDAD
PREGUNTA	11,1	11,2			
NOMBRE ETIQUETA TIPO/VARIABLE CODIFICACIÓN	DEMANDA SERVICIO ALFANUMERICA 1=ALIMENTACIÓN 2=DEPORTE 3=LIMPIEZA 4=BUENA ATENCION 5=RAPIDEZ 6=MUSICA/DIVERSION 7=COMODIDAD 8=ECONOMICO 9=TRANQUILIDAD/SEGURIDAD	DEMANDA SERVICIO ALFANUMERICA 1=ALIMENTACIÓN 2=DEPORTE 3=LIMPIEZA 4=BUENA ATENCION 5=RAPIDEZ 6=MUSICA/DIVERSIÓN 7=COMODIDAD 8=ECONOMICO 9=TRANQUILIDAD/SEGURIDAD			

2) Manual De codificación para el estrato TURISTAS NACIONALES

PREGUNTA	0	1,1	1,2	1,3	1,4
NOMBRE ETIQUETA TIPO/VARIABLE CODIFICACIÓN	NUMERO ENCUESTA NUMERICA 1 - 51.	SEXO SEGMENTO ALFANUMÉRICA 1= MASCULINO 2= FEMENINO	EDAD SEGMENTO NUMERICA 1=18-28 2=29-39 3=40-50	PROFESIÓN SEGMENTO ALFANUMERICA 1= EMPRESARIO 2= PROFESOR 3= LICENCIADO 4= DOCTOR 5= INGENIERO 6= TECNOLOGO 7= ESTUDIANTE 8=COMERCIANTE	CIUDAD SEGMENTO ALFANUMERICA 1= COTOPAXI 2= TUNGURAHUA 3= PICHINCHA 5= GUAYAQUIL 6=CHIMBORAZO 7=LOJA
PREGUNTA	2	3	4,1	4,2	4,3
NOMBRE ETIQUETA TIPO/VARIABLE CODIFICACIÓN	DECISIÓN DEMANDA ALFANUMERICA 1= RECOMENDACIÓN 2=INFORMACIÓN	ACTIVIDAD DEMANDA ALFANUMERICA 1=DEPORTE/AVENT 2=DESCANSO 3=COMPRAS 4=DIVERSIÓN 5=OTRAS	LUGARES VISITA ALFANUMÉRICA 1=PN COTOPAXI 2= QUILOTOA 3=TILIPULO 4=LATACUNGA 5= PUJILÍ 6=LASSO 7=CHALUPAS 8=LA MANA 9=SIGCHOS 10=SALCEDO 11=LOS ILINIZAS 12=MULALO 13=SAQUISILÍ	LUGARES VISITA ALFANUMERICA 1=PN COTOPAXI 2= QUILOTOA 3=TILIPULO 4=LATACUNGA 5= PUJILI 6=LASSO 7=CHALUPAS 8=LA MANA 9=SIGCHOS 10=SALCEDO 11=LOS ILINIZAS 12=MULALO 13=SAQUISILI	LUGARES VISITA ALFANUMERICA 1=PN COTOPAXI 2= QUILOTOA 3=TILIPULO 4=LATACUNGA 5= PUJILI 6=LASSO 7=CHALUPAS 8=LA MANA 9=SIGCHOS 10=SALCEDO 11=LOS ILINIZAS 12=MULALO 13=SAQUISILI
PREGUNTA	5	6	7,1	7,2	7,3
NOMBRE ETIQUETA TIPO/VARIABLE CODIFICACIÓN	ATRATIVO PREFERENCIAS ALFANUMERICA 1=CULTURA 2=ARQUITECTURA 3=TRADICIONES 4=TRANQUILIDAD	EXPECTATIVAS VISITA ALFANUMERICA 1=SI 2=NO	GASTO DEMANDA NUMÉRICA 1=HOSPEDAJE 2=ALIMENTACIÓN 3=DIVERSIÓN	GASTO DEMANDA NUMERICA 1=HOSPEDAJE 2=ALIMENTACION 3=DIVERSION	GASTO DEMANDA NUMERICA 1=HOSPEDAJE 2=ALIMENTACION 3=DIVERSION
	8	9	10	11,1	11,2
	GUSTOS VISITA ALFANUMERICA 1=SI 2=NO	SERVICIO COMPETENCIA ALFANUMÉRICA 1=SI 2=NO	SERVICIO2 PREFERENCIAS ALFANUMÉRICA 1 =CAPACITACION 2=ESPACIOS 3=DIVERSIDAD	SERVICIO2 PREFERENCIAS ALFANUMERICA 1 =CAPACITACION 2=ESPACIOS 3=DIVERSIDAD	SERVICIO2 PREFERENCIAS ALFANUMERICA 1 =CAPACITACION 2=ESPACIOS 3=DIVERSIDAD
PREGUNTA	11,1	11,2			
NOMBRE ETIQUETA TIPO/VARIABLE CODIFICACIÓN	DEMANDA SERVICIO ALFANUMERICA 1=ALIMENTACIÓN 2=DEPORTE 3=LIMPIEZA 4=BUENA ATENCION 5=RAPIDEZ 6=MUSICA/DIVERSIÓN 7=COMODIDAD 8=ECONOMICO 9=TRANQUILIDAD/S EGURIDAD	DEMANDA SERVICIO ALFANUMÉRICA 1=ALIMENTACIÓN 2=DEPORTE 3=LIMPIEZA 4=BUENA ATENCION 5=RAPIDEZ 6=MUSICA/DIVERSION 7=COMODIDAD 8=ECONOMICO 9=TRANQUILIDAD/SEGURI DAD			

1.5.7 Calificación y tratamiento de la información.

En base a los manuales de codificación se procedió a calificar las presuntas de cada encuesta, asignándoles el número correspondiente según la codificación respectiva, con estos datos se elaboró una tabla que ingresó al programa SPSS versión estudiantil 8 de la siguiente manera.

1.5.8 Resultados.(Anexo2)

EXTRANJEROS.

PREGUNTAS		PREGUNTAS	
DATOS INFORMATIVOS	%	6.1 PROMEDIO DE GASTO EN HOSPEDAJE	%
1.1 SEXO		10	2,9
MASCULINO	41,7	12	2,9
FEMENINO	58,3	14	2,9
1.2 EDAD		15	2,9
18-28	30,6	18	2,9
29-39	38,9	20	31,4
40-50	30,6	30	17,1
1.3 PROFESION		40	8,6
EMPRESARIO	5,6	50	2,9
PROFESOR	8,3	60	17,1
LICENCIADO	11,1	70	2,9
DOCTOR	16,7	80	2,9
INGENIERO	27,8	90	2,9
TECNÓLOGO	2,8		
ESTUDIANTE	19,4	5	2,9
COMERCIANTE	8,3	6	2,9
1.4 PAIS		12	2,9
COLOMBIA	19,4	15	5,7
ARGENTINA	19,4	19	2,9
EEUU	25,0	20	14,3
ALEMANIA	11,1	25	5,7
ESPAÑA	16,7	30	20,0
PERU	8,3	40	8,6
		50	14,3
PREGUNTAS			
1. POR QUE DECIDIO RECORRER EL ECUADOR		60	11,4
RECOMENDACIONES	41,7	90	8,6
INFORMACIÓN	58,3		
2. DURANTE SU RRECORRIDO POR EL ECUADOR		20	14,3
CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MÁS HA DISFRUTADO		25	2,9
DEPORTES/AVENTURA	47,2	30	11,4
DESCANSO	30,6	40	2,9
COMPRAS	5,6	45	2,9
DIVERSIÓN	16,7	50	17,1
3. LUGARES QUE MÁS LE HAN GUSTADO		60	8,6
PN COTOPAXI	41,7	90	8,6
LOS ILINIZAS	8,3	100	11,4
QUILOTOA	5,6	120	5,7
TILIPULO	2,8	140	5,7
LATACUNGA	19,4	200	5,7
PUJILÍ	11,1	300	2,9
LASSO	2,8		
CHALUPAS	2,8		
LA MANA	5,6		
3.2 LUGARES QUE MAS LE HAN GUSTADO			
		NO	2,8
PNCOTO	33,3		
SALCEDO	2,8		
		7. LE GUSTARIA VISITAR UNA HOSTERÍA EN LATACUNGA COMPLETA	
		SI	94,4
		NO	2,8
		8. EN LOS LUGARES QUE SE HA HOSPEDADO SE HA SENTIDO SATISFECHO?	

LOS ILINIZAS	8,3	SI	52,8
MULALO	2,8	NO	44,4
QUILOTOA	19,4	9.1 QUE CONSIDERA NECESITAN ESTAS	
TILIPULO	2,8	INSTITUCIONES PARA SERVIR MEJOR	
LATACUNGA	11,1	CAPACITACION	33,3
PUJILÍ	2,8	ESPACIOS	2,8
CHALUPAS	8,3	DIVERSIDAD	8,3
LA MANA	2,8	9.2 QUE CONSIDERA NECESITAN ESTAS INSTITUCIONES	
SIGCHOS	5,6	ESPACIOS	8,3
3.3 LUGARES QUE MÁS LE HAN GUSTADO		9.3 QUE CONSIDERA NECESITAN ESTAS INSTITUCIONES	
PNCOTOPAXI	19,4	DIVERSIDAD	8,3
LOS ILINIZAS	8,3	10.1 QUE LE GUSTARIA ENCONTRAR EN EL LUGAR DE SU ESTADIA	
MULALO	5,6	ALIMENTACIÓN	8,3
TILIPULO	8,3	DEPORTE	13,9
LATACUNGA	25,0	LIMPIEZA	19,4
PUJILÍ	13,9	BUENA ATENCIÓN	30,6
CHALUPAS	2,8	MUSICA7DIVERSION	11,1
LA MANA	11,1	COMODIDAD	2,8
SIGCHOS	5,6		
4. CONSIDERA QUE LATACUNGA ES ATRACTIVA POR		TRANQUILIDAD/SEGURIDAD	11,1
CULTURA	8,3	10.2 QUE LE GUSTARIA ENCONTRAR EN ESTE LUGAR	
ARQUITECTURA	33,3	DEPORTE	13,9
TRADICIONES	8,3	LIMPIEZA	11,1
TRANQUILIDAD	47,2	BUENA ATENCIÓN	11,1
5. LATACUNGA CUMPLE CON LAS ESPECTATIVAS DEL TURISTA		RAPIDEZ	8,3
SI	77,8	MUSICA/DIVERSION	5,6
NO	19,4	COMODIDAD	2,8
		ECONOMICO	2,8
		TRANQUILIDAD/SEGURIDAD	41,7

NACIONALES.

PREGUNTAS		PREGUNTAS	
DATOS INFORMATIVOS	%	6,2PROMEDIO DE GASTO EN ALIMENTACION	%
1.1SEXO			5
MASCULINO	49,0		7
FEMENINO	51,0		9
1.2EDAD			10
18-28	41,2		15
29-39	33,3		17
40-50	25,5		18
1.3PROFESION			20
EMPRESARIO	5,9		25
PROFESOR	5,9		30
LICENCIADO	7,8		40
DOCTOR	17,6		60
INGENIERO	13,7	6,3PROMEDIO DE GASTO DIVERSION	
TECNÓLOGO	17,6		5
ESTUDIANTE	23,5		10
COMERCIANTE	5,9		12
1.4CIUDAD/PROVINCIA			15
COTOPAXI	25,5		18
			2

TUNGURAHUA	17,6		20	8
PICHINCHA	13,7		25	8
IMBABURA	3,9		28	4
GUAYAQUIL	15,7		30	12
CHIMBORAZO	5,9		31	2
LOJA	17,6		35	4
PREGUNTAS			40	4
1. POR QUE DECIDIO RECORRER EL ECUADOR			45	2
RECOMENDACIONES	82,4		50	2
INFORMACION	17,6		60	4
2. DURANTE SU RRECORRIDO POR EL ECUADOR			80	2
CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE MAS HA DISFRUTADO			90	4
DEPORTES/AVENTURA	45,1		100	2
DESCANSO	23,5	7. LE GUSTARIA VISITAR UNA HOSTERÍA		
COMPRAS	9,8	EN LATACUNGA COMPLETA		
DIVERSIÓN	21,6	SI		96,1
3. LUGARES QUE MÁS LE HAN GUSTADO		NO		3,9
PN COTOPAXI	39,2	8. EN LOS LUGARES QUE SE HA HOSPEDADO		
SALCEDO	2,0	SE HA SENTIDO SATISFECHO?		
LOS ILINIZAS	3,9	SI		33,3
MULALO	2,0	NO		58,8
QUILOTOA	7,8	9.1 QUE CONSIDERA NECESITAN ESTAS INS		
TILIPULO	5,9	PARA SERVIR MEJOR		
LATACUNGA	21,6	CAPACITACION		45,1
PUJILÍ	3,9	ESPACIOS		
LA MANA	11,8	DIVERSIDAD		
SIGCHOS	2,0	9.2 QUE CONSIDERA NECESITAN ESTAS INS		
3.2 LUGARES QUE MÁS LE HAN GUSTADO		ESPACIOS		33,3
PNCOTO	33,3	9.3 QUE CONSIDERA NECESITAN ESTAS INS		
LOS ILINIZAS	2,0	CAPACITACION		3,9
SAQUISILÍ	7,8	DIVERSIDAD		51
QUILOTOA	13,7	10.1 QUE LE GUSTARIA ENCONTRAR		
TILIPULO	7,8	EN LUGAR DE SU ESTADIA		
LATACUNGA	13,7	ALIMENTACION		11,8
PUJILÍ	5,9	DEPORTE		3,9
LASSO	2,0	LIMPIEZA		13,7
CHALUPAS	2,0	BUENA ATENCIÓN		35,3
LA MANA	7,8	RAPIDEZ		7,8
SIGCHOS	3,9	MUSICA/DIVERSION		17,6
3.3 LUGARES QUE MAS LE HAN GUSTADO		COMODIDAD		2,0
PNCOTOPAXI	33,3	ECONOMICO		2,0
SALCEDO	9,8	TRANQUILIDAD/SEGURIDAD		5,9
SAQUISILÍ	3,9	10.2 QUE LE GUSTARIA ENCONTRAR EN UN LUGAR		
QUILOTOA	5,9	ALIMENTACION		11,8
TILIPULO	3,9	DEPORTE		11,8
LATACUNGA	21,6	LIMPIEZA		9,8
LASSO	3,9	BUENA ATENCION		31,4
CHALUPAS	2,0	RAPIDEZ		3,9

LA MANA	13,7	MUSICA/DIVERSION	17,6
SIGCHOS	2,0	COMODIDAD	3,9
4. CONSIDERA QUE LATACUNGA ES ATRACTIVA POR:		TRANQUILIDAD/SEGURIDAD	9,8
CULTURA	31,4		
ARQUITECTURA	17,6		
TRADICIONES	23,5		
TRANQUILIDAD	27,5		
5. LATACUNGA CUMPLE CON LAS EXPECTATIVAS DEL TURISTA			
SI	56,9		
NO	43,1		
6.1 PROMEDIO DE GASTO EN HOSPEDAJE			
	5	4,8	
	6	2,4	
	8	4,8	
	10	23,8	
	12	4,8	
	13	2,4	
	15	9,5	
	16	2,4	
	17	2,4	
	18	4,8	
	20	33,3	
	28	2,4	
	40	2,4	

1.6 Demanda del Servicio.

La demanda no es más que las diferentes cantidades de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos y en condiciones de adquirir a un precio determinado.

la gente posee deseos y necesidades ilimitadas, pero los recursos tienen un límite, por ello requiere elegir productos y servicios que le proporcionen la mayor satisfacción por su dinero. Cuando están respaldados por el poder adquisitivo, los deseos se convierten en demandas.

Las estadísticas de "Movimientos Turísticos en Fronteras" de los visitantes no residentes en el Ecuador en Temporada alta, se ha obtenido de las 1243 encuestas en las jefaturas provinciales de migración Quito, Guayaquil, Tulcán Huaquillas, entre otras durante los años 2000 y 2001,

las mismas que constituyen un instrumento fundamental de observación desde la perspectiva de la demanda para el análisis de los flujos turísticos internacionales.

De este modo se analizaron variables como:

- Lugar de residencia
 - Viajeros.
 - Residentes Locales.
- Permanencia en el Ecuador.
- Motivo de visitar el Ecuador
- Gasto y estructura
- Evaluación de la Visita en el Ecuador

a) Lugar de residencia

- Viajeros

"La única manera de establecer una clasificación objetiva y universal para precisar cuándo una empresa es realmente turística y cuándo no lo es, independientemente del giro comercial que ejerza, consiste en definir la estructura de su demanda, considerándola como turística si efectivamente está realizada por viajeros.¹¹

Las Encuestas realizadas por el Ministerio de Turismo y Migración a los visitantes no Residentes en el país en los puestos fronterizos se confirma que el mayor movimiento se da con los países fronterizos y mas cercanos al Ecuador.

El 82.88 % reside en el Continente Americano, el 13.25% en Europa y el 5% en países de Asia, África y Oceanía.

¹¹Proyectos Turísticos Edgar Alfonso Hernández

Del 82.88% de residentes en América, el 32.75% son de procedencia Colombiana, el 26.60%

Estadounidenses, el 15.23% Peruanos entre otros. en Europa del 13.25 el 3.40 de Reino Unido y 3.18 pertenecientes a Alemania son los residentes que más visitan el Ecuador.

Además se estima que el 2% de Ecuatorianos que visitan el Ecuador en Temporada Alta reside en el Extranjero.

- Residentes locales

"Cuando un proyecto implica el estudio de mercado para una futura empresa turística por localizarse en un centro urbano de cierta magnitud, debe pensarse en que los bienes y servicios que se ofrecerán podrán demandarse no solo por viajeros (viajeros o pernoctantes en el caso de turismo), sino además y en algunos casos en una medida muy sustancial, por residentes locales del área donde dicha empresa se ubicará."¹²

b) Permanencia en el Ecuador.

La permanencia de los viajeros en nuestro país según datos obtenido por el Ministerio de Turismo es:

Cuadro N° 8

TIEMPO DE PERMANENCIA EN ECUADOR

PORCENTAJE	
EXTRANJEROS	DÍAS
39%	8 A 28
25%	4 A 7
20%	29 A 91
11%	1 A 3
2%	92 A 365

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Según la información de Ecuador Turístico en su página web señala que la permanencia del turista en el Ecuador es de 17 días en Temporada Alta (Enero, Marzo, Junio; Agosto y Diciembre), siendo 14 días la permanencia de los visitantes Colombianos, 28 días de los visitantes Estadounidenses, 15 días de los visitantes Peruanos, 32 días de los visitantes de Alemania y 44 días de los visitantes del Reino Unido. El promedio de visitantes que por mayor tiempo permanecen en Ecuador, llega al país por motivos de Salud, representa un 29.77 días. En segundo lugar con una permanencia de 20 días llegan por Vacaciones. Para visitas a amigos, familiares, existe un promedio de 9 días. Por motivos religiosos 7.6 días. Y finalmente por negocio, trabajo, o viaje profesional permanecen 10 días.

A continuación se presenta una tabla de los lugares más visitados por los turistas extranjeros durante su permanencia en el Ecuador con sus porcentajes.

Cuadro N° 9

LUGARES VISITADOS	%
AMBATO	8,04
BAÑOS	10,78
CUENCA	16,08
GALÁPAGOS	1,76
GUAYAQUIL	20,59
IBARRA	8,04
LOJA	12,16
MACHALA	5,88
OTAVALO	2,35
PLAYAS ESMERALDAS	9,02
PLAYAS GUAYAS	5,1
PLAYAS MANABI	8,04
QUITO	65,88
RIOBAMBA	5,1
SANTO DOMINGO	2,75
TULCÁN	7,84
VILCABAMBA	6,27
OTROS	8,43

FUENTE: ENCUESTAS A NO RESIDENTES EN EL PAÍS EN LAS JEFATURAS DE MIGRACIÓN
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Entre los sitios más visitados por los turistas durante su permanencia están: Quito con un 65.88%, Guayaquil con el 20.59%, Cuenca con el 16.08% y Baños con el 10.78%.

Nuestra Hostería por estar situada en la Provincia de Cotopaxi se interesa más por los visitantes a los sectores de la zona centro del país como lo son Ambato, Baños, Riobamba y Quito.

La mayoría de turistas que visitan Cotopaxi se hospedan en ciudades como Quito y Ambato, precisamente por la falta de un establecimiento de primera categoría en nuestra provincia y en especial en el cantón Latacunga. Cabe señalar que con las actuales erupciones del volcán Tungurahua las operaciones turísticas en Baños no son las mismas de hace unos cinco años pues la confianza del turista no es la misma, y muchísimos de los antes residentes de Baños hoy se han radicado en la ciudad de Latacunga prestando sus servicios haciendo a nuestra provincia aún más atractiva.

Al hablar del alojamiento según la información obtenida en el Ministerio de Turismo muchos turistas durante su permanencia en Ecuador utilizan más de un tipo de alojamiento 7.5%, 60.78% utiliza un alojamiento hotelero, 36% se hospeda donde amigos o familiares y 10.39% utiliza otro tipo de alojamiento.

c) Motivos de Visita.

El Ministerio de Turismo del Ecuador según las informaciones obtenidas en las diferentes jefaturas de migración durante la temporada alta presenta los siguientes resultados:

65% de turistas visitan el país por vacaciones

15% llega al Ecuador a visitar familiares y/o amigos

9% por negocios y/o motivos profesionales.

2% por motivos de tratamientos de salud.

1% visita el país por motivos religiosos.

7% lo hace por otros motivos.

Son el 56% de turistas extranjeros que visitan el país quienes lo conocen por primera vez.

Entre los principales motivos que influyen para que un turista visite el Ecuador están:

- La Internet con un 22%
- La Televisión con el 20%
- Folletos el 11%
- Agencias de Viaje con un 7%

Las principales actividades que realizan los turistas al llegar a Ecuador son.

- Visitas Culturales 33%
- Por Compras 26%
- Visita a familiares y/o Amigos 14%
- Deportes 8%
- Aprendizaje del idioma 6%

Cabe señalar que el 96% de visitantes no utiliza paquetes turísticos ni contrata los servicios de una agencia de viaje.

El 49% de visitantes son hombre, el 39% mujeres y el 12% niños; pero se debe considerar que la mayor cantidad de visitantes se encuentran en un rango de edad de entre 20 y 49 años.¹³

d) Gasto y su Estructura

La última información que estima el Ministerio de Turismo para los gastos diarios promedios es de 43.80 Dólares en términos generales.

Los turistas que viajan en un paquete turístico tienen un costo adicional promedio de 7.70 % diarios por persona

"A continuación presentamos la Estructura del Gasto de los turistas durante su permanencia en el Ecuador.

Cuadro N° 10

GASTO PROMEDIO TURISTAS

25%	ALOJAMIENTO
22%	ALIMENTACIÓN
17%	COMPRAS
13%	DIVERSIÓN
13%	TRANSPORTE

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Es fácil de identificar que el mayor porcentaje de gasto se presenta en el hospedaje y alimentación; y es de lo mas lógico debido a que cualquier turista no puede privarse de estos dos elementos básicos que se convierten en una necesidad al visitar cualquier país

Los gastos son de 35 dólares promedio para los visitantes que llegan por turismo al país, mientras que si llegan por negocios es de 78.9 dólares si vienen por negocios o trabajo".¹⁴

¹³Estadísticas de turismo Organización Mundial de Turismo

¹⁴Gerencia de Planificación Ministerio de Turismo

e) Evaluación de la visita.

“El 40 % de visitantes extranjeros considera que las expectativas de su visita se cumplieron a cabalidad, un 48% manifestó que su visita supero sus expectativas antes previstas. El 88% tiene toda la intención de regresar al país y el 92% tiene la intención de recomendar al país como un lugar excelente para visitar en donde ha encontrado un trato cordial, hospitalidad, y hermosos atractivos naturales y culturales”.¹⁵

1.6.1 Método para la proyección de la demanda.

Con base en datos obtenidos sobre el número de turistas internacionales que han visitado nuestro país en los últimos cinco años se ha realizado la proyección de la demanda para los siguientes diez años.

Cuadro N° 11

TURISTAS EXTRANJEROS QUE LLEGAN A ECUADOR

AÑOS	Turistas	DATO
1999	518	REAL
2000	627	REAL
2001	641	REAL
2002	692	PROVISIONAL
2003	716	PROVISIONAL

FUENTE: MINISTERIOS DE TURISMO 2001

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Cuadro N° 12

1° TURISTAS EXTRANJEROS QUE LLEGAN A LA PROVINCIA DE COTOPAXI

AÑOS	TURISTAS	DATO
1999	1530	REAL
2000	1800	REAL
2001	2029	REAL
2002	2778	PROVISIONAL
2003	3140	PROVISIONAL

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO 2001

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Cabe señalar que la información de turistas extranjeros que llegan a Cotopaxi es únicamente de quienes pasan 3 o más días en la provincia.

Cuadro N° 13

2° TURISTAS NACIONALES QUE LLEGAN
A LA PROVINCIA DE COTOPAXI

AÑO	TURISTAS	DATO
1999	4972	REAL
2000	5027	REAL
2001	5799	REAL
2002	6925	PROVISIONAL
2003	7280	PROVISIONAL

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO 2001
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

La información anterior se refiere especialmente a turistas nacionales que se quedan en la provincia de Cotopaxi por vacaciones, negocios o descanso de 1, 2,3 o más días.

Se puede notar fácilmente como se presente un incremento constante y sostenido de entrada de turistas extranjeros a nuestro país y provincia; esto representa un punto a nuestro favor considerando que lo primordial es que el turista se vaya satisfecho del Ecuador para que se cumpla la frase un turista satisfecho recomienda la visita del lugar a sus amigos y familiares.

1.6.2 Proyección de la demanda.

- MÉTODO DE LOS MÍNIMOS CUADRADOS.

La proyección se ha realizado mediante el método de los mínimos cuadrados, el mismo que da mayor exactitud a resultados en cuanto a

proyectos turísticos, considerado además como un método útil para obtener predicciones requeridas.

Los datos que se presentan en el siguiente cuadro se realizó sobre la base del número de turistas registrados en el Ecuador y la provincia de Cotopaxi desde el año 1999 al 2003 (Anexo3)

Cuadro N° 14

**PROYECCIÓN ENTRADA
DE TURISTAS A ECUADOR**

AÑOS	N° De Turistas
2004	777.100,00
2005	823.200,00
2006	869.300,00
2007	915.400,00
2008	961.500,00
2009	1.007.600,00
2010	1.053.700,00
2011	1.099.800,00
2012	1.145.900,00
2013	1.192.000,00
	9.845.500,00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Según la proyección el Ecuador estaría recibiendo para el año 2013 un total de 9'845.500 turistas extranjeros

Cuadro N° 15

**1° PROYECCIÓN DE ENTRADA
EXTRANJEROS A COTOPAXI**

AÑOS	N° DE TURISTAS
2004	3215
2005	3535
2006	3854
2007	4174
2008	4491
2009	4814
2010	5133
2011	5453
2012	5773
2013	6093
	46535

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Según la proyección la provincia de Cotopaxi estaría recibiendo para el año 2013 un total de 46535 turistas extranjeros.

Cuadro N° 16

2° PROYECCIÓN ENTRADA
NACIONALES A COTOPAXI.

AÑOS	N° De Turistas
2004	7955
2005	8606
2006	9258
2007	9909
2008	10560
2009	11212
2010	11863
2011	12515
2012	13166
2013	13817
	108861

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Según la proyección la provincia de Cotopaxi estaría recibiendo un total de 108861 turistas Nacionales.

De tal modo que existe un total de 155396 Turistas que demandan un lugar donde hospedarse en la Provincia de Cotopaxi

1.7 Análisis de la Oferta

1.7.1 Cuantificación de la oferta total existente.

La Oferta constituyen diferentes cantidades de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos y aptos a ofrecer en función de los distintos niveles de precios posibles en determinado tiempo.

Actualmente existen varios lugares de hospedaje para los turistas nacionales y extranjeros que llegan a la provincia de Cotopaxi.

La siguiente información muestra hoteles, hostales, residenciales y hosterías que existen en la provincia de Cotopaxi.

Cuadro N° 17

LISTA DE SITIOS DE HOSPEDAJE EN COTOPAXI

INSTITUCION	N° HABITACIONES	N° PLAZAS
HOTELES Y RESIDENCIALES		
HOTEL RODELU	15	60
HOTEL ESTAMBUL	10	60
HOTEL LATACUNGA	30	80
HOTEL EL MARQUEZ	30	70
HOSTAL EL ALAMO	12	40
HOTEL SAN CARLOS	10	20
RESIDENCIAL LA LAGUNA	12	40
RESIDENCIAL LAS RIELES	15	47
HOSTAL QUILOTOA	12	40
HOTEL LA MERCED	15	35
HOTEL COTOPAXI	35	80
HOTEL CENTRAL	30	60
RESIDENCIAL EL SALTO	15	40
RESIDENCIAL AMAZONAS	18	50
HOTEL LAS VEGAS	20	60
CABAÑAS LOSVOLCANES	40	70
HOTEL LLACTACUNGA	60	140
HOTEL SOMAG	30	60
HOTEL LOS ANDES	22	47
HOTEL TILIPULO	60	90
RESIDENCIAL EL TURISTA	40	80
HOTEL ROSIM	30	65
HOTEL MAKROZ	70	100
HOTEL MONGOMERY	12	30
HOTEL LA HERRADURA	18	40
HOTEL BRONX	20	45
HOTEL LA CASONA	12	27
	693	1576
HOSTERIAS Y COMPLEJOS		
LA CIENEGA	50	100
RUMIPAMBA DE LAS ROSAS	70	150
SAN MATEO	20	60
CUELLO DE LUNA	15	50
POSADA DEL REY	20	60
VILLA FELIZ	15	35
LA QUINTA COLORADA	25	38
CARLOS PATRICIO	12	35
LAS PIRÁMIDES	15	40
EL PROGRESO	10	20
CLOUD FOREST	9	18
POSADA TIGUA	15	38
THE BLACK SHEEP INN	20	50
HOSTAL EL BALCON	10	15

HOTEL LA POSADA	12	26
HECIENDA IRIS	15	27
CABAÑAS LA LAGUNA	12	30
REFUGIOS DE ALTA MOINTAÑA	20	60
LAIGUA	12	30
PACHOSALAG	10	40
	387	922

FUENTE: CAMARA DE TURISMO COTOPAXI
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Según esta información la provincia cuenta con variedad de establecimientos de comida, bebida y alojamiento, todos ellos procurando dar buena atención al cliente

Sin embargo en el sector turístico el aumento de nuevos establecimientos provocan el incremento de la demanda, especialmente si estos establecimientos ofrecen atractivos particulares y diferenciados de los demás.

En cuanto a la competencia directa según nuestra información en Cotopaxi existen 14 hosterías de las cuales ninguna se encuentra ubicada en la Ciudad de Latacunga por lo que la Hostería "Vieja Guardia" sería la primera hostería en la Capital de los Cotopaxenses.

Además las 14 Hosterías de la provincia durante todo el año según la información obtenida en la Cámara de Turismo cubren el 58% de su capacidad, considerando que en el Cantón Latacunga no existe una Hostería los turistas llegan a Hoteles cuya capacidad anual es cubierta en un 77%.

1.7.2 Capacidad instalada y utilizada.

La Hostería "Vieja Guardia" que se propone contará con la siguiente distribución:

- Casa de Administración
- Tres salas amplias de recepciones
- Bar-Restaurante

- 50 cabañas
- Capilla
- Espacios Verdes (Juegos infantiles, pista hípica)
- Estacionamiento

Al momento la Hostería "Vieja Guadia" tiene una capacidad instalada que consta de: La casa de Administración, una sala de recepción, 25 cabañas, Bar-Restaurante y capilla que necesitan simples retoques

1.7.3 Proyección de la Oferta.

La proyección de la oferta se la realizó al igual que la demanda mediante el método de los mínimos cuadrados como se puede observar en el anexo número dos.

Cuadro N° 18

PLAZAS EXISTENTES EN ECUADOR DESDE HACE 5 AÑOS

AÑO	PLAZAS
1999	710
2000	989
2001	1935
2002	2120
2003	2498
	8252

FUENTE: MINISTERIO DE TURISMO

ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Cuadro N° 19

PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN COTOPAXI

AÑO	N° de plazas
2004	3063
2005	3534
2006	4005
2007	4476
2008	4947
2009	5418
2010	5889
2011	6360
2012	6831
2013	7302
	51825

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

1.8 Demanda Insatisfecha.

1.8.1 Evaluación de la Demanda Insatisfecha

Para presentar una evaluación de la demanda insatisfecha se ha realizado un marco comparativo.

COMPARACIÓN DE LA DEMANDA Y LA OFERTA:

En base a esta comparación se puede determinar el déficit o el superávit existente en nuestra provincia en lo referente a hospedaje de turistas nacionales y extranjeros.

En cuanto a la definición del déficit o superávit de la demanda u oferta en el sector hotelero Edgar Alfonso Hernández Días en su libro *Proyectos Turísticos* explica que mientras más amplia es la plaza en relación con otros sectores hoteleros existe mayor probabilidad de ingresos y para ampliar la demanda insatisfecha se sigue la siguiente ecuación:

$$DI = (V) * (E) * / (P)$$

Donde:

V= Visitantes esperados por Persona o en miles

E= Estadia promedio o permanencia

P= Período diario que la planta pretenda o tenga autorizado atender al publico (24h..12h..6h..) depende en ocasiones de la administración

Cuadro N° 20

CUADRO DE LA DEMANDA INSTISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DÉFICIT (-)	DEMANDA
			SUPERÁVIT(+)	INSATISFECHA
2004	11170	3063	8.107,00	24321,00
2005	12.141,00	3534	8.607,00	25821,00
2006	13.112,00	4005	9.107,00	27321,00
2007	14.083,00	4476	9.607,00	28821,00
2008	15.051,00	4947	10.104,00	30312,00
2009	16.026,00	5418	10.608,00	31824,00
2010	16.996,00	5889	11.107,00	33321,00
2011	17.968,00	6360	11.608,00	34824,00
2012	18.939,00	6831	12.108,00	36324,00
2013	19.910,00	7302	12.608,00	37824,00
	155.396,00	51825	103.571,00	310713,00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Comparando las proyecciones de Oferta y Demanda se pudo determinar que la cantidad demandada por los turistas Nacionales y Extranjeros en cuanto a hospedaje es mayor a la cantidad de plazas ofertadas en nuestra provincia, por lo que las posibilidades del mercado para el proyecto de la Hostería "Vieja Guardia" según lo muestra esta relación es la mas óptima

Por esta razón la demanda insatisfecha o demanda Potencial podría ser para los próximos 10 años una gran parte de los 310713.00 turistas que llegan a la provincia de Cotopaxi a buscar un lugar donde hospedarse en un promedio de tres días a la semana.

CAPITULO 2.- ESTUDIO TÉCNICO

2. Localización.

Al hablar de localización se habla en primer lugar de definir una zona regional o macrolocalización del proyecto, para luego fijar con mayor precisión el lugar exacto dentro de ella, donde el proyecto se ubicará (microlocalización).

2.1 Macrolocalización

El proyecto se pretende llevar a cabo en la provincia de Cotopaxi la misma que se encuentra limitada al Norte por la provincia de Pichincha, al Sur por las provincias de Tungurahua y Bolívar; al Este por la provincia de Napo y al Oeste por las provincias de Pichincha y Los Ríos precisamente en el cantón Latacunga capital de la provincia de Cotopaxi, está ubicado a 80km de la capital de los ecuatorianos y a 351 Km. de Guayaquil donde se encuentra el principal puerto marítimo de nuestro país.(Anexo4)

La provincia de Cotopaxi se encuentra en la Hoya central de Patate, limitada al norte con el Nudo de Tiopullo y con las alturas del Casaguala al Sudoeste. Existen valles y páramos como los de Sigchos, Mulaló Pastocalle y Mulatos, que modelan su orografía, donde se impone la majestuosidad del volcán Cotopaxi, que con sus 5897m está considerado como el volcán activo más alto del mundo; se encuentran además elevaciones como Los Ilinizas, el Putzalagua y el Quilotoa. (Anexo5)

El eje de comunicación con esta provincia es la carretera Panamericana. Esta vía une Lasso, Latacunga y Salcedo. Existen además la carretera

Latacunga, Pujilí, Zumbagua, La Maná, en dirección de Quevedo y el Corazón; Zumbahua complementada con caminos de menor orden. El terminal aéreo internacional de Latacunga es utilizado como alternativo al de Quito en servicio de pasajeros y carga.

El tiempo aproximado de recorrido hasta la ciudad de Latacunga es de 1 h30' desde Quito y 6 horas desde Guayaquil por transportación terrestre. Vía aérea desde la ciudad de Guayaquil el recorrido es de 30 minutos aproximadamente.

Además presentamos una lista de las distancias viales entre Latacunga y las principales ciudades del Ecuador.

Cuadro N° 21

CUADRO DE DISTANCIAS

CIUDAD	DISTANCIA (KM)
Ambato	42
Azogues	343
Bahía	415
Cuenca	380
Esmeraldas	336
Guaranda	27
Huaquillas	497
Ibarra	205
Loja	587
Machala	419
Manta	356
Otavalo	182
Puyo	143
Riobamba	96
Salinas	495
Sto. Domingo	161
Tulcán	309

FUENTE: POLICIA NACIONAL
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

2.1.1 Selección de la localización óptima de la Hostería "Vieja Guardia" en Latacunga.

"La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (Criterio Privado) u obtener el costo unitario mínimo (Criterio Social)"¹⁶

"En toda inversión turística la localización es fundamental y en ciertos casos como en el hotelero se convierte en un factor determinante para el éxito comercial, cualquiera sea la mezcla segmentaría de mercado que se elija."¹⁷

Para la localización de la Hostería "Viaja Guardia" se escogió las instalaciones donde actualmente se encuentra la Quinta Estados Unidos debido a que está ubicada en el centro urbano de la ciudad de Latacunga, considerándose distintos factores generales, entre los cuales se destacan los siguientes:

- Dinamismo económico de la ciudad.
- Relevancia del conjunto geográfico, climatológico, turístico, y cultural.
- Disponibilidad de Energía eléctrica, Agua potable, alcantarillado.
- Fácil acceso.

¹⁶ Gabriel Vaca Urbina, Evaluación de Proyectos Pág. 90

¹⁷ Edgar Alfonso Hernández Díaz, Proyectos Turísticos Formulación y Evaluación Pág. 75

2.2 Microlocalización

2.2.1 Características

El terreno se encuentra ubicado en la ciudad de Latacunga en un espacio físico de 6 hectáreas las mismas que serán distribuidas acorde las necesidades de la Hostería "Vieja Guardia" manteniendo una distribución uniforme y atractiva, cuyo costo es de 80.000 dólares

2.2.2 Infraestructura y medio Ambiente.

La infraestructura actual tiene un área de 1350 metros cuadrados construidos con un costo aproximado de 1500 dólares; dicha infraestructura está constituida por:

- La casa de Administración.
- La capilla
- Un Salón de Recepciones.
- Bar-Restaurante
- 25 Cabañas

Con la finalidad de poner en marcha el proyecto se debe construir

- 25 cabañas
- 2 salas de recepciones
- Hípico
- Juegos infantiles
- Estacionamiento

2.2.3 Disposiciones legales.

"Es recomendable darle mucha atención a las formas de propiedad y tenencia que rijan en cada uno de los sitios por elegir, de manera que se consideren en el análisis de factibilidad desde su primera fase"¹⁸

En el campo de lo legal la Hostería "Vieja Guardia" no posee problema alguno debido a que no existen disposiciones ni reglamentos que impidan el funcionamiento del presente proyecto turístico, al contrario el apoyo de las autoridades de la ciudad de Latacunga por incrementar el turismo de la provincia en general es absoluto.

2.2.4 Ubicación Específica.

El giro mismo de la empresa se desarrollará en las calles Luis de Anda y Gral. Víctor Proaño esquina, en la actual quinta Estados Unidos en la ciudad de Latacunga en un espacio físico de 6 hectáreas las mismas que serán distribuidas en: casa de Administración, Tres salas amplias de recepciones, Bar-Restaurante, 50 cabañas, Capilla, Espacios Verdes (Juegos infantiles, pista hípica), Estacionamiento.

2.2.5 Condiciones locales.

En vista de que La Hostería "Viaja Guardia" se encontrará ubicada en el sector urbano de la Ciudad de Latacunga cuenta con las condiciones locales básicas que facilitarán el funcionamiento de la misma, dentro de las cuales tenemos:

¹⁸ Edgar Alfonso Hernández, Proyectos Turísticos, Pág. 32

- **SEGURIDAD.-** Considerando que se contará con seguridad y vigilancia privada, la seguridad de quienes se hospeden en La Hostería "Vieja Guardia" será íntegra, además tenemos a poca distancia a la Policía Nacional que de seguro estará pendiente de cualquier situación.
- **BOMBEROS.-** El cuerpo de Bomberos de Cotopaxi también se encuentra en la ciudad de Latacunga lo que permite un auxilio inmediato en caso de que ocurra alguna percance.
- **RECOLECCIÓN DE BASURA Y RESIDUOS.-** La Hostería "Vieja Guardia" contará con el personal de limpieza el mismo que permanecerá activo durante las horas laborables, además la Hostería tramitará con el Ilustre municipio de la Ciudad para que se cuide de la limpieza del Río Cutuchi que atraviesa por la propiedad de la Hostería; sin embargo la Hostería dará el tratamiento adecuado a las aguas del río ya mencionado y cuidará de la limpieza.

2.3 Tamaño de la nueva Hostería "VIEJA GUARDIA" en la Ciudad de Latacunga.

"La importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de inversiones y costos que se calculen y, por lo tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. De igual forma la decisión que se tome respecto del tamaño determinará el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por venta"¹⁹

¹⁹ Nassir y Reinaldo Sapag Caín "Preparación y Evaluación de Proyectos" Pág. 165

Del total de la Demanda insatisfecha que posee la provincia de Cotopaxi la nueva Hostería "Vieja Guardia" se propone cubrir el 38%.

2.3.1 Abastecimientos de materias primas y equipos.

El abastecimientos suficiente en cantidad y calidad de las materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto; de tal forma que para la Hostería "Vieja Guardia" los proveedores deben de ser elegidos mediante una cotización de sus productos.

2.3.2 Limitación del Mercado.

2.3.2.1 Demanda

Según los datos obtenidos en el estudio de demanda el ingreso de turistas nacionales y extranjeros será de 155356 en total a la provincia de Cotopaxi para los siguientes 10 años con una tasa promedio total de 1.07 %

Cuadro N° 22

CUADRO DE DEMANDA

AÑO	DEMANDA	TASA DE CRECIMIENTO INTERANUAL(%)
2004	11170	
2005	12.141,00	8.69
2006	13.112,00	7.99
2007	14.083,00	7.40
2008	15.051,00	6.87
2009	16.026,00	6.47
2010	16.996,00	6.05
2011	17.968,00	5.71
2012	18.939,00	5.40
2013	19.910,00	5.12
	155.396,00	

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

2.3.2.1 Demanda Potencial.

La demanda Potencial o Real para la Hostería "Vieja Guardia" para los próximos 10 años es de 103571 turistas, presentando un Superávit en relación a la oferta existente en la provincia de Cotopaxi.

2.4 Ingeniería del Proyecto.

La Ingeniería del Proyecto describe los requerimientos técnicos que el proyecto necesita para su implementación.

2.4.1 Tecnología

"Una de las características significativas del período transcurrido entre el plan Marshal (1947) y la constitución de la OPEP (1973) ha sido la extraordinaria difusión del progreso tecnológico, que en unos años, ha penetrado e influido la mayor parte de los sectores industriales"²⁰

"Tecnología es saber hacer, o sea detectar capacidad técnica en varios campos de los servicios"²¹

La forma de adquisición de la tecnología en el caso de la Hostería específicamente es:

- **TECNOLOGÍA DURA**

Significa la utilización de maquinas y equipos que permitan ofrecer un servicio simplificado, serio y de calidad superior entre los que se destacan los computadores, impresoras, proyectores, DVD etc. Este tipo de tecnología se la adquirirá a través de una selección entre varios proveedores.

²⁰ Jean Jaques , "Marketing Estratégico Pág. 165

²¹ Marcos Cobra, " Marketing de Servicio Conceptos y Estrategias Pág. 21

- **TECNOLOGÍA BLANDA**

Significa la utilización de métodos y procesos estandarizados de servicios, esta tecnología se podrá adquirir mediante cursos y seminarios de capacitación que recibirá el personal de la Hostería.

2.4.2 Diseño de la construcción y planos

2.4.3 Mobiliario y Equipo.

El Diseño de la Hostería "Vieja Guardia" se presenta en su totalidad al final del proyecto (Anexo 6)

Para la implantación de la Hostería "Vieja Guardia" será necesario la adquisición del siguiente mobiliario y Equipo detallado a continuación por cada área.

- **ÁREA DE RECEPCIÓN:**

Muebles de recepción, escritorio Ejecutivo, silla ejecutiva, central telefónica, telefax, computador, impresora, sumadora, archivadores, alfombra, juego de sala.

- **CABAÑAS:**

Camas, veladoras, lámparas, teléfonos, butacas, televisores, licuadoras, cocinas, hornos, juegos de utensillos de cocina, vajillas, cubiertos.

- **LENCERÍA**

Juegos de sábanas, cobijas, cubrecamas, juegos de toallas, cortinas, alfombras.

- **BAR- RESTAURANTE:**

- **SALÓN**

Mesas, sillas, manteles, mueble de recepción, mostrador de licores.

- MENAJE

Platos base, trincherero, sopero, plato para postre, platos principales y tazas de café.

- CRISTALERIA

Vaso largo, copa para agua, copa para vino, saleros, floreros, ceniceros.

- CUBERTERÍA

Juego de cubiertos, bandejas.

- COCINA

Mesa de trabajo, cocina industrial, refrigeradora industrial, congelador, extractor de olores, extractor de jugos, cafetera, batidora, utensillos de cocina, licuadora industrial, porta cubiertos, bandejas y juegos de ollas.

- RECREACIÓN:

Juegos Infantiles, Videojuegos.

- HÍPICO

Mesas plásticas, sillas plásticas, parasoles.

- SALONES DE RECEPCIÓN:

Televisores Pantalla Gigante, DVD, proyectores, computadoras, cajas de sonido, alfombras.

- MANTENIMIENTO:

Bomba de Agua, Cortadora de Pasto, tanques reservorios, basureros, motosierra, lavadora, planchas, aspiradora, calefón.

2.4.4 Edificación e Infraestructura

La Hostería "Vieja Guardia" contará con un área total de 6 hectáreas, la misma que estará dividida de la siguiente manera:

- 10 cabañas matrimoniales (2 personas)
- 20 cabañas múltiples(4 personas)
- 20 cabañas múltiples (6 personas)
- Restaurante con capacidad para 50 personas
- Cocina con capacidad para 10 personas
- Salón de convenciones(50 personas)
- Salón de convenciones (100 personas)
- Salón de convenciones (120 personas)
- Capilla con capacidad para 30 personas
- Una hectárea de pista hípica
- 500 metros cuadrados para juegos infantiles.

2.4.4.1 Distribución del Local

En forma general la infraestructura estará distribuida de la siguiente manera:

Cuadro N° 23

DISTRIBUCIÓN DE LA HOSTERÍA "VIEJA GUARDIA"

CANT	AREA	CAPACIDAD N° Personas	m ²	AREA TOTAL
1	Casa Administración		120	120
10	Cabañas	2	30	300*
20	Cabañas	4	36	200*
20	Cabañas	4	36	520
20	Cabañas	6	48	960
1	Bar-Restaurante	50	80	80
1	Cocina	10	36	36
1	Salón Convenciones	50	100	100*
1	Salón Convenciones	100	150	150
1	Salón Convenciones	120	180	180*
1	Capilla	30	40	40
1	Pista Hípica		1200	1200
1	Juegos infantiles (Área verde)		2500	2500
1	Estacionamiento		1200	1200

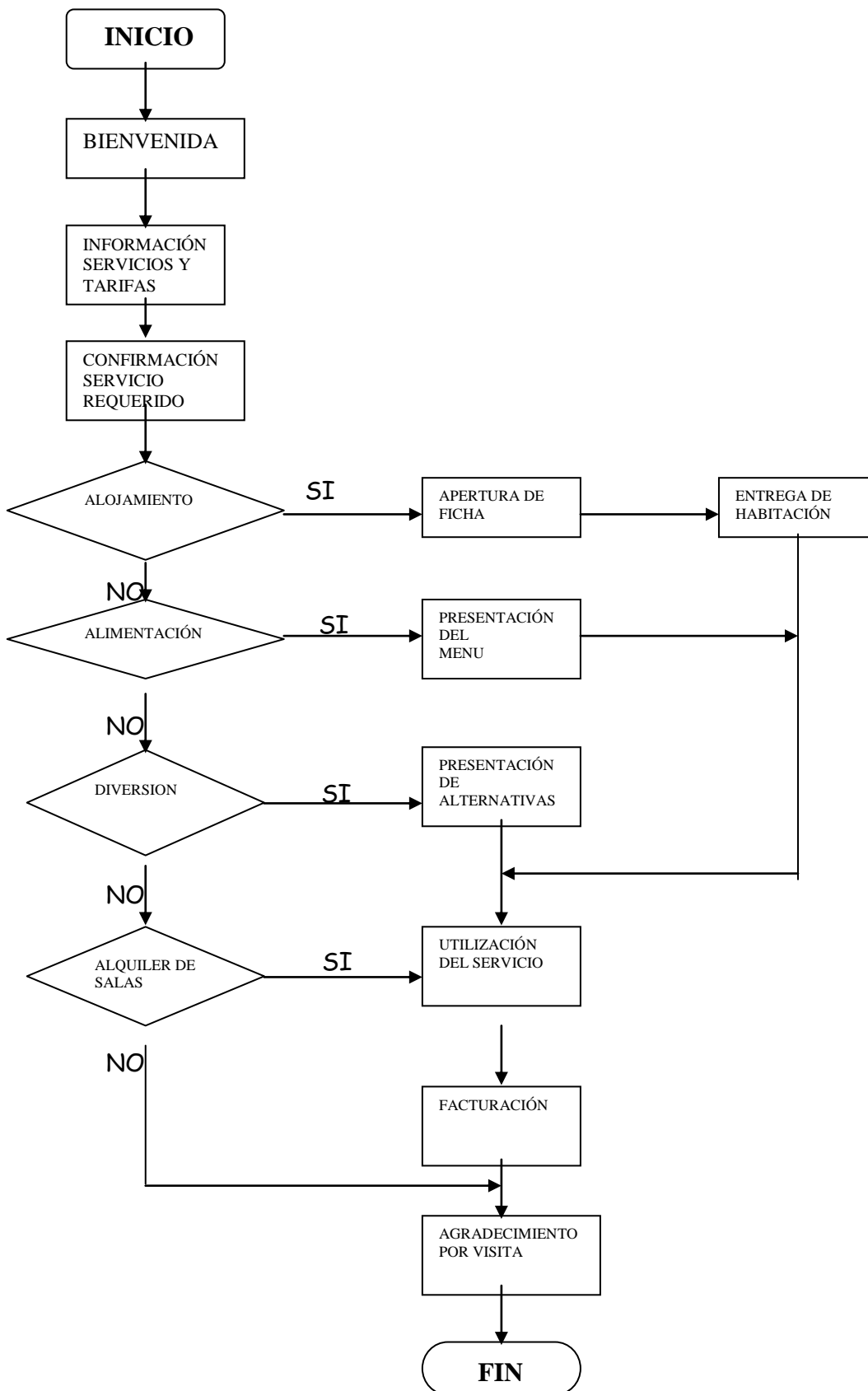
FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

(*)Representa el área por construir

2.4.5 Ingeniería del Servicio

FLUJOGRAMA DE PROCESOS



FUNCIONES DEL PERSONAL

GERENTE

- Administrar la Hostería
- Seleccionar y contratar los Recursos Humanos
- Tomar la responsabilidad de la Planeación Estratégica
- Manejar y distribuir de recursos materiales y económicos de la Hostería
- Evaluar periódicamente el desempeño
- Diseñar el Marketing y Mercadeo

ASISTENTE LEGAL

- Prestar Asistencia legal en las áreas que la empresa lo requiera.

CONTADOR

- Tomar la responsabilidad de la contabilidad diaria del establecimiento.
- Colaborar en la elaboración del presupuesto de trabajo
- Elaborar los roles de pago

SECRETARIA RECEPCIONISTA

- Recibir todo el registro de huéspedes.
- Custodiar los valores de los huéspedes.
- Proporcionar información sobre tarifas de alojamiento
- Asignar las habitaciones
- Manejar la correspondencia
- Enviar y recibir los informes del departamento de mantenimiento

- Servir como medio de comunicación entre la gerencia y los diferentes departamentos.

BOTONES

- Ofrecer la bienvenida a los visitantes
- Transportar el equipaje de los huéspedes
- Cumplir encargos de los huéspedes
- Entregar la correspondencia en la habitación de los huéspedes

GUARDIA

- Controlar la entrada y salida de personas
- Controlar al personal de la Hostería
- Velar por la seguridad de las instalaciones

AMA DE LLAVES

- Tomar la responsabilidad de los bienes y Enceres de las habitaciones
- Supervisar la limpieza de las instalaciones
- Programar los días de descanso del personal a su cargo
- Supervisar los inventarios mensuales y hace requisiciones a bodega.

CAMARERA

- Realizar la limpieza diaria de las habitaciones
- Reportar daños e imperfectos en las habitaciones
- Enviar la ropa sucia de los huéspedes a la lavandería

LAVANDERA

- Tomar la responsabilidad del lavado, secado y planchado de la ropa de los huéspedes
- Lavar, secar y planchar los blancos de la hostería.
- Enviar la ropa limpia a la ama de llaves

TÉCNICO

- Mantener las máquinas, muebles, equipos, y encerados de la hostería.
- Recibir reportes de mantenimiento de las diferentes áreas

JARDINERO

- Velar por el adecuado mantenimiento de los jardines, pista hípica y áreas verdes de la hostería

PARAFRENERO

- Cuidar de las caballerizas y caballos de la hostería.
- Preparar reportes sobre el mantenimiento, cuidado y estado de los caballos.

BARMAN

- Preparar las bebidas
- Realizar la requisición de bebidas a bodega
- Facturar el consumo en el bar y restaurante

MESERO

- Dar la bienvenida y acompañar a la mesa a los clientes.
- Cambiar los blancos cuando es necesario
- Realizar la limpieza del bar-Restaurante

- Conocer a la perfección la preparación de los platos
- Tomar el pedido y sirve los platos

COCINERO

- Coordinar con el personal de cocina
- Elaborar el menú diario
- Supervisar la limpieza del área

2.4.5.1 Proveedores

Para la adquisición de maquinarias y equipos necesarios para poner en marcha el presente proyecto se han solicitado proformas en diferentes fábricas y establecimientos y se han seleccionado aquellos que ofrecen mejor calidad, mejores precios, y mejores planes de financiamiento.

Cuadro N° 24

LISTADO DE PROVEEDORES HOSTERÍA "VIEJA GUARDIA"

EQUIPO	PROVEEDOR
Muebles de Madera	Mueblería la elegancia
Equipo de computo	A J computación
Linea blanca	Almacenes jaher
Juegos de Oficina	Impal
Juegos infantiles	Mi Juguetería
Lencería	Llanera Milmatex
Equip. mantenimiento Industrial	At&E corporation
Mesas, sillas, parasoles plásticos	Vienca
Vehículo	Ambamotors

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

2.4.6 Estimación de Costos y Gastos.

2.4.6.1 Sueldos y Salarios

Los sueldos y salarios hacen mención a la cantidad periódica de dinero que se paga a los trabajadores por sus labores o servicios prestados regularmente.

2.4.6.2 Mano de Obra Directa

Cuadro N° 25

CUADRO DE MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	COMPONENTE SALARIAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE IESS	TOTAL ANUAL
AMA DE LLAVES	116.12	1393.44	288	116.12	21	130.29	1948.85
CAMARERA	113.20	1358.40	288	113.20	21	127.01	1907.61
MESERO	112.80	1353.60	288	112.80	21	126.56	1901.96
COCCINERO	116.12	1393.44	288	116.12	21	130.29	1948.85
LAVENDERA	114.31	1371.72	288	114.31	21	128.26	1923.29
RECEPCIONISTA	113.60	1363.20	288	113.60	21	127.46	1913.26
BOTONES	112.80	1353.60	288	112.80	21	126.56	1901.96
BARMAN	111.89	1342.68	288	111.89	21	125.54	1789.11
TOTAL ANUAL							15234.89

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

2.4.6.3 Mano de Obra Indirecta

Cuadro N° 26

CUADRO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	COMPONENTE SALARIAL	XIII SUELDO	XIV SUELDO	APORTE IESS	TOTAL ANUAL
GERENTE	350.00	4200.00	288	350.00	21	392.70	5251.70
ASESOR LEGAL	214.30	2571.60	288	214.30	21	240.00	3334.90
CONTADOR	124.78	1479.36	288	124.78	21	140.00	2053.14
MANTENIMIENTO	114.31	1371.72	288	114.31	21	128.26	1923.29
GUARDIA	113.96	1367.52	288	113.96	21	127.86	2218.34
TOTAL ANUAL							14781.37

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

2.4.6.4 Suministros y Materiales

Dentro de los suministros y materiales se han considerado a las inversiones preoperativas como lo son el menaje y lencería debido a su

regular periodo de amortización que es mucho menor al mobiliario y equipo en general.

Cuadro N° 27

MENAJE

CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
100	Plato Base Fránces	6,15	615,00
100	Plato Trincherero Fránces	6,15	615,00
100	Plato Sopero Fránces	6,15	615,00
100	Plato Postrero Fránces	3,25	325,00
100	Plato Base Fránces para Café	3,25	325,00
100	Tasas Fránces para Café	3,25	325,00
100	Copas para Agua	7,33	733,00
100	Copas para vino Blanco	7,33	733,00
100	Copas para vino Tinto	7,33	733,00
100	Copas para Champaña	7,33	733,00
100	Copas para Cerveza	7,33	733,00
100	Vasos para jugo	4,22	422,00
100	Juegos de cubiertos	5,20	520,00
24	Bandejas antideslizantes	21,20	508,80
24	Saleros	1,50	36,00
24	Ceniceros	1,50	36,00
24	Floreros pequeños	1,50	36,00
20	Basureros pequeños	5,00	100,00
	TOTAL USD		8143,80

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Cuadro N° 28

LENCERIA

CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
10	Cochones REGINA 2 plazas	354	3540
20	Juegos Sabana RECALEX 2 plazas	16,5	330
60	Cobijas vicuña 2 plazas	7,8	468
20	Cubrecamas 2 plazas Vicuña	6,2	124
100	Cochones REGINA 1 1/2 plaza	295	29500
200	Juegos sabana RECALEX 11/2 plaza	14,5	2900
200	cobijas Vicuña 11/2 plaza	7,2	1440
200	Cubrecamas 11/2 plaza Vicuña	4,8	960
50	Juegos de toallas RECALEX	14	700
	TOTAL USD		39962

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR : VERÓNICA TORO

2.4.6.5 Reparación y Mantenimiento.

Cuadro N° 29

CUADRO DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Bomba de Agua	650,00	650,00
1	Cortadora de césped	340,00	340,00
2	Tanques reservorios	56,00	112,00
1	Lavadora SAMGUNG WA1224	711,00	711,00
1	Aspiradora GLOBATEX	1050,00	1050,00
1	Calefón YANG	198,00	198,00
	TOTAL USD		3061,00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

2.4.6.6 Vehículos.

Cuadro N° 30

CUADRO DE VEHICULOS

CANT	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	FORD EXPLORER ELITE	19450,00	19450,00
	TOTAL USD		19450,00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

2.4.7 Proceso de Constitución de la Empresa

2.4.7.1 Elección de la Forma Jurídica

La Hostería "vieja Guardia" será constituida legalmente como una compañía de Responsabilidad Limitada la misma que requiere necesariamente de una escritura pública y de la aprobación de la Superintendencia de Compañías.

La misma entidad ordenará la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, y la inscripción de la escritura en el registro mercantil.

Dicha inscripción marca el principio de existencia de la compañía.

2.4.7.2 Trámites de constitución

Dado el primer paso la aprobación de la escritura de constitución será solicitada a la Superintendencia de Compañías por los administradores o por las personas que hubieren sido designadas en la misma escritura, dentro de treinta días de suscrito el contrato. Si estos no lo hicieran, lo pedirá cualquiera de los socios, a costa del responsable de la omisión.

Si la Superintendencia negare la aprobación de la compañía, de esta resolución, los responsables podrán recurrir ante los tribunales Distritales de lo Contencioso Administrativo. Mediante el recurso de casación, el caso podría ser conocido por la sala especializada de la Corte Suprema de Justicia.

- **NÚMERO DE SOCIOS.**

Para la constitución de esta compañía se necesita un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios. Sin embargo, las compañías constituidas por 2 socios antes de la vigencia de ley que fijo un mínimo de tres socios conservan su validez.

Si mas adelante de constituida la compañía el número de socios excediere los quince, la compañía deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

- **CAPACIDAD.**

Puede intervenir en la constitución de esta compañía cualquier persona natural, siempre que tenga capacidad civil para contratar.

El menor emancipado autorizado para comerciar puede participar en la formación de esta clase de compañías sin necesidad de autorización especial.

- **CONTENIDO DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN.**

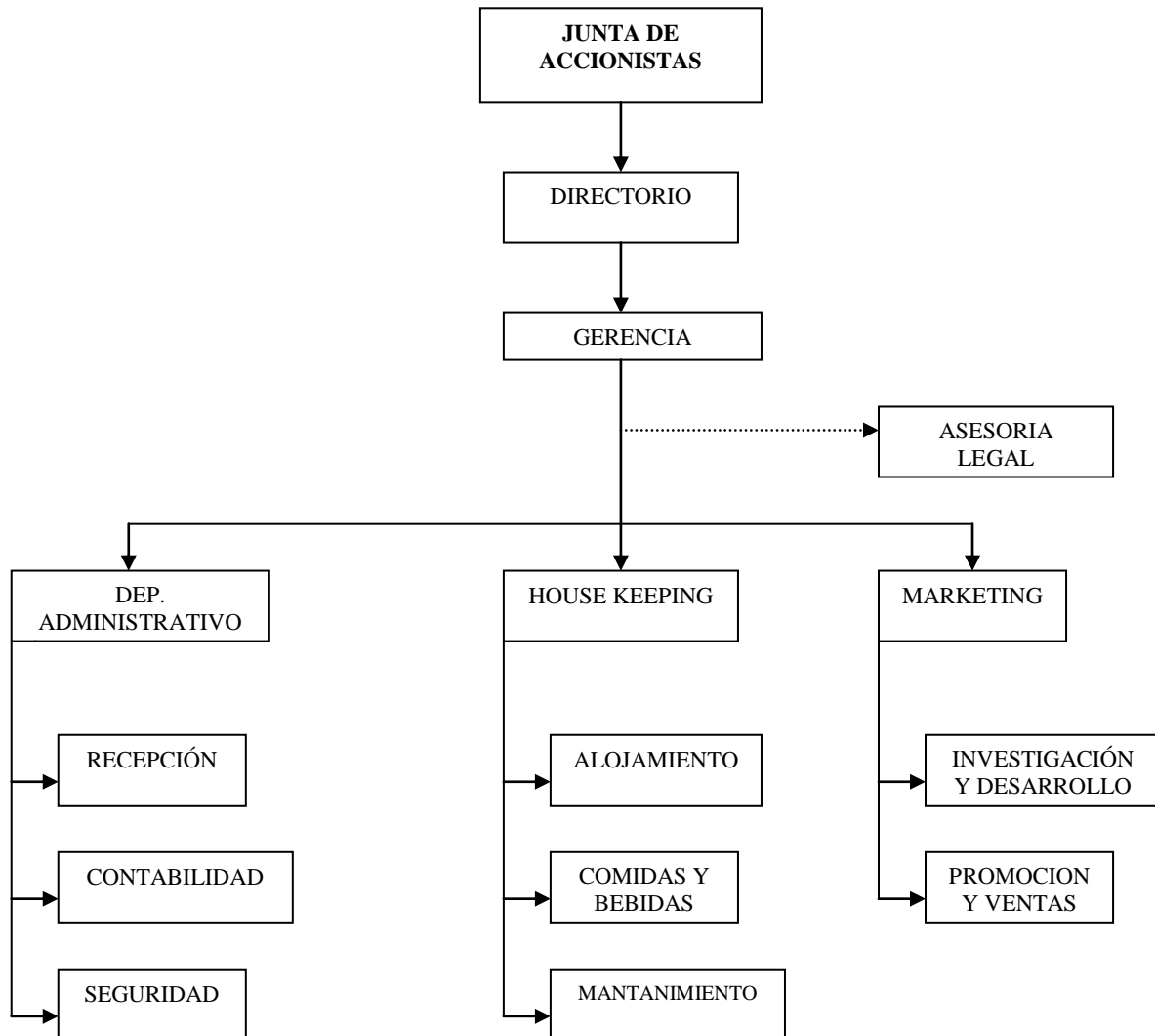
La escritura de Constitución de una compañía de responsabilidad Limitada debe contener el contrato constituido y el estatuto por el que se regirá la compañía, y, en especial lo siguiente.

1. Nombres, Apellidos y estado civil de los socios, si fueran naturales; o la denominación o razón social si fueran personas jurídicas. En ambos casos su nacionalidad y domicilio.
2. Denominación objetiva o razón social de la compañía
3. Objeto social debidamente concreto
4. Duración de la compañía.
5. Domicilio de la compañía.
6. Importe del capital social, con la excepción del número de participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
7. Indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en número o en especie, el valor atribuido a estas, la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.
8. Forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.

2.4.8 Estructura Organizacional de la Empresa

2.4.8.1 Organigrama Estructural

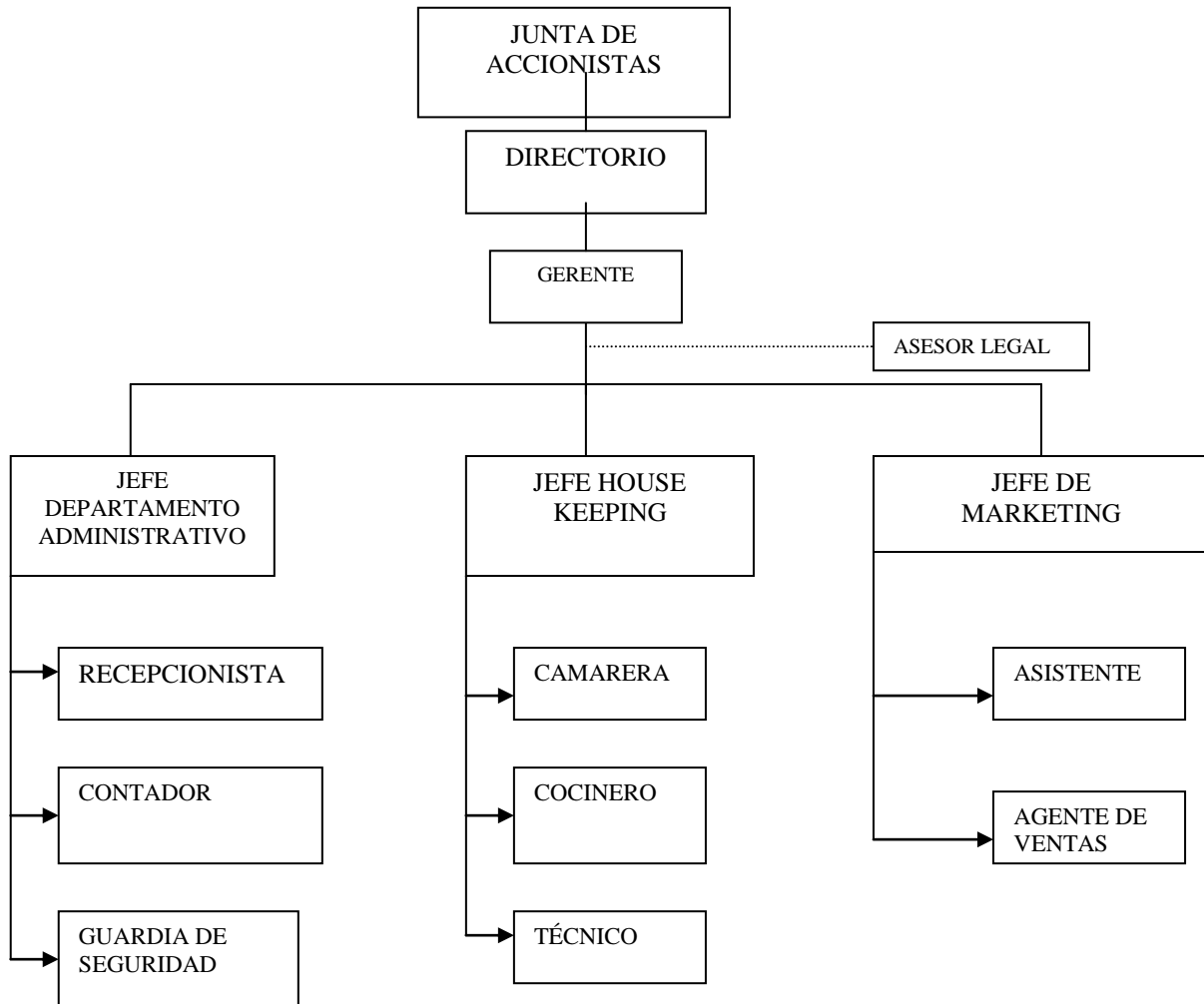
HOSTERÍA "VIEJA GUARDIA" ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Análisis:

- En el Organigrama Estructural se presenta una Tipología Lineo Funcional y por Staff
- La Departamentalización en el Organigrama es en su totalidad Funcional

2.4.8.2 Organigrama Funcional



JUNTA DE ACCIONISTAS

1. Cumplir con los acuerdos junto al directorio y gerente de la empresa.

DIRECTORIO

1. vigilar el cumplimiento de los programas.
2. Coordinar a las direcciones.
3. Formular el proyecto del programa general

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO

1. Obtener los resultados necesarios
2. Formular el programa anual de financiamiento.
3. Dirigir las labores administrativas de su área.

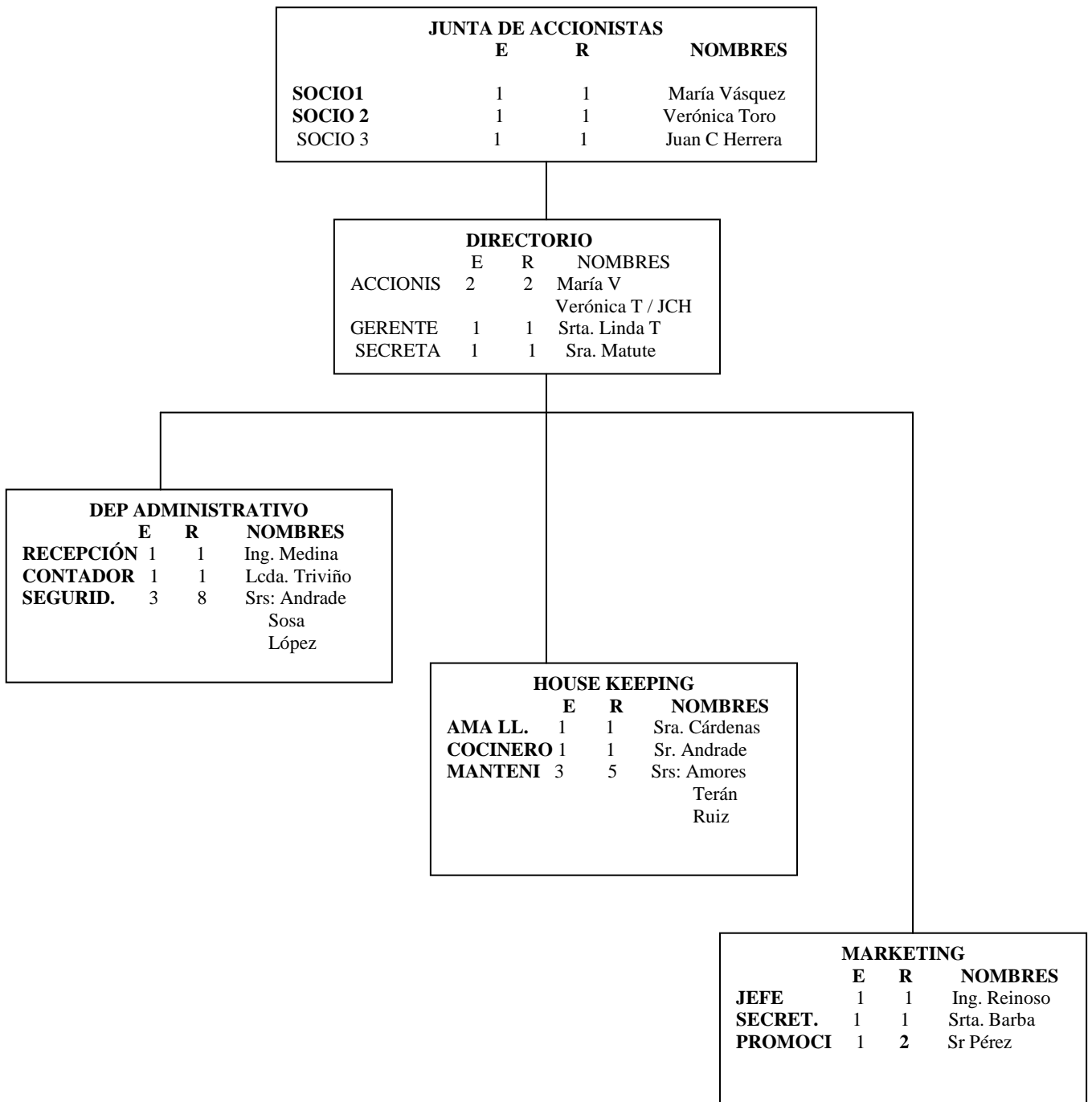
HOUSE KEEPING

1. Evaluar y controlar la aplicación y desarrollo de los programas
2. Formular el programa anual de labores.
3. Dirigir las labores administrativas de su área.

MARKETING

1. Establecer relaciones de asistencia promocional.
2. Establecer relaciones de cooperación y apoyo.
3. Formular el programa de trabajo de promociones.
4. Proponer modelos de promoción y coordinación.
5. Organizar y coordinar seminarios

2.4.8.3 Organigrama de Posición



E= Existente

R= Requerido.

CAPITULO 3 .- PROPUESTA ESTRATÉGICA.

3. Formación de Misión y Visión.

3.1 Misión.

Brindar un servicio de excelente calidad para satisfacer así las exigencias en la demanda tanto de alojamiento como de alimentación en la provincia de Cotopaxi, Satisfacer las necesidades de los clientes a través de la capacitación permanente del personal logrando su respeto y lealtad mediante acciones que proporcionen una constante mejora en la calidad de vida de las personas de la comunidad en donde funcione la empresa.

3.2 Visión.

Ser la mejor empresa del sector turístico en el centro del país y dándose a conocer a nivel internacional como una empresa líder que brinda soluciones prácticas y flexibles a las continuas necesidades insatisfechas en el área de alojamiento y alimentación. Manteniendo como filosofía "El cliente es lo primero", preocupándose continuamente por la motivación al personal para lograr la satisfacción laboral de los empleados obteniendo una alta rentabilidad.

3.3 Principios y Valores Corporativos.

"Los valores son el conjunto de principios, creencias y reglas que regulan la gestión de la organización. Constituyen la filosofía empresarial y el soporte de la cultura organizacional"²²

²² Alfredo Paredes "Procesos de Planificación Estratégica Pág. 89

Principios.

Los principios establecidos en esta empresa están encaminados a fomentar y mantener en la empresa la competitividad, la excelencia y calidad en la gestión, la responsabilidad medioambiental y el liderazgo tecnológico.

a) Idea de Servicio

El propósito fundamental de la empresa no está encaminado a la obtención de grandes utilidades en el corto plazo sino más bien al intento de ofrecer servicios buenos y útiles para nuestros clientes.

b) Capacitación y desarrollo de empleados

Creemos que la formación permanente de todos los miembros de la empresa permite a cada empleado encontrar en su trabajo las satisfacciones intelectuales anheladas, logrando con esto, su participación activa en el desarrollo de la empresa y fomentando un espíritu inventivo y creador.

c) Iniciativa

Creemos en estimular en todos los miembros de nuestra organización el espíritu de iniciativa, estableciendo la consiguiente libertad para proponer y ejecutar en cada una de sus áreas.

d) Investigación

En el camino hacia la excelencia, la investigación es un factor primordial que nos permitirá descubrir nuevas formas de servicio y por lo tanto anticiparnos a nuevas y mejores ventajas competitivas.

e) Conciencia ambiental

Para nuestra empresa es indispensable la conservación, cuidado y defensa del medio ambiente y se responsabiliza de este aspecto mediante un adecuado aprovechamiento de los recursos naturales.

Valores Corporativos.

1. Creemos en la posibilidad de ser mejores cada día mediante el esfuerzo conciente y constante de cada miembro de la organización.
2. Creemos en la importancia que cada miembro tiene en la organización por lo que promovemos la inversión programada en personas talentosas.
3. Ofrecemos excelencia en el servicio pensando en nuestro cliente como en un ser humano y como en la razón de ser de nuestra existencia.
4. Creemos también que la ganancia es importante para el crecimiento económico.

3.4 Objetivos Corporativos.

3.4.1 Financieros.

1. Reinvertir una cifra proporcional de la utilidad de tal manera que garantice un constante crecimiento de la institución.
2. Liquidar principales e intereses a los que complementan la estructura financiera de la empresa.
3. Obtener una recuperación sobre inversiones superior al 30%.

4. Exigir un fiel cumplimiento de los presupuestos establecidos de tal manera que a la conclusión del proyecto las desviaciones no excedan de un 5%.

3.4.2 De Volumen.

1. Lograr que en los cinco años posteriores a la inauguración de la Hostería "Vieja Guardia", su participación en el mercado de Cotopaxi no sea menor al 20% del mercado total en la provincia de Cotopaxi.

3.4.3 De imagen

La imagen de nuestro servicio está representada por la sumatoria de buenas atenciones; así, para fomentar y sostener la buena imagen de la empresa es necesario cumplir con lo siguiente:

1. Ofrecer una atención cortés y eficaz, de modo que las quejas, dudas y reclamos sean atendidos y resueltos siempre.
2. Colaborar con las actividades comunitarias del sector y mejorar así la calidad de vida de la población donde se instale la hostería.
3. Cumplir con las tasas tributarias establecidas, con el objeto de permitir la realización de actividades gubernamentales.
4. Brindar buen trato, tanto en lo económico como en lo motivacional a nuestros empleados y obreros así como a sus familias y dependientes.

3.4.4 Interés de Accionistas.

1. Pagar dividendos razonables; es decir, proporcionales al riesgo asumido por los accionistas.
2. Brindar confianza a través del manejo adecuado de los capitales confiados en el negocio logrando así la reinversión de capitales de terceros en beneficio de la empresa.

3.5 Estrategias de Servicios.

3.5.1 Genéricas

Establecer la investigación permanente como un medio eficaz y eficiente que nos permitirá conocer cuáles son las necesidades de nuestros clientes y cuáles son las herramientas y procedimientos necesarios para satisfacer tales necesidades, obteniendo así clientes fieles y a la vez mantener íntegra la imagen de la empresa.

3.5.2 De Competencia

Establecer la investigación permanente como un medio eficaz y eficiente que nos permitirá conocer cuáles son las necesidades de nuestros clientes y cuáles son las herramientas y procedimientos necesarios para satisfacer tales necesidades, obteniendo así clientes fieles y a la vez mantener íntegra la imagen de la empresa.

3.5.3 De Crecimiento

Incrementar las inversiones en áreas potenciales de mercado, especialmente donde la competencia no actúe o no tenga oportunidades de desarrollo, de tal forma que nos permita captar nuevos usuarios mediante la propuesta de nuevos servicios y nuevos usos del servicio.

3.6 Estrategias de Mercadeo

3.6.1 Selección de los Segmentos Metas.

La definición de los sectores meta en el mercado turístico requiere una técnica para agrupar a los consumidores de acuerdo con comportamientos de compra semejantes, con el fin de enfocar esfuerzos concentrados y especializados de marketing en cada segmento.

Nuestra hostería diferencia 2 sectores específicos:

1. Turistas nacionales o extranjeros que buscan diversión o descanso de sus actividades cotidianas, solos o en compañía de familiares o amigos.
2. Empresarios nacionales o extranjeros que demanden una sala de convenciones para realizar sus negocios en un ambiente rodeado por la naturaleza y con todas las comodidades que requieran para la ejecución de sus actividades.

3.6.2 Variables según el tipo de consumidor

A nuestros clientes se los clasificará en dos grandes, grupos de acuerdo con su país de origen; en consumidores internos y consumidores externos.

Los consumidores internos serán aquellos turistas ecuatorianos que visitan nuestra provincia; los consumidores externos estarán conformados por los turistas procedentes de otros países que visitan el Ecuador.

3.6.3 Perfil del segmento meta

El 64% de usuarios de este tipo de servicios se sitúa en edades sobre los treinta años y debajo de los 5022 con un nivel de renta media alta con preferencia por la comodidad, que valoren mucho la atención cordial y personalizada y que se trasladen de una ciudad a otra para realizar viajes de entretenimiento, excursionismo o negocios.

3.6.4 Canales de Distribución

El canal de distribución es la ruta que elegirá la empresa para ofrecer su servicio. Para esto la Hostería "Vieja Guardia" utilizará las siguientes formas de comercialización para promover su servicio y llegar a más clientes:

1. Alianzas estratégicas con agencias de turismo nacionales e internacionales quienes luego de una inspección rigurosa calificarán la calidad del servicio propuesto y a cambio de una comisión promoverán nuestro servicio.
2. Asociación con empresas similares y de igual categoría en distintas regiones del país para crear la posibilidad de formar una cadena en las distintas regiones del país y poder así ofrecer un turismo variado.

3. Oferta del servicio utilizando el telemarketing para ofertar y promover nuestra sala de convenciones a las diferentes empresas que requieran de este servicio, para sus reuniones de negocios.
4. Espectáculos y exposiciones donde se puedan hacer contactos con revendedores, usuarios potenciales y distribuir literatura sobre los servicios de la hostería.
5. Elaboración de una página web en el Internet con material publicitario bien diseñado para que usuarios de todo el mundo tengan acceso a información tanto sobre los beneficios de hospedarse en nuestra hostería así como los costos que esto les significaría.

3.6.5 Servicio

Básicamente el servicio que se pretende ofrecer es el de alojamiento y alimentación en una hostería de primera categoría. Lógicamente para lograr un posicionamiento estratégico en el mercado, nuestro servicio debe diferenciarse de los demás a través de ventajas competitivas atractivas para los clientes potenciales. En lo que se refiere al servicio propiamente dicho, estas ventajas se pueden lograr mediante la prestación de servicios adicionales entre los que se podrían mencionar los siguientes:

- © Transporte gratuito aeropuerto-hostería
- © Información gráfica sobre el lugar que están visitando.
- © Presentación de videos de otros lugares turísticos que se pueden visitar en la provincia de Cotopaxi.
- © Espectáculos con danzantes y música folklórica los fines de semana y feriados.

© El Deporte de la hípica.

© Promociones en temporada baja.

3.6.6 Precios.

La fijación del precio es de suma importancia puesto que éste guarda relación directa con la intensidad de la motivación que tiene un cliente para satisfacer sus necesidades.

La estrategia a utilizarse en cuanto a precios será la penetración en el mercado con un precio relativamente bajo para atraer la atención del mercado y asegurar la captación de una parte de él. Los precios se irán incrementando paulatinamente después del periodo de introducción para obtener beneficio.

Es indispensable además conocer el precio del servicio en el mercado ya que al tratarse de un servicio de venta directa nos sirve de base para calcular los ingresos probables en varios años.

Para esto hemos tomado en consideración a tres hosterías de la provincia de Cotopaxi, las cuales nos han abierto sus puertas para esta investigación proporcionando la información requerida en cuanto a tarifas de alojamiento en sus respectivas empresas.

Cuadro N° 31

HOSTERÍA LA CIENEGA

HABITACIONES	NACIONALES	EXTRANJEROS
Simple	\$19,58	\$ 31,1
Doble	24,67	41,48
Triple	28,28	46,72
Cuádruple	31,42	51,58
Suit junior	31,42	51,58
Suit Lujo	48,41	72,81

FUENTE: HOSERIA LA CIENEGA
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Cuadro N° 32

HOSTERÍA LA POSADA DEL REY

HABITACIONES	NACIONALES/EXTRANJEROS
Simple	\$20
Matrimonial	25
Doble	27
Triple	32
Cuádruple	38
Familiar	36

FUENTE: LA POSADA DEL REY
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Cuadro N° 33

HOSTERÍA RUMIPAMBA DE LAS ROSAS

HABITACIONES	NACIONALES	EXTRANJEROS
Simple	\$43	\$59
Doble	53	69
Triple	58	74
Cuádruple	63	79
Suit Lujo	73	93

FUENTE : RUMIPAMBA DE LAS ROSAS
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

*Todos los precios son mas el 22% de impuestos, que representan el 12% de IVA y el 10% del impuesto al Servicio.

Cabe destacar que Rumípamba de las Rosas, por tratarse de la única hostería de primera categoría en la provincia de Cotopaxi pasaría a ser nuestra principal competencia, por lo que para nuestras proyecciones en cuanto a precios tomaremos como referencia sus tarifas de alojamiento para ubicar nuestros precios en niveles comparables con una tendencia un tanto inferior en los primeros años como se planteó anteriormente.

CAPITULO 4.- ESTUDIO ECONÓMICO

4. Objetivo del estudio Financiero.

El objetivo es determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto en términos de inversión fija y circulante, además de otros indicadores que sirvan de base para realizar la evaluación económica del proyecto en el siguiente capítulo.

4.1 Inversiones en activos Fijos.

Pertencen a este grupo todos los bienes tangibles de carácter operativo.

- Terrenos
- Edificios
- Muebles y Enseres
- Maquinarias y Equipos
- Vehículos.

Estos activos sirven para dar soporte a la actividad de producción de bienes y servicios por lo que no se adquieren para la venta y su recuperación se realiza a través de su uso.

4.1.1 Costos de Terreno.

Cuadro N° 34

CUADRO DE TERRENOS

ACTIVO FIJO	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Terreno	10.000 m ²	8.00	80.000

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.1.2 Costo de Edificación e Infraestructura.

Cuadro N° 35

CUADRO DE EDIFICACIÓN E INFRAESTRUCTURA

ACTIVO FIJO	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Edificios/ Infraestructura	780 m ²	130.00	101.400

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.1.3 Costo de muebles y enseres.

Muebles y Enseres hace referencia de aquellos bienes susceptibles de transportarse de un lugar a otro. Su vida útil es de 10 años y su costo es mayor a 5 salarios mínimos vigentes.

Cuadro N° 36

COSTO MUEBLES Y ENSERES.

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
10	Camas de 2 plazas	150.00	1500.00
100	Camas	100.00	10.000.00
110	Veladoras	30.00	3.300.00
110	Lámparas	7.00	770.00
10	Teléfonos Panassonic	12.40	124.00
20	Televisores LG 29"	295.00	5.900.00
1	Juego de sala	980.00	980.00
4	Juegos de sala pequeños	450.00	1.800.00
20	Juegos utencillos	18.60	372.00
10	Vajillas 12 personas	128.36	1283.60
10	Juegos de cubiertos TRAMONTINA	20.70	207.00
10	Cocinetas 2 quemadores	51.00	510.00
10	Juegos de ollas	86.50	865.00
10	Licuadoras OSTER	49.50	495.00
TOTAL			28.106.60

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.1.4 Costo de maquinarias y Equipos.

Cuadro N° 37

• EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Muebles de Recepción	650.00	1300.00
2	Escritorios Ejecutivos	300.00	600.00
2	Sillas Ejecutivas	150.00	300.00
1	Central Telefónica	3200.00	3200.00
1	Telefax	362.00	362.00
2	Teléfonos Panassonic	295.20	590.40
4	Computadoras	1300.00	5200.00
1	Impresora HP 610C	320.00	320.00
1	Impresora EPSON	425.10	425.10
1	Televisor Pantallas Gigante SONY	3650.00	3650.00
1	DVD JWIN	69.00	69.00
1	Proyector SONY	750.00	750.00
1	Equipo de Sonido SONY	697.00	697.00
TOTAL			17463.50

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Cuadro N° 38

- EQUIPOS DE COCINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO U	COSTO TOTAL
1	Mesa Self Service	1500.00	1500.00
1	Mesa de Trabajo	740.00	740.00
1	Cocina Industrial IMPAL	800.00	800.00
1	Refrigeradora Industrial	1830.00	1830.00
1	Congelador Indurama	680.00	680.00
1	Extractor de olores OSTER	295.00	295.00
1	Extractor de Jugos OSTER	65.00	65.00
1	Cafetera Industrial OSTER	61.50	61.50
1	Batidora OSTER	69.50	69.50
4	Juegos de Utensillos Tramont.	28.15	112.60
2	Licadoras industriales HAMILTON	76.24	152.48
2	Porta cubiertos	14.00	28.00
10	Bandejas	20.00	200.00
2	Juegos de ollas industriales	352.00	704.00
2	Juegos de ollas domesticas	186.00	372.00
1	Juego de sartenes industriales	158.00	158.00
TOTAL			7768.08

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Cuadro N° 39

- EQUIPO DE RECREACIONES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
2	Juegos infantiles	780.00	1560.00
30	Mesas plásticas PIKA	20.00	600.00
120	Sillas plásticas PIKA	7.00	840.00
30	PARASOLES UMBRELLA XL	16.00	480.00
TOTAL			3480.00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Cuadro N° 40

COSTO TOTAL DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS

ACTIVO FIJO	COSTO TOTAL
Equipo de Oficina	17463.50
Equipo de Cocina	7768.08
Equipo de Recreación	3480.00
Menaje	8143.80
Lencería	39962.00
TOTAL	76817.38

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.1.5 Costo de Vehículos.

Cuadro N° 41

COSTO VEHÍCULOS

ACTIVO FIJO	COSTO TOTAL
Vehículo	19450.00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.1.5 Depreciaciones.

Cuadro N° 42

HOSTERÍA "VIEJA GUARDIA"
CUADRO DE DEPRECIACIONES
(MÉTODO LINEA RECTA)

CONCEPTO	VALOR	VIDA UTIL	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Edificios e Infraestructura	101400.00	20	5070	5070	5070	5070	5070
Muebles y Enseres	28106.60	10	2811	2811	2811	2811	2811
Maquinaria y Equipo	76817.38	5	15364	15364	15364	15364	15364
Vehículos	19450.00	5	3890	3890	3890	3890	3890
TOTAL			27135	27135	27135	27135	27135
			VALOR RESIDUAL= 0				

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.2 Inversiones en Activos Diferidos.

4.2.1 Gastos de Constitución

Cuadro N° 43

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

ACTIVO DIFERIDO	COSTO TOTAL
Gastos de Constitución	1500.00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

*Estimación obtenida de la Superintendencia de Compañía

4.2.2 Gastos Preoperativos

Cuadro N° 44

GASTOS PREOPERATIVOS

ACTIVO DIFERIDO	COSTO TOTAL
Gasto Preoperativo	2000.00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

*Estimación obtenida en el Registro mercantil

4.2.3 Imprevistos

Cuadro N° 45

IMPREVISTOS

ACTIVO DIFERIDO	COSTO TOTAL
Imprevistos	15690.57

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

*5% de la inversión total de Activos

4.2.4 Costos de mantenimiento y Reparación.

Cuadro N° 46

COSTOS DE MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN

ACTIVO DIFERIDO	COSTO TOTAL
Mantenimiento y Reparación	3061.00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.2.5 Seguros

Cuadro N° 47

HOSTERÍA "VIEJA GUARDIA"

RAMO	DETALLE DEL BIEN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL	VALOR ASEGURADO	TASA	PRIMA NETA
INCENDIO	CONSTRUCCIONES30%		101400.00	30420.00	0.32%	97.34
	CONTENIDOS50%		104923.98	52461.99	0.32%	167.88
	Equipo de Oficina	17463.50				
	Equipo de Cocina	7768.08				
	Equipo Recreación	3480.00				
	Menaje	8143.80				
	Lencería	39962.00				
	Muebles y Enseres	28106.60				
					subtotal	265.22
ROBO	CONTENIDOS10%		104923.98	10492.40	1.20%	125.91
	Equipo de oficina	17463.50				
	Equipos de Cocina	7768.08				
	Equipo Recreación	3480.00				
	Menaje	8143.80				
	Lencería	39962.00				
	Muebles y Enseres	28106.60				
					subtotal	125.91
VEHICULOS	Ford Explorer	19450.00	19450.00	19450.00	4.50%	875.25
					subtotal	875.25
					Total prima neta	1266.38
				Superintendencia de Bancos(3.5%)		44.32
				Derechos de Emisión		7.48
				IVA 12%		158.18
				TOTAL PROGRAMA		1476.36

FUENTE: ASEGURADORA SUCRE

ELABORADO POR : VERÓNICA TORO

ACTIVO DIFERIDO	COSTO TOTAL
Seguros	1476.36

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

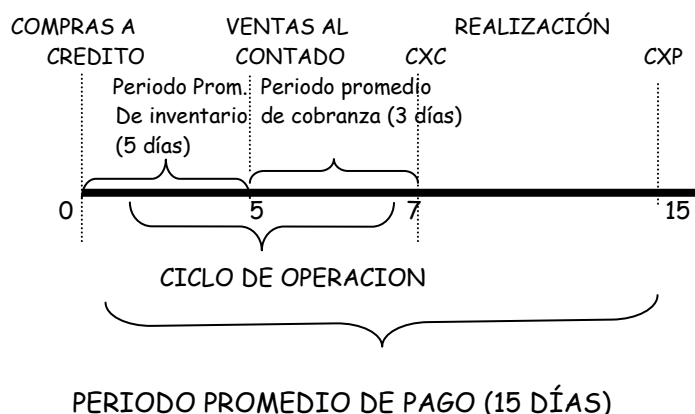
4.3 Inversiones en Capital de Trabajo

las inversiones en capital de trabajo, son los recursos necesarios que deben estar disponibles en una empresa, para la operación normal del proyecto durante el inicio de su funcionamiento.

4.3.1 Ciclo de Operación de caja

El ciclo de operación de caja se lo realizará tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- La compra de insumos y materiales necesarios para ofrecer el servicio se la realizará a crédito, considerando un período de pago de 15 días.
- La venta del servicio se la realizará al contado. Tomando en cuenta un período de alojamiento de 3 días se estima de igual manera un período promedio de cobranza de tres días.
- Si se considera que el servicio es demandado especialmente los fines de semana el período promedio de inventario sería de 5 días.



En el gráfico anterior podemos observar claramente que el CICLO DE OPERACIÓN es de 7 días; es decir transcurren 7 días desde el primer desembolso para adquisición de insumos y materiales necesarios para ofrecer el servicio hasta el día en que cobramos por el servicio prestado.

Además la diferencia entre la realización de cuentas por cobrar y la realización de cuentas por pagar nos da un saldo negativo de (-7). Esto significa que la Hostería tiene un ciclo de caja negativo por lo tanto no existe necesidad de buscar un financiamiento adicional para la prestación del servicio.

4.3.2 Rotación de Caja

La rotación de caja de la Hostería "Vieja Guardia" se obtuvo dividiendo 360 días para el ciclo de operación de caja; es decir los 7 días, obteniendo una Rotación de Caja de **51.43**.

Cabe destacar que obtenemos una rotación bastante alta, esto se debe primordialmente a que las ventas del servicio se consideran en su mayoría en efectivo; por lo tanto, se hace innecesaria la aplicación de técnicas que permitan su maximización.

4.3.3 Requerimiento de Caja

Para el cálculo de los requerimientos de caja se ha realizado una aproximación de los recursos necesarios para financiar la operación. Según la evaluación de proyectos se ha encontrado práctico asignar un promedio del 10% del monto total invertido que es de USD.329501.91. De esta manera se pudo determinar un requerimiento mínimo de caja de USD.32950.00.

4.4 Financiamiento

4.4.1 Aporte de capital social

Considerando la magnitud de dinero requerida para esta inversión la participación de capitales es indispensable. De esta manera se ha creído conveniente estructurar el financiamiento de la Hostería de la siguiente manera:

- 80% Aporte de los socios
- 20% Financiamiento a corto plazo a través de proveedores de las maquinarias e insumos con un recargo del 5%

Cuadro N° 48

CUADRO RESUMEN DE INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

INVERSIONES	USD	USD
INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS		305773.98
Terrenos	80.000.00	
Edificios	101.400.00	
Muebles y Enseres	28.106.60	
Maquinaria y Equipo	76.817.38	
Vehículos	19.450.00	
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS		23727.93
Gastos DE Constitución	1.500.00	
Gastos Preoperativos	2.000.00	
Imprevistos	15690.57	
Seguros	1476.36	
Mantenimiento y Reparación	3.061.00	
INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO		32950.00
Requerimiento De caja	32950	
TOTAL INVERSIONES		362451.91
FINANCIAMIENTO		
Aporte de los socios 80%	289961.53	
Proveedores 20%	72490.38	
TOTAL FINANCIAMIENTO		362451.91

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.5 Estimación de Ingresos**4.5.1 Volumen de Ventas y Precios**

Cuadro N° 49

VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS.(En unidades de producto)

SERVICIO	VALOR UNITARIO USD	UNIDADES	TOTAL
ALOJAMIENTO	30.00	9.125.00	273.750.00
BAR-RESTAURANTE	10.00	27.375.00	273.750.00
RECREACIÓN	10.00	4.563.00	45.630.00
TOTAL		41036.00	593.130.00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

El volumen estimado de ventas se obtuvo considerando la utilización únicamente del 50% de la capacidad instalada, de la siguiente manera:

La Hostería "Vieja Guardia" tiene capacidad simple y mínima para 50 personas, que multiplicadas por 365 días del año, nos da como resultado 18250 personas anuales. Si calculamos el 50% de este valor tenemos que la hostería alojaría 9125 clientes al año. Esta cantidad se triplica al considerará tres comidas diarias siendo 27375 clientes al Bar-Restaurante. Finalmente suponiendo que el 50% de personas alojadas haga uso del servicio de Recreación, tendremos 4563 clientes de este servicio.

4.6 Estructura de Costos

4.6.1 Costos Directos

Cuadro N° 50

COSTOS DIRECTOS

CONCEPTO	VALOR ANUAL
Mano de Obra Directa	15234.89
Depreciación edificios	5070.00
TOTAL	20304.89

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.6.2 Costos Indirectos

Cuadro N° 51

COSTOS INDIRECTOS

CONCEPTOS	VALOR ANUAL
Mano de obra indirecta	4141.63
Mantenimiento y Reparación	3061.00
Depreciación muebles y Enseres	15364.00
Depreciación Maquinarias y Equipos	2811.00
TOTAL	25377.63

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.6.3 Gastos de Administración

Cuadro N° 52

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

CONCEPTO	VALOR ANUAL
Sueldos a Funcionarios	10639.74
TOTAL	10639.74

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.6.4 Gastos de Ventas

Cuadro N° 53

GASTOS DE VENTAS

CONCEPTOS	VALOR ANUAL
Publicidad y Propaganda	29656.50
Depreciación Vehículos	3890.00
Comisiones	11862.60
TOTAL	45409.10

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

*Publicidad Y Propaganda 5% DE LAS VENTAS

* Comisiones 2% de las ventas

Cuadro N° 54

CUADRO RESUMEN DE INGRESOS Y COSTOS.

INGRESOS		593130.00
INGRESOS OPERACIONALES		
Ventas	593130.00	
GASTOS		
GASTOS ADMINISTRATIVOS		28814.74
Gastos sueldos Administrativos	10639.74	
Depreciación Muebles y Enseres	15364.00	
Depreciación Maquinaria y Equipo	2811.00	
GASTOS DE VENTAS		45408.50
Depreciación Vehículos	3890.00	
Comisiones	11862.60	
Publicidad y Propaganda	29656.50	
GASTOS OPERACIONALES		27507.52
Gastos Sueldos	19376.52	
Depreciación Edificios	5070.00	
Gasto Mantenimiento	3061.00	

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.7 Estados Financieros

4.7.1 Balance General Projectado

El Balance General Projectado tiene como fin presentar la situación financiera y Económica en la que se hallará la empresa.

Cuadro N° 55

HOSTERÍA "VIEJA GUARDIA"
BALANCE GENERAL PROYECTADO
DEL 01 DE ENERO DEL 2004 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2004.

ACTIVOS	USD	PASIVOS	USD
CORRIENTES	626080.00	CORRIENTES	
Caja	32950.00	Proveedores	72490.38
Bancos	593130.00	TOTAL PASIVO	72490.38
FIJOS	283708.93		
Terrenos	80000.00	PATRIMONIO	
Edificios	101400.00	Capital Social	289961.53
Maquinaria y Equipos	76817.38	Utilidad Bruta	571064.95
Dep. acum. Maq. y Equipos	2811.00	TOTAL PATRIMONIO	861026.48
Muebles y Enseres	28106.60	TOTAL PASIVO Y PATRIM	
Dep. acum. Muebles y Enseres	15364.05		
Vehículos	19450.00		
Dep. acum.. Vehículos	3890.00		
DIFERIDOS	23727.93		
Gastos de Constitución	1500.00		
Gastos Preoperativos	2000.00		
Imprevistos	15690.57		
Reparación y Mantenimiento	3061.00		
Seguros	1476.36		
TOTAL ACTIVOS	933516.86		933516.86

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.7.2 Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado

El Estado de pérdidas y Ganancias proyectado permite establecer en que medida los capitales invertidos rinden utilidades o en su defecto generan pérdidas, cuya proyección se basará en la inflación proyectada para el año 2004 que es del 5% según lo señala el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Cuadro N° 56

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES	593130.00	622786.50	653925.83	686622.12	720953.22
Ventas	593130.00	622786.50	653925.83	686622.12	720953.22
TOTAL INGRESOS	593130.00	622786.50	653925.83	686622.12	720953.22
- GASTOS OPERACIONALES					
Gastos de Administración	28814.74	30255.48	31768.25	33356.66	35024.50
Gastos Sueldos	10639.74	11171.73	11730.31	12316.83	12932.67
Depreciación Muebles y Enseres	2811.00	2811.00	2811.00	2811.00	2811.00
Depreciación Maquinaria y Equipo	15364.00	15364.00	15364.00	15364.00	15364.00
Gastos de Venta	45408.50	46002.23	46625.02	47278.94	47965.56
Comisiones	11862.60	12455.73	13078.52	13732.44	14419.06
Depreciación Vehículos	3890.00	3890.00	3890.00	3890.00	3890.00
Publicidad y Propaganda	29656.50	29656.50	29656.50	29656.50	29656.50
Gastos Operativos	48174.45	46654.68	48733.90	50917.10	53209.45
Sueldos	19376.52	20345.35	21362.61	22430.74	23552.28
Depreciación Edificios	5070.00	5070.00	5070.00	5070.00	5070.00
Mantenimiento y Reparación	3061.00	3214.05	3374.75	3543.49	3720.66
Gastos Preoperativos	2000.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos de Constitución	1500.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Imprevistos	15690.57	16475.10	17298.85	18163.80	19071.99
Seguros	1476.36	1550.18	1627.69	1709.07	1794.52
TOTAL EGRESOS	122397.69	122912.39	127127.17	131552.70	136199.51
= UTILIDAD OPERACIONAL	470732.31	499874.11	526798.66	555069.42	584753.71
- OTROS GASTOS	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
= UTILIDAD DEL EJERCICIO	470732.31	499874.11	526798.66	555069.42	584753.71
-15% Participación Trabajadores	70609.85	74981.12	79019.80	83260.41	87713.06
-25% Impuesto a la renta	117683.08	124968.53	131699.67	138767.36	146188.43
= UTILIDAD NETA	282439.38	299924.46	316079.19	333041.65	350852.22

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

4.7.3 Flujo de Fondos Proyectado

El flujo de fondos es la Generación de Efectivo de la empresa, su origen y destino y parte a través de la Utilidad Neta del Estado de Pérdidas y Ganancias menos el impacto de movimientos que no son flujo de fondos de efectivo tales como la Depreciación, Corrección Monetaria y Amortización de Gastos que estaban activados; en el caso de la Hostería Vieja Guardia el Flujo proyectado de lo realiza en base a sus actividades no operacionales haciendo uso únicamente de la Depreciación.

Cuadro N° 58

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO

	1	2	3	4	5
OPERACIÓN					
Utilidad Neta	282439.38	299924.46	316079.19	333041.65	350852.22
Mas Depreciaciones	27135.00	27135.00	27135.00	27135.00	27135.00
FLUJO DE FONDOS	309574.38	327059.46	343214.19	360176.65	377987.22

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

CAPITULO 5.- EVALUACIÓN FINANCIERA.

5. Evaluación Financiera

Cuadro N° 59

5.1 Costo Promedio Ponderado del Capital

	ESTRUCTURA	%	TN	KPP
Capital propio	289961.53	80	20%	16.00
Préstamo corto plazo	72490.38	20	5%	1.00
TOTAL KP	362451.91	100		17.00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Donde: TN= Tasa Nominal

KPP= Costo promedio ponderado del capital

El Costo Promedio Ponderado del Capital o Tasa de Descuento de la Hostería "vieja Guardia" es de 17%. El procedimiento fue asignar la tasa de interés correspondiente a toda la estructura del capital.

- El Capital Propio será financiado en un 80% estimándose una tasa de interés del 20% considerando el 6% de inflación en que cerró el año 2003, el 9% promedio de Riesgo Turismo en el Ecuador y el 5% tasa pasiva que pagan los bancos por interés; todo esto representa el Costo de Oportunidad de los accionistas.
- El Préstamo Corto Plazo obtenido por los proveedores será financiado en un 20%, la tasa de interés correspondiente es del 5% y representa un recargo por compras a crédito.

5.3 Análisis VAN

El valor presente neto, es el valor presente de una inversión a partir de una tasa de descuento, una inversión inicial y una serie de pagos futuros. La idea del valor presente neto. es actualizar todos los flujos futuros al

período inicial y compararlos para verificar si los beneficios son mayores que los costos.

El criterio del Valor Actual Neto plantea que el proyecto debe aceptarse si su (VAN) es igual o superior a cero, pero si el total es negativo, el aspecto financiero indica que la inversión es indeseable.

Su formula es: $VAN = -I + \sum FF/(1+r)^n$

Cuadro N° 60

AÑOS	FLUJO NETO (USD)
0	- 362451.91
1	309574.38
2	327059.46
3	343214.19
4	360176.65
5	377987.22
VALOR ACTUAL NETO	615357.48

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

El Valor Presente Neto requerido para la ejecución del presente proyecto es de USD. 615357.48 Este valor representa la cantidad que tiene actualmente la serie de utilidades previstas para los próximos 5 años considerando una tasa de descuento de 17.00%

5.4 Análisis TIR

La T.I.R. de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial.

Para este cálculo se debe determinar claramente cual es la "Inversión Inicial" del proyecto y cuales serán los flujos para cada uno de los

períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

Esto significa que se buscará una tasa que iguale la inversión inicial a los flujos netos de operación del proyecto, que es lo mismo que buscar una tasa que haga el **V.A.N.** igual a cero.

Las reglas de decisión para el T.I.R son:

Si $T.I.R > i$ Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada mayor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto es más conveniente.

Si $T.I.R < i$ Significa que el proyecto tiene una rentabilidad asociada menor que la tasa de mercado (tasa de descuento), por lo tanto es menos conveniente.

La Tasa Interna de Retorno para el presente proyecto de la Hostería "Vieja Guardia" es de 86% y al ser mayor a la tasa de descuento este proyecto es viable y altamente rentable.

5.5 Relación Costo Beneficio

Cuadro N° 61

VALOR ACTUALIZADO	INVERSIÓN INICIAL	RELACIÓN C/B
1718011.90	362451.91	4.73%

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

En el cálculo de la Relación Costo/ Beneficio se obtuvo una tasa de 4.73% lo que representa que el proyecto es totalmente viable, por cuanto los ingresos esperados superan a los costos que asumirá la empresa.

5.6 Período De Recuperación

El Período promedio de Recuperación es aquel mediante el cual se determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

Cuadro N° 62

AÑO	FLUJO NETO	FLUJO ACUMULADO
1	309574.38	309574.38
2	327059.46	635633.84
3	343214.19	979848.03
4	360176.65	1340024.68
5	377987.22	1718011.90

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

La inversión realizada para la Hostería "Vieja Guardia" de USD.362451.91 se recuperará en 1.15 años.

5.7 Análisis de Ratios financieros

- RAZON CORRIENTE.

$$RC = \frac{\text{Activocorriente}}{\text{pasivocorriente}} = \text{veces}$$

$$RC = \frac{626080.00}{72490.38}$$

$$RC = 8.6$$

La empresa tendrá un índice de solvencia de 8.6 veces lo que nos indica que por cada dólar que adeuda la empresa en el corto plazo, esta posee 8.6 centavos para cubrir la deuda.

- ROTACIÓN DE ACTIVOS

$$RA = \frac{\text{ventas anuales}}{\text{activos totales}}$$

$$RA = \frac{593130.00}{933516.86}$$

$$RA = 0.63$$

Lo que significa que los activos totales rotarán 0.63 veces al año

- MARGEN DE UTILIDAD

$$MU = \frac{\text{utilidad neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

$$MU = \frac{282439.38}{593130.00}$$

$$MU = 47.61\%$$

La utilidad Neta para el primer año de operación (2004) corresponderá a un 47.61% de las ventas anuales.

- PRUEBA ÁCIDA

$$PA = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$PA = \frac{626080.00 - 0}{72490.38}$$

$$PA = 8.64$$

Lo que representa que la capacidad que posee la empresa para cubrir sus deudas es de \$ 8.64; es decir por cada dólar que adeuda posee \$8.64 para cubrir sus obligaciones.

5.8 Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de Equilibrio es necesario establecer los costos en que se incurren dentro del proceso productivo y el precio de venta. Para el caso de la Hostería "Vieja Guardia" Los costos se detallan a continuación dividido en costos fijos y costos variables.

Cuadro N° 63

HOSTERÍA "VIEJA GUARDIA " CLASIFICACIÓN DE COSTOS

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
CUENTA	VALOR	CUENTA	VALOR
Sueldos	30016.26	Publicidad y Propaganda	29656.50
Depreciaciones	27135.00	Comisiones	11862.60
Mantenimiento y Reparación	3061.06	Imprevistos	15690.57
Seguros	1476.36		
TOTAL	61688.68	TOTAL	57209.67

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Se puede también señalar que el precio unitario es de 50 USD. Este valor incluye la suma de alojamiento, Bar-Restaurante y Recreación, como se puede apreciar en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 64

CUADRO DE PRECIOS

SERVICIO	PRECIO UNITARIO
Alojamiento	30.00
Bar-Restaurante	10.00
Recreación	10.00
Total	50.00

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Para el cálculo del punto de Equilibrio se utilizara la ecuación:

$$PE = \frac{CF}{V - CVu}$$

Donde:

CF= Costos Fijos Totales

V= Precio de Venta unitario

C_{vu} = Costo variable unitario

CF = 61688.68

V = 50

C_{vu} = 1.39 que resulta del costo variable total para el número total de unidades.

$$PE = \frac{61688.68}{50 - 1.39}$$

PE = 1269.

El punto de Equilibrio de la Hostería "Vieja Guardia" es de 1269 El resultado obtenido significa que para llegar a un equilibrio entre los ingresos totales y los costos totales es necesario recibir anualmente 1269 turistas que paguen 50 dólares diarios por el servicio recibido.

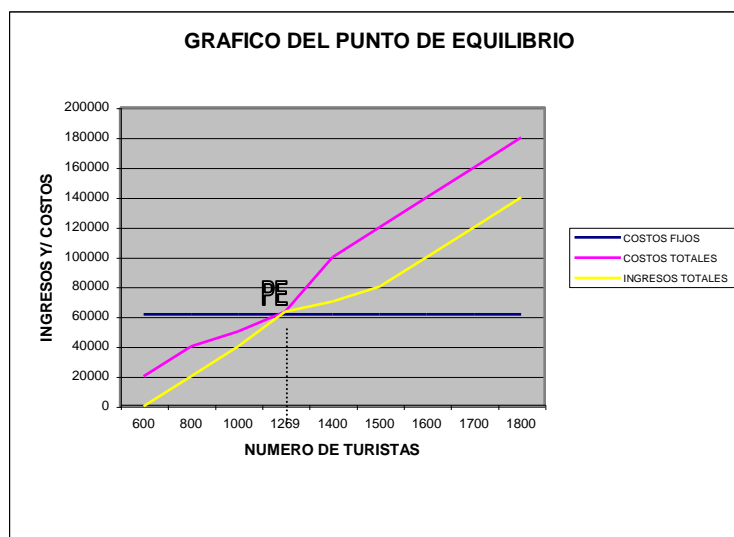
Cuadro N° 65

INGRESOS TOTALES	COSTOS TOTALES	UTILIDAD
$IT = P \cdot Q$	$CT = CF + CV(X)$	$U = IT - CT$
$IT = 50 \cdot 1269$	$CT = 61688.68 + 1.39(1269)$	$U = 118898 - 118898.35$
$IT = 63450$	$CT = 63452$	$U = 2.59$

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO

ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

La Hostería "Vieja Guardia debe trabajar anualmente con mas de 1269 turistas anuales para percibir y generar utilidades.



FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORACIÓN : VERÓNICA TORO

5.9 Margen de Rentabilidad

5.10 Rendimiento Sobre el Patrimonio

Para el cálculo de la tasa de Rendimiento sobre el Patrimonio utilizamos la utilidad neta obtenida en el Estado de Perdidas y Ganancias Proyectado y se lo divide para el patrimonio.

En el caso de la Hostería "Vieja Guardia" el patrimonio para el primer año es igual al Aporte de los Socios pues no se posee otra cuenta de patrimonio.

Cuadro N° 66

CUADRO DE RENDIMIENTO SOBRE EL PATRIMONIO

AÑO	BENEFICIO NETO	PATRIMONIO	R/P
1	282439.38	289961.53	0.97%

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

El patrimonio de la Hostería "vieja Guardia" presentará un rendimiento anual del 0.97%.

5.11 Rendimiento sobre Activos Totales.

Para el cálculo del rendimiento sobre Activos totales se realiza el procedimiento del siguiente cuadro:

Cuadro N° 67

CUADRO DE RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS TOTALES

AÑO	BENEFICIO NETO	ACTIVOS	R/AT
1	282439.38	933516.86	0.30%

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORACIÓN: VERÓNICA TORO

Los Activos de la Hostería "Vieja Guardia" presentan una tasa de rendimiento de 0.30% anual.

5.12 Análisis de Sensibilidad

5.12.1 Escenario Pesimista.

Cuadro N° 68

ESCENARIO ECONOMICO	PREIODO PREOPERACIONAL	PERIODO OPERACIONAL				
		1	2	3	4	5
Precios de Ventas		0%	0%	6%	6%	8%
Sueldo y Salarios		10%	10%	10%	10%	10%
Inflación Anual		6%	6%	6%	6%	6%
Impuesto a la Renta	25%					
Participación Laboral	15%					

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Para analizar el escenario pesimista se ha considerado la inflación del 6% con la cual cerró el Ecuador en el año 2003 .

- En el período preoperacional las utilidades disminuyen en un 40% por efecto de impuesto a la renta y Participación trabajadores.

- La Hostería necesita posicionarse en el mercado y por tal motivo los precios en el escenario pesimista se conservaran en los primeros dos años y luego el incremento va del 6 al 8 %.
- La inflación anual provoca un incremento de sueldos y Salarios del 10% considerado para los cinco años
- Al tratar de un escenario pesimista se supone que la lucha competitiva es enorme por lo que en general la empresa deberá luchar por su posicionamiento y sus utilidades futuras.

5.12.2 Escenario Optimista.

Cuadro N° 69

ESCENARIO ECONOMICO	PERIODO PREOPERACIONAL	PERIODO OPERACIONAL				
		1	2	3	4	5
Precios de Ventas		10%	15%	20%	30%	40%
Sueldo y Salarios		10%	15%	20%	25%	25%
Inflación Anual		5%	5%	5%	5%	5%
Impuesto a la Renta	25%					
Participación Laboral	15%					

FUENTE: ESTUDIO DE CAMPO
ELABORADO POR: VERÓNICA TORO

Para el Escenario Optimista se considera la inflación proyectada para el año 2004 del 5%.

- Los precios del servicio se incrementaran en los siguientes 5 años del 10% al 40% suponiendo que la hostería ya haya logrado su posicionamiento
- Los sueldos y Salarios de igual manera se incrementarán y no serán afectados por la inflación.

- Finalmente la Hostería "Vieja Guardia" supone en el Escenario optimista ser reconocida en todo el entorno turístico como una de las mejores hosterías del país.

CAPITULO 6.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

6.1 Conclusiones.

- 1.- La Provincia de Cotopaxi tiene gran variedad de atractivos turísticos que no han sido debidamente explotadas y que pueden generar no solo grandes ingresos económicos sino también muy buenas fuentes de trabajo.
- 2.- La demanda del sector turístico en el Ecuador según lo muestra el estudio de mercado se ha incrementado en los últimos años especialmente el turismo relacionado con la naturaleza del país.
- 3.- La existencia de una Hostería de primera clase en la capital de la Provincia de Cotopaxi incrementará la permanencia del turista evitando que los mismos viajen a otras provincias para su alojamiento.
- 4.- Basada en principios y Valores la Hostería deberá competir por brindar un servicio de alta calidad que beneficie al turista.
- 5.- El estudio Económico realizado ha permitido confirmar la rentabilidad del presente proyecto.
- 6.- La creación de la HOSTERÍA "VIEJA GUARDIA" es un proyecto totalmente ejecutable y altamente rentable, no solo para sus inversionistas sino también para la Provincia de Cotopaxi.

6.2 Recomendaciones.

- 1.- El Estado en General debe ampliar las oportunidades turísticas a través de la creación de políticas que permitan a los turistas Nacionales y Extranjeros conocer de mejor manera las riquezas del Ecuador.

- 2.- El Ministerio de Turismo debe influir en el Gobierno Nacional para obtener apoyo, y de esta manera poder promocionar al Ecuador en el Extranjero e incentivar al turista a conocer las bellezas de nuestras regiones Naturales.

- 3.- El Presente proyecto al ser altamente viable debe desde sus inicios promover el turismo en la provincia y el país.

- 4.- La Hostería "Vieja Guardia" debe trabajar directamente con Operadores de Turismo para así captar turistas nacionales y extranjeros.

- 5.- La Hostería deberá coordinar con las áreas del sector turístico para poder obtener una capacitación adecuada sobre el mejor servicio al turista nacional y Extranjero.

