



*Universidad de Cuenca*



**UNIVERSIDAD DE CUENCA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO TURÍSTICO EN  
EL VALLE DE YUNGUILLA, PERIODO 2013 – 2018**

Tesis previa a la obtención del título de:  
Ingeniera Comercial

**DIRECTOR:**

ECO. FABIÁN PATRICIO CORDERO MÉNDEZ

**AUTORAS:**

JENNY KARINA BARROS GARCIA  
MARLENE MARILU GARCÉS MEJIA

**CUENCA – ECUADOR**

**2014**



## **RESUMEN**

Aprovechando las bondades del hermoso Valle de Yunguilla que se ha caracterizado por su clima cálido y sus tradicionales molindas sin dejar de mencionar su exuberante riqueza natural, han permitido concebir la idea de crear una hostería que a más de brindar servicios de hospedaje y alimentación se ofrezca recorridos por las distintas molindas y atractivos naturales.

Mediante el estudio de mercado, se conoció el grado de aceptación y se estimó la demanda potencial para nuestro centro turístico.

Con el análisis del estudio técnico se determinó la ubicación óptima del proyecto, su distribución de planta, sus respectivos requerimientos de infraestructura, mano de obra, equipos e instalaciones, muebles y enseres, de modo que se pueda prestar de manera eficiente cada servicio que ofrece la hostería. A todos estos requerimientos establecemos sus respectivos costos para de esta forma conocer el total de la inversión inicial.

Por último se estimó los costos e ingresos proyectados para 5 años, para así calcular su estado de resultados y en base a esta información poder analizar el VAN, TIR, Beneficio/Costo. Cuyos resultados fueron positivos, así concluimos diciendo que es factible la creación de la hostería.

### **Palabras claves:**

INVERSIÓN, PROYECTO, RENTABILIDAD, FINANCIAMIENTO, COSTOS, INGRESOS, SERVICIOS.



## **ABSTRACT**

Taking advantage of the benefits of the beautiful Yunguilla Valley that is characterized by its warm climate and its traditional grinding machine not to mention his exuberant wealth natural, have allowed to conceive the idea of creating a hostel more than providing food and lodging services offered different grinds and natural attractions tours. Through the study of market, the degree of acceptance was known and estimated potential demand for our resort. With the analysis of the technical study was determined the optimum location of the project, its distribution plant, their respective requirements of infrastructure, manpower, equipment and facilities, furniture and equipment, so that every service offered the lodge can provide efficiently. At all these requirements establish their respective costs for this way know the total of the initial investment. Finally it was estimated the costs and income projected for 5 years, so calculate their income statement and on the basis of this information to analyze the VAN, TIR, cost/benefit. Whose results were so positive; conclude saying that if it is recommended the creation of the lodge.

### **Keywords:**

INVESTMENT PROJECT PERFORMANCE, FINANCING, COSTS, INCOME SERVICES.



## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	16
CAPITULO I .....	18
ANTECEDENTES .....	18
1.1. ANALISIS HISTORICO .....	18
1.1.1. GEOGRAFIA .....	18
1.1.2. RELIGION .....	19
1.1.3. CULTURA .....	19
1.1.4. COSTUMBRES .....	19
1.1.5. FLORA .....	19
1.1.6. FAUNA .....	19
1.1.7. SECTORES .....	19
1.2. ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL .....	21
1.2.1. POBLACION .....	23
1.3. COMPETENCIA ACTUAL .....	23
1.3.1. BENEFICIOS FUTUROS .....	23
<b>1.3.1.1. IMPACTO AMBIENTAL .....</b>	<b>23</b>
<b>1.3.1.2. IMPACTO ECONÓMICO .....</b>	<b>23</b>
<b>1.3.1.3. IMPACTO SOCIO CULTURAL .....</b>	<b>23</b>
1.4. METODOLOGIA .....	24
CAPITULO II .....	28
ESTUDIO DE MERCADO .....	28
2.1. DEFINICIÓN .....	28
2.2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	28
2.2.1. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	30
2.2.2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA .....	33
2.3. ANALISIS DE LA DEMANDA .....	34
2.3.1. FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA .....	34
2.3.2. PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL .....	35
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	37
2.5. COMPETENCIA .....	37
2.6. UBICACIÓN ESTRATEGICA .....	38
2.7. PUBLICIDAD Y PROMOCION .....	38
2.8. DETERMINACION DE PRECIOS .....	39



2.8.1. FACTORES QUE DETERMINAN LOS PRECIOS.....	39
2.9. LOGOTIPO Y SLOGAN .....	40
2.10. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD.....	40
2.10.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	40
2.10.2. COMPETENCIA FUTURA .....	41
2.10.3. ANÁLISIS DAFO .....	41
2.10.4. VENTAJAS COMPARATIVAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS .....	45
2.10.5. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS .....	45
2.10.5.1 ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN CON RESPECTO AL PRODUCTO.....	46
2.10.5.2 ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN CON RESPECTO AL PRECIO.....	46
2.10.5.3. ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN CON RESPECTO A LA DISTRIBUCIÓN .....	46
2.10.5.4 ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN CON RESPECTO A LA PROMOCIÓN.....	47
CAPITULO III .....	48
ESTUDIO TÉCNICO .....	48
3.1. DEFINICIÓN.....	48
3.2. LOCALIZACIÓN .....	48
3.2.1. MACRO-LOCALIZACIÓN .....	48
3.2.2. MICRO-LOCALIZACIÓN .....	49
3.2.3. CRITERIOS DE LOCALIZACIÓN.....	50
3.3. DIAGRAMA DE PROCESO O FLUJOGRAMA .....	51
3.4. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS.....	53
3.4.1. PAQUETE TURÍSTICO .....	56
3.4.2. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA (LAY OUT).....	59
3.4.3. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA .....	61
3.4.4. REQUERIMIENTO DE TERRENO Y CONSTRUCCIÓN .....	62
3.4.5. REQUERIMIENTO DE MUEBLES, EQUIPOS E INSTALACIONES, SERVICIOS BÁSICOS E INSUMOS.....	63
3.4.6. REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS BÁSICOS .....	67
3.4.7. REQUERIMIENTOS DE INSUMOS .....	67
3.5. COSTOS DE PRODUCCIÓN .....	67
3.5.1. COSTOS FIJOS.....	68
3.5.1.1. COSTO FIJO TOTAL MENSUAL.....	69



3.5.2. COSTOS VARIABLES.....	69
CAPITULO IV.....	71
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	71
4.1. PLAN DE INVERSIONES.....	71
4.1.1. INVERSIONES FIJAS.....	71
4.1.2. CAPITAL DE TRABAJO.....	71
4.1.3. INVERSIÓN TOTAL.....	72
4.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	72
4.2.1. BANCO NACIONAL DE FOMENTO.....	73
4.2.2. COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JARDIN AZUAYO....	73
4.3. PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS.....	74
4.3.1. COSTOS ESTIMADOS.....	74
4.3.2. INGRESOS ESTIMADOS.....	74
4.4. ESTADO DE RESULTADOS ESTIMADOS.....	75
4.5. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	75
4.6. FLUJO DE CAJA.....	79
4.7. EVALUACION FINANCIERA.....	79
4.7.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	79
4.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	80
7.7.3. RELACION BENEFICIO/COSTO.....	80
CONCLUSIONES.....	82
RECOMENDACIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	84
ANEXOS.....	86



### Índice de Gráficos

Gráfico 1: MAPA DEL VALLE DE YUNGUILLA .....	21
Gráfico 2:.....	31
Gráfico 3:.....	31
Gráfico 4: CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LA ESTADÍA .....	32
Gráfico 5: CUÁL ES SU NIVEL DE INGRESO .....	33
Gráfico 6: DEMANDA POTENCIAL.....	36
Gráfico 7: DE LOS SIGUIENTES LOCALES ¿CUÁL HA SIDO EL MÁS VISITADO POR USTED? .....	38
Gráfico 8:LAY OUT CUADRO DE EMPLAZAMIENTO HOSTERIA KUTAQ .....	61
Gráfico 9: PUNTO DE EQUILIBRIO .....	78

### Índice de Tablas

Tabla 1: METODOLOGIA .....	24
Tabla 2: TAMAÑO DE LA MUESTRA YUNGUILLA .....	29
Tabla 3: TAMAÑO DE LA MUESTRA HOSTERIAS .....	30
Tabla 4: PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL .....	36
Tabla 5: PUBLICIDAD Y PROMOCION .....	39
Tabla 6: CUADRO DAFO .....	43
Tabla 7: RESUMEN DAFO .....	44
Tabla 8: CRITERIOS DE LOCALIZACION .....	50
Tabla 9: FLUJOGRAMA GENERAL DE LA PRESTACION DE LOS SERVICIOS .....	52
Tabla 10: ESPECIFICACIONES TECNICAS .....	54
Tabla 11: RELACION ENTRE ACTIVIDADES.....	60
Tabla 12: REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.....	62
Tabla 13: CONSTRUCCION .....	63
Tabla 14: REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS E INSTALACIONES .....	63
Tabla 15: REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENCERES, MENAJE.....	65
Tabla 16: MANO DE OBRA INDIRECTA .....	68
Tabla 17: MANO DE OBRA DIRECTA.....	70
Tabla 18: INVERSION TOTAL .....	72
Tabla 19: PUNTO DE EQUILIBRIO .....	77
Tabla 20: CUADRO RESUMEN PUNTO DE EQUILIBRIO .....	78



**Universidad de Cuenca**

**Fundada en 1867**

Yo, Jenny Karina Barros García, autor de la tesis “Propuesta para la creación de un centro turístico en el Valle de Yunguilla, periodo 2013 - 2018”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 18 de Junio del 2014

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jenny BG', with a long horizontal flourish extending to the right.

---

Jenny Karina Barros García

CI. 0105931026



**Universidad de Cuenca**

**Fundada en 1867**

Yo, Marlene Marilú Garcés Mejía, autor de la tesis “Propuesta para la creación de un centro turístico en el Valle de Yunguilla, periodo 2013 - 2018”, reconozco y acepto el derecho de la Universidad de Cuenca, en base al Art. 5 literal c) de su Reglamento de Propiedad Intelectual, de publicar este trabajo por cualquier medio conocido o por conocer, al ser este requisito para la obtención de mi título de Ingeniera Comercial. El uso que la Universidad de Cuenca hiciere de este trabajo, no implicará afección alguna de mis derechos morales o patrimoniales como autor.

Cuenca, 18 de Junio del 2014

---

Marlene Marilú Garcés Mejía

CI. 0105370308



**Universidad de Cuenca**

**Fundada en 1867**

Yo, Jenny Karina Barros García, autor de la tesis “Propuesta para la creación de un centro turístico en el Valle de Yunguilla, periodo 2013 - 2018”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 18 de Junio del 2014

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "JKBG", with a long horizontal flourish underneath.

---

Jenny Karina Barros García

CI. 0105931026



*Universidad de Cuenca*

**Universidad de Cuenca**

**Fundada en 1867**

Yo, Marlene Marilú Garcés Mejía, autor de la tesis “Propuesta para la creación de un centro turístico en el Valle de Yunguilla, periodo 2013 - 2018”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 18 de Junio del 2014

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Marlene Marilú Garcés Mejía", enclosed within a circular scribble.

---

Marlene Marilú Garcés Mejía

CI. 0105370308



## **AGRADECIMIENTO**

A Dios todo poderoso, por permitirme despertar cada día y llenarme de fortaleza y sabiduría.

A mis padres por haber sembrado en mí valores tan importantes como son la perseverancia y entereza.

Al Eco. Fabián Cordero, director de Tesis por su acertada orientación, la misma que permitió que culmináramos satisfactoriamente el presente proyecto.

A todas aquellas personas quienes me supieron brindar sus sabios consejos, mis más sinceros agradecimientos.

**KARINA BARROS**



## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente a Dios por sus bendiciones, a mis Padres por sus valiosas labores y dedicación al momento de inculcarnos sus sabios consejos y valores, al Eco. Fabián Cordero por su apoyo y esfuerzo incondicional, a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron para llegar a la culminación de esta ardua tarea estudiantil.

**MARLENE GARCES**



## **DEDICATORIA**

De manera muy especial a mis queridos padres y hermanos quienes han sido mi pilar fundamental, que gracias a su sacrificio, amor y comprensión me encaminaron hacia el cumplimiento de mis sueños tan anhelados.

A todos mis familiares y amigos quienes se convirtieron en una parte importante en mi vida y contribuyeron en la consecución de mis metas.

**KARINA BARROS**



## **DEDICATORIA**

En el trayecto de la vida se nos presentan situaciones difíciles, pero no imposibles de resolver, es por ello que el presente trabajo quiero dedicarlo primeramente a Dios por su bendición, a mis padres quienes me empujaron a lograr esta meta, a toda mi familia, a mis amigos, profesores, y a todos aquellas personas quienes de una u otra manera formaron parte de esta meta alcanzada a base de esfuerzo y perseverancia para conseguir llegar al final del camino en esta etapa profesional de mi vida.

**MARLENE GARCES MEJIA**



## **INTRODUCCIÓN**

El turismo en la actualidad se ha convertido en una actividad muy importante para el desarrollo económico, por ello la creciente demanda y exigencia en cuanto a gustos y preferencias de los turistas motiva a que se desarrollen nuevas alternativas de distracción.

La provincia del Azuay poseedora de un sin número de atractivos turísticos, se ha convertido en una de las principales provincias que acoge a turistas nacionales y extranjeros, por su diversidad de flora, fauna, atractivos naturales, tradiciones, cultura, clima, etc.

Para la creación del presente proyecto hemos considerado a uno de los principales Valles que existe en esta Provincia, hacemos referencia al hermoso Valle de Yunguilla, el mismo que en los últimos años se ha convertido en uno de los lugares más visitados por su clima cálido, atractivos naturales, cuyo elemento de atracción turística son la tradicionales moliendas, las mismas que no han sido promocionadas adecuadamente.

Es así que nace la idea de crear un Centro Turístico que ha mas de brindar servicios de hospedaje, alimentación y recreación, ofrecer a los turistas recorridos por las tradicionales moliendas y los principales atractivos naturales de la zona.

De acuerdo a la metodología que se empleará; este proyecto consta de cinco capítulos: antecedentes, estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico – financiero, conclusiones y recomendaciones; los mismos que detallaremos a continuación:

En el capítulo I, “Antecedentes”, se describe la historia del Valle de Yunguilla, su geografía, cultura, costumbres, situación actual, etc. También se detalla la metodología que se empleará para el estudio de mercado, técnico y económico – financiero.

Dentro del capitulo II, “Estudio de mercado”, se determinará la metodología de investigación, proyección de la demanda potencial, oferta, publicidad y promoción, determinación de los precios.



En el capítulo III, “Estudio Técnico”, se definirá la ubicación del proyecto (macro y micro localización), diagrama de procesos, especificaciones técnicas, distribución de planta (LAY OUT), los respectivos requerimientos de mano de obra, construcción y terreno, equipos e instalaciones, muebles y enseres, servicios básicos, insumos. Costos (fijos y variables).

El capítulo IV; “Estudio económico-financiero”, contendrá aspectos muy importantes como la rentabilidad del proyecto, donde se determinará los respectivos ingresos y egresos para luego proyectar las posibles ganancias o pérdidas y la evaluación financiera (TIR, VAN, BENEFICIO/COSTO).

Por último tenemos las conclusiones y recomendaciones, que una vez analizados cada uno de los estudios antes mencionados, permitirá formular las respectivas conclusiones en cuanto si es o no rentable la creación del proyecto y a través de ello formular sus recomendaciones.



## CAPITULO I

### ANTECEDENTES

#### 1.1. ANALISIS HISTORICO

La Parroquia Abdón Caderón, fue constituido por sus habitantes en el año de 1900, al principio su cabecera parroquial se ubicó en el sector llamado Chaquiscacocha este nombre se dio por la laguna que se encuentra cerca de las orillas del Rio Rircay, en aquellos años el pueblo contaba con una capilla donde se celebró una de las primeras veneraciones de la Virgen del Carmen. Debido a que el pueblo estaba localizado a las orillas del río y la laguna en donde se reproducían muchas moscas, estas fueron causantes de algunas enfermedades como: paludismo y fiebre amarilla etc. Que en aquellos tiempos eran incurables produciendo la muerte de algunas personas en especial de niños. Tomando en cuenta estas enfermedades Manuel Eugenio Carrasco, Manuel Toledo y la Familia Terreros hicieron las respectivas gestiones al municipio de Girón con el fin de que se traslade la cabecera parroquial al sector llamado La Unión en el año de 1925 hasta el sector en el que hoy se encuentra con el nombre de “Abdón Calderón “La Unión.

El nombre de La Unión se dio porque moradores de las diferentes comunidades se reunían para jugar vóley, baraja, pelea de gallos y otras diversiones, costumbres que hasta la actualidad se conservan. Desde 1967 fue llamado como Valle de Yunguilla palabra quichua que significa “Tierra Caliente”. (Junta Parroquial Abdón Calderón).

##### 1.1.1. GEOGRAFIA

El Valle de Yunguilla se encuentra localizada al Suroeste de ciudad de Cuenca, aproximadamente a 75 Km, se ubica entre los 1040 y 2800 m.s.n.m., goza de un clima templado cálido, con una temperatura media de 21°C. Administrativamente pertenece al Cantón Santa Isabel, Provincia del Azuay. Limita al norte y al este con la parroquia Asunción del Cantón Girón, al sur con las parroquias del Progreso y Santa Isabel, y al Oeste con la parroquia de Santa Isabel.



### **1.1.2. RELIGION**

En el Valle de Yunguilla se venera la imagen de la Virgen del Carmen, el 16 de Julio, por ello es que la mayoría de habitantes son de la religión Católica, por sus actos de fé acuden todos los domingos a misa, cuya iglesia se encuentra ubicada en el centro de la comunidad.

### **1.1.3. CULTURA**

La raza que predomina en este rincón azuayo es la mestiza, de tal manera podemos ejemplificar que en este pueblo se busca la equidad de género, por lo cual no existe la diferencia entre clases sociales ni la raza, es por ello que predomina la unión y armonía en esta localidad.

### **1.1.4. COSTUMBRES**

Desde hace muchos años atrás se practica el cultivo de la Caña de Azúcar actividad que se realiza hasta la actualidad, en honor a ello se celebra su fiesta tradicional denominado “Festival de la Caña de Azúcar”, realizado a finales del mes de agosto, el motivo de esta celebración es por la cosecha anual de la caña de azúcar.

### **1.1.5. FLORA**

En la comunidad existen grandes extensiones de sembríos de caña de azúcar, las mismas que se utilizan para fabricar alcohol, panela, etc., también se da el cultivo de cítricos como son: naranja, limón, mandarina y una extensa gama de vegetación nativa de la zona.

### **1.1.6. FAUNA**

En el Valle de Yunguilla la actividad agropecuaria es reducida así como también el ganado vacuno, bovino y caballar, existiendo un gran número de ganado porcino y aves de corral.

### **1.1.7. SECTORES**

El valle de Yunguilla lo conforman las parroquias Abdón Calderón y Santa Isabel.



Los sectores pertenecientes a la parroquia Abdón Calderón son:

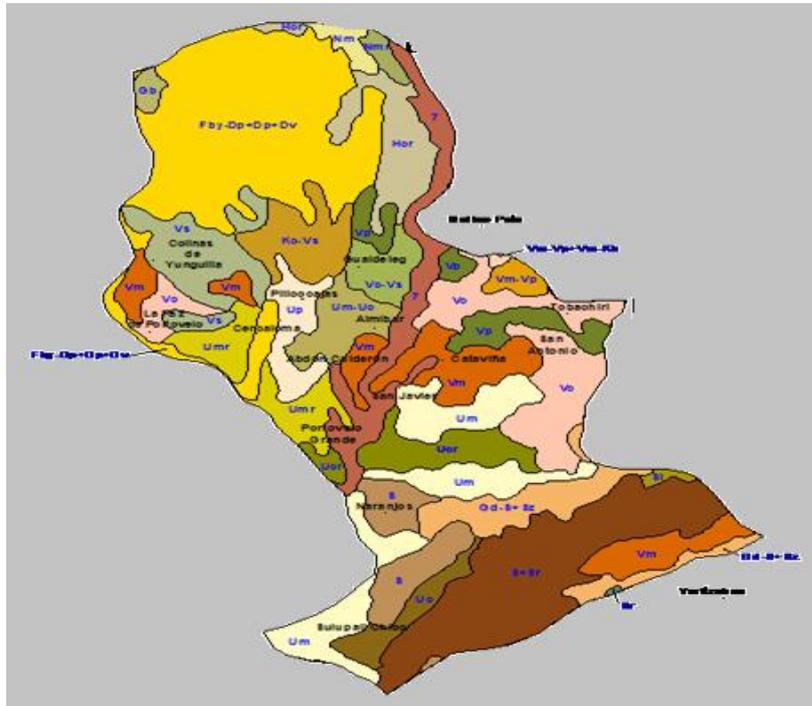
Almíbar, Cataviña, Cercaloma, Cochaseca, Colinas de Yunguilla, Gualdéleg, La Paz de Portovelo, Molino Pata, Corazari, Naranjos, Pillcocaja, Portovelo Grande, San Antonio, San Javier, Sulupali Chico, Tobachiri, Topali, Yaritzahua, Centro Parroquial.

### **FOTOGRAFIA N° 1**

#### **VISTA DEL VALLE DE YUNGUILLA**



Gráfico 1: MAPA DEL VALLE DE YUNGUILLA



FUENTE: JUNTA PARROQUIAL ABDON CALDERON

## 1.2. ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Este rincón Azuayo cuenta con numerosas instituciones entre ellas tenemos: instituciones educativas, como escuelas y colegios. Así como juntas parroquiales, subcentro de salud, hospital, casas comunales, cooperativas de transporte a su elección, asociaciones, clubes, etc.

Sus habitantes cuentan con servicios básicos como agua, luz, teléfono, TV cable, vías de acceso a todos sus sectores.

En la actualidad Yunguilla constituye uno de los Valles más turísticos del Azuay, en donde los visitantes pueden gozar de un clima semitropical.

Un elemento característico de atracción turística en el Valle de Yunguilla son las tradicionales molineras; la mayoría de ellas ubicadas a lo largo del mismo Valle y otras, en cambio, ubicadas en las riberas de los Ríos Jubones,



Rircay y Naranjos. Estas típicas construcciones también llamadas RAMADAS, están equipadas con trapiches, masas engranajes, bandas, tanques recolectores, hornos, etc. En estas máquinas, los obreros trabajan arduamente en sus distintas tareas, las cuales se inician con la zafra (procesos en el cual se recolecta la materia prima), para luego continuar con la trituración de la caña, para así obtener productos como: el guarapo, la panela, alcohol. Entre las más importantes podemos destacar un número de 7 molineras, 4 de estas se dedican únicamente a la producción de aguardiente y las demás se dedican a la elaboración de panela.

Una de las principales molineras que se dedica a la elaboración de aguardiente y la más grande de la zona, es la del Sr. Manuel Palacios, la misma que se encuentra ubicada en el sector llamado Sulupali Grande, produce 2.000 litros semanales de aguardiente, la preparación del mismo empieza desde la extracción del jugo de la caña a través del llamado trapiche, luego se traslada hacia los tanques de fermentación durante 8 días, de ahí pasa al denominado alambique donde a base de vapor se transforma en aguardiente.

Entre las molineras que se dedican a la elaboración de panela tenemos la más representativa del Sr. Rogelio Tapia, se encuentra ubicada en el sector denominado Cercaloma, produce 25 arrobas semanales, lo que equivale a 250 panelas, el precio por arroba es de \$12,00. Su proceso de elaboración empieza desde la extracción del jugo de la caña, de ahí pasa a la denominada paila para de esta forma a base de fuego se transforme en miel y luego ser colocado en los respectivos paneleros.

Entre las molineras que se dedican a elaborar el mapanagua y guarapo tenemos la del Sr. Hugo Brito, se encuentra ubicada en el sector Lentag. Su proceso empieza desde la extracción del jugo de caña "guarapo", para obtener el mapanagua le agregan una cantidad considerable de alcohol con unas gotas de limón.

No podemos dejar de mencionar que existen otros lugares turísticos por recorrer pero que no han sido explotados por falta de señalización y mantenimiento por parte las Juntas Parroquiales y el Municipio,



### 1.2.1. POBLACION

La población total de la parroquia Abdón Calderón de acuerdo al último Censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010 es de 4.630 habitantes. A esto le sumamos los habitantes de la parroquia Santa Isabel los mismos que son de 10.190.

### 1.3. COMPETENCIA ACTUAL

En cuanto a la competencia hemos considerado las hosterías más importantes que existen en la zona, las mismas que son Hostería Sol y Agua, Jardín del Valle, Sol de Valle, Bohemia Drink, Jazmín, Primavera, Los Cisnes, Canaan.

#### 1.3.1. BENEFICIOS FUTUROS

Para poder definir los aspectos relacionados con los beneficios futuros, debemos realizar un análisis del Impacto Ambiental, Económico y Socio- Cultural que detallaremos a continuación:

##### 1.3.1.1. **IMPACTO AMBIENTAL**

- Concientizar a todos los habitantes y extraños al cuidado del Medio Ambiente.
  
- Trabajar conjuntamente con las autoridades Parroquiales y Cantonales en proyectos que permitan sostenibilidad y protección de las áreas y espacios verdes.

##### 1.3.1.2. **IMPACTO ECONÓMICO**

- Incremento de fuentes de empleo para la comunidad local.

##### 1.3.1.3. **IMPACTO SOCIO CULTURAL**

- Resaltar las costumbres y tradiciones.



- Incentivar la visita a las tradicionales molindas y atractivos naturales de la zona.

#### 1.4. METODOLOGIA

La metodología constituye un conjunto estructurado de procedimientos que nos permite organizar la investigación. Para el desarrollo de la presente tesis, se aplicará la siguiente metodología en lo que respecta al estudio de mercado, estudio técnico y estudio económico-financiero.

A continuación detallaremos su metodología a seguir para su elaboración:

Tabla 1: METODOLOGIA

ESTUDIO	ELEMENTOS	FORMULA
1. Estudio de mercado	a. Muestreo estratificado	$n = \frac{\sum w.p.q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{\sum w.p.q}{N}}$
	b. Análisis de la demanda	

Factores que afectan a la demanda:

- Precio
- Población
- Gustos y preferencias.

Calculo de la demanda anual y mensual.



Cálculo de la demanda potencial

- c. Análisis de la oferta
- d. Competencia
- e. Ubicación estratégica
- f. Publicidad y promoción
- g. Determinación de los precios

Factores que determinan los precios:

- Costos de insumos
- Competencia
- Temporada.

**2. Estudio Técnico**

- a. Localización
  - Macro-localización
  - Micro-localización
  - Criterios de localización.
- b. Diagrama de proceso.
- c. Especificaciones técnicas.
- d. Distribución de planta (LAY OUT).
- e. Requerimiento de mano de obra.
- f. Requerimiento de terreno y edificios, muebles, equipos, menaje, servicios básicos.
- g. Costos de producción.
  - Costos fijos
  - Costos variables



**3. Estudio  
económico  
- financiero**

- a. Presupuesto de inversión
  - Inversiones fijas
  
  - Capital de trabajo

$$CT = RP - AnC$$

- b. Financiamiento del proyecto.
- c. Presupuesto de operación.
  - Costos y gastos
- d. Ingresos
- e. Estados financieros proyectados.
- f. Presupuesto de caja
- g. Punto de equilibrio

$$PE = \frac{CF}{CMu}$$

**h. Evaluación financiera**

- VAN

$$VAN= VAN - VAP$$



- TIR

$$\text{TIR} = (-I) + \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+i)^t}$$

- Beneficio/Costo

$$\text{B/C} = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{E_t}{(1+i)^t}}$$

**ELABORADO POR:** Las autoras



## CAPITULO II

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.1. DEFINICIÓN

El estudio de mercado tiene como objeto estimar la cuantía de bienes o servicios provenientes a una nueva unidad de producción (proyecto) que la comunidad (sociedad o mercado) requeriría o estaría dispuesta a adquirir a determinados precios y en determinadas condiciones (espaciales cronológicas). (Paredes, 2010, p. 81)

#### 2.2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para obtener la información requerida se ha procedido analizar el mercado en dos grupos como son: el primero aquellas personas que visitan de diferentes lugares y el segundo corresponde a los habitantes propios del lugar.

##### a. Universo de estudio

En cuanto a la población de las parroquias Abdón Calderón y Santa Isabel, tenemos un total de 14.820 habitantes.

Debido a que no existe una estadística establecida sobre el número de turistas que ingresan a Yunguilla, acudimos a realizar una prueba de campo en la que consistía indagar sobre el número de turistas que ingresan a las hosterías más importantes del Valle, en este caso se realizó en 8 hosterías. Cuyo dato arrojó el resultado de 730 turistas mensuales.

##### b. Cálculo de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra emplearemos el muestreo estratificado, debido a que consideraremos a las personas que visitan desde otros lugares y personas propias de la localidad.

Los datos necesarios para el cálculo de la muestra son: población de las parroquias Abdón Calderón y Santa Isabel, y el número de turistas que visitan las distintas hosterías.



Para la definición de la muestra utilizamos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sum w.p.q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{\sum w.p.q}{N}}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Valor critico correspondiente al nivel de confiabilidad

E = Error muestral

P = probabilidad de éxito

Q = probabilidad de fracaso

Aplicando sus respectivas formulas y basándonos en el ANEXO N°3 y ANEXO N°4 se obtiene la siguiente muestra que se describe a continuación:

Tabla 2: TAMAÑO DE LA MUESTRA YUNGUILLA

ESTADÍSTICOS TAMAÑO DE MUESTRA	DATOS
ERROR	0,0025
Z <sup>2</sup>	2,72
n	267
n final	267

FUENTE: ANEXO N°2

ELABORADO POR: Las autoras



Tabla 3: TAMAÑO DE LA MUESTRA HOSTERIAS

ESTADÍSTICOS TAMAÑO DE MUESTRA	DATOS
ERROR	4,8180
$Z^2$	3,84
n	120
n final	120

FUENTE: ANEXO N°3

ELABORADO POR: Las autoras

### c. Distribución de las encuestas

De las 387 encuestas, 120 las aplicamos a turistas que visitan las distintas hosterías y las 267 restantes las aplicamos a los habitantes propios de la zona.

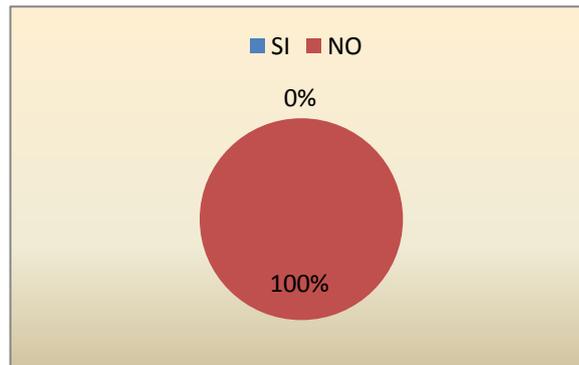
### d. Instrumento

Para la investigación se utilizó la técnica de la encuesta, donde se elaboró un cuestionario, el mismo que consta de 4 partes, en la primera lo que se pretende es identificar al encuestado, la segunda es indagar a cerca del viaje y actividades, tercero alimentación y servicios y la cuarta trata sobre el nivel de ingresos. El cuestionario contiene preguntas cerradas de forma dicótomas (SI/NO), preguntas de opción múltiple, unipolares (excelente, muy bueno, bueno, etc.), preguntas abiertas de modo que nos permita obtener respuestas concretas y que nos ayuden a enriquecer nuestro estudio. Ver ANEXO N°1

## 2.2.1. INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

**PREGUNTA 1.- ¿Alguno de estos centros turísticos le ha ofrecido servicios adicionales como recorridos a moliendas y atractivos naturales de la zona?**

Gráfico 2:



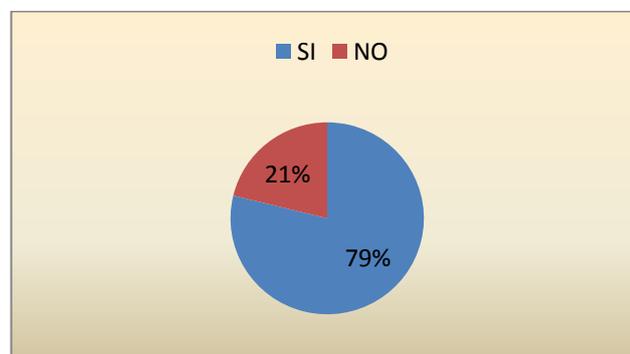
**FUENTE:** Estudio de mercado (encuestas)

**ELABORADO POR:** Las Autoras

El 100% de las personas encuestadas respondieron que ningún centro turístico les ha ofrecido servicios adicionales como recorridos a moliendas y atractivos turísticos de la zona. Este dato es muy importante para definir que nosotros seríamos los primeros en ofrecer este servicio.

**PREGUNTA 2.- ¿Ud. contrataría los servicios de un centro turístico que realice recorridos por moliendas, que muestren como se elaboran los derivados de caña de azúcar, y atractivos turísticos de la zona?**

Gráfico 3:



**FUENTE:** Estudio de mercado (encuestas)

**ELABORADO POR:** Las Autoras

El 79 % de personas encuestadas están dispuestas a contratar los servicios de un centro turístico que realice recorridos por moliendas, que



muestran como se elaboran los derivados de la caña de azúcar, el 70% es aquella cifra de probabilidad aproximada que si visitará nuestro centro turístico, en cambio el 21% de las personas no están de acuerdo.

**PREGUNTA 3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la estadía en una hostería que le brinde recorridos por molindas y zonas turísticas del Valle de Yunguilla que incluya el servicio de comida y bebida que Ud. elija?**

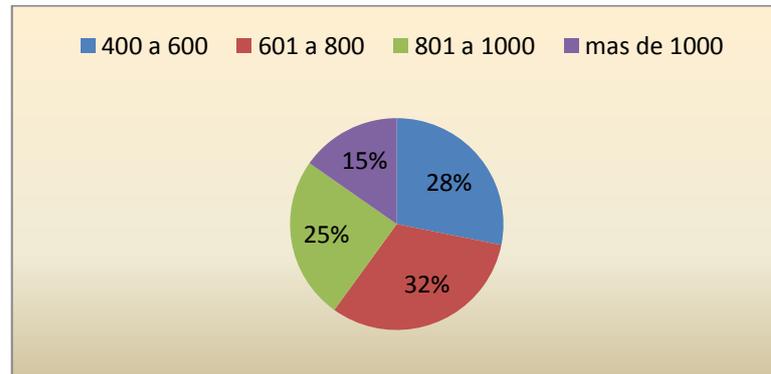
Gráfico 4: CUANTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LA ESTADÍA



FUENTE: Estudio de mercado (encuestas)

ELABORADO POR: Las Autoras

El 49 % de personas encuestadas están dispuestos a pagar por la estadía en una hostería que le brinde recorridos por molindas y zonas turísticas del Valle de Yunguilla que incluya el servicio de comida y bebida que elija, la cantidad de 75 dólares, el 45% están dispuestos a pagar alrededor de 125,50 dólares, el 5 % 175,50 dólares, el 1 % pagarían más de 200 dólares.

**PREGUNTA 4.- ¿Cuál es su nivel de ingreso?***Gráfico 5: CUÁL ES SU NIVEL DE INGRESO***FUENTE: Estudio de mercado (encuestas)****ELABORADO POR: Las Autoras**

De las personas encuestadas el 32 % tienen un nivel de ingresos de 601 a 800 dólares, el 28 % tienen entre 400 a 600 dólares, el 25 % tienen un ingreso de 801 a 1000 dólares y el 15 % más de 1000 dólares.

**2.2.2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA**

Con la prueba de campo realizada hemos recopilado importante información que nos servirá para el análisis y estudio de nuestro proyecto y gracias a ello hemos comprobado que si es conveniente la creación de un centro turístico que adicionalmente ofrezca recorridos por las moliendas y atractivos naturales de la zona ya que tenemos un 79% de aprobación por parte de las personas encuestadas, dicho porcentaje corresponde a un nivel alto de aceptación y cabe resaltar que seremos los únicos en ofrecer este servicio.

Al final de la encuesta se estableció un espacio donde las personas tenían la oportunidad de sugerir lugares que les gustaría conocer, de entre los principales tenemos la Reserva Jocotoco, laguna la Empanada, moliendas que se dediquen especialmente a elaborar la panela y el aguardiente.

Esta información nos servirá para tomar en cuenta al momento de ofertar los paquetes turísticos que posteriormente detallaremos.



## **2.3. ANALISIS DE LA DEMANDA**

La demanda constituye la cantidad de bienes o servicios que el consumidor requiere para satisfacer sus necesidades en un periodo de tiempo y un precio determinado.

Para determinar la demanda ha sido necesario basarse en los datos estadísticos del INEC, de acuerdo al último Censo, tanto de los habitantes del Valle de Yunguilla como del Cantón Cuenca.

### **2.3.1. FACTORES QUE AFECTAN LA DEMANDA**

#### **a. Precio**

El precio es un factor determinante de la demanda debido a que cuando éste sube la demanda baja o viceversa, es así que se pretenderá mantener un precio acorde a la competencia.

También se deberá tener en cuenta al momento de determinar los precios los datos obtenidos en las encuestas, donde se indagó sobre la cantidad de dinero que estarían dispuestos a pagar por los servicios.

#### **b. Población**

El crecimiento poblacional incide notablemente en la demanda, es decir mientras más consumidores, mayor demanda de servicios y viceversa, de este modo para tener una idea más clara sobre el potencial turístico que tendrá nuestro proyecto tomaremos en cuenta el crecimiento poblacional del Cantón Cuenca ya que mediante los estudios realizados son los que mayormente visitan los centros turísticos existentes en la zona.

#### **e. Gustos y preferencias**

También lo consideramos como un factor clave al momento de determinar la demanda debido a que cada persona posee diferentes gustos y preferencias, por ello se ofrece una variedad de servicios de modo que satisfaga las necesidades de todos los consumidores.



### **2.3.2. PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL**

Llamada también como hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles consumidores o turistas que llegaran a nuestro local.

Para la determinación de la demanda potencial utilizaremos, los siguientes datos:

Población del Cantón Cuenca, Censo 2001 y 2010; cabe indicar que hemos considerado este parámetro debido a que con la aplicación de las encuestas en las distintas hosterías se constató que la mayoría de visitantes provienen de Cuenca, con un porcentaje del 82%.

También para el cálculo se utiliza el número de visitantes a las distintas hosterías, cuyo dato es de 730 turistas mensuales y el porcentaje de aceptación para la creación del proyecto 79%.

Para el incremento de la demanda se utilizará la tasa crecimiento geométrica, la misma que es de 0,0779.

Conocidos todos estos parámetros procedemos a calcular la demanda potencial, proyectada para 5 años.

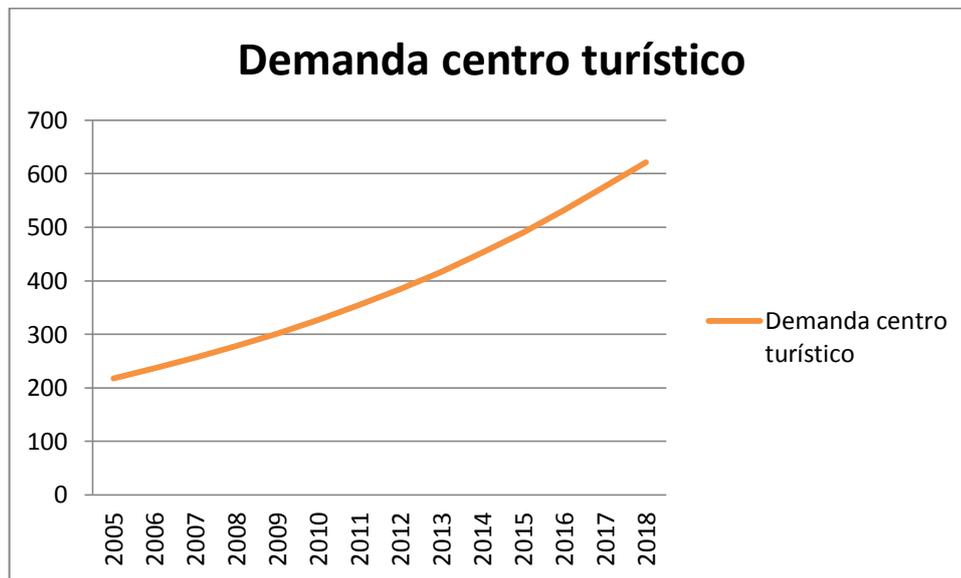
Tabla 4: PROYECCION DE LA DEMANDA POTENCIAL

Población Censal Cuenca y proyección de usuarios				
Año	N° Habitantes	Demanda Yunguilla	Demanda centro turístico	Demanda Anual
2013	633.239	730	577	6.924
2014	682.588	787	622	7.464
2015	735.782	848	670	8.045
2016	793.123	914	722	8.672
2017	854.932	986	779	9.348
2018	921.558	1.062	839	10.077

FUENTE: INEC CENSO CUENCA 2001 y 2010, Estudio de mercado

ELABORADO POR: Las autoras

Gráfico 6: DEMANDA POTENCIAL



ELABORADO POR: Las autoras

**Interpretación:**

Como podemos ver en el grafico anterior conforme incrementa la tasa de crecimiento geométrica de la población, se incrementa la demanda para nuestro centro turístico.



## **2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta hace referencia a la cantidad de bienes y servicios que cierta empresa u organización está dispuesta ofrecer en el mercado a un precio determinado.

Al conocer que la oferta es la manera permanente de ofrecer bienes y servicios al consumidor, lo que pretendemos es crear un lugar donde las personas tengan la oportunidad de vivir nuevas experiencias y de este modo satisfacer todas sus necesidades de distracción.

## **2.5. COMPETENCIA**

Para poder determinar nuestras oportunidades de crecer en el mercado, debemos tener una idea clara de quienes serán nuestra principal competencia, haciendo un análisis minucioso e identificando mediante los datos obtenidos en la encuesta tenemos como principales: la Hostería Bohemia Drinks con un 31%, seguida por la Hostería Sol y Agua con un 25%; son aquellas que mayor afluencia turística tienen, luego tenemos las hosterías: Sol del Valle, Los Cisnes, Jardín del Valle, Primavera, Jazmín, Canaán y otras cuyo porcentaje se encuentra entre el 1% y un 15%, que no serían tan relevantes pero tampoco debemos descartar la posibilidad de crecimiento.

Gráfico 7: DE LOS SIGUIENTES LOCALES ¿CUÁL HA SIDO EL MÁS VISITADO POR USTED?



FUENTE: Estudio de mercado (encuestas)

ELABORADO POR: Las Autoras

## 2.6. UBICACIÓN ESTRATEGICA

Nuestro centro turístico estará ubicado en la Provincia del Azuay, Cantón Santa Isabel, Parroquia Abdón Calderón, Sector San Javier, junto a la gasolinera Cataviña en el Km 75 de la vía Girón – Pasaje.

## 2.7. PUBLICIDAD Y PROMOCION.

La publicidad y la promoción es una parte esencial en el marketing y la adopción de una buena estrategia nos ayuda a crear una imagen en la mente de los consumidores y conseguir posicionamiento en el mercado.

Por ello es importante elegir un medio de comunicación en el cual podamos llegar a todo el público, los mismos que detallaremos en el siguiente cuadro:



Tabla 5: PUBLICIDAD Y PROMOCION

MEDIOS DE COMUNICACION	ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCION	COSTO
<b>RADIO</b>	Se contratará el servicio de la conocida radio ATENAS, en la que se pasaran cuñas publicitarias, de preferencia en las horas pico, de modo que se dé a conocer los distintos servicios que se ofrece en nuestro local.	Cada cuña tendrá un costo de 3 dólares, serán tres cuñas por lo que tendrá un costo diario de 9 dólares.
<b>INTERNET</b>	Se creará una página web, en la que se dará a conocer todas las instalaciones, servicios, promociones, horarios de atención, paquetes turísticos, etc. También emplearemos las redes sociales como lo son FACEBOOK Y TWITER.	Para poder hacer uso de este servicio será necesario contar con el servicio de internet, el mismo que tiene un costo mensual de 18 dólares.

**ELABORADO POR:** Las autoras

## 2.8. DETERMINACION DE PRECIOS

El precio se define como el valor monetario de venta del bien o servicio que genera el proyecto.

### 2.8.1. FACTORES QUE DETERMINAN LOS PRECIOS

#### a. Costo de insumos

Es un factor determinante de los precios, aquí vamos hacer referencia a los servicios de alimentación, pues existen temporadas en las que suben los precios de los insumos y por ende se produce un incremento del mismo.

### **b. Competencia**

Es importante tener presente los precios establecidos por la competencia, es decir mantener una línea de precios de modo que las personas no prefieran ir a otros centros turísticos.

### **c. Temporada**

En este caso la temporada de vacaciones y feriados como carnaval tienden a subir los insumos, debido a que existe una mayor demanda, por ende incrementan los precios de los distintos servicios.

## **2.9. LOGOTIPO Y SLOGAN**



## **2.10. ANÁLISIS DE COMPETITIVIDAD**

En la industria del turismo existen varias empresas que ofertan servicios para la distracción, cada una de ellas se diferencian por su valor agregado que las hacen más competitivas una de otra.

Por ello es importante establecer una propuesta de competitividad de modo que nos diferencien y despierte el interés de los turistas.

### **2.10.1. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

Para el desarrollo de un proyecto es importante tener presente el ambiente competitivo en el que nos desarrollaremos.

Así se plantea el proyecto sobre la creación de un Centro Turístico en el Valle de Yunguilla, cabe resaltar que en la zona existen varios centros de



distracción que por lo general los turistas visitan para dar uso de los servicios de alimentación, hospedaje y recreación.

Así nace la idea que a más de ofrecer los servicios antes mencionados, se ofertará paquetes turísticos que consisten en realizar recorridos por las tradicionales molindas y atractivos naturales, siendo los primeros en ofrecer este servicio en la zona. De este modo establecemos un valor agregado a nuestro proyecto.

### **2.10.2. COMPETENCIA FUTURA**

Es probable que con la implantación de este servicio despierte el interés de la competencia y a su vez intenten crear servicios similares, pero está en nosotros innovar constantemente y crear ventajas competitivas y de esta forma estar siempre por encima de la competencia.

### **2.10.3. ANÁLISIS DAFO**

El análisis DAFO analiza los factores externos que son las oportunidades y amenazas; y los factores internos las fortalezas y debilidades.

Este análisis nos permitirá tener una idea más clara sobre las condiciones del proyecto, con la finalidad de establecer un plan de acción que consiste en superar las debilidades, utilizar las fortalezas, protegerse ante las amenazas y aprovechar las oportunidades; así describimos cada una de ellas:

#### **a. Fortalezas**

1. Excelente Ubicación.
2. La existencia de recursos naturales y las tradicionales molindas, las cuales nos permitirán desarrollar paquetes turísticos.
3. El centro turístico KUTAQ contara con una infraestructura competitiva capaz de satisfacer las necesidades de sus clientes.
4. Confianza y seguridad al cliente.
5. Personal capacitado y con alto sentido de capacidad social.



**b. Oportunidades**

1. Clima Privilegiado
2. Atractivos turísticos no explotados.
3. Lugar Accesible.
4. Alianzas estratégicas con instituciones educativas y agencias de viajes.
5. Importante afluencia turística en temporada alta.

**c. Debilidades**

1. Cultura de los habitantes.
2. Falta de promoción turística del sector.
3. Falta de señalización de los atractivos turísticos.
4. Falta de conocimiento de los lugares atractivos por parte del turista interno.
5. Resistencia al cambio por parte de la comunidad local.

**d. Amenazas**

1. Vías de acceso en mal estado.
2. Incremento de otras hosterías.
3. Falta de control por parte de autoridades municipales para la preservación de atractivos naturales y culturales.
4. Preferencia de los turistas por visitar otras hosterías.
5. Expectativa de los clientes con respecto a los servicios que ofrecerá el centro.

Luego de describir cada una de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, realizamos una confrontación entre cada una, aplicando la siguiente valoración:

Si no hay relación entre ellas se puntuara con (0)



Si hay relación se puntuara con (2)

Con (1) si la relación no es relevante

Con (2) si la relación es relevante.

Tabla 6: CUADRO DAFO

CUADRO DAFO														
	AMENAZAS						OPORTUNIDADES					SUMA		
		1	2	3	4		5		1	2	3		4	5
<b>F O R T A L E Z A S</b>	1	1	2	0	1	1	<b>F O R T A L E Z A S</b>	1	2	1	2	1	0	11
	2	2	1	1	2	2		2	0	2	2	1	0	13
	3	0	1	0	2	2		3	0	2	1	2	2	12
	4	0	1	1	2	2		4	0	0	1	2	1	10
	5	0	0	0	2	2		5	0	0	1	1	1	7
	AMENAZAS						OPORTUNIDADES					SUMA		
		1	2	3	4		5		1	2	3		4	5
<b>D E B I L I D A D E S</b>	1	0	1	1	1	2	<b>D E B I L I D A D E S</b>	1	0	2	0	1	2	10
	2	0	1	2	1	1		2	1	2	1	1	1	11
	3	1	0	2	0	0		3	0	2	1	0	1	7
	4	0	0	1	1	0		4	0	2	1	1	1	7
	5	0	0	1	2	1		5	0	1	0	1	1	7
<b>SUMA</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>13</b>	<b>SUMA</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>10</b>			

ELABORADO POR: Las autoras



Las que son igual o mayor a 10 son importantes.

Las menores a 10 desaparecen.

Tabla 7: RESUMEN DAFO

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Cultura de los habitantes.</li><li>2. Falta de promoción turística del sector.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>4. Preferencia de los turistas por visitar otras hosterías.</li><li>5. Expectativa de los clientes con respecto a los servicios que ofrecerá el centro.</li></ol>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Excelente Ubicación.</li><li>2. La existencia de recursos naturales y las tradicionales molindas, las cuales nos permitirán desarrollar paquetes turísticos.</li><li>3. El centro turístico KUTAQ contará con una infraestructura competitiva capaz de satisfacer las necesidades de sus clientes.</li><li>4.- Confianza y seguridad al cliente.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>2. Atractivos turísticos no explotados.</li><li>3. Lugar Accesible.</li><li>4. Alianzas estratégicas con instituciones educativas y agencias de viajes.</li><li>5. Importante afluencia turística en temporada alta.</li></ol>

**ELABORADO POR:** Las autoras



#### 2.10.4. VENTAJAS COMPARATIVAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS

En esta parte de estudio lo que se pretende es analizar las ventajas comparativas que son los servicios que prestan las distintas hosterías y las ventajas competitivas son aquellos elementos que forman parte de nuestro Centro Turístico y que nos hacen diferentes a los demás.

VENTAJAS COMPARATIVAS	VENTAJAS COMPETITIVAS
Servicio de alojamiento	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Mantenimiento y limpieza</li><li>➤ Servicio de calidad</li><li>➤ Habitaciones cómodas y confortables.</li><li>➤ Personal altamente calificado</li></ul>
Servicio de alimentación	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Higiene</li><li>➤ Calidad en el servicio</li><li>➤ Variedad de menú</li><li>➤ Personal altamente calificado</li></ul>
Servicio de recreación y paquetes turísticos.	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Seguridad</li><li>➤ Calidad en el servicio</li><li>➤ Cumplimiento de itinerarios</li><li>➤ Personal altamente calificado</li></ul>

#### 2.10.5. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS

Para lograr que el proyecto tenga éxito es importante establecer estrategias competitivas de diferenciación.

El hecho de ser únicos en prestar el servicio adicional de recorridos, no es razón para descuidarnos de la competencia, por ello es importante establecer estrategias de diferenciación con respecto al producto, precio, distribución y promoción.



#### **2.10.5.1 ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN CON RESPECTO AL PRODUCTO**

La Hostería Kutaq, ofrecerá servicios de hospedaje, alimentación, recreación y adicionalmente recorridos por las tradicionales molindas y atractivos naturales de la zona, brindándole atención personalizada y de alta calidad, se propiciará información turística.

En cuanto a las habitaciones serán confortables, cada una con baño privado, sala, comedor, a fin de que el visitante sienta comodidad y su estadía sea placentera.

En el servicio de restaurant se cuidará mucho la higiene en la preparación de los alimentos, además se ofrecerá un amplio menú a fin de satisfacer las necesidades de los visitantes.

En cuanto a piscinas y áreas de recreación tendrá constante mantenimiento, con el objetivo de brindar seguridad y salud.

El personal contratado será constantemente capacitado, con el propósito de garantizar un servicio de calidad.

#### **2.10.5.2 ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN CON RESPECTO AL PRECIO**

Evaluar los precios de la competencia, y mantenernos dentro de un nivel aproximado, de modo que los visitantes no prefieran otros lugares.

Realizar un constante control de los insumos de limpieza y alimentos para que sean utilizados con eficiencia y evitar desperdicios.

Para los recorridos que se efectuarán a las distintas molindas y atractivos naturales de la zona, se tomará la ruta más corta de modo que se agilite el servicio y no se genere costos adicionales.

#### **2.10.5.3. ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN CON RESPECTO A LA DISTRIBUCIÓN**

En cuanto a la distribución no solo esperaremos que los turistas vengan hacia nosotros solos, estableceremos alianzas estratégicas con instituciones educativas y agencias de viajes, con el fin de atraer más visitantes.



#### **2.10.5.4 ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN CON RESPECTO A LA PROMOCIÓN**

Se adoptará estrategias efectivas de marketing para crear una imagen en la mente de los consumidores, que nuestra hostería es diferente a las demás y así prefieran nuestros servicios, realizar trípticos, volantes, cuñas publicitarias por radio, televisión, páginas web, redes sociales.



## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **3.1. DEFINICIÓN**

El estudio técnico supone: la determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y debe garantizar la óptima utilización de los recursos, esto incluye verificar que el proyecto esté técnicamente bien concebido y que tenga una rentabilidad económica aceptable. (Rojas, 2007, p. 43).

#### **3.2. LOCALIZACIÓN**

La decisión de localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible. (Sapag, 2007, p. 202).

De acuerdo con la definición antes mencionada, dentro del estudio técnico y lo que respecta a la localización, se divide en dos partes importantes: hablamos de la macro-localización, la misma que describe la zona donde se encontrará ubicado el proyecto y la micro-localización hace referencia al sitio específico de ubicación, tomando en cuenta aspectos importantes como son forma del terreno, topografía, costos, de modo que se minimice gastos y se maximice la rentabilidad.

##### **3.2.1. MACRO-LOCALIZACIÓN**

La provincia del Azuay poseedora de una gran variedad de atractivos turísticos, en sus distintos Cantones, cada uno caracterizado por sus diversidad de flora y fauna, tradiciones y cultura, su clima, hacen de esta una de las principales Provincias del Ecuador.

La actividad turística en los últimos años se ha centrado en lugares específicos de esta Provincia, tal es el caso en el Valle de Yunguilla, cuyo elemento característico de atracción turística son las moliendas, actividad que no ha sido plenamente aprovechada para convertirse en destino turístico, de modo que con una correcta difusión y promoción impulsaría al desarrollo del sector



productivo de la zona, debido a que se incrementaría el flujo de turistas y además se involucraría la comunidad local.

Dado estos aspectos importantes, describiremos donde estará ubicado nuestro Centro Turístico:

La macro-localización de nuestro proyecto es en Ecuador, Provincia del Azuay, que se encuentra ubicada en la Cordillera de los Andes con una extensión de 8,189 kilómetros cuadrados. Limita al Norte con la Provincia de Cañar, al Sur con las Provincias de Loja y el Oro, al Este, con las Provincias de Morona Santiago y Zamora Chinchipe y al Oeste con la Provincia del Guayas.

### **3.2.2. MICRO-LOCALIZACIÓN**

Como describimos anteriormente, el Valle de Yunguilla constituye uno de los lugares más turísticos de la provincia del Azuay, debido a que goza de un clima semitropical, atractivos naturales, y cuyo elemento característico de este hermoso Valle son las moliendas.

Con la realización del respetivo estudio de mercado, pudimos constatar que ningún otro centro turístico ofrece dentro de sus servicios recorridos por las moliendas y atractivos naturales de la zona, constituyéndose una actividad nueva para la distracción de los turistas, de ahí nace la idea que a mas de ofrecer comodidad y confort se adicione servicios en los cuales los visitantes tengan la oportunidad de tener contacto directo con la naturaleza y vivir experiencias nuevas.

Nuestro centro estará ubicado en un sector estratégico, tomando en cuenta que la inversión del mismo es bastante alta, se analizó que el lugar disponga de carreteras, agua potable, luz, etc., de modo que no incurran gastos adicionales.

La Micro Localización del proyecto está ubicado en el Cantón Santa Isabel, Parroquia Abdón Calderón, sector San Javier, el mismo que se encuentra a 75 km de la Ciudad de Cuenca, el terreno previsto tiene un área de 7.020,07 metros cuadrados. VER ANEXO N°7



### 3.2.3. CRITERIOS DE LOCALIZACIÓN

Para la determinación de la ubicación óptima del centro turístico, es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos:

Tabla 8: CRITERIOS DE LOCALIZACION

CRITERIOS DE LOCALIZACION	DESCRIPCION	FACTIBILIDAD SI/NO
a. Disponibilidad de infraestructura básica	El sector donde se construirá el centro debe contar con agua potable, energía eléctrica, medios de comunicación, carreteras, alcantarillado, etc.	SI
b. Costo de transferencia (fletes) de insumos y suministros.-	Facilidad para el traslado de suministros, insumos y materia prima, para la prestación de los servicios, se contará con la facilidad de alquiler de camionetas.	SI
c. Disponibilidad de medios de transporte	Para el traslado de los turistas tienen la facilidad de contratar el servicio de transporte de camionetas, el mismo que tiene un costo de carrera mínima de 2 dólares.	SI
d. Disponibilidad de mano de obra	En la zona donde se construirá el centro haya la facilidad de contratación de mano de obra calificada.	SI

**ELABORADO POR:** Las autoras

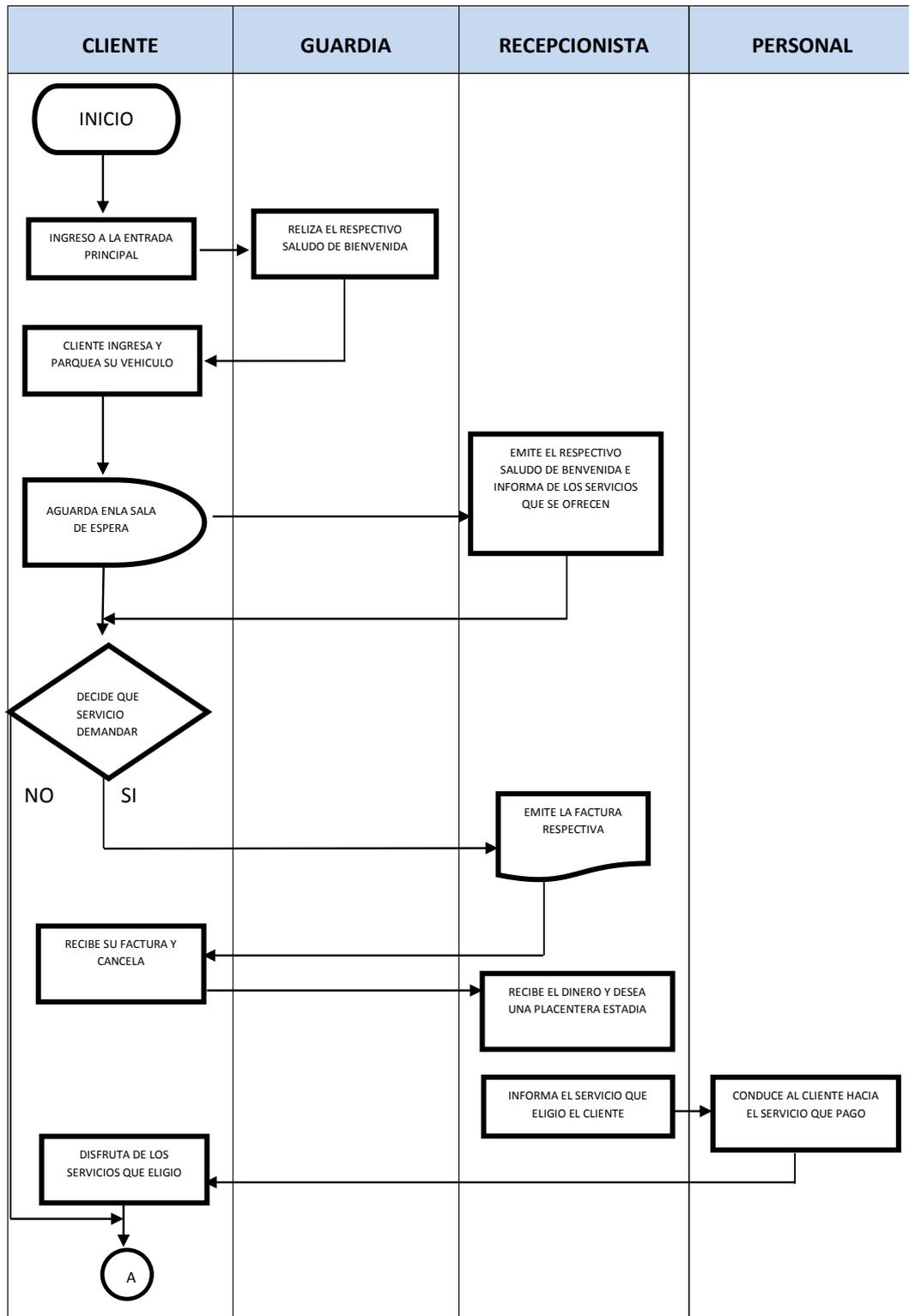


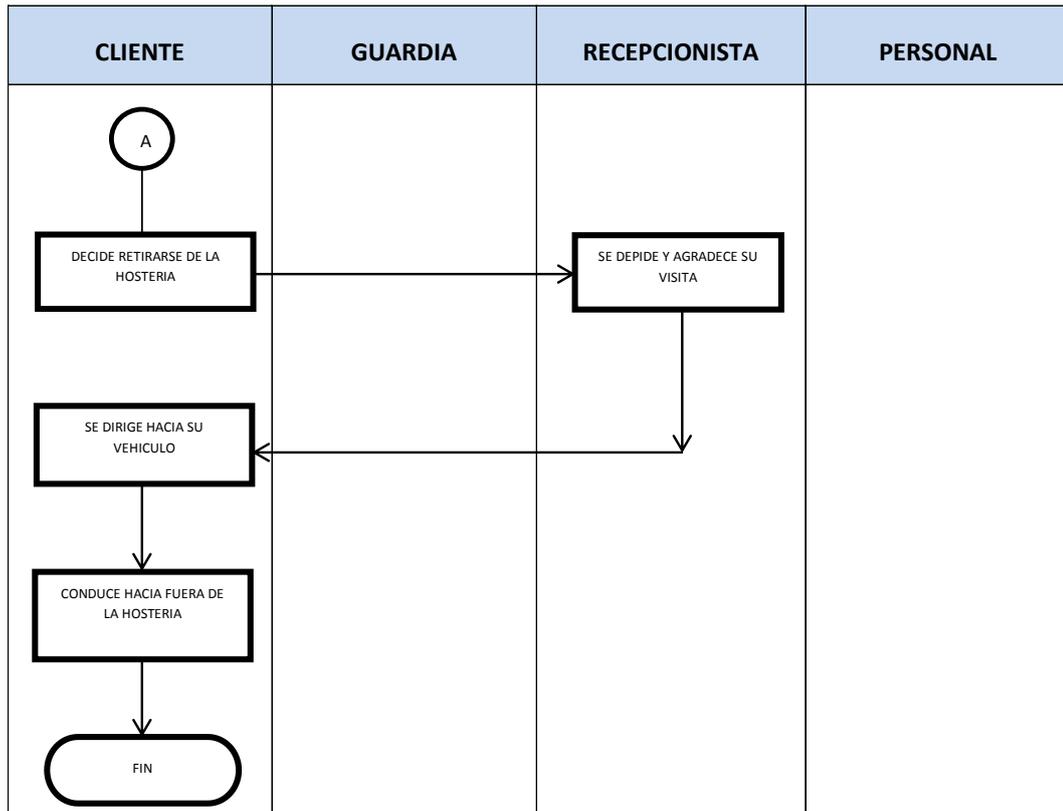
### **3.3. DIAGRAMA DE PROCESO O FLUJOGRAMA**

El diagrama de flujo nos permite concebir y optimizar la adopción de un proceso de modo que se preste el servicio de la manera más eficiente y se obtenga la máxima rentabilidad, es así que cada actividad sigue su respectiva secuencia, cada una representada por su simbología.

Hemos considerado uno de los modelos de flujograma planteado por Rivera Martínez, Francisco; en su libro “Administración de proyectos, Guía para el aprendizaje”.

Tabla 9: FLUJO GRAMA GENERAL DE LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS





ELABORADO POR: Las autoras.

### 3.4. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

En esta parte del estudio lo que se pretende es detallar de forma especializada las características o atributos que poseerán las distintas áreas para la prestación de los servicios, para ello nos basamos en planos, por lo que se requiere la ayuda de un profesional. (Arq. Darwin Montaña).

También detallaremos los respectivos requerimientos de mano de obra, equipos e instalaciones, muebles y enseres, servicios básicos e insumos.

El área donde se construirá el Centro, tiene un total de 7.020,07 metros cuadrados, el mismo que con los retiros obligatorios establecidos por la Municipalidad del Cantón, queda un área útil de 6.045.90 metros cuadrados para la construcción.

VER ANEXO N°7



Tabla 10: ESPECIFICACIONES TECNICAS

Áreas	Descripción
<b>a. Área de administración y recepción</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ubicado en la parte principal de la hostería, cubre un área de 15,67 m<sup>2</sup>.</li><li>• Conformado por 2 oficinas: administración-contabilidad y recepción-secretaría.</li></ul> VER ANEXO N°10
<b>b. Área de hospedaje</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Cubre un área de 624,14 m<sup>2</sup>.</li><li>• Conformada por 5 cabañas simples y 3 cabañas dobles:</li></ul> <p>Cabañas simples:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 2 habitaciones dobles</li><li>• Capacidad 4 personas por cabaña.</li><li>• Baño privado</li><li>• Sala de estar, comedor, terraza.</li><li>• Camas de 2 plazas, Closet, televisor y todos los implementos necesarios para la comodidad y confort.</li></ul> <p>Cabañas dobles:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 3 habitaciones dobles.</li><li>• Capacidad 6 personas</li><li>• Baño privado, jacuzzi.</li><li>• Sala de estar, comedor, bar, pórtico, terraza, mirador.</li><li>• Camas de 1 1/2 y 2 plazas, Closet, televisor y todos los implementos necesarios para la comodidad y confort.</li></ul> VER ANEXO N°11, 12,13,14,15



**c. Área de recreación**

- Una piscina grande y una pequeña
- Hidromasaje
- Sauna
- Cancha de uso múltiple
- Juegos infantiles
- Sala de juego para adultos: mesas de billar.

VER ANEXO N°10 Cuadro de Emplazamiento General de la Hostería)

**d. Área de restaurant y salón de recepciones**

- Cubre un área de 186,49 m<sup>2</sup>.
- Ubicado en la parte norte de la hostería.

**Primera planta**

Salón de recepciones:

- Capacidad 200 personas
- Sala de audio
- Bar
- Baño para damas y caballeros
- Bodega de víveres
- Bodega para artículos de limpieza
- Bodega para artículos de mantenimiento
- Lavandería

**Segunda planta**

Restaurant:

- Capacidad 100 personas
- Bar
- Café mirador
- Se ofrecerá comida y bebidas típicas de la



zona y nacionales.

VER ANEXO N°17 y 18

**e. Área de seguridad y estacionamiento**

- Cubre un área de 732,09  $m^2$

Casa de guardián

- Ubicado en la entrada principal de la hostería.
- Comprende dormitorio, baño privado, sala, comedor y cocina.

Estacionamiento

- Capacidad 20 vehículos
- Adicional área para furgonetas.

VER ANEXO N°16

**f. Otras áreas**

- Áreas verdes
- Miradores
- Fuentes de agua
- Molienda

**ELABORADO POR:** Las autoras

**3.4.1. PAQUETE TURÍSTICO**

La creciente exigencia de gustos y preferencias de turistas, conlleva a la creación de nuevas alternativas de distracción.



Como ya lo mencionamos anteriormente un elemento característico de atracción turística en el Valle de Yunguilla son las molindas, las mismas que no han sido aprovechadas para convertirse en destino turístico, es así que nace la idea que además de ofrecer servicios de hospedaje, alimentación y recreación, poner a disposición de los visitantes paquetes turísticos que incluyan recorridos por las molindas, de modo que se pueda apreciar el proceso de elaboración de los derivados de la caña de azúcar y visitar los distintos atractivos naturales existentes en la zona.

Dicho lo anterior ofertaremos el siguiente paquete turístico:



## **PAQUETE TURÍSTICO**

**Recorrido por las moliendas, atractivos naturales,**

**Caminatas y ciclismo**

**Duración: 2 días y 1 noche**

**Precio: 75 dólares**

### **DIA 1**

Al momento de llegar a nuestro Centro Turístico deberá registrarse, para posteriormente ser partícipe del recorrido que iniciaremos por los distintos lugares del encantador Valle de Yunguilla, de esta manera daremos inicio brindando una deliciosa bebida típica como bienvenida mientras damos a conocer las instalaciones, para luego emprender el recorrido por la principal molienda de aguardiente que está ubicada en el sector de Sulupali Grande, cuyo propietario es Señor Manuel Palacios, luego de ello aprovecharemos para realizar una ruta de ciclismo para aquellas personas que les gusta de este deporte.

Continuando con el itinerario nos trasladaremos hacia las moliendas que elaboran la panela, de modo que los visitantes tengan la oportunidad de presenciar el proceso de elaboración de los mismos y deleitarse de estos exquisitos productos, en el recorrido aprovecharemos para brindar un lunch al aire libre.

Consecutivamente nos trasladaremos hacia el pueblo de La Unión en donde se realizara un City Tour por sus sectores aledaños, conociendo sus lugares naturales así como también su Parque Central, su Iglesia y sus alrededores. Teniendo la tarde libre para el uso de las distintas áreas de recreación que complementan nuestro centro. En la noche ofreceremos el servicio de restaurante, con una deliciosa cena.

### **DIA 2**

En la mañana del siguiente día estará previsto servir un desayuno continental, lo cual inicia con el traslado hacia la Reserva Jocotoco, la misma que asila al ave nativa de la zona llamado Matorralero Cabecipálido, además de



ser un lugar con exuberante Flora y Fauna nativa de la localidad, aprovecharemos para realizar una caminata por sus distintos senderos que dan hacia la montaña, y llegar hasta la laguna llamada la Empanada, terminando este recorrido regresaremos a nuestras instalaciones; concluyendo con el paquete turístico.

### **3.4.2. DISTRIBUCIÓN DE PLANTA (LAY OUT)**

A través del estudio de este componente, se procura lograr la utilización óptima del espacio físico asignado al proyecto, para coadyuvar de este modo al logro de la máxima rentabilidad financiera (proyectos privados) o el menor costo total unitario de producción (proyectos de desarrollo). (Paredes, 2010, p. 81).

Siguiendo la metodología planteado por Paredes Roldan Enrique en su libro "Proyectos de Inversión y Desarrollo", tenemos lo siguiente:

#### **a. Listado de actividades**

En esta parte de estudio hacemos referencia a los servicios que ofrecerá nuestro centro turístico, los mismos que son recreación, hospedaje, alimentación y recorridos turísticos.

#### **b. Distribución de oficinas y espacios de servicios.**

Aquí puntualizamos como están distribuidas la distintas áreas que comprende el centro turístico, para administración y recepción se requerirá de 2 oficinas, para el servicio de hospedaje se construirá un total de 8 cabañas, las mismas que serán construidas de bloque, para el servicio de recreación será necesario contar con una piscina, hidromasaje, sauna, duchas, cancha de uso múltiple, juego para adultos, juegos infantiles, para el servicio de restaurant se construirá un espacio adecuado para la distribución de 25 mesas para 4 personas, su respectiva cocina, para seguridad se contará con una vivienda para el guardián, parqueadero con una capacidad para 20 vehículos.

#### **c. Relación entre actividades.**



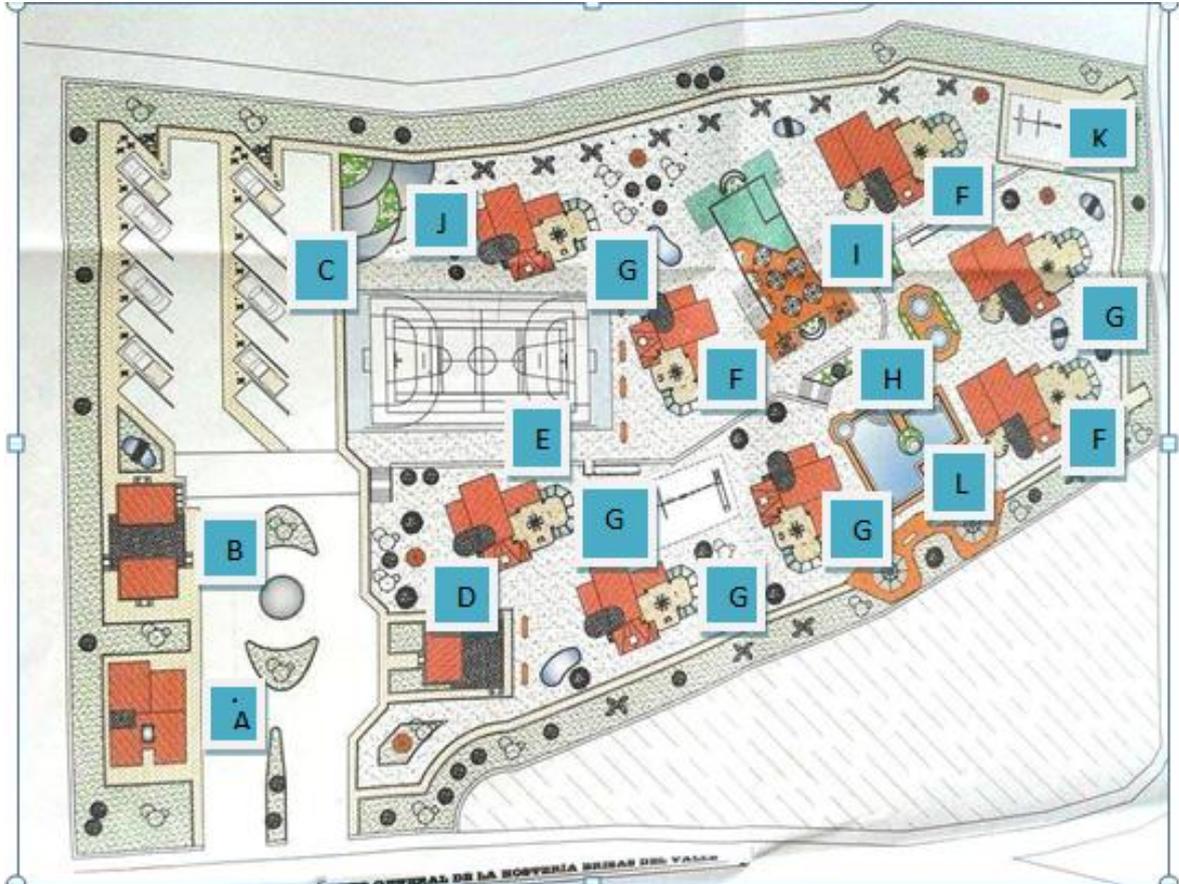
Tabla 11: RELACION ENTRE ACTIVIDADES

Relación entre actividades	Descripción
Seguridad y estacionamiento	La casa del guardián estará ubicada en la entrada principal y junto al parqueadero, con la finalidad de que haya mayor control en la entrada y salida de vehículos.
Administración y recepción	Las oficinas estarán cerca para un mayor control.
Restaurant – bodega de víveres	El restaurant estará próximo a la bodega de víveres, para agilizar el traslado de los insumos necesarios para la prestación del servicio.
Piscina-vestidores- duchas	La piscina estará ubicada en la parte central de la hostería, y estará continuo los respectivos vestidores y casilleros.
Cabañas – Restaurant – lavandería – bodega de artículos de limpieza.	Lo que se pretende es que lavandería este cerca de las respectivas cabañas y restaurant de modo que sea más fácil el traslado del menaje y a su vez esté cerca la bodega de artículos de limpieza como son los detergentes, etc.
Restaurant – piscina	Su ubicación se hizo pensando en aprovechar el mirador, debido a que el restaurant estará ubicado en la segunda planta y estará frente a la piscina.

**ELABORADO POR:** Las autoras

d. Elaboración del Lay Out.

Gráfico 8: LAY OUT CUADRO DE EMPLAZAMIENTO HOSTERIA KUTAQ



ELABORADO POR: Arq. Darwin Montaña

VER SIMBOLOGIA ANEXO 6

### 3.4.3. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Para el correcto manejo y control de las distintas áreas, será necesario contar con el siguiente personal:



Tabla 12: REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

CARGO	CANTIDAD
Administrador	1
Contador	1
Secretaria-recepcionista	1
Guía turístico	1
Chef	1
Meseros	1
Guardia	1

**Elaborado por:** Las autoras

Para que se desarrollen de manera eficaz las distintas actividades dentro de cada área que comprende la hostería, se requerirá contar con un personal de 7 personas.

#### **3.4.4. REQUERIMIENTO DE TERRENO Y CONSTRUCCIÓN**

Terreno. El terreno que se ha elegido para la construcción del Centro Turístico, se encuentra ubicado en el sector denominado San Javier, perteneciente a la Parroquia Abdón Calderón, tiene un área aproximada de 7020.07 metros cuadrados, es de forma regular, colindante con sus vecinos al norte, sur y este, y al oeste con la vía Girón –Pasaje. El terreno cuenta con todos los servicios básicos. VER ANEXO N°7

Construcción. Hacemos referencia a su construcción en conjunto, es decir todas las instalaciones que contendrá nuestro centro turístico. A continuación lo describimos en la siguiente tabla:



Tabla 13: CONSTRUCCION

AREA (DESCRIPCION)	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD
Cabañas	621,14m <sup>2</sup>	8
Restaurant y Salón de Recepciones	186,49m <sup>2</sup>	1
Sala de juegos	105,55m <sup>2</sup>	1
Recepción	15,67m <sup>2</sup>	2
Casa de guardián	51,63m <sup>2</sup>	1
Cancha de uso múltiple	640,18m <sup>2</sup>	1
Piscina	191,51m <sup>2</sup>	2
Estacionamiento	732,09m <sup>2</sup>	1

FUENTE: ANEXO N°7

ELABORADO POR: Las autoras

### 3.4.5. REQUERIMIENTO DE MUEBLES, EQUIPOS E INSTALACIONES, SERVICIOS BÁSICOS E INSUMOS

Para asegurar el buen funcionamiento de las distintas áreas que conforman el Centro Turístico, será necesario contar con equipos e instalaciones, muebles y enceres, servicios básicos e insumos que detallaremos a continuación en las siguientes tablas:

Tabla 14: REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS E INSTALACIONES

DETALLE	CANTIDAD
<b>a. Área de administración</b>	
Vehículo	1
Computadoras	3
Impresoras	2



Fax	1
<b>b. Área de alojamiento</b>	
Televisor 22"	19
Teatro en Casa	1
Teléfonos	6
<b>c. Área de recreación</b>	
Kit de mantenimiento	1
Calefón	1
<b>d. Área de recepción y Restaurant</b>	
<b>Cocina</b>	
Freidora	2
Congelador	1
Cilindro de Gas Industrial	2
Refrigerador	1
Cocina industrial	1
Licuada	1
Microondas	1
Batidora	1
Cafetera	2
Extractor de Jugos	3
Sanduchera	1
Extractor de olores	1
<b>Salón de recepciones</b>	
Equipo de sonido	1
<b>e. Otros</b>	
Lavadora	1
Secadora	1
Plancha	1
Cortadora de césped	1

**ELABORADO POR:** Las autoras



Tabla 15: REQUERIMIENTO DE MUEBLES Y ENCERES, MENAJE

DETALLE	CANTIDAD
<b>a. Área administrativa</b>	
<b>juegos de sala</b>	
Artículos de decoración	60
Sillas para oficina	12
Escritorios	4
Archivadores	3
<b>b. Área de alojamiento</b>	
Colchones	37
Almohadas	40
Juego de Sabanas	45
Cobijas	45
Cubrecaja	45
Juego de Toallas	25
Alfombra para Baño	22
Dispensador de papel	22
Dispensador de Jabón	10
Espejo de Baño	22
Cortinas de Baño	19
Lámpara	19
Velador	19
Closet	19
<b>c. Área de recreación</b>	
Balones de baloncesto	4
Balones de indor –fútbol	4
Balones de ecua-vóley	4
Red de ecua-vóley	1
Aros de baloncesto	2
Arcos de indor-fútbol	2
Cestas para la ropa	15
Mesas Plásticas para 4 Personas	6
Parasol	5
Sillas Para Tomar Sol	7
Postes	2



Mesas de billar	2
Resbaladeras	1
Sube y baja	1
Columpios	1
<b>d. Área de restaurant y salón de recepciones</b>	
Sillas de Madera	120
Mesa de Madera	20
Parrilla	4
Sillas plásticas	200
Mantel de Mesa	25
Cristalería	456
Platos Grandes	200
Platos Medianos	200
Plato Pequeños	200
Plato Sopero	200
Tazas de Te	200
Jarras	20
Floreros	20
Saleros	20
Azucareros	20
Servilleteros	20
Ceniceros	20
Cuchara Grande	10
Cuchara Pequeña	10
Cuchillos	200
Tenedor	200
Ollas	20
Pailas	10
Sartenes	8
Olla de Presión	4
Cuchillos para cocina	10
Cucharones	5
Alacenas	1

**ELABORADO POR:** Las autoras



#### **3.4.6. REQUERIMIENTOS DE SERVICIOS BÁSICOS**

Aquí consideraremos los valores a pagar por la contratación de los servicios básicos como son agua potable, luz eléctrica, TV cable, teléfono. Según indagaciones el costo del derecho de agua potable es de 800,00 dólares, incluida su respectiva instalación, luz eléctrica 150,00 dólares, TV cable tiene un costo de instalación de 50,00 dólares, teléfono tiene un costo de 200,00 dólares.

#### **3.4.7. REQUERIMIENTOS DE INSUMOS**

Al hablar de insumos hacemos referencia a los suministros de oficina, artículos de limpieza y alimentos, los mismos que servirán para el correcto funcionamiento de los distintos servicios.

Lo que comprende a los suministros de oficina son esferos, borradores, archivadores, hojas, etc. En cuanto artículos de limpieza tenemos desinfectantes, detergentes, escobas, trapeadores, jabones. Lo que implica alimentos son aquellos insumos para la prestación del servicio de restaurant, como es arroz, legumbres, hortalizas, y todo lo necesario para la preparación de los distintos platos.

El costo total para la construcción, mano de obra, equipos e instalaciones, muebles y enseres, servicios básicos es de \$ 483.980,94. Su valor se obtuvo con las respectivas averiguaciones de precios en los distintos locales comerciales como son: CORAL CENTRO, ALMACENES ESPAÑA, APC TECNOLOGIA, Comercial Pizarro, Comercial el mundo, etc. Cada rubro se encuentra detallado en los ANEXOS N°25A

Para la cotización de la construcción se solicitó la ayuda de un contratista, donde se detalla el costo de cada área que comprende la hostería. ANEXOS N°8

### **3.5. COSTOS DE PRODUCCIÓN**

Dentro del estudio técnico se debe incluir el análisis de los costos de producción de modo que se puedan determinar los respectivos precios y se pueda alcanzar la utilidad deseada. Así tenemos costos fijos y costos variables.



### 3.5.1. COSTOS FIJOS

Los costos fijos hacen referencia aquellos costos que no varían es decir se mantienen constantes a lo largo del ejercicio económico, según la naturaleza de nuestro proyecto tenemos como costos fijos: mano de obra indirecta, préstamos bancarios, depreciaciones.

- a. Mano de obra indirecta. Dentro de mano de obra indirecta consideraremos al personal administrativo el mismo que detallaremos en la siguiente tabla, con sus respectivos sueldos.

Los salarios se determinaron en base a la tabla sectorial establecida por el Ministerio de Relaciones Laborales.

Tabla 16: MANO DE OBRA INDIRECTA

CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL
Administrador	1	400,00	400,00
Contador	1	230,00	230,00
Secretaria-recepcionista	1	350,00	350,00
Guía turístico	1	400	400
Guardia	1	380,00	380,00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>1760</b>	<b>1760</b>

FUENTE: Tabla N° 9

ELABORADO POR: Las autoras

- b. Préstamos bancarios

Para la ejecución del proyecto se requería de una inversión total de \$483.980,94 para el cual se adquirirá un préstamo de \$100,000 en el Banco Nacional del Fomento, el mismo que ofrece una tasa de interés del 10,5% anual, a 5 años plazo. El monto mensual a cancelar es de \$2.149,39. En el ANEXO N°22 se detalla su respectiva tabla de amortización.



**c. Depreciación de activos fijos:**

Según la ley orgánica de Régimen Tributario tenemos los siguientes porcentajes de depreciación:

La depreciación de activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible no podrá superar los siguientes porcentajes:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcazas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual. (Ley Orgánica de Régimen Tributario).

Tomando en cuenta los costos expresados en el ANEXO N°25A procedemos a calcular las depreciaciones. ANEXO N°21

**d. Otros costos**

Dentro de otros costos tenemos al servicio de TV Cable, el mismo que lo hemos considerado como un costo fijo, cuyo proveedor es Chavelo TV, ofrece 45 canales y su costo mensual es de \$14,00.

**3.5.1.1. COSTO FIJO TOTAL MENSUAL**

En sueldos tenemos un total de \$1.760, cuota de préstamo bancario \$2.149,39; depreciación de activos fijos \$2.036,87; servicio de TV cable 14,00. Dando como resultado un total de 5.960,26 mensual.

**3.5.2. COSTOS VARIABLES**

Como su nombre lo dice su costo varía a lo largo del ejercicio económico, dentro de los costos variables tenemos alimentos, papel higiénico, luz, jabón líquido, agua, gas, insumos de limpieza

Para el cálculo de estos costos, hemos hablado con la propietaria de una de las principales hosterías de la zona, así se determinó un costo promedio de 5 dólares para el servicio de alimentación, indicamos que este valor corresponde al menú que se ofrece dentro del paquete, para los gastos de insumos de limpieza, tenemos un valor de 0,49 ctvs. por persona; dicho valor se obtuvo de opiniones



realizadas por la Sra. Julia Pérez dueña de la hostería Sol del Valle que paga un valor aproximado de \$200 mensuales por el servicio de luz eléctrica, en cuanto agua potable se indago el precio de la tarifa básica de consumos a la Junta de Agua Potable “ALBA ROJA” que tiene por cada 30 metros de agua un valor de 8\$ tomando en consideración que por cada metro consumido tiene un costo de 0,27 ctvs. El mismo que será de utilidad para 4 personas de las cuales consumirán el valor de 0,07 ctvs., para el gas se tiene en cuenta los valores de gastos proporcionados por la competencia que pertenece a 50\$ mensuales, lo que nos da un valor de 0,09 por persona. También consideramos dentro de costos variables a mano de obra directa la cual se encuentra explicada en la tabla siguiente:

Tabla 17: MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	TOTAL
Chef	1	380	380
Meseros	1	380	380
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>760</b>	<b>760</b>

ELABORADO POR: Las autoras



## CAPITULO IV

### ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

El estudio económico-financiero constituye una parte esencial dentro de un proyecto de inversión, debido a que permite tomar decisiones en cuanto si es rentable o no la creación del proyecto, para su realización se utiliza datos importantes que se obtuvieron en el estudio de mercado y técnico.

#### 4.1. PLAN DE INVERSIONES

El plan de inversión consiste en la descripción ordenada y valorada de los bienes que son necesarios para iniciar las operaciones. Es decir es el costo aproximado de la inversión inicial.

El plan de inversiones está constituido por inversiones fijas y capital de trabajo:

##### 4.1.1. INVERSIONES FIJAS

Las inversiones fijas hacen referencia aquellos bienes que se adquieren al momento de implementar el proyecto y se aprovechan a lo largo de la vida útil del mismo

Los activos fijos para este proyecto son los requerimientos de terreno y construcción (Tabla N° 12), muebles, equipos e instalaciones (tablas N° 13 y 14), requerimiento de servicios básicos, los mismos que ya fueron detallados en el capítulo anterior.

El monto total de activos fijos para este proyecto es de \$483.980,94; cuyo valor se obtuvo realizando la respectiva averiguación de precios en el mercado.

VER ANEXO N° 25A

##### 4.1.2. CAPITAL DE TRABAJO

Se llama capital circulante o de trabajo el patrimonio en cuenta corriente que necesitan las empresas para atender las operaciones de producción o distribución de bienes y servicios o de ambas. (Paredes, 2010, p. 95).



El capital de trabajo comprende los gastos pre-operacionales, dentro de estos gastos tenemos mano de obra, gastos administrativos y gastos de publicidad. También consideremos materiales directos, en el que constan alimentos, jabón líquido, papel higiénico y gas, los mismos que se utilizan para la prestación de los servicios. Hemos considerado calcular el capital de trabajo para tres meses. Así, para que la hostería funcione normalmente en un ciclo de operación de tres meses debe contar con un capital de trabajo de \$11.001,33

VER ANEXO N°25B

#### 4.1.3. INVERSIÓN TOTAL

Tabla 18: INVERSION TOTAL

DENOMINACION	VALOR TOTAL
Inversiones fijas	483.980,94
Capital de Trabajo	11.001
<b>TOTAL</b>	<b>494.981,94</b>

FUENTE: ANEXOS N°24 A y 24B

ELABORADO POR: Las autoras

#### 4.2. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

El proyecto estará financiado mediante recursos propios que consiste en la aportación de capital por parte de los socios, en este caso será un total de 4 socios, que representa el 80%, también se solicitará el financiamiento de fuentes externas que representa el 20%.

Para el presente proyecto hemos considerado dos instituciones financieras, hablamos del Banco Nacional de Fomento y la Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo, señalamos que la decisión de optar por estas dos instituciones fue porque son las que mayoritariamente apoyan a la creación de proyectos de inversión, además que cobran una tasa de interés más baja que el resto de instituciones financieras.



Mediante la respectiva comparación en cuanto a tasa de interés decidimos quedarnos con el Banco Nacional de Fomento, debido a que cobra la menor tasa de interés, un 10,5% anual.

Los requisitos que exigen tanto el Banco Nacional de Fomento y la Cooperativa de Ahorro y crédito Jardín Azuayo son los siguientes:

#### **4.2.1. BANCO NACIONAL DE FOMENTO**

- Apertura de cuenta
- Copia Cédula, certificado de votación, planilla de luz
- Referencia personal
- Copia de RUC o RISE
- Escrituras
- Promesa de compra venta
- Deposito del 20% del valor de crédito a solicitar
- Copia del proyecto
- Copia del certificado de registro de propiedad
- Avalúo de un perito delegado por la SFB.

El monto del préstamo es de \$100.000; para un plazo de 5 años, a una tasa de interés del 10,5% anual, en el ANEXOS N°20 detallamos la tabla de amortización y los montos correspondientes de los pagos.

#### **4.2.2. COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO JARDIN AZUAYO**

Otorga un monto hasta de \$50.000, a una tasa de interés del 15% anual, los requisitos para otorgar el crédito son:

- Hipoteca
- Copia de escritura
- Copia de pago de predio
- Copia de certificado de venta y gravamen
- Copia de cedula
- Copia de certificado de votación
- Planilla de pago de luz
- Copia de Ruc
- Declaraciones



- Depósito de \$500

### **4.3. PRESUPUESTO DE COSTOS E INGRESOS**

Conocido donde estará ubicado el proyecto y su inversión inicial, es necesario estimar los Ingresos y los Costos del mismo, con el fin de obtener resultados y poder tomar decisiones en cuanto a la viabilidad económica del proyecto.

#### **4.3.1. COSTOS ESTIMADOS**

Para los costos consideramos mano de obra, como ya detallamos en el capítulo anterior requeriremos de un total de 8 personas. Sus sueldos se establecieron en base a la tabla sectorial establecida por el Ministerio de Relaciones Laborales.

Dentro de los gastos administrativos consideraremos el pago que se efectúa por la repartición de trípticos que se realizara únicamente en los tres primeros meses, por motivo de promocionar la hostería, y la creación de la página web, ya que este gasto solo se realiza una sola vez.

Gastos financieros, corresponden al pago del capital y los intereses del préstamo adquirido en el Banco Nacional de Fomento.

Dentro materiales directos, se considera a los alimentos, jabón líquido, papel higiénico y gas, indicamos que para el cálculo de los costos de los alimentos hemos considerado el porcentaje de demanda del servicio el mismo que es del 9%, para los demás consideramos el 100% de la demanda.

Todos los rubros antes mencionados están detallados en el ANEXOS N°24

#### **4.3.2. INGRESOS ESTIMADOS**

Los ingresos se obtendrán a través de la prestación de los distintos servicios que ofrece la hostería, y para su cálculo debemos antes establecer los respectivos costos, para el incremento en los costos se considera una tasa de inflación para los 5 años respectivamente 3,23%, 3.90%, 3,91%, 3,92%, 3,93%.

Los costos tanto del servicio de alimentación, hospedaje y recreación se establecieron a través de averiguaciones a una de las principales hosterías de la



zona, tomamos como ejemplo a este centro porque es el que más se aproxima a prestar los servicios que ofreceremos, con el objeto de que los costos que se estimen estén basados a la realidad y tengan mayor credibilidad.

Para la determinación de los precios consideramos una utilidad del 30% sobre los costos. Para los siguientes años 2014 se considera la tasa de inflación del (3,23%), 2015(3.90%), 2016 (3,91%), 2017 (3,92%), 2018 (3,93%). Como se puede apreciar los precios no subirán de forma exagerada.

Los valores que corresponden a los ingresos están detallados en el ANEXO N°27

#### **4.4. ESTADO DE RESULTADOS ESTIMADOS**

También conocido como estado de pérdidas y ganancias, consiste en la diferencia de los ingresos y los costos que se generan en un periodo de tiempo determinado, en este caso de un año, su resultado indica si existe utilidad o pérdida, de este modo permite a los inversionistas tomar decisiones en cuanto si es o no rentables la puesta en marcha del proyecto.

Siguiendo el formato para elaborar el estado de resultados, hacemos la proyección para 5 años, empezamos con los ingresos, el mismo que para este proyecto se obtiene a través de la venta de los distintos servicios que ofrece la hostería, que restado los costos de venta nos da la utilidad bruta. Par luego restar los respectivos gastos administrativos, gastos financieros, el pago del 15% a trabajadores y 25% de impuesto a la renta.

En el primer año arroja un resultado positivo, en el que se obtiene una utilidad de \$77.829,53 lo que refleja que los ingresos fueron superiores a los costos, de este modo permite cumplir con todas las obligaciones de pago. En los siguientes años también se genera utilidades, cuyos resultados están debidamente detallados en el ANEXO 28

#### **4.5. PUNTO DE EQUILIBRIO**

Se conoce como punto de equilibrio al nivel de actividad y ventas en el cual los ingresos de la empresa se igualan a sus costos y gastos totales. Será por lo tanto aquel donde no se registren pérdidas ni ganancias. (Hernández, 2006, p. 117).



Conocido el concepto de punto de equilibrio, la fórmula para su cálculo es la siguiente:

$$PE (q) = \frac{CF}{CMu}$$

Dónde:

CF = Costos fijos

CMU = Contribución marginal unitaria

La contribución marginal unitaria se obtiene restando el precio unitario menos el costo unitario.

Para el cálculo en unidades monetarias se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE (\$) = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CVT}{IT}\right)}$$

Dónde:

CF = Costo fijo

CVT = Costo variable total

IT = Ingreso total

Conocidas las respectivas fórmulas procedemos al cálculo del punto de equilibrio global, el mismo que está proyectado para 5 años.



Tabla 19: PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO					
AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018
CANTIDAD	7.464	8.040	8.664	9.348	10.068
INGRESOS	244.629,61	274.190,53	306.982,85	343.639,02	383.484,08
PRECIO UNITARIO	32,77	34,10	35,43	36,76	38,09
COSTO UNITARIO	5,77	5,43	5,13	4,84	4,58
COSTO M. UNITARIO	27,01	28,67	30,30	31,92	33,51
COSTO FIJO	71.523,2	71.523,2	71.523,2	71.523,2	71.523,2
COSTO VARIABLE	43.054,4	43.659,8	44.426,7	45.267,4	46.152,5
COSTO TOTAL	114.577,5	115.182,9	115.949,9	116.790,6	117.675,6
P.E.Q	<b>2.648,4</b>	<b>2.494,4</b>	<b>2.360,2</b>	<b>2.240,8</b>	<b>2.134,7</b>
P.E.M	86.799,77	85.068,79	83.625,48	82.374,29	81.308,70

FUENTE: ANEXOS N° 26 y 27

ELABORADO POR: Las autoras

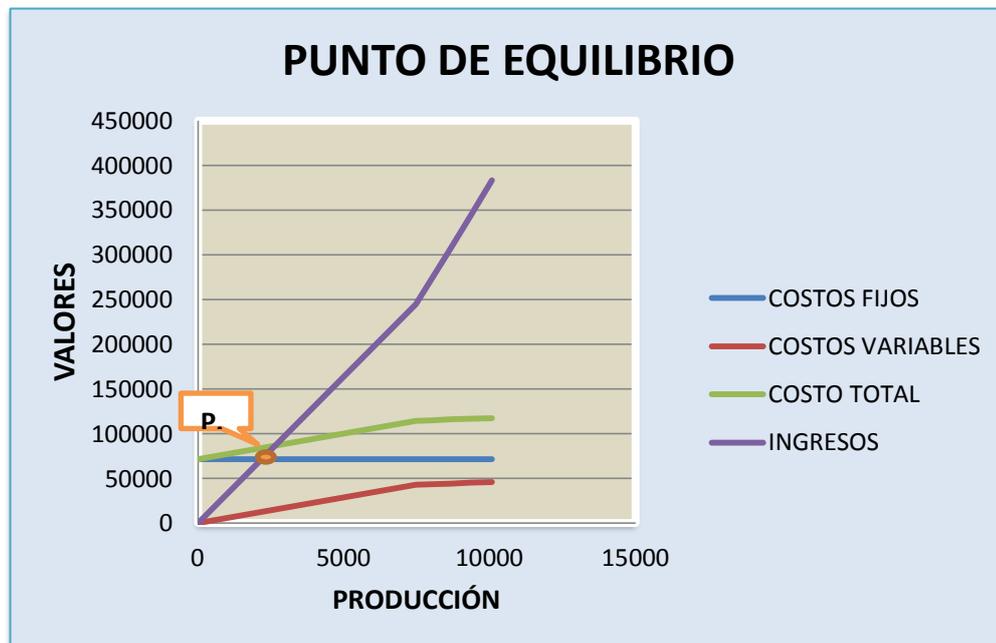
**Interpretación:**

En la tabla podemos observar que a partir del primer año se obtiene utilidad, es decir los ingresos superan los costos, indicando que aun precio unitario de 5,85 con una demanda de 7.464 personas se obtiene monetariamente \$86.799,77; siendo este el equilibrio. Conforme se incrementa el precio unitario, disminuye la cantidad de unidades, debido a que la contribución marginal se incrementa y por ende se requiere vender menos unidades para estar en equilibrio.

Tabla 20: CUADRO RESUMEN PUNTO DE EQUILIBRIO

PRODUCCIÓN	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	INGRESOS
0	71.523,16	0,00	71.523,16	0,00
7.464	71.523,16	43.054,38	114.577,54	244.629,61
8.040	71.523,16	43.659,76	115.182,92	274.190,53
8.664	71.523,16	44.426,71	115.949,87	306.982,85
9.348,00	71.523,16	45.267,44	116.790,60	343.639,02
10.068,00	71.523,16	46.152,48	117.675,64	383.484,08

Gráfico 9: PUNTO DE EQUILIBRIO



FUENTE: Tabla N°17

ELABORADO POR: Las autoras

**Interpretación:**

Como podemos observar en el gráfico anterior, nos encontramos en equilibrio cuando existe una demanda de 2.648 personas, con las cuales obtenemos monetariamente la cantidad de \$86.799,77. Es decir en este punto la hostería no obtiene pérdidas ni ganancias.



#### 4.6. FLUJO DE CAJA

El flujo de caja constituye uno de los estudios más importantes dentro de un proyecto, en el que se sintetiza las entradas y salidas de efectivo que se generan durante el ejercicio económico, los datos que se obtienen de este estudio son utilizados para realizar la evaluación financiera.

Dentro de este estudio también incluimos la inversión inicial, en el ANEXO N° 29 podemos observar el resumen de estos ingresos y egresos, y de su diferencia obtenemos un saldo operativo positivo. Del resultado del saldo operativo restamos los egresos no operacionales, los mismos que corresponden al pago de intereses y crédito a largo plazo, dando como resultado un flujo neto positivo para todos los años.

#### 4.7. EVALUACION FINANCIERA

El objetivo de la evaluación financiera es determinar si es o no conveniente la creación del proyecto, permite comparar las ventajas y desventajas de la asignación de recursos escasos de capital a una determinada inversión.

Para la evaluación financiera de este proyecto emplearemos los índices financieros dinámicos. Entre los índices dinámicos tenemos el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR) y la relación Beneficio/Costo.

##### 4.7.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Para el cálculo del Valor Actual Neto, se utiliza una tasa de descuento, para este proyecto utilizaremos el 10.5% que corresponde a la tasa de interés del préstamo que adquirimos en el Banco Nacional de Fomento.

La fórmula para calcular el VAN es la siguiente

$$VAN = VAN - VAP$$

Dónde:

I = Inversión inicial

$F_t$  = flujo de efectivo neto del periodo t

i = tasa de descuento



t = periodo de tiempo

Dentro de los criterios de decisión tenemos:

Si el VAN es positivo (+): se acepta el proyecto.

Si el VAN es negativo (-): se rechaza el proyecto.

Conocidos estos parámetros el VAN del proyecto es de \$79.367,31 con una tasa de descuento del 10,5%, este valor es el que correspondería a los inversionistas. Por lo tanto es factible la creación del proyecto.

Su respectivo cálculo se puede apreciar en el ANEXO N° 30

#### 4.7.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Se define como la tasa promedio anual de rentabilidad financiera de un proyecto.

Su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$TIR = (- I) + \sum_{t=0}^n \frac{F_t}{(1+t)^t}$$

Dentro de los criterios de decisión tenemos:

Si la TIR es > a la tasa de descuento: se aprueba el proyecto

Si la TIR es < a la tasa de descuento: se rechaza el proyecto

Luego de aplicar la fórmula, la Tasa Interna de Retorno es de 18% restando de la tasa de descuento tenemos una diferencia del 7,5%; lo cual es un valor significativo, por lo que sí es factible la realización de este proyecto.

El periodo de recuperación de la inversión será dentro de 4 años y nueve meses aproximadamente.

Su respectivo calculo esta detallado en el ANEXO N° 30

#### 7.7.3. RELACION BENEFICIO/COSTO

La relación Beneficio/Costo nos permite visualizar si es o no conveniente la ejecución del proyecto, su resultado da conocer cuánto se obtiene de ganancia por cada dólar invertido.



Su fórmula es:

$$B/C = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{Y_t}{(1+i)^t}}{\sum_{t=0}^n \frac{E_t}{(1+i)^t}}$$

Dentro de los criterios de decisión tenemos:

Si la relación Beneficio/Costo > 1 se acepta el proyecto

Si la relación Beneficio/Costos < 1 se rechaza el proyecto

Aplicando su respectiva fórmula dio un resultado de \$1,46; lo que indica que por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de 0,46 centavos. Este valor en términos económicos es bastante aceptable ya que se aproxima a la realidad, esta dentro de un rango considerable de ganancia.

ANEXO N° 31



## CONCLUSIONES

Gracias al análisis del estudio de mercado, técnico y económico-financiero, podemos establecer las siguientes conclusiones:

1. Yunguilla posee una gran variedad de atractivos naturales acompañado de su clima cálido. Con la creación del proyecto se incentivará el turismo, debido a que se promocionará unos de sus principales atractivos, sus tradicionales molindas.
2. Gracias al estudio de mercado se recopiló importante información, logrando obtener el grado de aceptación del proyecto el mismo que dio un porcentaje del 79%, también se pudo constatar que seremos el primer Centro Turístico que ofrecerá recorridos por las distintas molindas y atractivos naturales de la zona.
3. En cuanto al estudio técnico, podemos concluir que la determinación de la ubicación del proyecto y su distribución de planta son muy importantes, ya que de ello dependerá que todas las instalaciones estén adecuadas para la prestación de los servicios, sus respectivos requerimientos de infraestructura, mano de obra, equipos, muebles y enseres, insumos, servicios básicos.
4. Para poner en marcha el proyecto se requiere de una inversión inicial de \$483.980,94. Se financiara el 80% con recursos propios y el 20% con recursos externos.
5. El resultado que se obtuvo del VAN es positivo y tiene un valor considerable, así también el TIR nos da un porcentaje del 18% comparado con la tasa de descuento es un valor significativo, por la tanto es factible la creación de la hostería.



## RECOMENDACIONES

1. Con el análisis de cada uno de los estudios se obtuvo un resultado positivo por lo tanto se recomienda la ejecución del presente proyecto.
2. Para elaborar un proyecto y como punto de partida se debe aplicar de forma efectiva el estudio de mercado ya que de este dependerá en gran medida el éxito o fracaso del mismo, debido a que en este estudio se determinará su grado de aceptación.
3. Para la construcción del proyecto se debe tener en cuenta la topografía del terreno y cuidar de los detalles de la construcción, para que luego no se genere gastos adicionales.
4. Es importante la adopción de estrategias de marketing efectivas, de modo que se cree una imagen en la mente del consumidor y lograr posicionamiento en el mercado.
5. Se debe tener en cuenta que la prestación de los distintos servicios siempre se lo haga con la mayor calidad y eficiencia posible, por lo que se recomienda que el personal esté constantemente capacitado.
6. Cuando hablamos de recuperación de la inversión, lo que a los socios les interesa es recuperar en el tiempo más corto su capital invertido, en este caso se proyectó para 5 años y según los cálculos pertinentes se obtuvo que se recupera aproximadamente a los 4 años 9 meses, por ello se recomienda que se proyecte para más años la vida útil de un proyecto para que la información se aproxime más a la realidad.



## BIBLIOGRAFÍA

### LIBROS:

CHAIN, Nassir Sapag, (2007). Proyectos de inversión, formulación y evaluación, primera edición, México.

HERNÁNDEZ, Edgar, 2006. Proyectos turísticos: formulación y evaluación, Trillas S.A. de C.V., octava edición, México.

PAREDES, Enrique, (2010). Proyectos de Inversión y Desarrollo, Fundamentos de Gestión Integral, Cuenca- Ecuador.

RIVERA, Francisco, 2010. Administración de proyectos, Guía para el aprendizaje, primera edición, México.

ROJAS, Miguel, (2007). Evaluación de proyectos para Ingenieros, Primera Edición, Bogotá Colombia.

SAPAG, Nassir y SAPAG, Reinaldo, 2007. Preparación y evaluación de Proyectos, McGraw-Hill Interamericana S.A., quinta edición, México.

VARELA, Rodrigo, Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas, Segunda Edición.

### TESIS:

GONZALEZ, Rosa, 2011. Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería y aguas termales en la Parroquia Guapán, Universidad de Cuenca.

NARANJO, Lorena y NAVARRO, Pablo, 2004. Proyecto de factibilidad para la creación de un Complejo Turístico, en el Cantón Alausí y desarrollar el turismo en la zona, Universidad Tecnológica Equinoccial.

### PUBLICACIONES:

Ecuador, Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (2001-2010). Censo de Población y Vivienda.



Ecuador, Servicio de Rentas Internas, Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno.

**INTERNET:**

<http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>

<http://rem.gmtulcan.gob.ec/Leyes/REGLAMENTO%20DE%20APLICACION%20DE%20LA%20LEY%20ORGANICA%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO.pdf>



# **ANEXOS**



**ANEXO N° 1**

**ENCUESTA**

La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información útil y confiable sobre la actividad turística en el Valle de Yunguilla, la información que usted proporcione es confidencial y tiene usos estadísticos únicamente. Gracias por su colaboración.

**a) IDENTIFICACION**

**Lugar de residencia:** .....

**Sexo:** Masculino:  Femenino:

**Ocupación:**

Empleado Público:  Empleado Privado:  Trabajador Independiente:

Estudiante:  Otros:

**Nivel de Educación:**

Primaria:  Secundaria:  Superior:  Postgrado:

**Estado Civil:**

Soltero:  Casado:  Divorciado:  Otros:

**b) ACTIVIDADES EN YUNGUILLA**

**1. ¿Cuál es su principal motivo de viaje?**

Recreación

Visita a familiares

Negocios

Otros (Especifique).....

**2. ¿Ud. viaja a Yunguilla?**



Solo

Familiares

Amigos

Otros (Especifique) .....

**3. ¿Cuándo visita Yunguilla a que lugares va?**

Hosterías

Fincas vacacionales

Moliendas

Otros

(Especifique).....

**4. ¿Con qué frecuencia usted visita estos lugares?**

Diario

Semanal

Quincenal

Mensual

Otros (Especifique).....

**5. De los siguientes locales ¿Cuál es el que visita con mayor frecuencia?**

Hostería Sol y Agua

Hostería Bohemia Drinks

Hostería Sol del Valle

Hostería Jardín del Valle

Hostería Primavera

Hostería Jazmín

Hostería los Cisnes

Hostería Canaan

Otras (Especifique).....

**6. ¿Qué servicios demanda Ud. cuando visita estos locales?**



Hospedaje

Alimentación

Recreación

Otros (Especifique).....

**7. ¿Cómo calificaría Ud. la atención, servicios y estancia en el (os) locales visitados?**

Excelente	<input type="checkbox"/>	Muy buena	<input type="checkbox"/>
Buena	<input type="checkbox"/>	Mala	<input type="checkbox"/>
Muy mala	<input type="checkbox"/>	Pésima	<input type="checkbox"/>

¿Por qué?.....

**8. ¿Alguno de estos centros turísticos le ha ofrecido servicios adicionales como recorridos a moliendas y atractivos naturales de la zona?**

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

**9. Ud. contrataría los servicios de un centro turístico que realice recorridos por moliendas, que muestren como se elaboran los derivados de caña de azúcar, y atractivos turísticos de la zona.**

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

¿Por qué?.....

**c. ALIMENTACION**



**1.- ¿Cuándo Ud. está en Yunguilla que tipo de alimentos consume?**

Comida y bebidas típicas  Platos a la carta

Menú  Otros (Especifique).....

**2.- ¿Cuál de los siguientes derivados de la caña de azúcar le gusta más?**

Panela  Agua ardiente

Mapanagua  Guarapo

Ninguno

Si su respuesta es ninguno ¿Por qué?.....

**4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la estadía en una hostería que brinde recorridos por molindas y zonas turísticas del valle de Yunguilla que incluya el servicio de comida y bebida que Ud. elija?**

50 a 100  101 a 150

151 a 200  más de 200

**d) INGRESOS**

**1.Cuál es su nivel de ingresos**

400 a 600  601 a 800

801 a 1000  más de 1000

OBSERVACIONES



.....

.....

.....



ANEXO N° 2

TABULACION DE LAS ENCUESTAS

a) Identificación

DE DONDE NOS VISITA		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
San Fernando	7	2
Santa Isabel	25	6
Cuenca	317	82
La Asunción	5	1
Girón	14	4
Otros	19	5
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

SEXO		
SEXO	FRECUENCIA	%
FEMENINO	213	55
MASCULINO	174	45
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

OCUPACION		
OCUPACION	FRECUENCIA	%
Empleado Publico	56	14
Empleado Privado	171	44
Trabajador Independiente	116	30
Estudiante	41	11
Otros	3	1
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

NIVEL DE EDUCACION		
NIVEL DE EDUCACION	FRECUENCIA	%
Primaria	58	15



Secundaria	167	43
Superior	156	40
Postgrado	6	2
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

ESTADO CIVIL		
ESTADO CIVIL	FRECUENCIA	%
Soltero	183	47
Casado	143	37
Divorciado	37	10
Unión Libre	20	5
Viudo	4	1
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

b) Actividades en Yunguilla

PREGUNTA N° 1		
RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Alimentación	35	9
Recreación	275	71
Hospedaje	77	20
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

Pregunta N° 2		
RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Solo	0	0
Con Amigos	53	44
Con Familiares	67	56
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>120</b>	<b>100</b>



<b>PREGUNTA N° 3</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Hosterías	351	91
Fincas Vacacionales	16	4
Moliendas	20	5
Otras	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

<b>PREGUNTA N° 4</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Diario	0	0
Semanal	41	11
Quincenal	60	15
Mensual	190	49
Otros	96	25
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

<b>PREGUNTA N° 5</b>		
<b>RESPUESTAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>
Hostería Sol y Agua	95	25
Hostería Sol del Valle	59	15
Hostería Bohemia Drinks	120	31
Hostería Jardín del Valle	23	6
Balneario Jazmín	19	5
Hostería Primavera	23	6
Hostería los Cisnes	30	8
Hostería CANAAN	13	3
Otras	5	1
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

<b>PREGUNTA N° 7</b>		
<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>%</b>



Excelente	77	20
Muy Buena	238	62
Buena	47	12
Mala	25	6
Muy Mala	0	0
Pésima	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

PREGUNTA N° 8		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	0	0
NO	387	100
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

PREGUNTA N° 10		
RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
SI	305	79
NO	82	21
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>

c) Alimentación

PREGUNTA N° 1		
RESPUESTAS	FERECUENCIA	%
Comidas y bebidas típicas	184	47
Platos a la carta	104	27
Menú	99	26
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>387</b>	<b>100</b>



ANEXO N° 3

POBLACION VALLE DE YUNGUILLA

LOCACIÓN	ESTRATO	TAMAÑO	PESO(Wi)	P	Q	WiPQ
Almíbar	1	210	0,0153	0,50	0,50	0,00
Cataviña	2	188	0,0137	0,50	0,50	0,00
Cercaloma	3	234	0,0170	0,50	0,50	0,00
Cochaseca	4	117	0,0085	0,50	0,50	0,00
Colinas de Yunguilla	5	73	0,0053	0,50	0,50	0,00
Gualdeleg	6	273	0,0199	0,50	0,50	0,00
La Paz de Portovelo	7	221	0,0161	0,50	0,50	0,00
Corazari	8	180	0,0131	0,50	0,50	0,00
Molinopata	9	98	0,0071	0,50	0,50	0,00
Naranjos	10	144	0,0105	0,50	0,50	0,00
Pillcocajas	11	315	0,0229	0,50	0,50	0,01
Portovelo Grande	12	375	0,0273	0,50	0,50	0,01
San Antonio	13	140	0,0102	0,50	0,50	0,00
San Javier	14	78	0,0057	0,50	0,50	0,00
Sulupali Chico	15	148	0,0108	0,50	0,50	0,00
Tobachiri	16	147	0,0107	0,50	0,50	0,00
Topali	17	136	0,0099	0,50	0,50	0,00
Yaritzahua	18	113	0,0082	0,50	0,50	0,00
Centro Parroquial	19	369	0,0268	0,50	0,50	0,01
Santa Isabel	20	10190	0,7411	0,50	0,50	0,19
<b>TOTAL</b>		<b>14820</b>	<b>1,000</b>			<b>0,25</b>

FUENTE: INEC

ELABORADO POR: Las autoras



**ANEXO N° 4**

**ESTIMACION DE TURISTAS**

LOCACIÓN	ESTRATO	TAMAÑO	PESO(Wi)	VARIANZA(s <sup>2</sup> )	Wi <sup>2</sup>
SOL Y AGUA	1	150	0,2055	178,58	36,69
JARDIN DEL VALLE	2	60	0,0822	178,58	14,68
SOL DEL VALLE	3	120	0,1644	178,58	29,35
BOHEMIA DRINK	4	150	0,2055	178,58	36,69
JAZMIN	5	90	0,1233	178,58	22,02
PRIMAVERI	6	60	0,0822	178,58	14,68
LOS CISNES	7	60	0,0822	178,58	14,68
CANAAN	8	40	0,0548	178,58	9,78
<b>TOTAL</b>		730	1,000		178,58

**FUENTE:** Prueba de campo

**ELABORADO POR:** Las autoras

**ANEXO N° 5**

**SIMBOLOGIA LAY OUT**

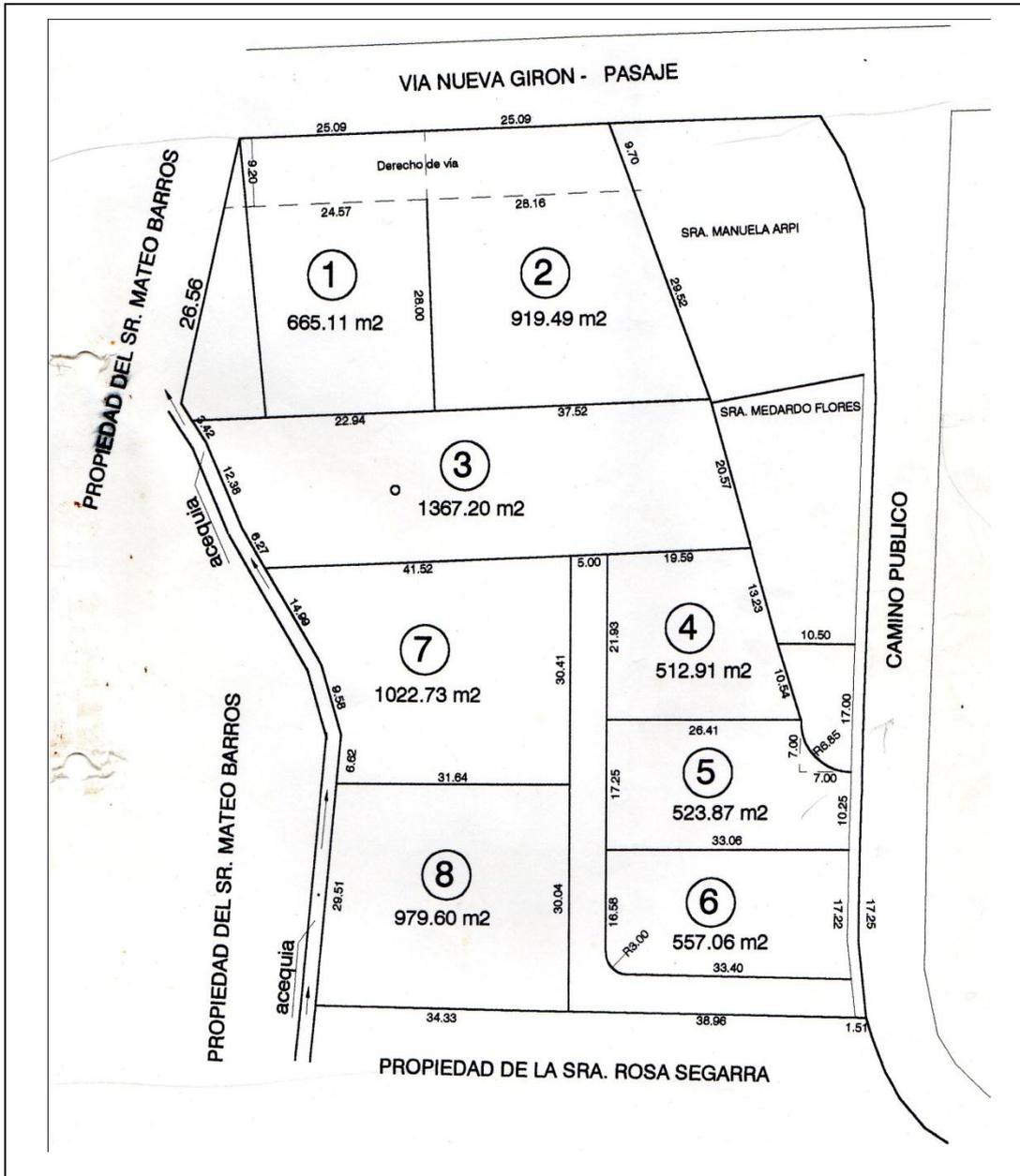
SIMBOLOGIA	DESCRIPCION
A	Casa de guardia
B	Recepción y Administración
C	Parqueadero
D	Sala de Juegos 1 y 2
E	Cancha de uso Múltiple
F	Cabañas dobles
G	Cabañas simples
H	Piscinas, hidromasaje
I	Salón de recepciones y restaurant
J	Juegos infantiles
K	Vestidores

### ANEXO N° 6 FOTOGRAFIAS DE MOLIENDAS



ANEXO N° 7

TERRENO



FUENTE: Ing. Teodoro Tigre



**ANEXO N° 8**

**COSTO DE INFRAESTRUCTURA**

<b>INFRAESTRUCTURA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
CONSTRUCCIONES			
TERRENO	86.000	1	86.000
CABANAS SENCILLAS	18.000	3	54.000
CABANAS DOBLES	25.000	5	125.000
CASA DEL GUARDIA	10.000	1	10.000
RECEPCION	3.000	1	3.000
SALA DE JUEGOS 1	4.000	1	4.000
SALA DE JUEGOS 2	6.000	1	6.000
RESTAURANTE - SALON	35.000	1	35.000
PARQUEADEROS	10.000	1	10.000
MOLIENDA	3.000	1	3.000
PISCINA	19.000	1	19.000
HIDROMASAJES	15.000	1	15.000
FUENTES DE AGUA	5.000	1	5.000
AREAS DE JUEGOS	3.000	1	3.000
ACABADOS	30.000	1	30.000
<b>TOTAL</b>	<b>272.000</b>	<b>21</b>	<b>408.000</b>

**FUENTE:** Cotización Contratista Javier Mogrovejo

**ELABORADO POR:** Las autoras



ANEXO N° 9

CUADRO DE MEDIDAS DE LA COSNTRUCCION

<b>CONSTRUDARC'S</b>					
ARQUITECTO: DARWIN MONTAÑO					
Cabaña 1	14.8 X 10.45	Sala de juegos 2	11 X 7.0	Piscina	12.1 X 13.0
Cabaña 2	8.30 X 12.47	Restaurante salón PB-PA	20.24 x 11.15	Hidromasaje	8.82 X 5.5
Casa guardia	6.58 x 8.2	Parqueaderos	32.46 X 23.22	fuelle de agua principal	9.55 X 11.12
Recepción	2.85 X 5.5	Cominerías	1.2	Fuelle de agua riñón	4.8 X 2.7
Sala de juegos 1	5.3 X 7.0	Molienda	21.45 X 7.5	Áreas de juego	12.0 x 7.0
Cancha multiuso	27.5 x 14.25	Vías	6.0	Miradores	3.5 x 2.0

FUENTE: Arq. Darwin Montaña



**ANEXO N° 10**

**CUADRO DE EMPLAZAMIENTO HOSTERIA KUTAQ**

**ELABORADO POR:** Arq. Darwin Montaña

**ANEXO N° 11**

**ELEVACION FRONTAL CABAÑA DOBLE**



**ELABORADO POR: Arq. Darwin Montaña**

**ANEXO N° 12**

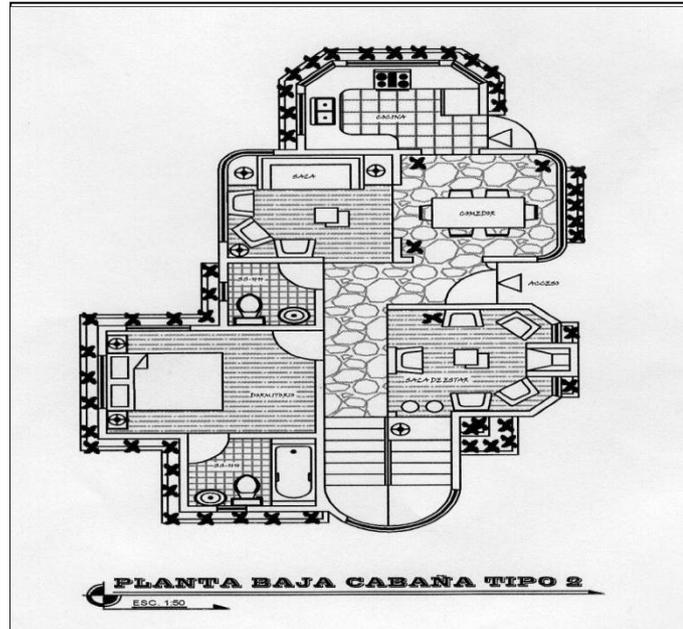
**ELEVACION FRONTAL CABAÑA SIMPLE**



**ELABORADO POR: Arq. Darwin Montaña**

**ANEXO N° 13**

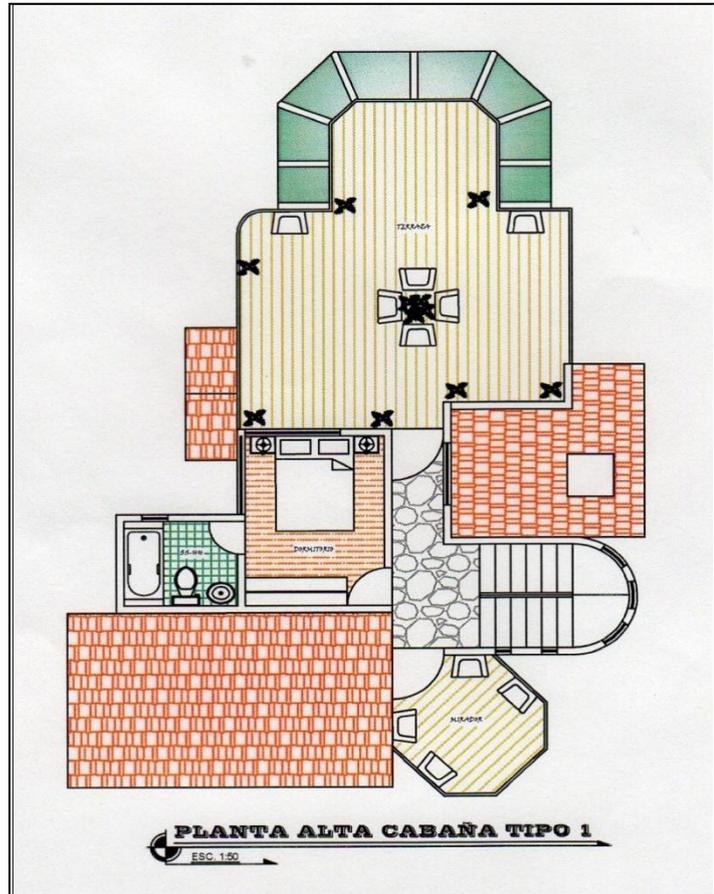
**PLANTA BAJA CABAÑAS DOBLES**



**ELABORADO POR:** Arq. Darwin Montaña

ANEXO N° 14

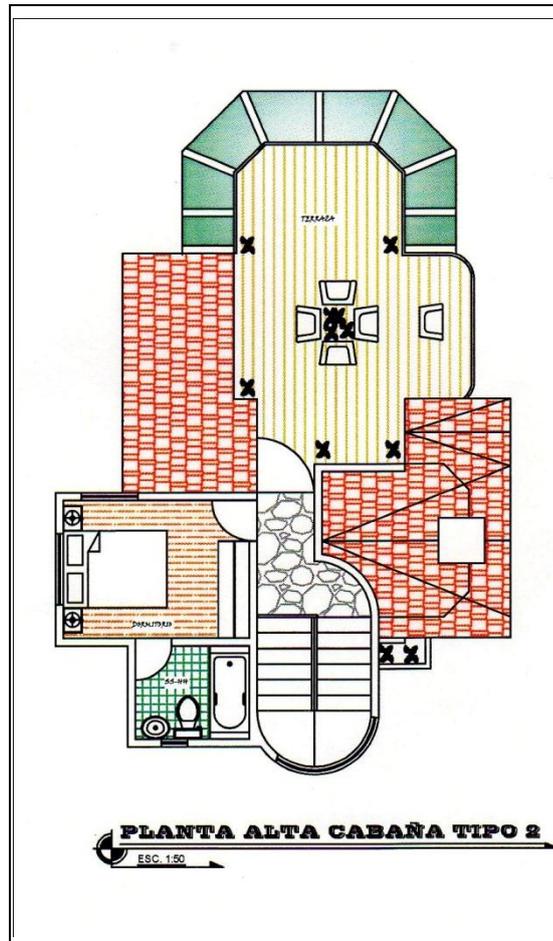
PLANTA ALTA CABAÑAS DOBLES



ELABORADO POR: Arq. Darwin Montaña

ANEXO N° 15

PLANTA ALTA CABAÑA SIMPLE



ELABORADO POR: Arq. Darwin Montaña

## ANEXO N°16

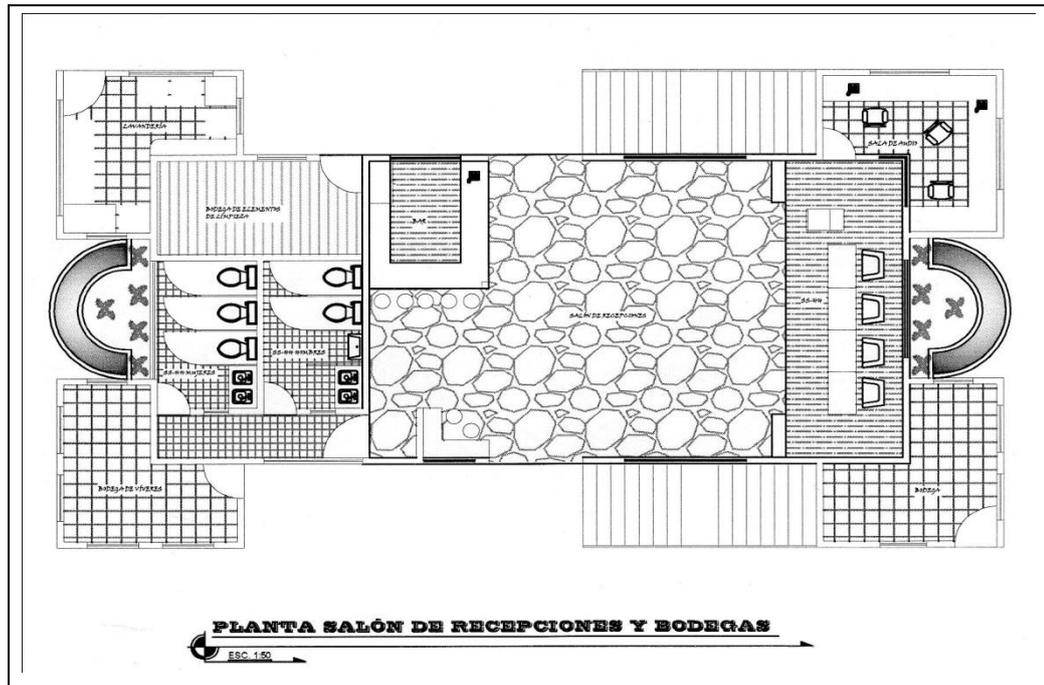
### PLANTA CASA DE GUARDIAN



ELABORADO POR: Arq. Darwin Montaña

ANEXO N° 17

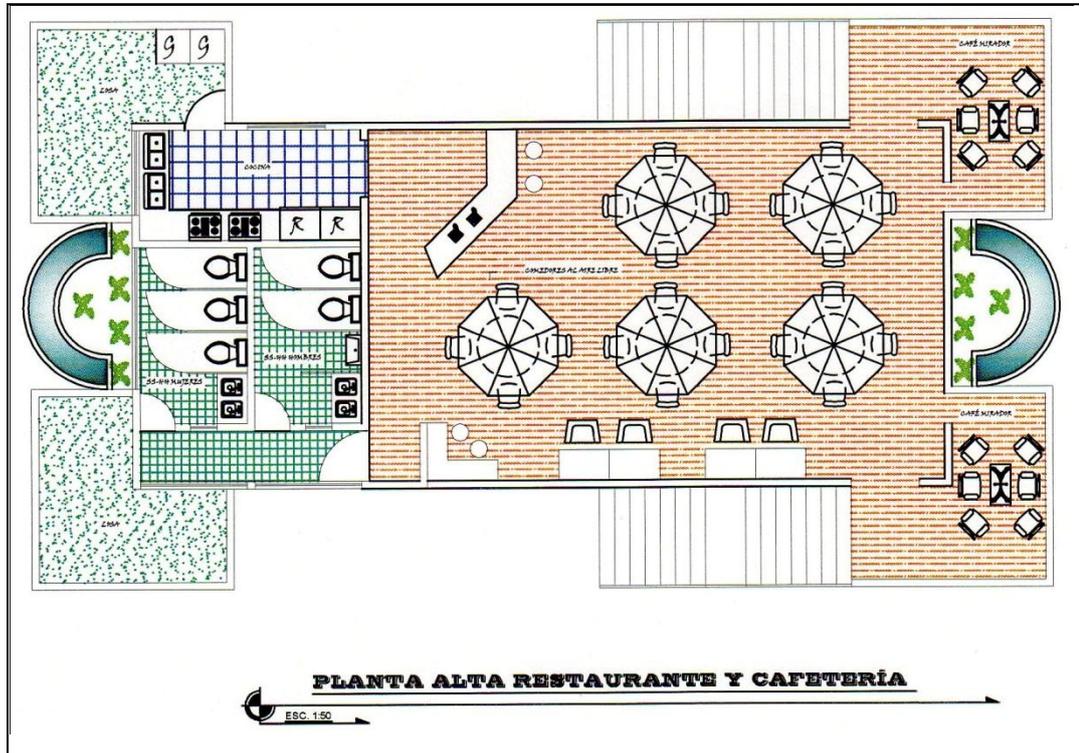
PLANTA SALON DE RECEPCIONES Y BODEGAS



ELABORADO POR: Arq. Darwin Montaña

ANEXO N° 18

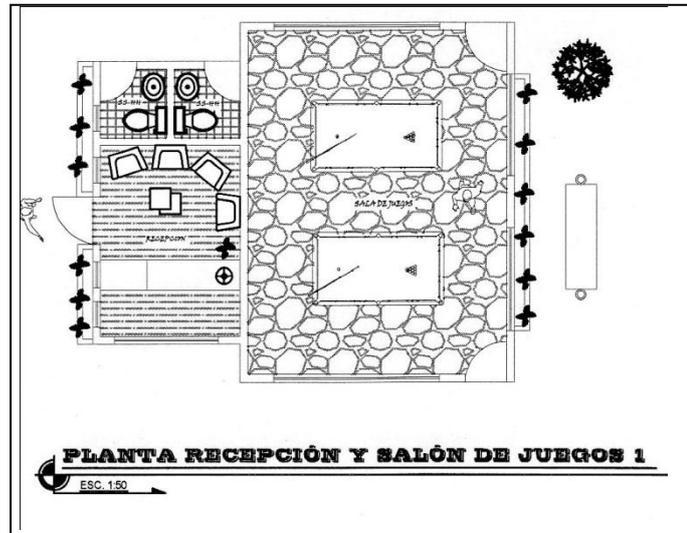
PLANTA RESTAURANTE Y CAFETERIA



ELABORADO POR: Arq. Darwin Montaña

ANEXO N° 19

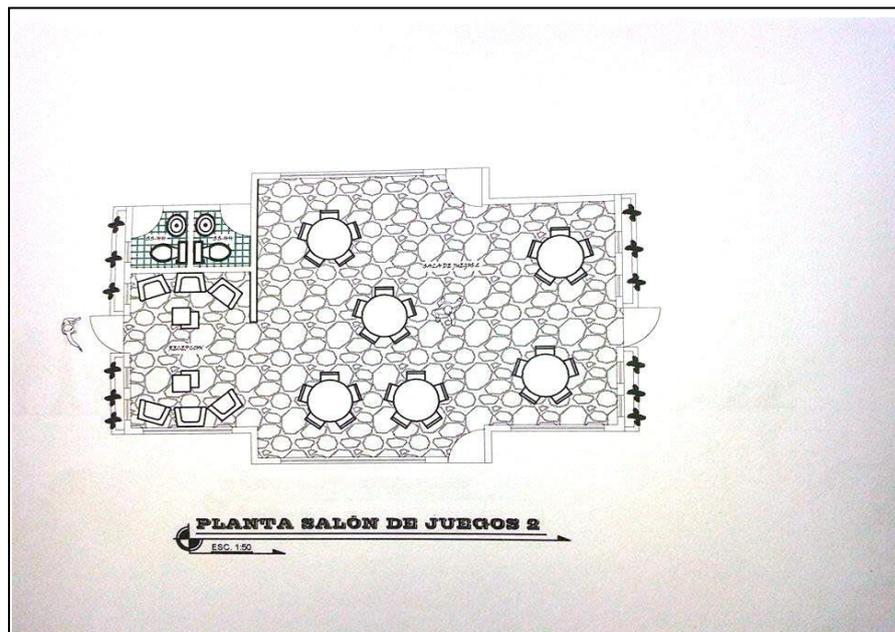
PLANTA SALON DE JUEGOS 1



ELABORADO POR: Arq. Darwin Montaña

ANEXO N° 20

PLANTA SALON DE JUEGOS 2





ANEXO N° 21

DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS					
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	PORCENTAJE	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
Infraestructura	109.000	20	5%	5.450	454,17
Cabañas	179.000	21	5%	8.950	745,83
Piscina	19.000	23	5%	950	79,17
Hidromasajes	15.000	24	5%	750	62,50
Vehículo	30.000	5	20%	6.000	500,00
Equipo de Computación	1.786	3	33%	589,38	49,12
Televisor	4.522	10	10%	452,2	37,68
Refrigerador	2.230	10	10%	223	18,58
Lavadora	670	10	10%	67	5,58
Secadora	540	10	10%	54	4,50
Closet	4.541	10	10%	454,1	37,84
Sillas	3.000	10	10%	300	25,00
Mesas de Madera	1.400	10	10%	140	11,67
Escritorios	628	10	10%	62,8	5,23
<b>TOTAL</b>	<b>371.317</b>			<b>24.442,48</b>	<b>2.036,87</b>

FUENTE: Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

ELABORADO POR: Las autoras



ANEXO N° 22

TABLA DE AMORTIZACION

TABLA DE AMORTIZACION					
<b>BENEFICIARIO</b>					
<b>INSTIT.</b>					
<b>FINANCIERA</b>		<b>CFN</b>			
<b>MONTO EN USD</b>		<b>100.000,00</b>			
<b>TASA DE INTERES</b>		<b>10,50%</b>		<b>T. EFECTIVA 11,0203%</b>	
<b>PLAZO</b>		<b>5 años</b>			
<b>GRACIA</b>		<b>0 años</b>			
<b>FECHA DE INICIO</b>		<b>14/06/2014</b>			
<b>MONEDA</b>		<b>DOLARES</b>			
<b>AMORTIZACION</b>					
<b>CADA</b>		<b>30 días</b>			
		<b>para</b>			
<b>Número de períodos</b>		<b>amortizar 60 capital</b>			
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		100.000,00			
1	14-jul-2014	98.725,61	875,00	1.274,39	2.149,39
2	13-ago-2014	97.440,07	863,85	1.285,54	2.149,39
3	12-sep-2014	96.143,28	852,60	1.296,79	2.149,39
4	12-oct-2014	94.835,14	841,25	1.308,14	2.149,39
5	11-nov-2014	93.515,56	829,81	1.319,58	2.149,39
6	11-dic-2014	92.184,43	818,26	1.331,13	2.149,39
7	10-ene-2015	90.841,66	806,61	1.342,78	2.149,39
8	09-feb-2015	89.487,13	794,86	1.354,53	2.149,39
9	11-mar-2015	88.120,75	783,01	1.366,38	2.149,39
10	10-abr-2015	86.742,42	771,06	1.378,33	2.149,39
11	10-may-2015	85.352,03	759,00	1.390,39	2.149,39
12	09-jun-2015	83.949,47	746,83	1.402,56	2.149,39
13	09-jul-2015	82.534,63	734,56	1.414,83	2.149,39



14	08-ago-2015	81.107,42	722,18	1.427,21	2.149,39
15	07-sep-2015	79.667,72	709,69	1.439,70	2.149,39
16	07-oct-2015	78.215,42	697,09	1.452,30	2.149,39
17	06-nov-2015	76.750,42	684,38	1.465,01	2.149,39
18	06-dic-2015	75.272,59	671,57	1.477,82	2.149,39
19	05-ene-2016	73.781,84	658,64	1.490,75	2.149,39
20	04-feb-2016	72.278,04	645,59	1.503,80	2.149,39
21	05-mar-2016	70.761,08	632,43	1.516,96	2.149,39
22	04-abr-2016	69.230,85	619,16	1.530,23	2.149,39
23	04-may-2016	67.687,23	605,77	1.543,62	2.149,39
24	03-jun-2016	66.130,11	592,26	1.557,13	2.149,39
25	03-jul-2016	64.559,35	578,64	1.570,75	2.149,39
26	02-ago-2016	62.974,86	564,89	1.584,50	2.149,39
27	01-sep-2016	61.376,50	551,03	1.598,36	2.149,39
28	01-oct-2016	59.764,15	537,04	1.612,35	2.149,39
29	31-oct-2016	58.137,70	522,94	1.626,45	2.149,39
30	30-nov-2016	56.497,01	508,70	1.640,69	2.149,39
31	30-dic-2016	54.841,97	494,35	1.655,04	2.149,39
32	29-ene-2017	53.172,45	479,87	1.669,52	2.149,39
33	28-feb-2017	51.488,32	465,26	1.684,13	2.149,39
34	30-mar-2017	49.789,45	450,52	1.698,87	2.149,39
35	29-abr-2017	48.075,72	435,66	1.713,73	2.149,39
36	29-may-2017	46.346,99	420,66	1.728,73	2.149,39
37	28-jun-2017	44.603,14	405,54	1.743,85	2.149,39
38	28-jul-2017	42.844,03	390,28	1.759,11	2.149,39
39	27-ago-2017	41.069,52	374,89	1.774,50	2.149,39
40	26-sep-2017	39.279,49	359,36	1.790,03	2.149,39
41	26-oct-2017	37.473,79	343,70	1.805,69	2.149,39
42	25-nov-2017	35.652,30	327,90	1.821,49	2.149,39
43	25-dic-2017	33.814,87	311,96	1.837,43	2.149,39
44	24-ene-2018	31.961,36	295,88	1.853,51	2.149,39
45	23-feb-2018	30.091,63	279,66	1.869,73	2.149,39
46	25-mar-2018	28.205,54	263,30	1.886,09	2.149,39
47	24-abr-2018	26.302,95	246,80	1.902,59	2.149,39



48	24-may-2018	24.383,71	230,15	1.919,24	2.149,39
49	23-jun-2018	22.447,68	213,36	1.936,03	2.149,39
50	23-jul-2018	20.494,71	196,42	1.952,97	2.149,39
51	22-ago-2018	18.524,64	179,33	1.970,06	2.149,39
52	21-sep-2018	16.537,34	162,09	1.987,30	2.149,39
53	21-oct-2018	14.532,66	144,70	2.004,69	2.149,39
54	20-nov-2018	12.510,43	127,16	2.022,23	2.149,39
55	20-dic-2018	10.470,50	109,47	2.039,92	2.149,39
56	19-ene-2019	8.412,73	91,62	2.057,77	2.149,39
57	18-feb-2019	6.336,95	73,61	2.075,78	2.149,39
58	20-mar-2019	4.261,17	55,45	2.093,94	2.149,39
59	19-abr-2019	2.167,23	37,29	2.112,10	2.149,39
60	19-may-2019	55,13	18,96	2.130,43	2.149,39

FUENTE: BANCO NACIONAL DEL FOMENTO



**ANEXO N° 23**

**COSTO VARIABLE 3 MESES**

<b>COSTO VARIABLE DE LOS INSUMOS</b>									
<b>AÑOS</b>	<b># CLIENTES</b>	<b>ALIMENTOS</b>	<b>JABON LIQUIDO</b>	<b>PAPEL HIGIENICO</b>	<b>LUZ</b>	<b>AGUA</b>	<b>GAS</b>	<b>INSUMOS DE LIMPIEZA</b>	<b>COSTO TOTAL VARIABLE</b>
MES 1	621,64	279,74	62,16	49,73	217,58	43,52	55,95	37,30	745,97
MES2	670,09	301,54	67,01	53,61	234,53	46,91	60,31	40,21	804,11
MES3	722,31	325,04	72,23	57,78	252,81	50,56	65,01	43,34	866,77
<b>TOTAL</b>	<b>2014,04</b>	<b>906,31</b>	<b>201,40</b>	<b>161,12</b>	<b>704,91</b>	<b>140,98</b>	<b>181,26</b>	<b>120,84</b>	<b>2416,85</b>

**FUENTE:** Demanda mensual, indagación de costos a otros centros

**ELABORADO POR:** Las autoras



**ANEXO N° 24**

**COSTO VARIABLE ANUAL**

<b>COSTO VARIABLE DE LOS INSUMOS</b>									
<b>AÑOS</b>	<b># CLIENTES</b>	<b>ALIMENTOS</b>	<b>JABON LIQUIDO</b>	<b>PAPEL HIGIENICO</b>	<b>LUZ</b>	<b>AGUA</b>	<b>GAS</b>	<b>INSUMOS DE LIMPIEZA</b>	<b>COSTO TOTAL VARIABLE</b>
2014	7.464	3.358,8	746,4	597,12	2.612,4	522,48	671,76	447,84	8.956,8
2015	8.040	3.618	804	643,2	2.814	562,8	723,6	482,4	9648
2016	8.664	3.898,8	866,4	693,12	3.032,4	606,48	779,76	519,84	10.396,8
2017	9.348	4.206,6	934,8	747,84	3.271,8	654,36	841,32	560,88	11.217,6
1018	10.068	4.530,6	1.006,8	805,44	3.523,8	704,76	906,12	604,08	12.081,6
<b>TOTAL</b>	<b>43.584</b>	<b>19612,8</b>	<b>4.358,4</b>	<b>3.486,72</b>	<b>15.254,4</b>	<b>3.050,88</b>	<b>3.922,56</b>	<b>2.615,04</b>	<b>52.300,8</b>

**FUENTE:** Demanda anual, indagación de costos a otros centros

**ELABORADO POR:** Las autoras



## ANEXO N° 25 A: PRESUPUESTO DE INVERSIONES

PRESUPUESTO DE INVERSIONES				
1	<b>INVERSIONES FIJAS</b>			483.980,94
1.1	<b>TERRENO</b>			86.000
1.1.1	Terreno	1	86.000	86.000
1.2	<b>EDIFICACIONES</b>			322.000
1.2.1	Infraestructura	1	109.000	109.000
1.2.2	Cabañas	1	179.000	179.000
1.2.3	Piscina	1	19.000	19.000
1.2.4	Hidromasaje	1	15.000	15.000
1.3	<b>VEHICULOS</b>			30.000
1.3.1	Vehículos		30.000	30.000
1.4	<b>Equipos de instalación</b>			13.709
1.4.1.	Computadoras	3	430	1.290
1.4.2	Impresoras	2	248	496
1.4.3	Fax	1	88	88
1.4.4	Televisor 22"	19	238	4.522
1.4.5	Teatro en Casa	1	375	375
1.4.6	Teléfonos	6	32	192
1.4.7	Kit de mantenimiento	1	276	276
1.4.8	Calefón	1	624	624
1.4.9	Freidora	2	30	60
1.4.10	Congelador	1	228	228
1.4.11	Cilindro de Gas	2	25	50
1.4.12	Refrigerador	1	2.230	2.230
1.4.13	Cocina industrial	1	175	175
1.4.14	Licuada	1	145	145
1.4.15	Microondas	1	218	218
1.4.16	Batidora	1	98	98
1.4.17	Cafetera	2	25	50
1.4.18	Extractor de Jugos	3	5	15



1.4.19	Sanduchera	1	43	43
1.4.20	Extractor de olores	1	175	175
1.4.21	Equipo de sonido	1	250	250
1.4.22	Lavadora	1	670	670
1.4.23	Secadora	1	540	540
1.4.24	Plancha	1	23	23
1.4.25	Cortadora de césped	1	876	876
<b>1.5</b>	<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>2.068</b>
1.5.1	Artículos de decoración	60	15	900
1.5.2	Sillas para oficina	12	30	360
1.5.3	Escritorios	4	157	628
1.5.4	Archivadores	3	60	180
<b>1.6</b>	<b>ACCESORIOS Y SERVICIOS</b>			<b>30.203,94</b>
1.6.1	Menaje de Dormitorio	1	14.802	14.802
1.6.2	Menaje de Cocina	1	11.417,94	11.417,94
1.6.3	Agua	1	800	800
1.6.4	Teléfono	1	100	100
1.6.5	Medidor de Luz	1	220	220
1.6.6	TV cable	1	55	55
1.6.7	Área de Recreación	1	2.809	2.809

**ELABORADO POR:** Las autoras



**ANEXO 25 B**

**PRESUPUESTO DE CAPITAL**

<b>PRESUPUESTO DE CAPITAL</b>		
<b>CODIGO</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>TOTAL</b>
<b>2</b>	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>11.001,33</b>
<b>2.1</b>	<b>MANO DE OBRA</b>	<b>7.560</b>
2.1.1	Sueldos de Administración	5.280
2.1.2	Sueldos Operativos	2.280
<b>2.2</b>	<b>GASTOS DIRECTOS</b>	<b>1.450,1</b>
2.2.1	Alimentos	906,32
2.2.2	Jabón Liquido	201,4
2.2.3	Papel Higiénico	161,12
2.2.4	Gas	181,26
<b>2.3</b>	<b>GASTOS PUBLICITARIOS</b>	<b>858</b>
2.3.1	Radio	270
1.3.2	Televisión	450
2.3.3	Hojas Volantes	18
2.3.4	Pagina Web	120
<b>2.4</b>	<b>GASTOS ADMINISTRATIVAS</b>	<b>1.133,23</b>
2.4.1	Suministros oficina	96
2.4.2	Luz	704,91
2.4.3	Agua	140,98
2.4.4	Teléfono	70,5
2.4.5	Insumos de Limpieza	120,84

**ELABORADO POR:** Las autoras



**ANEXO N° 26**

**COSTOS Y GASTOS DE LA HOSTERIA**

<b>COSTOS Y GASTOS</b>						
<b>DESCRIPCION</b>		<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Invers. Fija	483.980,94	0	0	0	0	0
Mano de Obra		30.240	30.240	30.240	30.240	30.240
Gastos Directos		5.547,66	6.014,56	6.481,99	6.994,40	7.533,84
Gast. Admi. Y Vta		52.997,2	53.135,68	53.435,2	53.763,52	54.109,12
Gastos Financieros		25.792,68	25.792,68	25.792,68	25.792,68	25.792,68
<b>TOTAL</b>	<b>483.980,94</b>	<b>114.577,543</b>	<b>115.182,923</b>	<b>115.949,869</b>	<b>116.790,598</b>	<b>117.675,644</b>
COSTO FIJO		71.523,16	71.523,16	71.523,16	71.523,16	71.523,16
COSTO VARIABLE		43.054,3828	43.659,7632	44.426,7089	45.267,438	46.152,4841
<b>COSTO TOTAL</b>		<b>114.577,543</b>	<b>115.182,923</b>	<b>115.949,869</b>	<b>116.790,598</b>	<b>117.675,644</b>

**FUENTE:** Estimación De costos fijos y variables, demanda proyectada

**ELABORADO POR:** Las autoras



ANEXO N° 27

ESTIMACION DE INGRESOS

INGRESOS DE LA HOSTERIA						
AÑOS PROYECTADOS						
	DESCRIPCION	2014	2015	1016	2017	2018
20%	HOSPEDAJE	1.492,8	1.608	1.732,8	1.869,6	2.013,6
71%	RECREACION	5.299,44	5.708,4	6.151,44	6.637,08	7.148,28
9%	ALIMENTACION	671,76	723,6	779,76	841,32	906,12
	<b>TOTAL</b>	<b>7.464</b>	<b>8.040</b>	<b>8.664</b>	<b>9.348</b>	<b>10.068</b>
	PRECIO EN DOLARES					
	HOSPEDAJE	28,86	30,03	31,20	32,37	33,54
	RECREACION	37	38,5	40	41,5	43
	ALIMENTACION	8,14	8,47	8,8	9,13	9,46
	<b>TOTAL</b>	<b>74,00</b>	<b>77</b>	<b>80</b>	<b>83</b>	<b>86</b>
	PROMEDIO	24,67	25,67	26,67	27,67	28,67
	PRODUCTO					
	HOSPEDAJE	43.082,21	48.288,24	54.063,36	60.518,95	67.536,14
	RECREACION	196.079,28	219.773,40	246.057,60	275.438,82	307.376,04
	ALIMENTACION	5.468,13	6.128,89	6.861,89	7.681,25	8.571,90
	<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>244.629,61</b>	<b>274.190,53</b>	<b>306.982,85</b>	<b>343.639,02</b>	<b>383.484,08</b>

FUENTE: Costos variables, demanda proyectada, encuestas

ELABORADO POR: Las autoras



## ANEXO N° 28

## ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS					
CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
<b>INGRESOS</b>					
Ventas Netas	244.629,61	274.190,53	306.982,85	343.639,02	383.484,08
Costos					
Costo de Venta	43.054,38	43.659,76	44.426,71	45.267,44	46.152,48
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>201.575,23</b>	<b>230.530,77</b>	<b>262.556,14</b>	<b>298.371,59</b>	<b>337.331,60</b>
<b>GASTOS DE ADM. Y VENTA</b>	<b>62.117,20</b>	<b>62.255,68</b>	<b>62.555,20</b>	<b>62.883,52</b>	<b>63.229,12</b>
Sueldos a Empleados	30.240,00	30.240,00	30.240,00	30.240,00	30.240,00
Suministros de Oficina	384,00	384,00	384,00	384,00	384,00
Servicios Básicos	3.416,88	3.658,80	3.920,88	4.208,16	4.510,56
Insumos de Limpieza	447,84	482,40	519,84	560,88	604,08
Publicidad	3.018,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Depreciación	24.442,48	24.442,48	24.442,48	24.442,48	24.442,48
TV Cable	168,00	168,00	168,00	168,00	168,00
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>139.458,03</b>	<b>168.275,09</b>	<b>200.000,94</b>	<b>235.488,07</b>	<b>274.102,48</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>9.742,15</b>	<b>7.973,32</b>	<b>6.009,57</b>	<b>3.829,40</b>	<b>1.409,45</b>
Interés Préstamo	9.742,15	7.973,32	6.009,57	3.829,40	1.409,45
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>129.715,88</b>	<b>160301,77</b>	<b>193991,37</b>	<b>231658,67</b>	<b>272693,03</b>
15% Trabajadores	19.457,38	24.045,27	29.098,71	34.748,80	40.903,95
25% Imp. A la Renta	32.428,97	40.075,44	48.497,84	57.914,67	68.173,26
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>77.829,53</b>	<b>96.181,06</b>	<b>116.394,82</b>	<b>138.995,20</b>	<b>163.615,82</b>

FUENTE: Estimación ingresos, costos y gastos, préstamo bancario

ELABORADO POR: Las autora



ANEXO N° 29

PRESUPUESTO DE CAJA

PRESUPUESTO DE CAJA						
CONCEPTO		1	2	3	4	5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Hospedaje		43.082,21	48.288,24	54.063,36	60.518,95	67.536,14
Recreación		196.079,28	219.773,40	246.057,60	275.438,82	307.376,04
Alimentación		5.468,13	6.128,89	6.861,89	7.681,25	8.571,90
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>244.629,61</b>	<b>274.190,53</b>	<b>306.982,85</b>	<b>343.639,02</b>	<b>383.484,08</b>
<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>						
Mano de Obra		<b>30.340</b>	<b>30.340</b>	<b>30.340</b>	<b>30.340</b>	<b>30.340</b>
Gastos Directos		5.547,66	6.014,56	6.481,99	6.994,40	7.533,84
Gast. Adm. Y Vtas		3.1877,2	32.015,68	32.315,2	32.643,52	32.989,12
Pago Partici. De Utili.		20.825,38	254.13,27	30.466,71	36.116,80	42.271,95
Pago Imp. A la Renta		34.708,97	42.355,44	50.777,84	60.194,67	70.453,26
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>123.299,22</b>	<b>136.138,95</b>	<b>150.381,74</b>	<b>166.289,38</b>	<b>183.588,17</b>
<b>SALDO OPERATIVO</b>		<b>121.330,40</b>	<b>138.051,58</b>	<b>156.601,11</b>	<b>177.349,64</b>	<b>199.895,91</b>
<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Crédito L/P	100.000	0	0	0	0	0
<b>TOTAL INGRESO NO OPERATIVO</b>						
<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>						
Depreciación		24.442,48	24.442,48	24.442,48	24.442,48	24.442,48
Pago de Intereses		9.742,15	7.973,32	6.009,57	3.829,4	1.409,45
Pago crédito a L/P		-16.050,53	-17.819,36	-19.783,11	-21.963,28	-24.383,23
Inversiones Fijas	483.981	0	0	0	0	0
Capital de Trabajo	-11.001	0	0	0	0	0



TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	394.982	-6.308,38	-9.846,04	-13.773,54	-18.133,88	-22.973,78
SALDO NO OPERATIVO			25.792,68	257.92,68	25.792,68	25.792,68	25.792,68
FLUJO NETO	-	394.982	95.537,72	112.258,90	130.808,43	151.556,96	174.103,23

FUENTE: Estado de resultados

ELABORADO POR: Las autoras

**ANEXO N° 30**

**VALOR ACTUAL NETO (VAN), TASA INTERNA DE RETORNO (TIR),  
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION**

VALOR ACTUAL NETO						
ANOS	INVERSION	2014	2015	2016	2017	2018
FLUJO NETO	-394.982,27	95.537,719	112.258,901	130.808,431	151.556,959	174.103,225
TASA DE INTERES	10,50%					
VAN	79.367,31 €					
TIR	18%					
PAY BACK	4,98 €					

FUENTE: Flujo de caja

EABORADO POR: Las autoras



**ANEXO N°31**

**BENEFICIO/COSTO**

<b>BENEFICIO – COSTO</b>							
<b>ANOS</b>		<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	
<b>INGRESOS</b>		244.629,614	274.190,532	306.982,848	343.639,024	383.484,079	1.552.926,1
<b>COSTOS</b>		114.577,543	115.182,923	115.949,869	116.790,598	117.675,644	580.176,577
<b>INVERSION</b>	483.980,94						
<b>COSTO</b>							
<b>BENEFICIO</b>	1,46						

**FUENTE:** Flujo de caja

**ELABORADO POR:** Las autoras



## DISEÑO DE LA TESIS

### DISEÑO DE TESIS

#### TITULO:

“Propuesta para la creación de un centro Turístico en el Valle de Yunguilla, periodo 2013 – 2018”.

#### 1. OBJETIVO GENERAL:

Elaborar una propuesta para la creación de un Centro Turístico en el Valle de Yunguilla.

#### 2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar el mercado potencial del centro turístico en el Valle de Yunguilla
- Determinar la disponibilidad y suministro de insumos en la creación de un centro turístico.
- Determinar la factibilidad Económica – Financiera del proyecto.

#### 3. MARCO TEORICO:

1.-Turismo.- Según las conclusiones de la Conferencia de Ottawa de la Organización Mundial del Turismo, considera al Turismo como el “conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en los lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

El turismo comprende aquellas actividades que las personas realizan durante sus viajes a diferentes lugares, con fines de distracción, negocio u otros motivos.

El tema turismo tiene aplicación en la creación del Centro, ya que su principal actividad es la prestación servicios turísticos.



**2.- Estudio de mercado.-** El estudio de mercado tiene como objeto estimar la cuantía de bienes o servicios provenientes a una nueva unidad de producción (proyecto) que la comunidad (sociedad o mercado) requeriría o estaría dispuesta a adquirir a determinados precios y en determinadas condiciones (espaciales cronológicas). (Paredes, 2010, p. 35).

Cuando hablamos de estudio de mercado nos referimos a la actividad que vincula al negocio con los posibles consumidores potenciales, y de esta forma generar propuestas de valor.

El tema estudio de mercado tiene aplicación en la creación del Centro Turístico, ya que constituye uno de los primeros pasos para poner en marcha la idea de negocio, con la que se determinará si nuestra propuesta tendrá o no aceptación.

**Estudio técnico.-** El objetivo central del análisis técnico es determinar si es posible lograr elaborar y vender el producto/servicio con la calidad, cantidad y costo requerido. Para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, suministros, consumos unitarios, procesos, ordenamiento de procesos, recursos humanos en cantidad y calidad, proveedores, etcétera

Al hablar de estudio técnico hacemos referencia a la explicación detallada la infraestructura que poseerá el Centro Turístico, incluyendo aspectos como: materias primas, mano de obra, equipos, inversión requerida, tamaño, localización, etc.

El tema estudio técnico tiene aplicación en la creación del Centro Turístico, ya que conforma la segunda parte de un proyecto de inversión, en la vamos a poder especificar a detalle cómo estarán conformadas las instalaciones, cuanto será el monto de inversión requerida, y todas aquellas características físicas del Centro, de modo que se analicen todas la opciones y se pueda elegir la mejor.

**Estudio Económico.-** El estudio económico conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior -Estudio Técnico-; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.



El estudio económico analiza los ingresos, costos y gastos estimados que se efectuaran en la inversión, de modo que se determine la rentabilidad económica del proyecto.

El tema estudio económico tiene aplicación en la creación del Centro Turístico, ya que es una parte esencial dentro de un proyecto de inversión.

**Estudio Financiero.-** Consisten en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos. Sin embargo y debido a que no se ha proporcionado toda la información necesaria para la evaluación, en esta etapa deben definirse todos aquellos elementos que debe suministrar el propio estudio financiero. El caso clásico es el monto que debe invertirse en capital de trabajo o el valor del desecho del proyecto. (Rojas, 2007, p. 57)

El estudio financiero comprende el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, previo a su puesta en marcha.

El tema estudio financiero tiene aplicación en la creación del Centro Turístico, ya que en el podremos determinar el valor actual neto, la tasa interna de retorno y de esta forma determinar la rentabilidad económica del proyecto. El estudio financiero va de la mano con el estudio económico.

#### **4. PROBLEMA:**

El Valle de Yunguilla carece de un centro turístico que a más de ofrecer recreación y distracción, brinde al turista la oportunidad de presenciar el proceso de elaboración de los distintos derivados de la caña de azúcar, siendo esta la actividad principal de la zona, es así que con el constante crecimiento del turismo, se hace necesario para el desarrollo del mismo crear nuevas alternativas que satisfagan las necesidades de los visitantes.

Estos factores nos han permitido generar la idea de negocio, con la finalidad de incentivar el desarrollo del turismo, ofreciendo servicios totalmente distintos a lo tradicional y de esta forma obtener beneficios.

#### **5.**



## 6. METODOLOGÍA:

Para la elaboración del proyecto se empleara la siguiente metodología:

### **Estudio de Mercado**

Detección del tema y determinación de objetivos, trabajo de investigación preliminar, diseño y codificación del cuestionario, muestreo, tabulación de datos; análisis de resultados y elaboración del informe, presentación del informe final, proyección de la demanda, oferta, determinación de precios.

La utilización de esta técnica es con el fin de recolectar la información necesaria que nos ayude a efectuar la investigación de mercado y de esta forma precisar si nuestra idea de negocio tendrá aceptación.

### **Estudio Técnico**

Dentro del estudio técnico se tendrá que especificar la localización, es decir determinar la ubicación óptima del Centro Turístico. Especificaciones técnicas, donde se presentara información especializada consistente en planos de detalle, maquetas, prototipos. Distribución de planta, (Lay Out). Requerimientos de mano de obra, muebles y enseres, equipo e instalaciones, servicios básicos, insumos.

### **Estudio Económico**

Para el estudio económico se determinara los ingresos estimados, es decir las ventas estimadas del servicio.

Costos y gastos estimados, el mismo que consiste en establecer los costos directos e indirectos. Balance proyectado.

### **Evaluación financiera**

Para el estudio se empleará los índices financieros estáticos (solvencia, liquidez, endeudamiento, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno Financiera (TIR).



## 7. BIBLIOGRAFÍA:

### LIBROS:

CHAIN, NassirSapag, (2007). Proyectos de inversión, formulación y evaluación, México, Primera edición.

GALLEGO, Jesús; MELENDO Ramón (2014). Diccionario de Hotelería, España, Thomson Editores Spain.

PAREDES, Enrique, (2010). Proyectos de Inversión y Desarrollo, Fundamentos de Gestión Integral, Cuenca- Ecuador.

ROJAS, Miguel, (2007), Evaluación de proyectos para Ingenieros, Primera Edición, Bogotá Colombia.

VARELA, Rodrigo, Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en a Creación de Empresas, Segunda Edición.

Internet:

<sup>1</sup><http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap3.pdf>



**8. CRONOGRAMA:**

ACTIVIDADES	MAYO		JUNIO			JULIO			AGOSTO			SEPTIEMBRE				
Elaboracion y Aprobacion del Esquema de Tesis	■	■														
Recoleccion de Informacion y Elaboracion del Primer Capitulo		■	■	■												
Recoleccion de Informacion y Elaboracion del segundo Capitulo					■	■	■									
Recoleccion de Informacion y Elaboracion del Tercer Capitulo								■	■	■						
Recoleccion de Informacion y Elaboracion del CuartoCapitulo										■	■	■				
Recoleccion de Informacion y Elaboracion del Quinto Capitulo											■	■	■			
Revision y Modificacion													■	■		





### **Capítulo III**

#### ESTUDIO TECNICO

- 3.1. Localización
  - 3.1.1 Macro-localización
  - 3.1.2 Micro-localización
  - 3.1.3 Criterios de localización
- 3.2. Diagrama de proceso
- 3.3. Especificaciones técnicas
- 3.4. Costos de producción

### **Capítulo IV**

#### ESTUDIO ECONOMICO-FINANCIERO

- 4.1 Plan de inversiones
  - 4.1.1 Inversiones fijas
  - 4.1.2 Capital de trabajo
- 4.2 Financiamiento del proyecto
- 4.3 Presupuesto de costos e ingresos
- 4.4 Estado de resultados
- 4.5 Punto de equilibrio
- 4.6 Flujo de caja
- 4.7 Evaluación financiera

### **CAPITULO V**

Conclusiones

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos