



RESUMEN

El presente trabajo tiene por objetivo principal dar una respuesta acertada y adecuada sobre la ejecución o no del proyecto “**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE SAGEO DEL CANTÓN BIBLIÁN EN EL PERÍODO 2010 - 2014** que satisfaga las necesidades de los visitantes nacionales y extranjeros.

En el primer capítulo se da a conocer los antecedentes históricos de la parroquia, además se menciona aspectos teóricos que nos sirvieron para el desarrollo de nuestra investigación.

El segundo capítulo se determinó el segmento de mercado, además se realizó un análisis de la demanda, oferta y de las 4PS dentro del proyecto.

En el tercer capítulo determinamos la filosofía del proyecto, se realizó también un análisis del macroambiente y se determinó el FODA del proyecto.

En el cuarto capítulo se pudo establecer la capacidad adecuada y la disponibilidad de recursos humanos necesarios para el desarrollo del proyecto.

En el quinto capítulo se estipula los aspectos legales que se deben cumplir y la estructura organizacional.

En el sexto capítulo se presenta los estados financieros.

En el séptimo capítulo se realizó un estudio social y ambiental donde se definió los aspectos positivos y negativos del proyecto.

Y para finalizar se redactó las conclusiones y las recomendaciones que serán importantes seguirlas para solucionar algunos inconvenientes.

PALABRAS CLAVES

Factibilidad, Hostería, Estudio de Mercado, Plan de Marketing, Estudio Técnico, Estudio Organizacional y Legal, Estudio Financiero.



ABSTRAC

The main objective of the present work is to have an appropriate vision about the achievement of the project "Analysis of possibility for the creation of a hostelry in the San Francisco de Sageo Parish in the Biblian Country in the 2010-2014 period", which satisfy the necessities of national and foreign visitors.

In the first chapter are the historic antecedents of the parish during the years, also mentioned in this chapter.

In the second chapter the market segment, also made an analysis of demand, offer and the competition setting the 4PS of the project.

In the third chapter we determined the philosophy of the project, we also made an analysis of the macro atmosphere and finally we carried out the FORD of the project.

In the fourth chapter we set the suitable capacity and the human resources needed for the development of the project.

In the fifth chapter we stipulated the legal aspects and the organizational structure.

In the sixth chapter we presented the financial statements.

In the seventh chapter made a social and atmosphere study in order to define the positive and negative aspects of the project.

Finally, we drew up the conclusion and the recommendations which will be very important to solve inconvenient.

Key Words

Feasibility, hostelry, market Research, marketing Plan, Technical Research, Organizational and Legal Research, Financial Research



INDICE

RESUMEN	1
RESPONSABILIDAD	7
DEDICATORIA.....	9
AGRADECIMIENTO.....	10
INTRODUCCIÓN	11

CAPÍTULO 1

1.1 ANTECEDENTES	14
1.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PARROQUIA.....	14
1.1.2 SITUACIÓN Y LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:	14
1.1.3 LÍMITES DE LA PARROQUIA.....	115
1.1.4 DIVISIÓN POLÍTICA	15
1.1.5 DEMOGRAFÍA.....	16
1.1.6 CLIMA.....	16
1.1.7 HIDROGRAFÍA:	17
1.1.8 PRODUCCIÓN E INDUSTRIAS.....	17
1.1.9 ATRACTIVOS TURÍSTICOS:	18
1.1.10 ARQUITECTURA.....	19
1.2 MARCO TEÓRICO	20
1.2.1 EL TURISMO	20
1.2.2 ESTUDIO DE MERCADO	21
1.2.3 ANÁLISIS DE MERCADO	23
1.2.4 PLAN DE MARKETING.....	24
1.2.5 ANÁLISIS AMBIENTAL.....	25
1.2.6 ESTUDIO TÉCNICO	26
1.2.7 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL	30
1.2.8 ESTUDIO FINANCIERO	31
1.2.9 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL.....	36

CAPÍTULO 2

ESTUDIO DE MERCADO	39
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	39
2.1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	39
2.1.2 OBJETIVOS.....	39



2.1.3	DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	39
2.1.4	DEFINICIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN	40
2.1.5	DEFINICIÓN DEL INFORMANTE	42
2.1.6	ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO	43
2.1.7	DEFINICIÓN DE LA EXTENSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
2.1.8	ORDENAMIENTO, TABULACIÓN, SISTEMATIZACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.	45
2.1.9	ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL	56
2.2	ANÁLISIS DEL MERCADO	56
2.2.1	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	56
2.2.2	ANÁLISIS DE LA OFERTA	58
2.2.3	ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	58
2.2.4	ANÁLISIS DE LAS 4PS (PRODUCTO, PRECIO, PLAZA, PUBLICIDAD).....	60
CAPÍTULO 3		
PLAN DE MARKETING.....		69
3.1	MISIÓN.....	69
3.2	VISIÓN	69
3.3	LOGOTIPO.....	70
3.4	SLOGAN.....	70
3.5	VALORES INSTITUCIONALES	70
3.6	ANÁLISIS AMBIENTAL	70
3.7	ESTRATEGIAS GENERICAS	84
CAPÍTULO 4		
ESTUDIO TÉCNICO		86
4.1	LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	86
4.2	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO	90
CAPÍTULO 5		
ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL		110
5.1	MODELO ORGANIZATIVO DE LA HOSTERÍA.....	110
5.2	ESTRUCTURA LEGAL	116
CAPÍTULO 6		
ESTUDIO FINANCIERO		122
6.1	PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	122



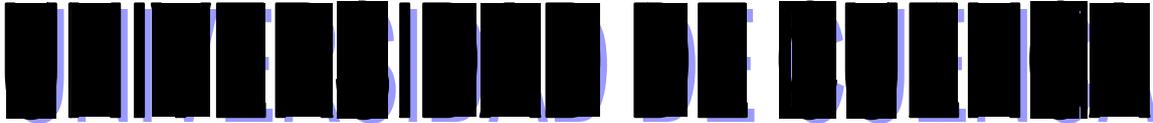
6.2	AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN	125
6.3	FINANCIAMIENTO	126
6.4	COSTOS Y GASTOS	128
6.5	RESULTADO DE COSTOS Y GASTOS	135
6.6	INGRESOS DE EFECTIVO.....	137
6.7	ESTADOS FINANCIEROS.....	141
6.8	EVALUACION FINANCIERA.....	144

CAPÍTULO 7

7.1	IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS	150
7.2	HIGIENE Y SEGURIDAD DE LA HOSTERÍA	151

CONCLUSIONES.....	153
RECOMENDACIONES	154
BIBLIOGRAFÍA	155
DISEÑO DE TESIS	157

ANEXOS	192
ANEXO 1 ENCUESTA	193
ANEXO 2 PRECIO RESTAURANTE	195
ANEXO 3 VALLA PUBLICITARIA	200
ANEXO 4 PLANOS	201
ANEXO 5 PROFORMA EQUIPOS	205
ANEXO 6 REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO	206
ANEXO 7 SOLICITUD DE REGISTRO PARA ALOJAMIENTO.....	207
ANEXO 8 REQUISITOS HIPOTECARIOS	208
ANEXO 9 ROL DE PAGOS.....	210
ANEXO 10 PROFORMA DE MATERIA PRIMA.....	215
ANEXO 11 GASTO POR PÓLIZA DE SEGURO	219
ANEXO 12 INGRESOS POR SERVICIOS RESTAURANT	221
ANEXO 13 INGRESOS POR SERVICIOS ALOJAMIENTO	222
ANEXO 14 INGRESOS POR SERVICIOS RECREACIÓN	223
ANEXO 15 INGRESOS POR SERVICIOS EVENTOS SOCIALES	223
ANEXO 16 COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES.....	224



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA
PARROQUIA “SAN FRANCISCO DE SAGEO” DEL CANTÓN BIBLIÁN
PERÍODO 2010 - 2014**

TESIS DE GRADO PREVIA
A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORAS:

CARMEN JANNETH ÁLVAREZ CADMILEMA

DIANA VICTORIA BUESTÁN JADÁN

DIRECTOR:

ECO. PEDRO MORA

CUENCA – ECUADOR

2011



Las opiniones y comentarios vertidos en el presente trabajo de investigación son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Carmen Álvarez C.

Diana Buestán J.



DEDICATORIA

A Dios, por darme vida y salud para seguir adelante

El presente trabajo se lo dedico con mucho cariño, amor y respeto a mi madre Aurora, a mis hermanas, Mariana, Sara, Olga y Rosa, quienes con su paciencia, apoyo y comprensión, han estado presentes, apoyándome en todo el trayecto de mi formación, pues con su y su espíritu de sacrificio me han enseñado que se debe continuar con lo emprendido hasta llegar a la meta final.

A mi hermano Geovanny, por su cariño, energía, apoyo y confianza incondicional para seguir adelante con mis estudios.

A mis sobrinos, Daniel, Paúl, Jennifer, Eric, Jasón, Melisa, Emily y Paulina por su amor y cariño.

A la feliz memoria de mi padre Juan Buestán.

En la vida existen barreras muy difíciles de cruzar pero no imposibles, con esfuerzo y ganas se las cruzan, solo depende ti.

DIANA



DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación con mucho cariño, esfuerzo y dedicación a mis padres Rubén y Martha a quienes amo más que a mi vida por ser un apoyo incondicional y ser un modelo de padres ejemplares que luchan cada día por su hijos, quienes se han esforzado para que pueda concluir con mis metas, pues he sido el eje principal en sus vidas. A mis hermanas que me han brindado su apoyo y siempre han estado dispuestas a colaborar conmigo en todo lo que necesite. A mis profesores de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas que han impartido sus conocimientos para así poder culminar con mi carrera. Y agradezco a Dios por guiarme, protegerme, darme sabiduría y tener a mi lado a dos seres tan valiosos en mi vida que supieron guiarme para así alcanzar la culminación de la carrera.

Nunca desistas de un sueño, sólo trata de ver las señales que te lleven a él.

Carmen



AGRADECIMIENTO

Agradecemos primeramente a Dios, quien nos ha dado la sabiduría para afrontar los momentos difíciles de la vida, a nuestros padres quienes nos han brindado su apoyo incondicional durante nuestra vida estudiantil por ese amor incondicional, sus enseñanzas y la confianza depositada que nos han impulsado seguir adelante.

A los docentes de la Universidad de Cuenca facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, por su invaluable aporte académico que permitió enriquecer nuestros conocimientos.

Un agradecimiento especial a nuestro director de tesis Econ. Pedro Mora con su apoyo, dedicación y profesionalismo ha sido un pilar fundamental en el desarrollo de nuestro trabajo de investigación.

DIANA Y CARMEN



INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto se fundamenta en el desarrollo de la idea de negocios de una empresa de servicios que busca desarrollar la actividad turística en la parroquia de San Francisco de Sageo, a través de la creación de una hostería que ofrezca servicios de alojamiento, alimentación y recreación.

El siguiente estudio abarcará los siguientes temas:

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

Se conocerá a la Parroquia San Francisco de Sageo y sus diversos lugares turísticos que tienen para brindar a los turistas.

CAPÍTULO II: ESTUDIO DE MERCADO

Todo lo relacionado a la oferta, demanda, proyecciones y el análisis de las 4PS esto mediante la utilización de herramientas de cálculo y estadísticas, con la finalidad de establecer nuestro segmento y mercado meta.

CAPÍTULO III: PLAN DE MARKETING

Este capítulo contiene la filosofía de la empresa, así como el estudio macro y micro ambiente, se establece también el análisis FODA y su matriz.

CAPÍTULO IV: ESTUDIO TÉCNICO

Este capítulo se refiere a la localización del proyecto, así como requerimientos de materias primas, mano de obra e insumos y los procesos de producción.

CAPÍTULO V: ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Se abordará a la Empresa en sí, desde su constitución, hasta su organigrama estructural.



CAPÍTULO VI: ESTUDIO FINANCIERO

Se medirá la factibilidad y el monto del proyecto que se requiere, se determinará además el período de recuperación de la inversión.

CAPITULO VII: EVALUACIÓN SOCIAL – AMBIENTAL

Se abordará los aspectos positivos y negativos del proyecto.

CAPÍTULO VIII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En toda clase de estudio es importante comentar lo aprehendido y los consejos a las personas que se interesen por revisar este proyecto, para que en la medida les sea lo más útil posible.



CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO



Un paraíso para descansar



1.1 ANTECEDENTES

1.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PARROQUIA “SAN FRANCISCO DE SAGEO”



1.1.2 SITUACIÓN Y LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA:

La parroquia de “San Francisco de Sageo” fue creada el 5 de febrero de 1947, está ubicada en la subcuenca del río Burgay, localizada al Sur del cantón Biblián, de la provincia del Cañar, país del Ecuador, a 2502 m.s.n.m. altura mínima y 2950 altura máxima entre las coordenadas geográficas $69^{\circ} 43', 28''$ y $70^{\circ} , 25', 10''$ de Latitud Sur y $73^{\circ}, 15', 0,7''$ y $73^{\circ} , 22', 14''$ de Longitud Occidente. La extensión territorial aproximada es de $4,5 \text{ km}^2$, representa el 1,94% del total cantonal, es de 232 km^2 .



1.1.3 LÍMITES DE LA PARROQUIA.

Norte: La media laguna de Saguín y el cerro de Charón.

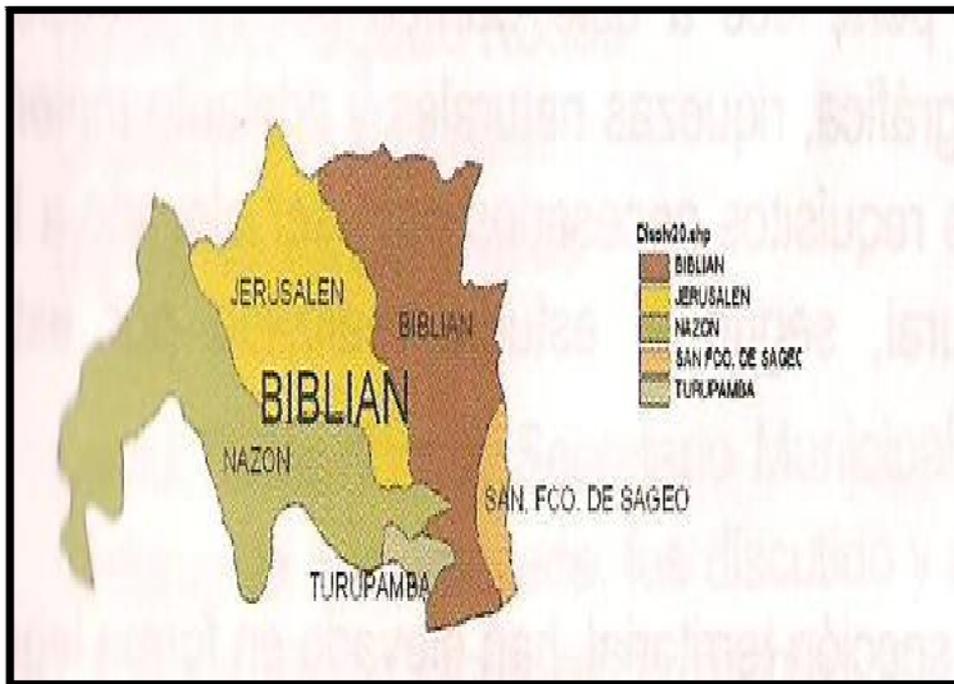
Sur: La quebrada de Chuchincay hasta su desembocadura en el río Burgay.

Este: Las cordilleras de Culivas, Atar, Lecherón, Garuzh y Zhalao.

Oeste: La cordillera de Aguilán

GRÁFICO 1.1

MAPA POLÍTICO DEL CANTÓN BIBLIÁN



1.1.4 DIVISIÓN POLÍTICA

Urbano: San Francisco de Sageo.

Rural: Gulanza, Atar Cruz Pamba, Cruz Verde, Curiacu, Cuchincay, Quizhan



1.1.5 DEMOGRAFÍA

La parroquia San Francisco de Sageo tiene una población de 1671 habitantes, de los que 752 son de sexo masculino, representado un 45% y 919 de sexo femenino representando el 55%. El idioma oficial de sus habitantes se la parroquia es el Español y el quichua como idioma pasivo. La mayoría de la población es de identidad cultural mestiza e indígena (5%).

Además dentro de la comunidad existen fuertes movimientos migratorios.

TABLA 1.1

**POBLACIÓN POR GRUPO DE EDAD Y SEXO
DE LA PARROQUIA SAGEO, OCTUBRE DE 2006**

	Total	Total		0-4		5-9		10-19		20-39		40-59		60-70		+ de 80	
Parroquia		H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Sageo	1671	752	919	95	102	96	95	236	239	130	229	82	139	92	92	21	23
Cabecera P.	196	81	115	6	9	10	12	23	25	17	24	17	22	6	10	2	3
Resto P.	1475	671	804	89	93	86	83	213	204	113	205	65	117	86	82	19	20

Fuente: Vcenso nacional de población y V de vivienda, INEC, 2001.

Realizado por: Equipo Técnico, 2006

La población económicamente Activa PEA.- Con un total de 496 personas, se dedican a las labores diarias estas actividades son: el cuidado de la casa, atención a la familia, otros son agricultores sin remuneración, mientras que encontramos que un total 499 personas son estudiantes y 5 personas cesantes.

1.1.6 CLIMA

De los registros de la estación meteorológica de Biblián, se determinó en el área territorial de la parroquia de la precipitación anual es de 1177, 9 mm, la temperatura media anual de 16°C; el clima es "Ecuatorial, Meso térmico, semihúmedo, de tipo frío a muy frío en la parte alta y templado en la zona baja.



Existe una época lluviosa entre los meses de mayo a septiembre, así como también una época lluviosa en los meses de marzo y abril.

1.1.7 HIDROGRAFÍA:

El Río Burgay es el más importante que pasa por el pie de toda la parroquia sin prestar ningún servicio y luego tenemos el río Cunchincay que es un pequeño afluente del río Burgay y sirve de límite con la parroquia Guapán, el agua de este río es salobre y no sirve para uso doméstico.

1.1.8 PRODUCCIÓN E INDUSTRIAS

La base económica de la parroquia se sustenta en:

- **Agricultura:** Sus habitantes se dedican especialmente al cultivo del maíz asociado con frejol, haba, elzambo y otros propios de la zona.
Cada uno de las propiedades están rodeadas de plantas frutales de: manzana, pera, durazno, tomate de árbol, nogal, el capulí y otros.
- **Ganadería:** Existen problemas en la ganadería sobre todo en el ganado vacuno ya que los propietarios crían ganado tradicional, lo cual limita una buena producción de leche y carne por lo tanto no existe una buena rentabilidad.
- **Artesanía:** La población de la parroquia se ha caracterizado en la elaboración de variadas y coloridas artesanías tales como son: los sombreros de paja toquilla, monederos, canastas, carteras, joyeros, adornos de navidad, juguetes de paja toquilla; este trabajo está principalmente al cargo de las mujeres, por su parte el hombre se dedica a la elaboración de instrumentos de madera de uso agrícola como: arados, uncidores, también se dedica a la creación de objetos de uso y decoración de sus casas como: canastas de zuro y duda, puertas, ventanas, balcones, pasamanos, armarios, sillas entre otros.



1.1.9 ATRACTIVOS TURÍSTICOS:

1.1.9.1 RECURSOS NATURALES

Dentro de la Parroquia de Sageo encontramos diversos atractivos turísticos como:

GRÁFICO 1.2

GRÁFICO 1.3

TÚNEL ANTIGUO DEL FERROCARRIL

BOSQUE PROTECTOR DE CUBILÁN

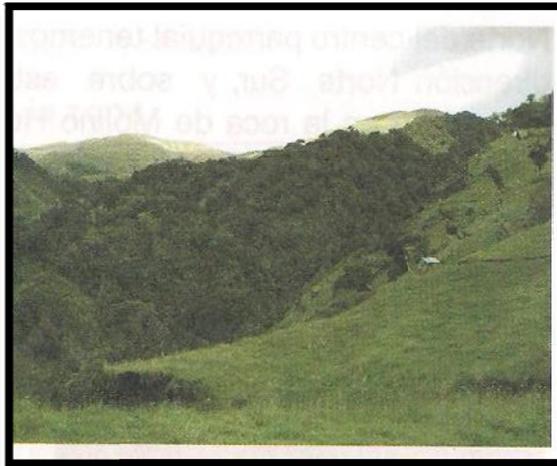
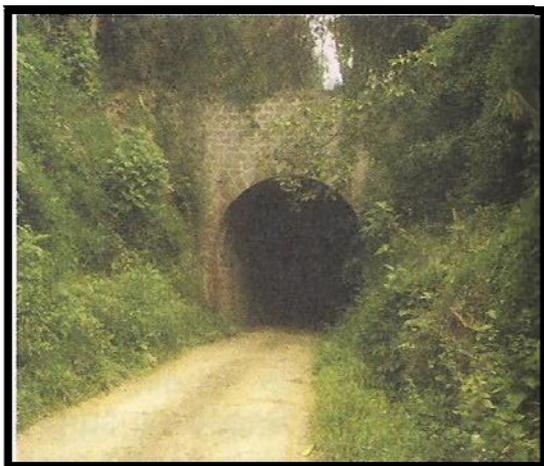
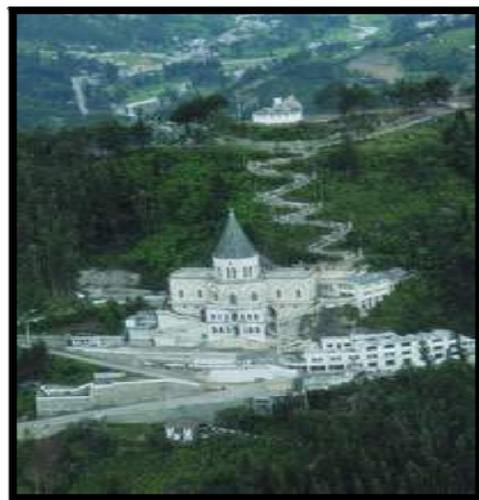
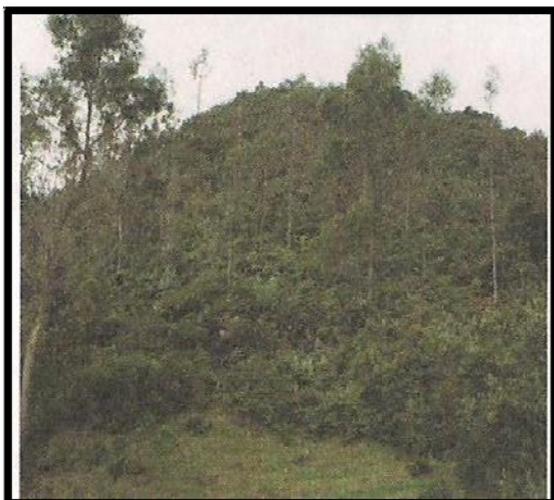


GRÁFICO 1.4

GRÁFICO 1.5

CERRO DE ATAR

COLINA DE ZHALAO





1.1.9.2 RECURSOS CULTURALES

Fiestas Populares:

- Pase del Niño (24 de diciembre)
- Fiesta de San Francisco Sageo
- Elección de la Reina de la parroquia (8 de Enero)
- Virgen de Fátima (16 de mayo)

1.1.9.3 RECURSOS GASTRONÓMICOS:

Las comidas típicas de la Parroquia son:

- **Papas con cuy:** La preparación de este roedor es a la brasa. Este animal es un alimento tradicional de la población, por cuanto su crianza se da en casas particulares.
- **Chicha de jora:** Es una bebida fundamental de las fiestas y celebraciones, las variedades de chicha son numerosas pero indudablemente la chicha de jora es la más difundida y apreciada.
- **Dulce de zambo y/o zapallo:** Es un dulce tradicional que los habitantes de esta parroquia lo elaboran para su alimentación, para su preparación se requiere: del zambo y/o zapallo, panela y leche.

1.1.10 ARQUITECTURA

La Parroquia de San Francisco de Sageo cuenta con diversos lugares turísticos como se observan en las fotografías anteriores, la cual resalta la belleza escénica del lugar.



1.2 MARCO TEÓRICO

El presente capítulo proyecta establecer los criterios teóricos que serán utilizados en cada una de las etapas del proyecto.

1.2.1 EL TURISMO

El turismo es definido como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período inferior a un año, ya sea por fines de ocio, negocio y u otros motivos.

1.2.1.1 RESEÑA HISTÓRICA DEL TURISMO

Durante toda la historia de la humanidad las personas han viajado por razones económicas, políticas, sociales y culturales, principalmente emigrantes y peregrinos, que se hospedan en posadas y residencias familiares o religiosas.

Etimológicamente Turismo se deriva de la palabra latina “tornus”, que significa acción de movimiento y retorno.

El turismo moderno tiene su origen en Europa y posteriormente en Norteamérica, cuando miembros de la aristocracia visitaban a países extranjeros, por tal razón viajar era considerado como un lujo que solo podía ser sustentado por esta clase social.

Posteriormente con la apertura de las fronteras, la creación y expansión del ferrocarril, el turismo fue alcanzando un gran desarrollo en lo que se refiere a cantidad de turistas y número de países receptores y emisores. Los museos y monumentos se lo comienzan a considerar como lugares de interés turístico y se establece regulaciones de horarios y precios.

Con el crecimiento social, tecnológico y económico comenzaron a surgir hombres destinados a la organización de viajes y a la promoción de destinos utilizando varias vías para esto. El primero de esos hombres fue Thomas Cook quien realizó el primer viaje organizado, el 5 de julio de 1841 en un tren que partió de Leicester a



Longhborough en Inglaterra, llevando a un grupo de pasajeros cuyo destino era encontrar nuevos pueblos, nuevas personas y nuevas cosas. Así surge la primera Agencia de Viajes ofreciendo servicios, atractivos turísticos, viajes individuales y en grupo.

Paulatinamente con el pasar del tiempo fue surgiendo el turismo de playa o baño, disfrutando del sol y la arena; el turismo invernal, con actividades propias de esa fría estación, y actividades para el cuidado de la salud, con sanatorios y baños termales.

A principios del presente siglo el automóvil, luego el avión y la navegación acercaron más a los pueblos, por lo tanto creció el interés del turismo.

La historia del desarrollo del turismo en el mundo demuestra su creciente diversificación y ampliación a diferentes sectores de la sociedad, lo que contribuyó a que adquiriera un carácter masivo y por consiguiente que fuera respondiendo a todos las preferencias de los diversos grupos, convirtiéndose el turista en un ente activo que se desplaza con el fin de conocer y descubrir cosas nuevas¹.

1.2.2 ESTUDIO DE MERCADO

1.2.2.1 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La Investigación de Mercados abarca todas las actividades que permiten a una organización obtener la información que requiere para tomar decisiones sobre su ambiente, su mezcla de marketing y sus clientes actuales o potenciales².

1.2.2.2 PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación de mercados es un proceso que sigue la siguiente secuencia:

- Definición del problema y planteamiento de los objetivos.
- Delimitación de la investigación de mercados.
- Definición de las fuentes de información.

¹<http://es.wikipedia.org/wiki/Consulado> a 4 de Octubre 2009

² STANTON William y ETZEL Michel. Fundamentos de Marketing. Undécima Edición, México, 2000 Pág. 83



- Definición del informante.
- Elaboración del cuestionario.
- Definición de la extensión de la investigación.
- Ordenamiento, tabulación, sistematización e interpretación de los resultados.
- Elaboración del informe final.

1.2.2.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

- **Segmentación del Mercado:** Es el proceso de dividir el mercado total de un bien o servicio en grupos de personas con necesidades similares, tales que sea probable que cada grupo responda favorablemente a una estrategia de marketing específica³.
- **Segmentación Geográfica:** Requiere dividir un mercado en diferentes unidades geográficas, como naciones, estados, regiones, municipios, ciudades o barrios.
- **Segmentación Demográfica:** Divide un mercado en grupos con base en variables demográficas como edad, sexo, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad.
- **Segmentación Psicográfica:** Divide a los compradores en diferentes grupos con base en su clase social, estilo de vida o personalidad.
- **Segmentación Conductual:** Divide a los compradores en grupos con base en sus conocimientos, actitudes, usos o repuestas a un producto.

1.2.2.4 MERCADO META

Es la parte del mercado seleccionado por un productor o prestador de servicios, para ofertar los bienes o servicios que produce y para lo cual diseña un plan de mercadotecnia especial, con la finalidad de alcanzar sus objetivos corporativos⁴.

³ LONGENECKER Justin y MOORE Carlos. Administración de Pequeñas Empresas, Pág.164, 210,212 y 213

⁴ SULSER, Rosario. Exportación Efectiva, Pág. 67



1.2.3 ANÁLISIS DE MERCADO

1.2.3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. El estudio no solamente cubre la demanda actual, sino también los pronósticos del consumo que pueden estimarse con base en los datos del pasado y de otras herramientas cualitativas y cuantitativas que pueden aportar nuevas luces al respecto⁵.

1.2.3.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El primer propósito que se persigue con el análisis de la oferta es determinar y medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son el precio del producto en el mercado, los apoyos gubernamentales a la producción⁶.

1.2.3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Competencia se refiere a la existencia de un gran número de empresas o personas, las cuales realizan la oferta y venta de un producto en un mercado determinado, en el también existen personas o empresas denominadas consumidores o demandantes, las cuales, según sus preferencias y necesidades compran o demandan esos productos a los oferentes.⁷

1.2.3.4 ANÁLISIS DE LAS 4PS (PRODUCTO, PRECIO, PLAZA, PUBLICIDAD)

- **Producto:** Es todo elemento, tangible o intangible, que satisface un deseo o una necesidad de los consumidores o usuarios y que se comercializa en un mercado.

⁵SULSER, Rosario. Exportación Efectiva, Pág. 90

⁶BACA Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Ed. Graw Hill Reimpresión, Segunda Edición 1997. Pág. 36

⁷PHILIP, Kloter. Dirección de Mercadotecnia. Edición Octava 2000. Pág. 250



- **Precios:** El precio es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.
- **Plaza:** Los canales de distribución son los caminos que sigue el producto o servicio desde el productor o prestador del servicio hasta el consumidor final.
- **Publicidad:** La comunicación es indispensable para el éxito de un proyecto, como ya se mencionó al inicio del estudio de mercado, la ubicación del consumidor es una de las premisas que permitirá que el público se entere de la existencia de la empresa y sobre todo de los productos y servicios que se ofrecen⁸.

1.2.4 PLAN DE MARKETING

- **Misión:** La misión de la empresa es la concreción en palabras de la razón de ser de la empresa.
- **Visión:** La visión es el enunciado de lo que la empresa quiere ser a largo plazo, con su correspondiente estrategia.
- **Objetivos:** Un objetivo no es más que la expresión de un deseo mediante acciones concretas para conseguirlo.
- **Políticas:** Para definir las políticas, es necesario identificar y analizar los factores internos y externos que inciden en el cumplimiento de las mismas.
- **Nombre:** Es un término, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, asignado a un producto o a un servicio, para dar a conocerse y diferenciarse de la competencia.
- **Marca:** Es esencia de la promesa de una parte vendedora de proporcionar de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios.

⁸ SOSA de la Cruz y CLIFOR, Daniel. Cómo Elaborar un Proyecto de Inversión Turística. Lima, Pág. 44



- **Logotipo:** Es la representación gráfica del nombre, la grafía propia con la que se escribe⁹.
- **Valores Institucionales:** Toda organización tiene ciertas creencias que determinan su comportamiento en las actividades habituales de la empresa, estas creencias se definen como valores, los mismos que regulan la gestión de la organización y constituyen de igual forma la filosofía de la empresa, en la cual se sustenta la cultura organizacional.

1.2.5 ANÁLISIS AMBIENTAL

1.2.5.1 MACROAMBIENTE

El macroambiente hace referencia a los elementos cuyo control es ajeno a la empresa e influyen marcando el entorno en que esta se desenvuelve¹⁰.

1.2.5.2 MICROAMBIENTE

Todos los elementos que influyen en el proceso de agregación de valor a un producto o bien intermedio constituyen el microambiente. Este microambiente está influenciado por las fuerzas cercanas a la compañía que afectan su habilidad de servir a los clientes, a la misma empresa, a los proveedores, a empresas en la cadena de valor, a los competidores y al público¹¹.

1.2.5.3 ANÁLISIS FODA

Es el determinar los factores que pueden favorecer (Fortalezas y Oportunidades) u obstaculizar (Debilidades y Amenazas) el logro de los objetivos establecidos con anterioridad para la empresa¹².

1.2.5.4 MATRIZ FODA

⁹ MARTÍNEZ Ferreira, Matías. Diagramas Causa – Efecto. Pareto y Flujogramas, 30/07/2009

¹⁰ CHAVARRÍA Hugo, ROJAS Patricia y SEPÚLVEDA Sergio, Competitividad. Pág. 174 - 181

¹¹Ídem Pág. 182

¹² BORELLO, Antonio. Plan de Negocios: Análisis FODA, Pág. 157-159



Es una herramienta para la formulación de tácticas dentro de una empresa, las cuales se logran a través de la combinación de: Fortalezas y Oportunidades, Fortalezas y Amenazas, Debilidades y Oportunidades, Debilidades y Amenazas¹³.

1.2.5.5 ESTRATEGIAS GENÉRICAS

Estrategia de Diferenciación: En la estrategia de diferenciación la empresa busca ser la única del sector con respecto a algún atributo apreciado por los compradores o a determinada necesidad que se cree insatisfecha o satisfecha de manera mejorable. La introducción de elementos diferenciales aplica añadir costes, que se trasladan sin dificultad al precio porque el cliente valora el carácter único del producto o servicio recibido¹⁴.

1.2.6 ESTUDIO TÉCNICO

Con el estudio técnico se pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto¹⁵.

1.2.6.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA (DIMENSIONAMIENTO)

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o la prestación de un servicio durante la vigencia del proyecto.

1.2.6.2 CAPACIDAD DEL PROYECTO

Es importante definir la unidad de medida del tamaño del proyecto que permita dimensionarlo y compararlo con otros similares para ello debemos distinguir las siguientes capacidades:

¹³ VALENCIA, Velazco, María Lourdes y GARCÍA Sánchez, Estela. Planeación Estratégica. Editorial Trillas, México 2007. Pág. 76

¹⁴ LARREA, Pedro. Calidad de Servicio. Pág.100

¹⁵ BACA Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Reimpresión, Segunda Edición 1997. Pág. 86



Capacidad Instalada: Corresponde a la capacidad máxima disponible permanente.

Capacidad Utilizada: Es la fracción de la capacidad instalada que se está instalando.

1.2.6.3 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO

La determinación del tamaño del proyecto responde a un análisis detallado de las variables, entre estas están:

- Disponibilidad de Recursos Financieros
- Disponibilidad de Mano de Obra
- Disponibilidad de Equipos, Muebles y Enseres
- Disponibilidad de Suministros e Insumos

1.2.6.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

En toda inversión turística de equipamiento la localización es fundamental y en ciertos casos como el hotelero se convierte en un factor determinante para el éxito comercial, cualquiera sea la mezcla segmentaria de mercado que se elija¹⁶.

1.2.6.5 MACROLOCALIZACIÓN

La elección de la macrolocalización (zona turística, región socioeconómica, centro urbano o polo turístico) depende de distintos factores como:

- Dinamismo económico del área
- Relevancia del conjunto geográfico, climatológico, turístico y/o cultural.
- Ventajas económicas especiales¹⁷.

1.2.6.6 MICROLOCALIZACIÓN

En cuanto a microlocalización, esta se refiere a la elección de los terrenos específicos o las edificaciones que habrá de requerir el proyecto una vez seleccionado la macrolocalización.

¹⁶ HERNANDEZ Alfonso. Proyectos Turísticos. Editorial Trillas, Sexta Reimpresión. Pág. 75

¹⁷ Ídem Pág. 75



Frecuentemente la microlocalización depende de aspectos económicos como: la disponibilidad de recursos financieros, en base a los cuales debe preferirse terrenos cuyo costo unitario sea menor y permita destinar menores montos a la edificación, equipo y al mobiliario del inmueble¹⁸.

1.2.6.7 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o la prestación de un servicio.

1.2.6.8 IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE PROCESOS

Los procesos son serie de actividades o pasos relacionados entre sí a través de los cuales se transforman unos recursos y se obtiene un producto o servicio. La mejor forma de entender un proceso es mediante su diagramación o flujograma¹⁹.

Flujograma: Es un método para describir gráficamente un proceso, mediante la utilización de símbolos, líneas y palabras similares. Permite conocer y comprender los procesos a través de los diferentes pasos, documentos y unidades administrativas comprometidas, los símbolos a utilizarse se detallan en la siguiente tabla:²⁰

¹⁸ Ídem Pág. 77

¹⁹ MEJIA, Braulio. Gerencia de Procesos para la Organización y Control Interno de Empresas de Salud. Ediciones, Bogotá 2000. Pág. 4

²⁰ Ídem Pág. 45



TABLA 1.2

SÍMBOLO DE DIAGRAMAS DE PROCESOS²¹

SÍMBOLO	SIGNIFICADO
	Límites: Principio y Fin
	Operación, realización de una actividad
	Decisión, punto del proceso donde se debe tomar una decisión.
	Documentación resultante de la operación respectiva.
	Realización de una actividad contratada
	Receptor de datos
	Sentido del Flujo, secuencia de las etapas del proceso
	Base de datos

1.2.6.9 DESCRIPCIÓN DE INSUMOS

Lo mismo que con los productores se debe hacer una descripción detallada de los insumos principales y secundarios indicando: nombre, unidad de medida, cantidad necesaria, calidad mínima exigida, precio, forma de transporte, almacenamiento y lugar de origen²².

1.2.6.10 DETERMINACIÓN DE NECESIDADES DE MANO DE OBRA PARA LAS DIFERENTES ETAPAS DEL PROCESO.

Después de determinar el tamaño óptimo para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con los recursos humanos necesarios para la operación y dirección; la incidencia de los costos de mano de obra en los costos de operación es muy fuerte

²¹Ídem Pág. 45

²²MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. MM Editores, Quinta Edición, Bogotá 2005. Pág. 135



se deberán analizar las alternativas de tiempos de operaciones menores, utilizando plantas de mayor capacidad²³.

1.2.6.11 DISEÑO

El diseño representa en la problemática comercial de un establecimiento turístico un elemento básico para apoyar su éxito en el mercado, ya aún entre los segmentos motivados por viajes de negocios y convenciones, una empresa turística se encuentra siempre ligada a la idea de placer, descanso y recreación.

Asimismo, el diseño debe expresar la imagen general del inmueble y la particular para las unidades de venta como habitación tipo, restaurante, cafetería, bar, áreas ajardinadas, etc.²⁴

- **DISTRIBUCIÓN ESPACIAL**

La distribución del terreno de las distintas unidades de operación, movilización y administración, debe corresponder a criterios técnicos, económicos y de bienestar que al mismo tiempo contribuyen a la eficiencia de la producción y determinan las condiciones favorables a la convivencia de la comunidad.

- **DISTRIBUCIÓN INTERNA**

Cada uno de los muebles, maquinarias y equipos que participa en el proceso de transformación o de prestación de servicio debe estar dispuesto en forma tal que garantice mejores condiciones de trabajo y seguridad, una adecuada utilización del espacio disponible, una mejor movilización de los insumos, además de una mayor eficacia en la operación que disminuirá los costos de producción²⁵.

1.2.7 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

1.2.7.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

²³ <http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico.htm>

²⁴ HERNANDEZ, Alfonso. Proyectos Turísticos. Editorial Trillas, Sexta Reimpresión. Pág. 78

²⁵ MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. MM Editores, Quinta Edición, Bogotá 2005. Pág. 135



La estructura se refiere a las relaciones desinadas entre los recursos del sistema administrativo.

Su propósito es facilitar la utilización de cada recurso, individual y colectivo, a medida que el sistema administrativo intenta alcanzar los objetivos. La estructura organizacional se representa por medio de una ilustración gráfica denominada organigrama²⁶.

1.2.7.2 DESCRIPCIÓN DE CARGOS

Es una lista de actividades específicas que deben ejecutarse por quien quiera que ejerza el cargo. Cuando las descripciones de funciones diseñadas adecuadamente les comunican a los empleados en qué consiste el trabajo, establece niveles de desempeño que los empleados deben mantener y actúa como una guía que deben seguir los empleados para contribuir a que la organización alcance sus objetivos²⁷.

1.2.7.3 MARCO LEGAL

Este contexto jurídico e institucional parte desde la constitución, la ley, los decretos, las ordenanzas y los acuerdos hasta los reglamentos y las resoluciones y se expresa de forma prohibitiva o permisiva²⁸.

1.2.8 ESTUDIO FINANCIERO

1.2.8.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Se trata pues de identificar la magnitud de los activos que requieren la empresa para la transformación de insumos o prestación de servicios y la determinación del monto del capital de trabajo necesario para el funcionamiento normal del proyecto después del periodo de instalación.

1.2.8.2 AMORTIZACIONES Y DEPRECIACIONES

²⁶ CERTO C, Samuel. Administración Moderna. Prentice Hall, Octava Edición, Colombia, 2001. Pág. 216

²⁷ CERTO C, Samuel. Administración Moderna. Prentice Hall, Octava Edición, Colombia, 2001. Pág. 234

²⁸ MIRANDA, Juan José. Gestión de Proyectos. MM Editores, Quinta Edición, Bogotá 2005. Pág. 135



Amortización: Es la pérdida de valor que sufre un activo intangible por su utilización, se usa en contabilidad para reponer el costo del capital fijo en el tiempo que dura su vida económica, es una forma de recuperar fiscalmente lo invertido en los bienes.

Financieramente la amortización es la gradual disminución del monto de un crédito mediante pagos parciales que cubren parte del principal y el interés.

Depreciación: Comprende la pérdida de valor que sufre un activo tangible por su utilización. El sentido de la depreciación es ir provisionando para no perder la maquinaria. Es una forma de evitar el pago de tributos y mejorar los escudos fiscales.

1.2.8.3 FINANCIAMIENTO

Es cuánto dinero se necesita para poner en marcha el proyecto, por ello es necesario realizar un plan de inversiones para analizar los gastos que se ejecutarán por la adquisición de bienes y otros factores necesarios para el proyecto.

1.2.8.4 COSTOS Y GASTOS

Costos de Producción: Durante el período de operación se pueden identificar cuatro clases de costos: en primer lugar los costos ligados directamente a la producción de un bien o prestación de un servicio, son los costos de fabricación; en segundo lugar los costos administrativos propios de la organización de la empresa; por otro lugar los costos causados por efecto del impulso de ventas y finalmente los costos financieros generados por el uso del capital ajeno.

Gastos de Administración: En esta categoría se clasifican los gastos de sueldos y salarios del personal administrativo, los alquileres, servicios públicos, depreciación, seguros y otros gastos relacionados con las instalaciones de las oficinas administrativas²⁹.

²⁹ GUAJARDO, Gerardo. Contabilidad para no Contadores. Primera Edición McGraw-Hill Interamericana, Editores S.A México 2005. Pág. 149



Gastos de Ventas: Engloba todos los gastos que se relacionan en forma directa con la función de ventas, como los salarios del personal de ventas, las comisiones sobre ventas, la publicidad, los alquileres de instalaciones comerciales, la depreciación del equipo de reparto, los seguros y otros gastos relacionados con las instalaciones de las oficinas administrativas³⁰.

1.2.8.5 INGRESOS DE EFECTIVO

Son todas las entradas de efectivo de una empresa que incurren en un período financiero determinado.

Los componentes más comunes de los ingresos de efectivo son las ventas en efectivo, las cuentas por cobrar y otros ingresos de efectivo³¹.

1.2.8.6 ESTADOS FINANCIEROS

1.2.8.6.1 BALANCE GENERAL

Presenta la situación financiera de una entidad según se refleja en los registros contables.

Contiene una lista de los recursos con los que cuenta (activos), las obligaciones que ha de cumplir (pasivos) y la situación que guardan los derechos de los accionistas (capital)³².

1.2.8.6.2 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un período determinado.

1.2.8.6.3 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

³⁰ GUAJARDO, Gerardo. Contabilidad para no Contadores. Primera Edición. McGraw-Hill Interamericana. Editores S.A., México 2005, 149

³¹ LAWARENCE, Gitman. Principios de Administración Financiera. Preece Hall, Octava Edición, México 2000, Pág. 464

³² SETZEN, Guadalupe. Administración Financiera. McGraw Hill, México 2002, Pág. 114



El Flujo de efectivo ofrece un resumen de los flujos de efectivo durante el período de estudio, además ayuda a entender los flujos de efectivo operativos, de inversión y de financiamiento de la empresa³³.

1.2.8.7 EVALUACIÓN FINANCIERA

1.2.8.7..1 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Método utilizado para evaluar las propuestas de las inversiones de capital mediante la determinación del valor presente de los flujos netos futuros de efectivo, descontados a la tasa de rendimiento requerido por la empresa.

Si el beneficio neto que se ha calculado sobre la base de un valor presente es positivo el proyecto se considera una inversión aceptable³⁴.

1.2.8.7..2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

El método TIR considera todos los flujos de efectivo para un proyecto y se ajusta al valor del dinero en el tiempo. Sin embargo los resultados de la TIR se expresan en un porcentaje, no como una cifra en dólares.

- La TIR a menudo se le conoce como la tasa crítica de rentabilidad.
- Si la TIR del proyecto es menor a la tasa de descuento, se rechaza el proyecto.
- Si la TIR del proyecto es mayor o igual a la tasa de descuento, se acepta el proyecto³⁵.

1.2.8.7..3 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es plazo que transcurre antes de que se recupere el costo original de una inversión a partir de los flujos de efectivo esperado³⁶.

³³ LAWARENCE, Gitman. Principios de Administración Financiera. Prentice Hall, Octava Edición, México 2000, Pág. 89

³⁴ BESLEY Scott y BRIGHA Eugene. Fundamentos de Administración Financiera. McGraw-Hill, Décimo Segunda Edición, México 2001, Pág. 288

³⁵ GALLAGHER, Timothy. Administración Financiera Teoría y Práctica. Price Hall, Segunda Edición, Colombia 2001, Pág. 264

³⁶ BESLEY Scott y BRIGHAM Eugene. Fundamentos de Administración Financiera. McGraw-Hill, Décimo Segunda Edición, México 2001, Pág. 385



1.2.8.7..4 RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

La Relación Costo/Beneficio nos indica la cantidad de dinero actualizado que recibirá el proyecto por cada unidad monetaria invertida.

Este indicador mide la relación que existe entre los ingresos de un proyecto y los costos incurridos a lo largo de su vida útil incluyendo la inversión total.

- Si la relación B/C es mayor que la unidad, el proyecto es aceptable, porque el beneficio es superior al costo.
- Si la relación B/C es menor que la unidad, el proyecto debe rechazarse porque no existe beneficio.
- Si la relación B/C es igual a la unidad, es indiferente llevar adelante el proyecto, porque no hay beneficio ni pérdidas.

FÓRMULA:

$$\text{Relación Costo Beneficio} = \frac{\text{Suma de los ingresos brutos de cada año}}{\text{Inversión Inicial + Suma de los Costos Totales de cada año}}$$

Dónde:

R = Suma de los ingresos brutos de cada año

I = Inversión Inicial

C = Suma de los Costos Totales de cada año

(1+i)= Factor de Actualización

t = Períodos

1.2.8.7..5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El análisis del punto de equilibrio es básicamente una técnica analítica para estudiar las relaciones existentes entre los costos fijos, los costos variables y las utilidades.



Es un artificio para determinar el punto en que las ventas cubrirán exactamente los gastos totales para no perder ni ganar³⁷.

Para su cálculo se necesitan clasificar los costos fijos y los costos variables:

Costos Fijos: son aquellos cuyo monto total no se modifican de acuerdo con la actividad de producción.

Costos Variables: son aquellos cuyo monto se modifican de acuerdo con la actividad de producción.³⁸

Fórmula:

Punto de Equilibrio $\frac{CF}{VT - CV}$

Dónde:

CF = Costos Fijos

CV = Costos Variables

VT = Ventas Totales

1.2.9 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Es el estudio técnico de carácter interdisciplinar que incorporado en el procedimiento de la Evaluación de Impacto Ambiental, está destinado a predecir, identificar, valorar y corregir las consecuencias o efectos ambientales que determinadas acciones pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno³⁹.

1.2.9.1 CONTENIDO DE UN ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

- Descripción del medio sobre el cual se pretende implementar la propuesta.

³⁷ WESTON, Fred. Fundamentos de la Administración Financiera. México 1982. Pág. 92

³⁸ www.promonegocios.net/costos/costos-fijos.html

³⁹ CONESA, Vicente Fdez. Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Ambiental. Mundi Prensa, Tercera Edición, Madrid 2000, Pág. 27



- Identificación y valoración de los impactos ambientales o determinación de la magnitud y naturaleza de las modificaciones en el ambiente que la acción planteada puede causar.
- Formulación de medidas y acciones subsidiarias (medidas correctoras) para prevenir, mitigar, compensar o eliminar los efectos ambientales negativos⁴⁰.

⁴⁰ PAEZ Zamora, Juan Carlos. Introducción a la Evaluación de Impacto Ambiental. Editorial Crearimagen 1996. Pág. 17



CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO



Un paraíso para descansar



ESTUDIO DE MERCADO

El capítulo siguiente tiene como objetivo determinar exactamente el servicio que se va a ofrecer con la creación de una hostería en la Parroquia de San Francisco de Sageo del Cantón Biblián y a su vez tener una base preliminar para los análisis técnicos, financieros y económicos del proyecto turístico.

2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

2.1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Se realizará un estudio de mercado para obtener información turística específicamente en lo que refiere a la demanda, la oferta, precios y medios de publicidad que permitan generar estrategias para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y en base a esa información establecer la creación de la hostería en la Parroquia “San Francisco de Sageo”.

2.1.2 OBJETIVOS

Objetivo General:

Realizar un Estudio de Mercado que nos permita establecer la factibilidad del proyecto y así determinar con exactitud el nivel de aceptación del mismo.

Objetivos Específicos

- Investigar el porcentaje de personas que utilizan los servicios de una hostería y en base a ello establecer la factibilidad de crear o no esta empresa de servicios en la Parroquia San Francisco de Sageo trabajando con datos acordes a la realidad.
- Conocer el comportamiento y reacción de las personas.
- Conocer las expectativas que los clientes espera de la hostería.

2.1.3 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS



La siguiente investigación de mercado se llevará a cabo a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Provincia del Cañar, dando mayor importancia a los cantones de Cañar, Biblián y Azogues por la cercanía al lugar donde se implementará el proyecto.

2.1.4 DEFINICIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

- **Fuente de Datos Primaria:** El estudio de mercados se desarrollará a través de una encuesta aplicada a los clientes potenciales, siendo esta la mejor manera de obtener información directa de ellos y así poder conocer los servicios que más se demandan dentro de una hostería.
- **Fuente Secundaria:** Para nuestro estudio de mercado la información es tomada directamente del Boletín de Estadísticas Turísticas Período 2005- 2009 y del Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014.

A continuación se indica la entrada de turistas nacionales y extranjeros.

TURISMO EXTERNO

Durante el período de enero a diciembre de 2010 la entrada de extranjeros al país se ha incrementado en un 8,10%, al pasar de 968.499 turistas en el año 2009 a 1.046.968 en el año 2010, según estadísticas provisionales proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración.

Entre los principales mercados emisores registrados en el período enero a diciembre se encuentran: Estados Unidos, Colombia y Perú, con una importante participación porcentual del 23,79%, 19,48% y 14,73% en su orden, y mercados tales como: España, Alemania, Gran Bretaña y Francia que contribuyen con las llegadas al país, con valores relativos de: 5,64%, 2,39%, 2,14% y 1,94% respectivamente.

Es preciso señalar que la entrada de extranjeros al Ecuador, el 70,96% lo hace vía aérea y el 25,86% vía terrestre.



TABLA 2.1

**ENTRADA DE TURISTAS EXTRANJEROS AL PAÍS
ENERO - DICIEMBRE 2006 – 2010**

DICIEMBRE AÑOS	VISITAS AL PAÍS
2006	84.0555
2007	93.7487
2008	1'005.297
2009	968.499
2010	1'046.968

Fuente: Ministerio de Turismo – Información Digital
Realizado por: Las Autora

TURISMO INTERNO

Para el análisis de nuestro proyecto se consideró la entrada de los turistas a la Provincia del Cañar según medio de transporte terrestre, como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 2.2

**ENTRADA DE TURISTAS INTERNOS Y EXTERNOS A LA PROVINCIA DEL
CAÑAR SEGÚN CANTONES
PERÍODO 2009**

CANTONES	VISITAS A CAÑAR
Azogues	17.675
Deleg	1.201
Biblián	13.045
Cañar	16.236
Tambo	7.782
Suscal	2.201
Troncal	25.013
TOTAL	83.153

Fuente: Boletín de Estadísticas Turísticas 2005- 2009
Realizado por: Las Autoras



Para el cálculo de la población se tomó en consideración a los cantones más cercanos al proyecto: Cañar, Biblián y Azogues obteniendo una población de 46.956 visitantes, durante el período 2009.

2.1.5 DEFINICIÓN DEL INFORMANTE

La información será recolectada a través de la encuesta que se realizará a los clientes potenciales como se indica en la tabla 2.3.

2.1.5.1 SELECCIÓN DE MERCADO META

El mercado meta son los habitantes a nivel nacional y especialmente los extranjeros, de un rango de edad desde niños hasta los adultos mayores que les gustan realizar turismo, visitar nuevos lugares y en especial estar en contacto con la naturaleza

2.1.5.2 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Nuestra segmentación estará conformada por:

a) Segmentación Geográfica.

- **País:** Ecuador.
- **Provincia:** Cañar
- **Cantón:** Biblián
- **Parroquia:** San Francisco de Sageo

b) Segmentación Demográfica.

- **Género.-** Masculino y Femenino.
- **Edad.-** Personas que van desde los 12 a 65 años.
- **Religión.-** Se tomó a todas las religiones, ya que la actividad del turismo no tiene preferencia de religión.

c) Ocupación.- Todas las ocupaciones, ya que por naturaleza todo ser humano requiere de un momento de descanso.



d) Segmentación Psicográfica:

- **Personalidad:** Tolerantes, respetuosos a la naturaleza, etc.

Estilo de vida: Les gustan realizar turismo, visitar nuevos lugares, realizar actividades de recreación, diferentes y variadas, disfrutar el contacto con la naturaleza, disponen de tiempo libre para compartir con sus familiares y amigos lejos de la monotonía de la ciudad.

2.1.6 ELABORACIÓN DEL CUESTIONARIO

La elaboración del cuestionario nos permitirá conocer el nivel de aceptación por parte de los consumidores y a su vez definir los requerimientos de sus necesidades.

Anexo 1

2.1.7 DEFINICIÓN DE LA EXTENSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Tamaño del Universo

Para el cálculo de la población se tomó como referencia a los 46.956 turistas que visitaron a los cantones: Azogues, Biblián y Cañar, por ser los cantones más cercanos al proyecto.

Tamaño de la Muestra

Para obtener el tamaño de la muestra se realizó el cálculo mediante la siguiente fórmula que se describe a continuación:

Dónde:



TABLA 2.3

TAMAÑO DE LA MUESTRA

N:	Tamaño de la Población	46.956
he:	Límite de Error	5%
Z:	Nivel de Confianza (95%)	1,96
p:	Probabilidad de cumplimiento	50%
q:	Probabilidad de no cumplimiento	50%
n:	Tamaño de la Muestra	381

Cálculo:

n = 381 encuestas

El número de encuestas a realizar es de 381 encuestas de las cuales 131 se realizará en Cañar, 106 en Biblián y 143 en Azogues.



2.1.8 ORDENAMIENTO, TABULACIÓN, SISTEMATIZACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

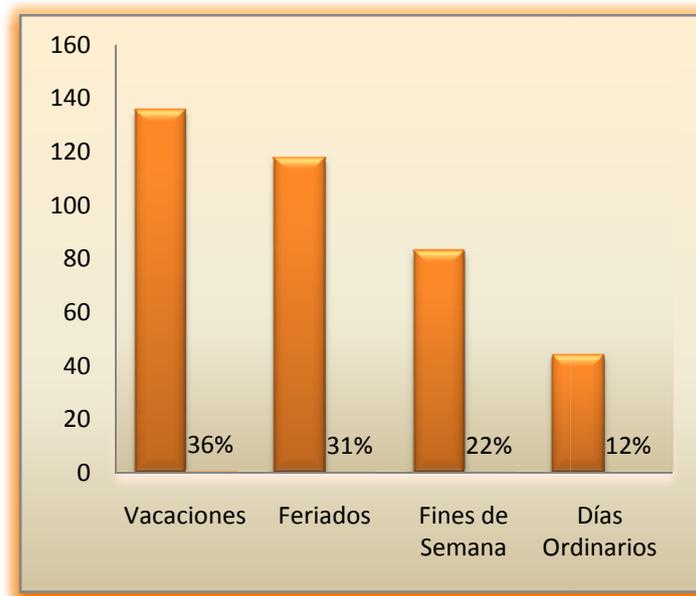
TABLA 2.4

¿CUÁNDO USTED NORMALMENTE VISITA UNA HOSTERÍA?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Vacaciones	136	36%
Feriatos	118	31%
Fines de Semana	83	22%
Días Ordinarios	44	12%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta
Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.1



Interpretación: El 67% de las personas visitan las hosterías en temporadas de vacaciones y feriatos, mientras que el resto lo hace en días ordinarios y fines de semana.



TABLA 2.5

¿CUANDO USTED VIAJA EN QUÉ LUGARES SE HOSPEDA?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Hoteles	102	27%
Hosterías	84	22%
Familiares o amigos	125	33%
No contesta	70	18%
Total	381	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.2



Interpretación: El 33% de las personas afirman hospedarse en casa de familiares o amigos, mientras que el 49% se hospedan en hoteles y hosterías.



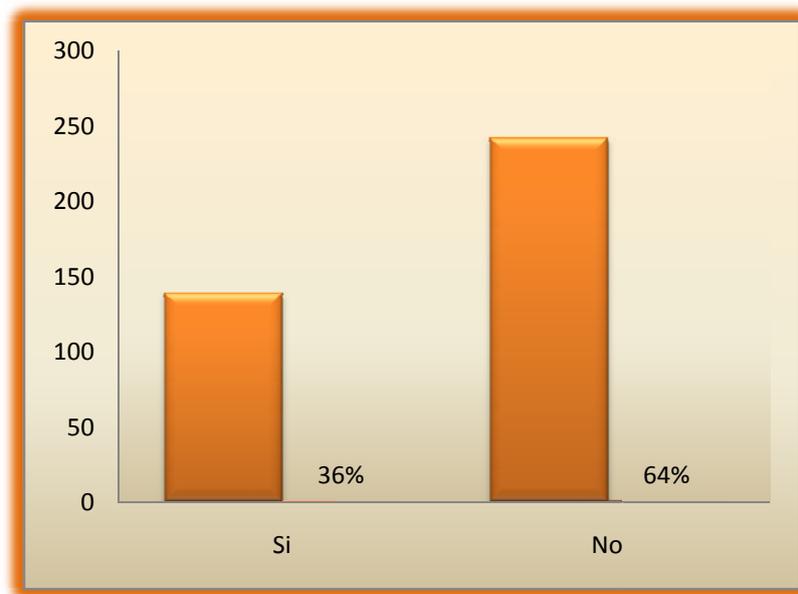
TABLA 2.6

¿LOS SERVICIOS QUE BRINDAN LAS HOSTERÍAS HAN CUBIERTO SUS EXPECTATIVAS?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	139	36%
No	242	64%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta
Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.3



Interpretación: Existe un alto porcentaje de personas que afirman que las hosterías no cubren sus expectativas, mientras que el 36% afirman que las hosterías si han cubierto sus expectativas.



TABLA 2.7

¿CON QUIÉN VISITA USTED NORMALMENTE UNA HOSTERÍA?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Solo	31	8%
En familia	129	34%
Grupo	60	16%
Con amigos	161	42%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta
Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.4



Interpretación: Según los resultados de las encuestas se puede observar que el 76% de las personas visitan las hosterías entre amigos y familiares, mientras que el 16% restante lo hacen cuando se encuentran en la zona se por motivos de trabajo.



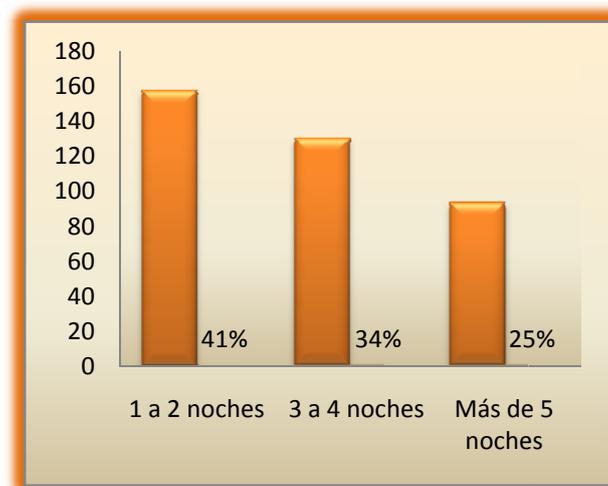
TABLA 2.8

¿EN CASO DE ALOJAMIENTO DE CUANTAS NOCHES ES SU ESTADÍA?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 a 2 noches	157	41%
3 a 4 noches	130	34%
Más de 5 noches	94	25%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta
Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.5



Interpretación: Como se muestra en la investigación la mayoría de las personas se hospedan de una a dos noches en las hosterías el cual representa un 41%, mientras que solo el 25% afirman hospedarse más de 3 noches.



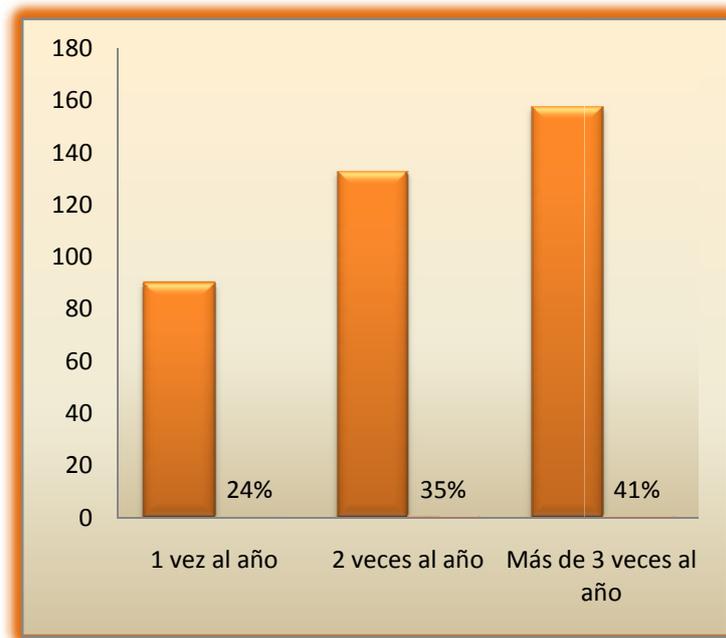
TABLA 2.9

¿CADA QUÉ TIEMPO VISITA USTED UNA HOSTERÍA O LUGARES
SIMILARES?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
1 vez al año	90	24%
2 veces al año	133	35%
Más de 3 veces al año	158	41%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta
Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.6



Interpretación: Los resultados obtenidos muestran que más del 59% de encuestados visitan las hosterías de 1 o 2 veces al año, a su vez un 41% de personas afirman visitar las hosterías tres veces al año.



TABLA 2.10

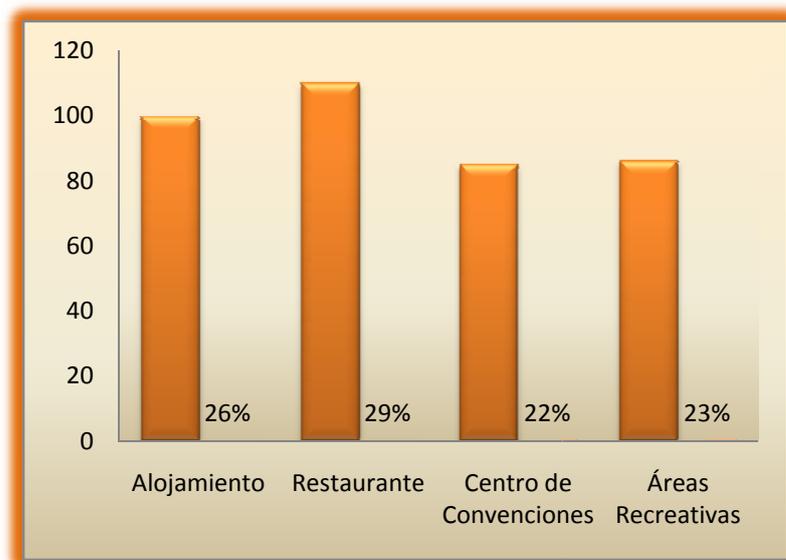
PARA USTED ¿QUÉ SERVICIOS DEBE OFRECER UNA HOSTERÍA?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Alojamiento	100	26%
Restaurante	110	29%
Centro de Convenciones	85	22%
Áreas Recreativas	86	23%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.7



Interpretación: Podemos observar que lo más importante dentro de una hostería es contar con restaurant y alojamiento seguido de áreas recreativas, a su vez los encuestados manifestaron como servicio importante un salón de convenciones.



TABLA 2.11

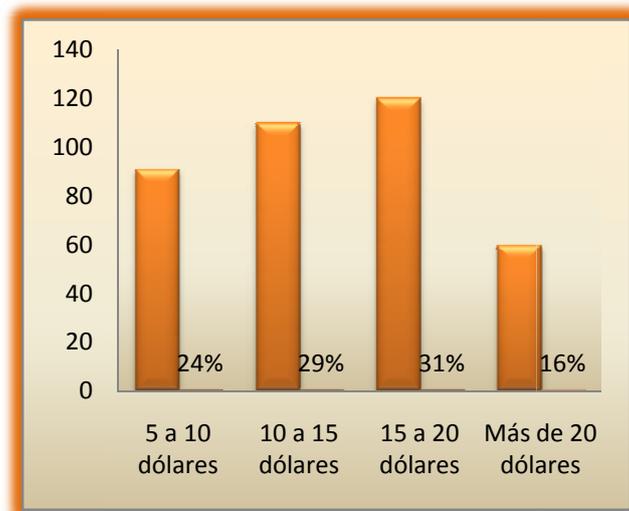
¿CUÁNTO GASTA USTED NORMALMENTE EN UNA HOSTERÍA?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
5 a 10 dólares	91	24%
10 a 15 dólares	110	29%
15 a 20 dólares	120	31%
Más de 20 dólares	60	16%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta

Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.8



Interpretación: La investigación muestra que la mayoría de las personas gastan entre 15-20 dólares lo cual representa un 31%, mientras que solo un 16% de las personas gastan más de 20 dólares.



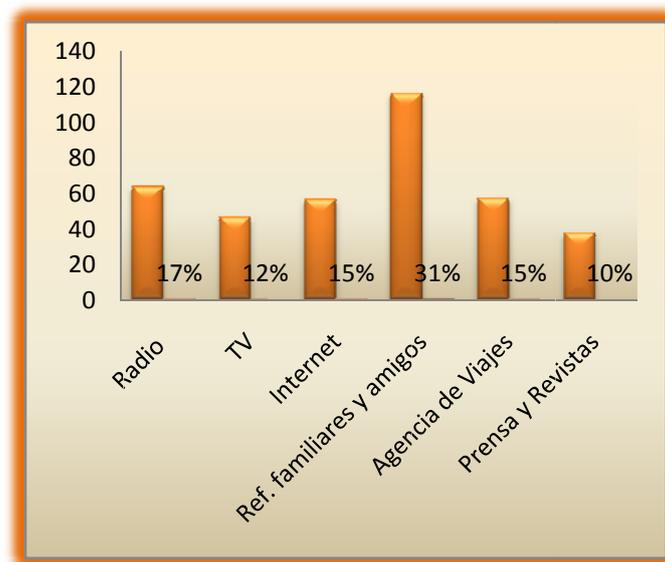
TABLA 2.12

¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA USTED PARA INFORMARSE DE LA EXISTENCIA DE LAS HOSTERÍAS?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Radio	64	17%
TV	47	12%
Internet	57	15%
Ref. familiares y amigos	117	31%
Agencia de Viajes	58	15%
Prensa y Revistas	38	10%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta
Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.9



Interpretación: Los resultados indican que 31% de las personas acuden a las hosterías por referencias familiares o de amigos, mientras que el 17% se informa a través de la radio y el 30% lo hacen a través del internet y por agencias de viaje.



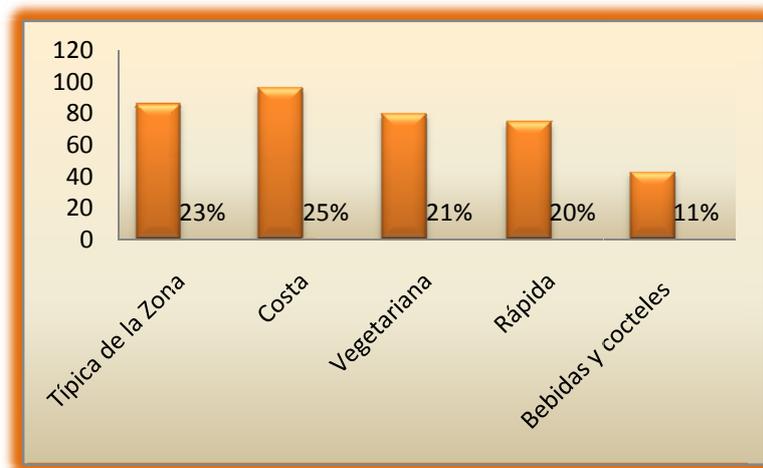
TABLA 2.13

EN LO REFERENTE A LA ALIMENTACIÓN EN UNA HOSTERÍA USTED
PREFIERE:

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Típica de la Zona	86	23%
Costa	97	25%
Vegetariana	80	21%
Rápida	75	20%
Bebidas y cocteles	43	11%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta
Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.10



Interpretación: Los resultados muestran que la mayoría de las personas es decir el 25% prefieren deleitar la comida de la costa, seguidos por la comida típica de la zona luego la comida vegetariana y como última opción se encuentra la comida rápida la cual representa un 20% a su vez los encuestados que representan un 11% deleitan las bebidas y cocteles.



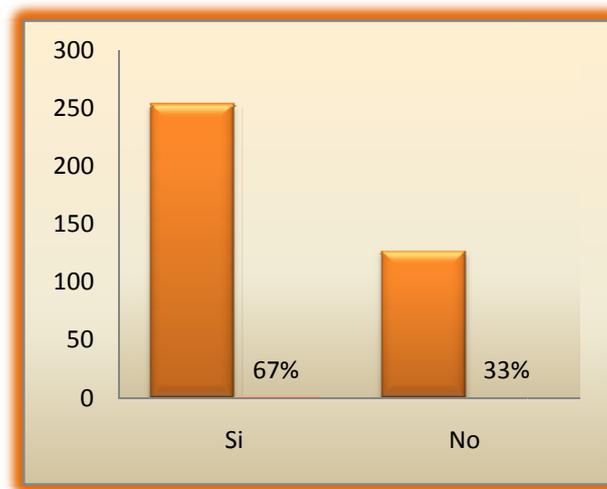
TABLA 2.14

¿CREE USTED FACTIBLE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA ENTRE LAS CIUDADES DE CUENCA Y BIBLIÁN DEBIDO QUE ESTE SERÍA UN LUGAR ALEJADO DEL RUIDO Y QUE EN CONTACTO CON LA NATURALEZA?

	ENCUESTADOS	PORCENTAJE
Si	254	67%
No	127	33%
TOTAL	381	100%

Fuente: Encuesta
Realizado por: Las Autoras

GRÁFICO 2.11



Interpretación: La investigación realizada indica que el 67% de las personas encuestadas es decir 249 personas creen en la factibilidad de la creación de la hostería en la parroquia de San Francisco de Sageo.



2.1.9 ELABORACIÓN DEL INFORME FINAL

Podemos concluir diciendo que los turistas nacionales y extranjeros que visitan las hosterías los hacen con mayor frecuencia en temporadas de feriados y vacaciones y su estadía es de 2 a 3, siendo su nivel de gasto por persona de 15 a 20 dólares. Además según los resultados de la investigación los turistas visitan las hosterías más de tres veces al año y que entre sus comidas preferidas están: la comida típica de la zona, seguida por la comida vegetariana, y los medios por los que se informan de los servicios turísticos del país es por referencias familiares y de amigos seguido por la radio y el internet, los resultados demuestran que las personas consumen las bebidas y cocteles.

2.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.2.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La investigación de mercado realizada fue una base para determinar las características del mercado actual a captar y para estimar la demanda potencial del servicio.

2.2.1.1 ÁREA DEL MERCADO

A diferencia de la producción de un bien en el cual el productor va hacia la demanda, en un servicio como es el turismo se debe lograr que los demandantes se dirijan hacia el mismo, por lo tanto el área de mercado para el proyecto está constituido por el turismo interno y externo que podrían hacer uso de la hostería.

- ✓ El turismo externo estará constituido por turistas extranjeros de distintas nacionalidades que ingresen al Cañar.
- ✓ El turismo interno estará conformado por residentes del Cañar que se encuentran en condiciones de realizar actividades de turismo recreativo dentro de la provincia.

2.2.1.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA



La demanda potencial fue proyectada según las entradas de los turistas a la Provincia del Cañar durante el período 2009, que sumaron un total de 83.153 personas que visitaron a la provincia, tomando en consideración a los cantones: Cañar, Biblián y Azogues, por ser los más cercanos al lugar donde se llevará a cabo el proyecto, los cuales representan la entrada de 46.956 personas.

La tasa de crecimiento turístico proyectada para los 2010 – 2016 según Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador “PLANDETUR 2020” es del 4,02%.

Para la proyección de los años 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, se utilizó la fórmula del método aritmético que se utiliza para poblaciones menores a 150.000 personas:

$$P_n = P_0(1+in)$$

Dónde:

P_n = Demanda a proyectar

P_0 = Año base de la demanda

i = Tasa anual de crecimiento

n = Números de años

TABLA 2.15

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	TURISTAS
2010	48844
2011	52771
2012	59135
2013	68644
2014	82441

Fuente: Boletín de Estadísticas Turísticas 2005 – 2009

Realizado por: Las Autoras



2.2.1.3 ESTACIONALIDAD EN LA AFLUENCIA DE VIAJEROS

Las temporadas altas para los visitantes son: enero, febrero, junio, julio, agosto y diciembre y las temporadas bajas son: marzo, abril, mayo, septiembre, octubre y noviembre.

Estas podrán ser tomadas para analizar y estimar los períodos de tiempos en el cual habrá mayor demanda y ocupación del establecimiento, así mismo plantear estrategias para incrementar las visitas en la temporada baja.

2.2.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para el análisis de la oferta se hizo una investigación general de los establecimientos disponibles entre hoteles y hosterías existentes dentro del Cantón Biblián, determinando la existencia de los siguientes establecimientos más visitados, los mismos que no cuentan con todos los servicios que el proyecto propuesto ofrece.

- Hotel Paraíso: Direc. Alberto Ochoa y Miguel Veintimilla Jaramillo Telf.: 2244927
- Hotel León: Av. Luis Monsalve Pozo y Av. Cheguevara; Teléfonos: 2249916
- Hostería Camping; Vía Biblián ; Teléfono 072241928
- Hostería Cuna del Sol: Vía Cañar; 2832205

2.2.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Nuestra competencia directa son las hosterías y hoteles más cercanos a nuestro proyecto, a continuación la descripción de las mismas:

Nombre: “HOTEL PARAÍSO”

- **Ciudad:** Azogues
- **Dirección:** Alberto Ochoa V. y Miguel Veintenilla Jaramillo
- **Teléfonos:** 593 – 7 – 2244927 / 224472
- **E-mail:** hparaiso@hotelparaiso.com.ec
- **Descripción del establecimiento:**



- **Alojamiento:** Posee habitaciones estándar, junior suite, suite tipo presidencial.
 - Habitaciones: 60
- **Precios:** Económico
- **Servicios:** Restaurant, cafetería y bar, piscina, roomservice, centro de negocios.
- **Registro en el Ministerio de Turismo:** Si

Nombre: “HOTEL LEÓN”

- **Ciudad:** Azogues
- **Dirección:** Av. Luis Monsalve Pozo y Av. Cheguevara
- **Teléfonos:** 2249916 / 092633643;
- **E mail:** hotelleon@yahoo.com
- **Descripción del establecimiento:**
- **Alojamiento:** posee habitaciones matrimoniales, dobles y sencillas
 - Habitaciones: 32
- **Precios:** Económico
- **Servicios:** Restaurant, piscina, sauna, turco, parqueadero.
- **Registro en el Ministerio de Turismo:** Si

Nombre: “HOSTERÍA CUNA DEL SOL”

- **Cantón:** Cañar
- **Dirección:** Sector Chita loma a 600 metros del centro cantonal del Tambo.
Teléfono: 07- 2832205/ 099505807
- **Descripción del establecimiento:**
- **Servicios:** Área de hospedaje, salón de actos y recepciones para reuniones, zona de diversión y esparcimiento como cabalgatas, paseo en botes, piscina, saunas, turco, restaurant.

Nombre: “HOSTERÍA EL CAMPING”

- **Ciudad:** Biblián
- **Dirección:** Sageo 3 km al norte de Azogues, 2.5 km al sur de Biblián.



- **Teléfono:** 07-2240445
- **E mail:** elcamping@gmail.com
- **Descripción del establecimiento:**
- **Alojamiento:** Posee habitaciones matrimoniales, dobles y sencillas
 - Habitaciones: 20
- **Precios:** Económico
- **Servicios:** Piscina, restaurant, local de recepciones, parqueadero.

Nuestra Hostería “**MANANTIAL DEL ROCÍO**” se diferenciará de la competencia por poseer las siguientes características:

- **Ciudad:** Biblián
- **Dirección:** Sageo 3 km al norte de Azogues, 2.5 km al sur de Biblián.
- **Teléfono:** 07-2244497
- **E mail:** manantialdelrocio@hotmail.com
- **Descripción del establecimiento:**
- **Alojamiento:** Posee habitaciones matrimoniales, dobles, simples y suite.
 - Habitaciones: 17
- **Precios:** Económico
- **Servicios:** Piscina, sauna, turco, restaurant, local de recepciones, parqueadero, áreas verdes, canchas múltiples.
- **Atención:** De jueves a lunes, en un horario desde las 8:00 am hasta las 19:00 horas.

2.2.4 ANÁLISIS DE LAS 4PS (PRODUCTO, PRECIO, PLAZA, PUBLICIDAD)

2.2.4.1 PRODUCTO

El producto que pretendemos presentar en el mercado es un servicio, que permitirá compartir con sus familiares y amigos, momentos de entretenimiento, relax y sobre todo el contacto con la naturaleza, el mismo que tiene la finalidad de satisfacer las necesidades de todos los turistas ya sean estos nacionales o extranjeros que visiten



nuestras instalaciones, ofreciendo servicios de primera y para ello contaremos con personal capacitado.

A continuación se detalla los servicios con los que contará la hostería:

TABLA 2.16

CUADRO DE SERVICIOS

HOSPEDAJE	RECREACIÓN	ALIMENTACIÓN	SEGURIDAD
Habitaciones con baño privado	Piscina	Restaurant	Guardianía
Televisión por cable	Salón de eventos	Bar - Cafetería	Cámaras de seguridad
Internet	Música		Casilleros
Teléfono	Canchas deportivas		Parqueadero
Fax	Saunas – Turco		
	Áreas de recreación		

Realizado por: Las autoras

1. Servicio de Hospedaje

Cuenta con 17 habitaciones de las cuales son: 2 matrimoniales, 8 simples, 2 dobles y 1 suite. Los turistas podrán hospedarse en cómodas habitaciones cada una con: teléfono, televisión por cable y baño privado.

2. Servicio de Recreación

Es un servicio de vital importancia para los turistas, aquí encontraremos juegos recreativos para niños y adultos.

3. Servicio de Restaurant

El restaurant ofrecerá a los turistas un servicio de primera calidad brindando comida típica del lugar, comida vegetariana, comida de la costa y comida rápida. Además contará con servicio de bar.

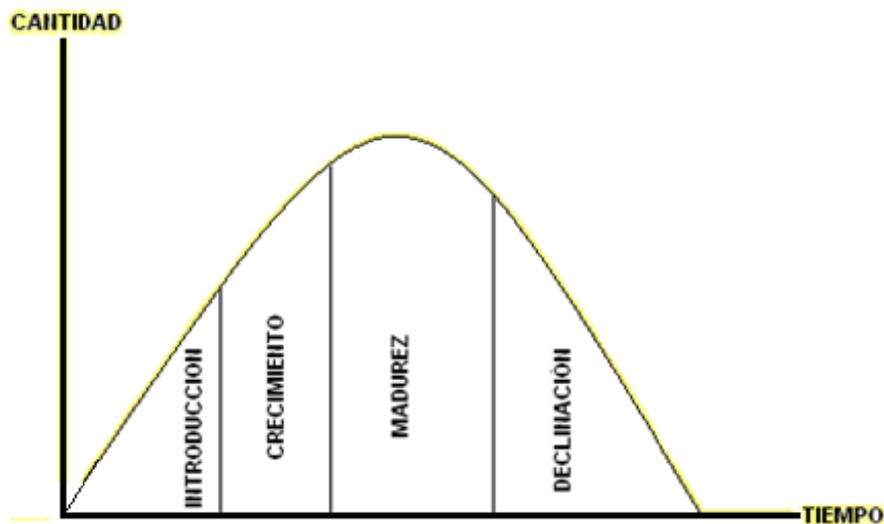
4. Servicio de Seguridad



El servicio de seguridad es el más importante porque garantiza la seguridad de las pertenencias de los turistas.

2.2.4.1.1 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

GRAFICO 2.12
CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO



Realizado por: Las Autoras

INTRODUCCIÓN

La hostería abrirá sus puertas al mercado para el año 2014 en la Parroquia de San Francisco de Sageo, durante la cual se espera captar gran número de turistas.

CRECIMIENTO

Los servicios que brindan las hosterías hoy en día se encuentran en la etapa de crecimiento debido a que es un servicio muy demandado por los turistas de todas las edades en dónde buscan lugares para pasar momentos agradables con su familia.

Además en la actualidad el ministerio de Turismo está fortaleciendo los lugares turísticos que tiene el país, por medio de campañas publicitarias permitiendo que el turismo crezca.



MADUREZ

Es muy difícil que los servicios que brindan las hosterías lleguen a la etapa de madurez ya que las personas siempre buscan lugares para relajarse y divertirse con su familia y así salir de su vida rutinaria.

DECLINACIÓN

Con la innovación de los servicios que se implementan dentro la las hostería es muy difícil que los servicios entren en esta etapa.

2.2.4.2 PRECIO

El precio de los servicios del proyecto a ejecutarse son atractivos de acuerdo a una investigación realizada a los precios de la competencia los cuales son altos tanto en servicio de alojamiento como en los de restaurant.

Del análisis de mercado se deduce que no hay un establecimiento con las características de la hostería, es por eso que se tomará mucho en cuenta a los turistas que busquen un lugar de relajamiento y descanso a precios bajos. En la siguiente tabla se muestra el detalle de los servicios que se ofrecerán en la hostería con sus respectivos precios:

TABLA 2.17

PRECIOS DE SERVICIOS

PRECIOS DE SERVICIOS INDIVIDUALES	
Entrada	2,00
ALOJAMIENTO EN LAS HABITACIONES:	
Simple	10,00
Doble	15,00
Matrimonial	25,00
Suite	40,00
PRECIOS DE RESTAURANTE <u>Anexo 2</u>	
Comida Típica	3,06
Comida Rápida	1,75
Comida Vegetariana	3,00
Comida de la Costa	3,25
Bebidas y cocteles	2,00

Fuente: Investigación Directa

Realizado por: Las Autoras



2.2.4.2.1 ESTRATEGIA DE PRECIO

La hostería “MANANTIAL DEL ROCÍO” establecerá las siguientes estrategias:

1. Ser una puerta de publicidad directa, es decir ser recomendada por las personas que visiten la hostería y constaron que los precios de los servicios de la hostería son económicos.
2. Lograr reincidencia en visitar la hostería, así como prolongar su estadía en las instalaciones.

Las estrategias antes mencionadas serán llevadas a cabo mediante:

- **Descuento por cantidad:** Reducción del precio para los compradores que adquieren el servicio en grandes cantidades.
- **Descuento por temporada:** Reducción del precio para los compradores que adquieran los servicios de la hostería fuera de temporada.

2.2.4.3 PLAZA

Para lograr mayor eficiencia y eficacia en el sistema de distribución, se va a utilizar dos canales de distribución.

- **Canal Corto (Empresa – Agencia Turística):** Se formará una asociación con agencias de viajes y operadoras turísticas que permitan acercar al cliente a los servicios que ofrecerá la hostería.
- **Canal Directo:** La Hostería “MANANTIAL DEL ROCÍO” ofrecerá sus servicios de forma directa mediante una publicidad agresiva hasta darnos a conocer en el mercado.



2.2.4.4 PUBLICIDAD

La publicidad será llevada a cabo a través de los siguientes medios de comunicación ya mencionados anteriormente en la investigación de mercados los cuales nos permitirán llegar a los turistas de manera fácil y rápida.

- **Anuncios en la Prensa:** Se publicará anuncios en los periódicos de mayor circulación por ejemplo en el Heraldo en las ciudades de Azogues, Biblián y Cañar cada mes. Además nos registraremos en uno de los medios más utilizados a nivel nacional como lo es la guía telefónica.
- **Vallas Publicitarias:** Se ubicará una valla en la entrada a la hostería. **Anexo 3**
- **Campaña en las Radiodifusoras:** Se efectuará en programas de radio matutinos seis meses al año especialmente en temporadas altas como: Carnaval (Febrero), Semana Santa (Abril), Difuntos (Noviembre), Navidad (Diciembre) y Fin de Año (Diciembre).
- **Internet:** Se creará una página Web para detallar los servicios que brindará la hostería.

En la siguiente tabla se observa los requerimientos de publicidad con sus respectivos costos:



TABLA 2.18

REQUERIMIENTO DE PUBLICIDAD

MEDIOS	DESCRIPCIÓN DE REQUERIMIENTO	PUBLICIDAD	COSTO
Prensa Escrita	Publicación en Periódicos Nacionales 1 vez cada mes.	Mensual	200,00
	Inscripción en Guía Telefónica	Anual	800,00
Valla Publicitaria	Valla de 3m x 5m. (Anexo 3)	1 Vez	1.000,00
Campaña Televisiva	1 cuña diaria viernes, sábado, domingo rotativo	Mensual	300,00
Campaña Radiodifusión	Presentación, Despedida, 2 Cuñas, 2 Menciones, Lunes a Viernes 09h:00 – 12h:00	Mensual	575,00
Página Web	Registro de Dominio, subpáginas para página principal, gráficos y animación de logotipos.	1 vez	300,00
TOTAL			3.175,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Las Autoras

Para la presentación y promoción del servicio también se desarrollara afiches y poster, los cuales se muestran a continuación:

TABLA 2.19

REQUERIMIENTOS DE PUBLICIDAD

MATERIAL	DESCRIPCIÓN DE REQUERIMIENTO	PERIODICIDAD	COSTO
Afiches	Full color a manera de trípticos x 1000 unid.	3 meses	80,00
Póster	Desde 40cm x 30m Full color x 500	3 meses	85,00
TOTAL			165,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Las Autoras

2.2.4.4.1 PROMOCIÓN EN VENTAS



La promoción en ventas consistirá en dar incentivos a corto plazo para incentivar la compra del servicio en los días de baja concurrencia de turistas como son los días jueves y los lunes, como por ejemplo:

- Aplicación de un pase de cortesía para grupos mayores de 20 personas.
- Otorgar un plato gratuito según los montos de consumos realizados.
- Dar un porcentaje de descuento a los clientes más frecuentes, consumos fuera de temporadas y reservaciones anticipadas con pagos en efectivo.



CAPÍTULO III

PLAN DE MARKETING



Un paraíso para descansar



PLAN DE MARKETING

Es la provisión de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de los consumidores y para lograrlo es necesario llevar a cabo investigaciones que nos ayuden a verificar el estado del mercado, la competencia y su respectiva mezcla de marketing, para que de esta manera se pueda tener éxito en este proyecto.

En este capítulo se establece la filosofía de la hostería:

3.1 MISIÓN

Ofrecer una atención personalizada y de alta calidad en los de servicios de alimentación, recreación, hospedaje, eventos sociales y seguridad, logrando de esta manera ser la mejor opción para nuestros clientes.

3.2 VISIÓN

Lograr el mayor reconocimiento y prestigio en el mercado brindando servicios de calidad y excelencia, la misma que nos diferenciará en el medio en que nos desenvolvamos.

3.2.1 NOMBRE

El nombre que se pondrá a la hostería llamará la atención del turista y hará que se diferencie de las demás hosterías. De igual forma ayudará a que este servicio se posicione fácilmente en la mente de los clientes atrayendo una mayor cantidad de los mismos.

El nombre de la hostería será: **“MANANTIAL DEL ROCÍO”**.

Se escogió este nombre debido a que el lugar donde estará ubicada la hostería es muy conocida por los turistas que llegan a visitar a la Virgen del Rocío.



3.3 LOGOTIPO



3.4 SLOGAN

Un paraíso para descansar

3.5 VALORES INSTITUCIONALES

- a) **Respeto:** Para nuestra empresa el respeto es el reconocimiento de que todas las personas serán tratadas de igual manera sin distinción alguna.
- b) **Responsabilidad:** Es obligación de nuestra hostería velar por la buena atención a nuestros clientes.
- c) **Ética:** Los servicios serán brindados con buenos principios y reglas morales que regulan el comportamiento y las relaciones humanas dentro de nuestra empresa.
- d) **Innovación:** En el transcurso de los años la hostería estará siempre innovándolos servicios para dar una mejor satisfacción al turista.

3.6 ANÁLISIS AMBIENTAL

Nos permitirá analizar la situación actual del país y del mercado turístico, a través de diversos indicadores económicos que definan claramente los aspectos que podrían afectar a la empresa y de esta manera tomar decisiones correctas.



3.6.1 ANÁLISIS DEL MACROAMBIENTE

3.6.1.1 FACTOR ECONÓMICO

Para determinar la forma y el grado de incidencia del factor económico en el presente proyecto turístico, es necesario analizar los siguientes indicadores económicos: El PIB, la tasa de interés y la inflación

El turismo en la actualidad es una de las ramas más importantes del sector de servicios y de las de mayor crecimiento a nivel mundial, siendo así la tercera fuente de ingresos del país, teniendo gran importancia económica, social y cultural para el Ecuador, sin embargo este sector no ha sido atendido de forma eficiente, por lo que recién hace pocos años atrás el gobierno le está dando la importancia que merece.

3.6.1.1.1 PRODUCTO INTERNO BRUTO TURÍSTICO

El PIB es un indicador del entorno general que comprende la producción interna y mide la capacidad de generar recursos en el país es decir, determina el tamaño de la economía en términos de producción, además es el principal indicador para medir el desenvolvimiento de la actividad económica y sirve además como referencia para medir los objetivos alcanzados por el país.

En el siguiente cuadro se observa la participación del sector turístico en el país:

TABLA 3.1

PARTICIPACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL PIB

AÑO	PIB	PIB TURISMO	%
2006	41.763.000	1.727.980,00	4,14
2007	45,789.000	1.864.774,00	4,08
2008	52.572.000	2.786.316,00	5.30
2009	51.106.000	2.138.356,00	4,18
2010	54.685.000	2.460.825,00	4.50

Fuente: Cuentas Satélites del Turismo en Ecuador de Turismo 2006 – 2010
Realizado por: Las Autoras



De acuerdo a estos datos analizados y obtenidos de la Cuenta Satelital de Turismo, se puede decir que la actividad turística, se encuentra en su mayor auge, puesto que el producto interno bruto turístico en el año 2010 tuvo un valor de 2.460.825,00 millones de dólares, que se originó con las actividades del turismo, a su vez esto también se debe en gran medida a la infinidad de alternativas que brinda al turista nacional y extranjero, y al aporte del Ministerio de Turismo al realizar campañas publicitarias tanto a nivel nacional e internacional, el mismo que ha logrado ubicar al Ecuador en uno de los países más codiciados para los turistas, lo cual es muy importante para los lugares turísticos como son las hosterías, puesto que se ve beneficiado de forma directa gracias al apoyo que da el Gobierno a esta actividad.

3.6.1.1.2 INFLACIÓN

La inflación en los últimos cuatro años ha tenido cambios no muy notorios, ya que ha estado manteniéndose en un nivel promedio, podríamos decir que los parámetros económicos han tenido variabilidades, nos hemos mantenido en una estabilidad económica en donde el salario que percibían los ecuatorianos, servía para satisfacer sus necesidades suntuarias y de consumo, es decir, que la gente tenía dinero para realizar pequeños gastos extras, lo que incluye al turismo, ya que se mantienen en una economía estable, en consecuencia parecería que el turismo no había sido afectado con la inflación, pero lo que si le afectó son los fenómenos climáticos y naturales, pero para el año 2008 e inicios del 2009 la inflación ha aumentado, tomando como referencia que en el mes de enero del 2008 se elevaron los sueldos en un 15%, por ende los productos de la canasta básica tendieron al alza, además debemos considerar los fenómenos naturales y físicos, que acarreo la escasez de productos de consumo básico, por lo tanto el dato que tenemos de la inflación tiende a duplicarse en comparación con años anteriores. Otro dato importante para el alza de la inflación, es la subida del euro en relación con el dólar, puesto que en la actualidad la moneda más fuerte es el euro. Haciendo un análisis de los últimos cinco años se puede observar un incremento desmedido de la inflación para el año 2008 – 2009, que puede afectar al turismo nacional.



Pero durante el año 2010 la tasa de inflación bajo al 3,33% esto se debe a un incremento en las bebidas alcohólicas y de los salarios.

Los porcentajes a la inflación para los diversos años se encuentran en la siguiente tabla:

TABLA 3.2

**PORCENTAJES DE INFLACIÓN
PERIODO 2004 – 2010**

AÑO	PORCENTAJE %
2004	1.95
2005	4.36
2006	2.87
2007	3.32
2008	6.31
2009	2.30
2010	3.33

Fuente: Banco Central del Ecuador. Dato oficial, 31 de diciembre 2010

Realizador por: Las Autoras

La inflación provoca que las personas tengan inseguridad al momento de tomar la decisión de gastar su dinero, como es el caso de las actividades que tienen que ver con el turismo, debido a que evitan hacer turismo, ya que esta actividad no es de primera necesidad, pero hay que recordar que la inflación siempre varía de un año a otro en porcentajes representativos, dependiendo de este hará que las personas incrementen sus gastos o los disminuyan.

3.6.1.1.3 TASAS DE INTERÉS

Las tasas de interés en los dos últimos años han sufrido evoluciones, se puede apreciar que empiezan a experimentar una tendencia a la baja. Por lo que se cree que si estas siguen disminuyendo, será una gran fortaleza para los sectores de servicios así como los de producción, ya que podrán acceder a créditos más baratos y así poder realizar mejores actividades dentro de su campo.



En la siguiente tabla se puede observar la tasa activa y pasiva para los siguientes años:

TABLA 3.3

TASA DE INTERÉSACTIVA Y PASIVA

TASA DE INTERÉS ANUAL		
AÑO	ACTIVA	PASIVA
2004	7.65	3.92
2005	8.24	3.71
2006	8.69	4.34
2007	9.88	5.04
2008	10.17	5.96
2009	9.15	5.57
2010	9.19	5.24

Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín de información Estadística Mensual 31 de Diciembre 2010

Realizado por: Las Autoras

Los empresarios turísticos realizan diferentes estrategias de viajes con la finalidad de que la gente invierta y conozca todas las maravillas y atractivos que posee el Ecuador, es así que muchos turistas realizan préstamos con la finalidad de acceder a dichos viajes, por la facilidad de financiamiento, lo que en cierta partes es provechoso para el turismo, tomando en cuenta que la mayoría de turistas usan tarjetas de crédito para acceder a dichos viajes.

3.6.1.2 FACTOR SOCIAL

3.6.1.2.1 EMPLEO

El índice de desempleo para el año 2006 se ubicó en 6.24%, pero se puede observar que la tasa de desempleo aumentan de manera mínima, en los siguientes años, es así que finaliza el año 2008 con un 7.5%, y hasta el 31 de agosto del 2009 esta tasa de desempleo se ubica en 8.34%, gran parte de esto se debe a que el gobierno prohibió las tercerizadoras, provocando que los empresarios despidan personal y en gran parte se acabe el empleo por horas con el fin de no brindar los



beneficios de ley a los empleados, esto refleja logran necesidad de miles de personas, de obtener un empleo.

Para el año 2010 subió al porcentaje 8,6%, esto se debe a que el gobierno obligó a los empresarios a afiliarse al trabajador al IESS.

En el siguiente cuadro se detalla el porcentaje de empleo y subempleo:

TABLA 3.4

DESEMPLEO Y SUBEMPLEO

AÑO	DESEMPLEO	SUBEMPLEO
2006	6.24	49.74
2007	6.34	50.40
2008	7.50	48.90
2009	8.34	51.60
2010	8,6%	59,80

Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín Mensual de Coyuntura Económica Ecuatoriana
Realizado por: Las Autoras

3.6.1.2.2 POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

Se considera Población Económicamente Activa (PEA) a la población comprendida entre 10 y 65 años de edad, que están cumpliendo o que puedan cumplir funciones productivas.

La Población Económicamente Activa en el 2010 fue del 49,54%, (6.993.292 habitantes), de esta población el 4.12% tienen empleo en la actividad hoteles y restaurantes, por lo que se puede decir que la actividad turística juega un papel importante en la economía de muchas familias y del país, al generar fuentes de empleo.

A continuación se puede observar la PEA durante los distintos años:



TABLA 3.5

RELACIÓN DE LA PEA CON LA POBLACIÓN TOTAL

AÑO	POBLACIÓN	PEA	%
2007	13.398.171	6.476.842	48.34
2008	13.582.910	6.648.992	48.34
2009	13.767.650	6.821.142	48,54
2010	13.952.389	6.993.292	49.54

Fuente: Banco Central del Ecuador. Boletín Estadístico Anual N° 1975
Realizado por: Las Autoras

3.6.1.3 FACTOR POLÍTICO

En la actualidad el sector turístico es una de las prioridades tanto del Gobierno como de la Asamblea Constituyente, dentro de sus objetivos está no depender del petróleo, como fuente primordial de ingresos económicos, es así que el turismo será una gran alternativa permitiendo explotar los recursos naturales de una forma sustentable, impulsando la inversión de empresarios en el sector turístico, lo que permitirá una mayor participación de los habitantes donde se realice la actividad turística de esta manera se mejorará la calidad de vida de los mismos.

3.6.1.4 FACTOR LEGAL

Para el desarrollo de este proyecto es muy importante tomar en cuenta la presente Ley de Turismo.

En el artículo 5 de la ley de turismo se clasifica las actividades turísticas que se pueden desarrollar lo que permite catalogarnos dentro del servicio de alojamiento, cumpliendo con todos los requisitos necesarios para funcionar dentro de esta categoría como tal.

Los requisitos para funcionar como empresa turística se encuentran detallados en el capítulo cinco, numeral 5,2 que se refiere a la estructura legal.

3.6.1.5 FACTOR TECNOLÓGICO



Este sistema de información y comunicación es de mucha utilidad para la promoción de la hostería “Manantial del Rocío”, ya que permitirá llegar con la información a más sitios en menos tiempo, es así que el uso constante del internet, genera un aporte primordial a los sectores productivos, como es el caso del sector turístico, puesto que ha permitido al turista conocer a fondo al Ecuador y sus atractivos a su vez promocionarse tanto a nivel nacional como internacional.

La implementación de la página Web para la hostería será de vital importancia ya que de seguro se llegará a turistas de distintos países.

3.6.2 ANÁLISIS DEL MICROAMBIENTE

Son todas aquellas fuerzas cercanas que una empresa puede controlar y así lograr el cambio deseado alcanzando los objetivos corporativos determinando las fortalezas y debilidades de la empresa. Para ello se analizará las cinco fuerzas competitivas de Porter, entre ellos tenemos:

a) Poder de negociación de los proveedores.

Es importante para la hostería “Manantial del Rocío” elegir los mejores y más convenientes proveedores respecto a la calidad de los productos, precios convenientes y empresas bien constituidas para evitar cualquier suceso que pueda causar problemas a la empresa.

A continuación se detalla los nombres de los proveedores con los cuales se trabajará:



TABLA 3.6

PROVEEDORES DE SUMINISTROS Y EQUIPOS

HABITACIONES			
PRODUCTO	PROVEEDOR	DIRECCIÓN	TELÉFONO
Toallas, Sábanas	Centro Comercial La Playa Mega Store	Aurelio Jaramillo y Andrés F. Córdova	2248518
Papel Higiénico	Comisariato Bodega La	Av. 24 de Mayo	2245604
Implementos de aseo	Jabonería del Austro	Av. España	2865300
Productos de Limpieza	Comisariato Bodega La	Av. 24 de Mayo	2245604
RESTAURANTE Y BAR			
Vajilla, cristalería, cubertería	Centro Comercial La Playa Mega Store Comercial El triángulo	Aurelio Jaramillo y Andrés F. Córdova Luis Cordero y Sucre	2248518 2217149
Cárnicos, mariscos, embutidos, huevos	PRONACA	Emilio Abad	2241756
Licores y Vinos	Distribuidora Zhumir	Azuay	
Café, chocolate, lácteos, galletas,	Comisariato Bodega La	Av. 24 de Mayo	2245604

Realizado por: Las Autoras

b) Poder de negociación de los clientes

La hostería debe convencer a los clientes el servicio es de calidad y diferente al resto, promoviendo su deseo de adquisición. Además deberá satisfacer la necesidad de descanso, entretenimientos y relajación aprovechando el tiempo de ocio de las personas y su satisfacción se logrará analizando los gustos y preferencias de cada uno de los turistas.

c) Amenaza de nuevos competidores

Se debe conocer a fondo el segmento de mercado al cual se va a dirigir y estar preparado frente a cualquier competencia que pueda aparecer para ello se deberá



establecer estrategias de diversificación de los servicios a ofrecer dentro de la hostería.

d) Rivalidad entre los competidores existentes

La hostería deberá estar capacitada para enfrentar continuamente a la competencia mejorando precios, servicios, promoción pero sobre todo aprovechar las ventajas competitivas que posee en cuanto a su ubicación y cercanía a la ciudad.

e) Amenaza de productos y servicios sustitutos

Hay que tener muy en cuenta que los productos sustitutos pueden limitar el desenvolvimiento de nuestras actividades, puesto que estos pueden ofrecer similares servicios turísticos de los que ofrece la hostería y satisfacer la misma necesidad en el turista, restando la demanda de los servicios que ofrecerá el "Manantial del Rocío".

En la actualidad no existen empresas que sean una amenaza para nosotros debido que nuestras instalaciones son diferentes a la competencia, ya que nosotros ofertaremos otros servicios al mercado como son: áreas verdes y recreativas, y de esta manera nos diferenciaremos de la competencia.



3.6.3 ANÁLISIS FODA

TABLA 3.7

ANÁLISIS FODA DE LA PARROQUIA SAN FRANCISCO DE SAGEO

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La hostería estará ubicada en los límites de la ciudad de Azogues y del Cantón Biblián. • Cuenta con un excelente clima. • Atención permanente • Personal capacitado en conocimientos administrativos y gerenciales • Está ubicada a 30 minutos de la ciudad de Cuenca. • Cuenta con parqueadero amplio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar las falencias de la competencia. • El Turismo está en constate incremento 	<ul style="list-style-type: none"> • Se requiere de una alta inversión. • Falta de actividades culturales y turísticas en el lugar. • Lugar turístico aún poco conocido. • No tener capital propio 	<ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nuevos competidores. • Incremento de la inflación, provocando la pérdida del poder adquisitivo. • Inestabilidad política, limitando la inversión • Estrategias agresivas por parte de los competidores. • Competencia posicionada en el mercado

Realizado por: Las Autoras



3.6.4 MATRIZ FODA

TABLA 3.8

COMBINACIÓN DEL FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • La hostería estará ubicada en los límites de la ciudad de Azogues y del Cantón Biblián. • Cuenta con un excelente clima. • Atención permanente. • Personal capacitado en conocimientos administrativos y gerenciales. • Está ubicada a 30 minutos de la ciudad de Cuenca. • Contará con amplio parqueadero. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se requiere de una alta inversión. • Falta de actividades culturales y turísticas en el lugar. • Lugar turístico aún poco conocido. • No tener capital propio.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar las falencias de la competencia. • El Turismo está en constate incremento 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar las falencias de la competencia a través de una buena atención a los clientes pues para ello se contará con personal capacitado. • La ubicación de nuestra hostería nos permite llegar con facilidad a los turistas de provincias vecinas. • Aprovechar el crecimiento turístico en el Cantón de Biblián y fomentar la visita de los mismos hacia la hostería brindándoles servicios de hospedaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar las visitas de los turistas hacia la hostería brindándoles áreas recreativas y un buen lugar para pasar con su familia y sobre todo darles a conocer los lugares turísticos que posee el Cantón Biblián, y de esta manera incrementar las ingresos para la hostería.
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
<ul style="list-style-type: none"> • Aparición de nuevos competidores. • Incremento de la inflación, provocando la pérdida del poder adquisitivo. <ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad política, limitando la inversión. • Estrategias agresivas por parte de los competidores. • Competencia posicionada en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Al contar con un personal altamente capacitado nos permitirá combatir la competencia, ya que todo cliente busca satisfacción en el servicio, • El eje principal de la hostería será el manejo adecuado de la publicidad y tecnología, lo que no le permitirá que la competencia desarrolle estrategias agresivas en contra de la hostería llegando a ser el "Manantial del Roció" la primera elección del cliente por los servicios de calidad que ofertamos al mercado turístico. 	<ul style="list-style-type: none"> • La inestabilidad económica limita la el desarrollo de nuestro proyecto debido a que se necesita de una alta inversión pero no será un obstáculo para el desarrollo de la hostería, ya que se hipotecará el bien permitiendo el financiamiento. • El desarrollo del establecimiento turístico se promocionará un nuevo y atractivo lugar para el turista diferente a los ya existentes.

Realizado por: Las Autoras



3.6.5 OBJETIVOS

- Lograr posicionamiento y rentabilidad en el mercado local
- Ser una empresa altamente capacitada en servicio al cliente.
- Ser una empresa innovadora y competitiva dentro del mercado del Cantón Biblián

3.6.6 POLÍTICAS

3.6.6.1 INTERNAS

- Todo el personal deberá reunirse mensualmente, para informar sobre el desarrollo de sus actividades, problemas o inquietudes que se presente en la empresa para dar soluciones para un mejoramiento continuo de la misma.
- El personal de la hostería contará con uniforme que identifique a la empresa donde se resaltará el logotipo de la hostería.
- El personal del “Manantial del Roció” no designará sus actividades a terceras personas.
- El personal no debe crear discordia entre el mismo personal de la hostería o con el cliente, siempre deberá brindar un servicio excelente con calidad, honradez, responsabilidad, eficiencia y eficacia.
- Satisfacer todas las exigencias y necesidades (de calidad, servicio y precio) de nuestros clientes.
- Fomentar el trabajo en equipo como patrón de comportamiento en todos los niveles organizativos.
- Desarrollar la cultura de respeto al medio ambiente, a las personas y la sociedad.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad de los recursos humanos.
- El horario de ingreso y salida del personal, estará estipulado en el contrato y aprobado por parte del trabajador, el mismo que debe ser respetado y



cumplido en su totalidad, caso contrario será sancionado dependiendo de la gravedad del caso.

TABLA 3.9

HORARIO DE TRABAJO DEL PERSONAL

PERSONAL	LUNES – VIERNES	SÁBADOS – DOMINGO	FERIADOS
Gerente General	Lunes a Viernes (8:00 a 12:00) (14:00 a 18:00)		Si es necesario
Asistente Administrativo	Lunes a Viernes (8:00 a 12:00) (14:00 a 18:00)		Si es necesario
Marketing	Lunes a Viernes (8:00 a 12:00) (14:00 a 18:00)		Si es necesario
Recepcionista	Lunes a Viernes (09:00 a 12:00) (2:00 a (16:00)	Sábados (10:00 a 13:00)	(10:00 a 13:00)
Limpieza	Lunes a Viernes (09:00 a 11:00) (15:00 a 16:00)	Sábados y Domingos (9:00 a 12:00) (15:00 a 17:00)	(9:00 a 16:00)
Chef	(9:00 a 14:00) (14:00 a 19:00)	(9:00 a 14:00) (14:00 a 19:00)	(9:00 a 14:00) (14:00 a 19:00)
Asistente de Cocina	(9:00 a 18:00)	(9:00 a 18:00)	(9:00 a 18:00)
Mesero	(9:00 a 14:00) (14:00 a 19:00)	(9:00 a 14:00) (14:00 a 19:00)	(9:00 a 14:00) (14:00 a 19:00)
Guardia	(9:00 a 14:00) (14:00 a 19:00)	(9:00 a 14:00) (14:00 a 19:00)	(9:00 a 14:00) (14:00 a 19:00)

Realizado por: Las Autoras



3.6.6.2 EXTERNAS

- Los clientes deberán cuidar todas las áreas de la hostería.
- Se prohíbe el ingreso de armas de fuego, puesto que pueden atentar con la seguridad de los turistas que se encuentre en el lugar.
- La hostería no se responsabiliza por los objetos y partencias olvidadas fuera de las instalaciones de la misma.

3.7 ESTRATEGIAS GENERICAS

Estrategias de Diferenciación

La estrategia de diferenciación abarca principalmente dos beneficios importantes de: calidad y variedad.

La empresa para diferenciarse en el mercado brindará a los clientes diversidad de servicios (hospedaje, restaurant, seguridad recreación) de calidad con el objeto de satisfacer las necesidades del mercado.

Estrategia de Servicio

La estrategia de servicio que implementará la empresa estará basada en la atención rápida, oportuna, amable que se brindará al cliente, con el propósito de captar más clientes.

Estrategia de Comunicación

La empresa considerando que los decisores importantes son los grupos y la familia, para ser elegida como la alternativa de elección dará a conocer mediante la comunicación al mercado los beneficios de los servicios como calidad, rapidez, ambiente agradable, variedad, también se fomentará la amistad, la unión y la sociabilización; con esta estrategia se pretende evitar una percepción equivocada de los clientes hacia los servicios que se ofrecen en una hostería e impulsarlos a adquirir este tipo de servicio.



CAPÍTULO IV

ESTUDIO DE TÉCNICO



Un paraíso para descansar



ESTUDIO TÉCNICO

Este capítulo tiene como objetivo determinar los factores técnicos que intervienen en la instauración de la Hostería “Manantial del Roció” en la Parroquia de San Francisco de Sageo del cantón Biblián para obtener la información necesaria que permita cuantificar el monto de las inversiones y los costos de operación.

4.1 LOCALIZACIÓN Y UBICACIÓN DEL PROYECTO

A continuación se muestra de manera detallada la localización del proyecto según el análisis de aspecto técnico; evaluando los factores que intervienen en la macro y micro localización, que sirvieron para definir la ubicación del proyecto.

4.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

Se encuentra en el continente Americano, Ecuador, en la Provincia de Cañar, en la región Sierra en el Cantón Biblián delimitada, Cañar al norte, Azogues y Deleg al sur.

Biblián, cabecera del cantón con el mismo nombre pertenece a Cañar en Ecuador. Está clasificado como: Región Administrativa (División Administrativa de segundo orden). Ocupa una superficie de 205,30 km² fue declarado Cantón (Municipio) el 1 de Agosto de 1944. La población actual (2009) es aproximadamente 30.000 habitantes.

El clima es frío húmedo con una temperatura media de 14° C.

Etimología: Biblián se deriva del idioma:

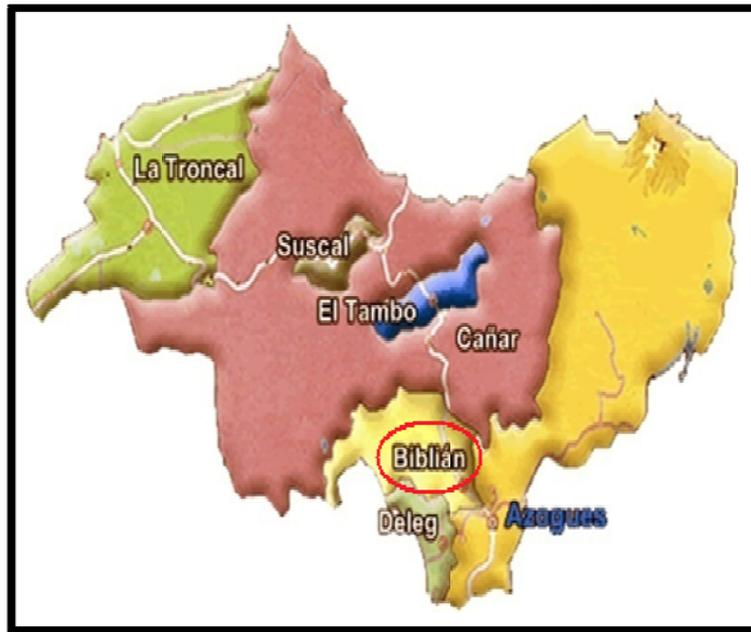
CAYAPA BIB (U) = Alerta, y

LAN (U) = Subir



GRÁFICO 4.1

MACROLOCALIZACIÓN DEL CANTÓN BIBLIÁN



Fuente: <http://www.viveecuador.com>

4.1.2 MICROLOCALIZACIÓN

La población a la que va dirigida la hostería es para todo tipo de turistas que busquen pasar momentos agradables con su familia.

Se encuentra ubicado en la Parroquia de San Francisco de Sageo a pocos kilómetros de la Provincia de Cañar con su capital Azogues, como se observa en el gráfico 4.2.

Esta provincia ecuatoriana tiene bastante para ofrecer en el área del turismo que genera divisas para la superación del sector. A Cañar es necesario promoverla como provincia y especialmente promocionar más los lugares turísticos que posee.

La provincia es rica en historia y en paisajes naturales, en ella se encuentra las ruinas de Ingapirca, el Coyóctor y la laguna de culebrillas que son los lugares



más visitados por turistas nacionales y extranjeros, pero es necesario promocionarla aún más.

La población está conformada por personas residentes de varias provincias y por indígenas de la misma región, se destaca la etnia de los Cañarís y algunas familias quichuas.

En lo que se refiere a las vías de acceso tenemos el medio de transporte terrestre.

Transporte Terrestre: operan hacia el interior las siguientes cooperativas: Ejecutivo San Luis, Cooperativa Cañar, La Jahuay, Súper Taxis, Turismo, Semeria, Patria, Santa, entre otros.

Infraestructura:

- Agua potable
- Energía eléctrica
- Alcantarillado

En lo referente a la seguridad y ante la falta de vigilancia policial en las diferentes ciudades de ingreso de turistas al país y sitios de visita, los turistas se constituyen en un grupo vulnerable que sufre con mayor frecuencia los embates de la delincuencia. Por lo tanto se requiere del Gobierno y de la policía nacional para:

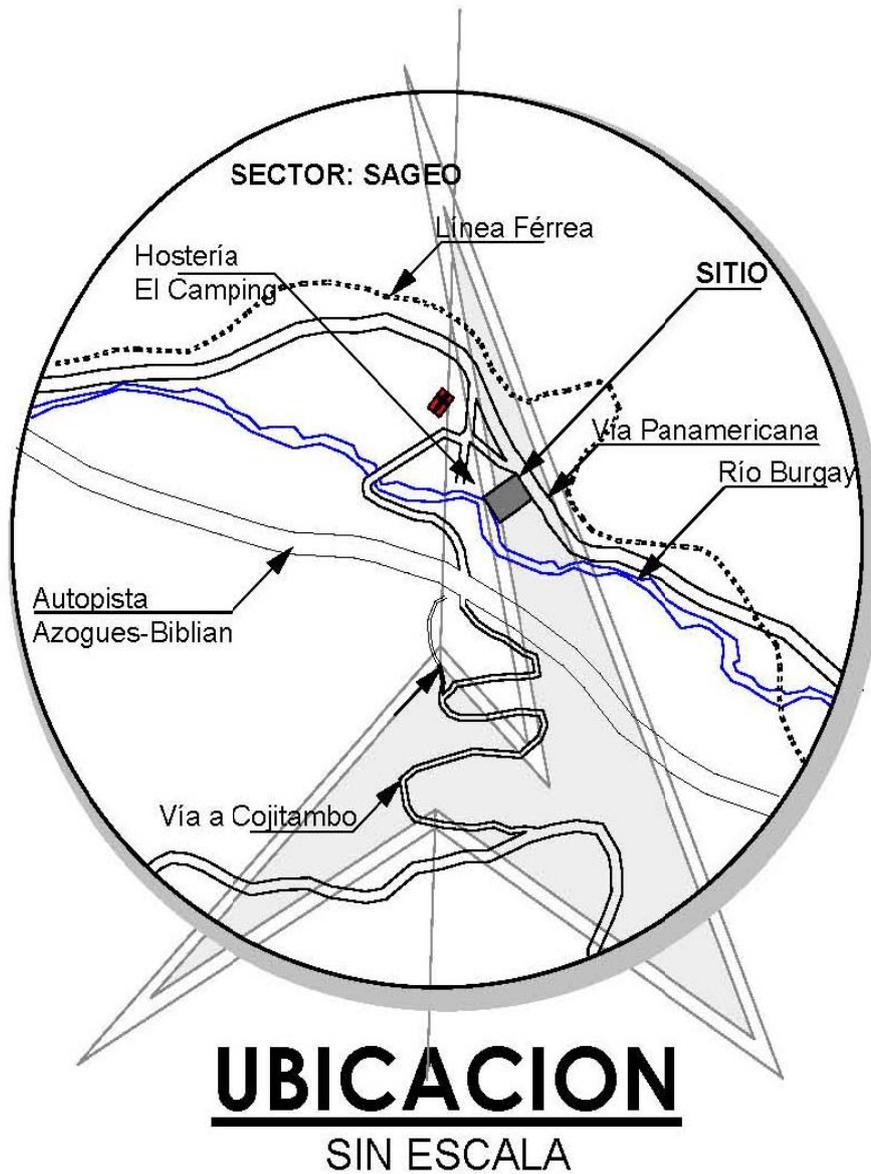
1. Ejecutar acciones concretas y efectivas para garantizar la seguridad de los turistas que ingresan a las diferentes ciudades.
2. Que el Ministerio de Turismo como protector de los derechos del usuario de servicios turísticos impulse la protección hacia las diversas personas que realizan turismo en nuestro país.

A continuación se presenta el mapa de microlocalización del proyecto:



GRÁFICO 4.2

MAPA DE MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Arq. Claudia Cadmilema

De acuerdo a lo analizado anteriormente la ubicación será en un terreno de propiedad de una de las autoras, esta propiedad cuenta con 5803,73m² de terreno.



GRÁFICO 4.3

EXTENSIÓN Y UBICACIÓN DEL PROYECTO



Realizado por: Las Autoras

4.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

Al hablar del tamaño del proyecto se refiere al tamaño de la hostería, a las áreas verdes que brindaremos para recreación, deportes, a la construcción de las habitaciones, del restaurant y el área destinada para la creación del bar. Tomando en cuenta todo esto el área la tenemos distribuida de la siguiente manera:

El espacio donde funcionará el proyecto tiene un área de construcción de 5517,881 m² el área del terreno es de 5803,73 m² el cual está distribuido de la siguiente manera: parqueadero 1360,41 m² con espacio para 23 vehículos, áreas verdes 285,85 m², habitaciones 318,80 m², dos salas de conferencias 349,30 m², piscinas 450 m², saunas – turco 28,80 m², lavandería, canchas 540 m², restaurant 158 m², área administrativa 382 m², área de servicio 92,50 m². Como se muestra en la siguiente tabla:



TABLA 4.1

CONSTRUCCIONES E INSTALACIONES

DETALLE	M2	TOTAL M2	COSTO M2	COSTO TOTAL
Hospedaje				
8 Habitaciones Simple	16,00	128,00	100,00	12.800,00
6 Habitaciones Dobles	20,00	120,00	100,00	12.000,00
2 Matrimoniales	18,80	37,60	100,00	3.760,00
1 Suite	33,3	33,30	100,00	3.330,00
Área Administrativa	382,00	382,00	100,00	38.200,00
Restaurant	158,00	158,00	100,00	15.800,00
Sala de Conferencias	84,30	84,30	100,00	8.430,00
Sala de Conferencias	265,00	265,00	100,00	26.500,00
Sauna – Turco	28,80	28,80	100,00	2.880,00
Piscina	450,00	450,00	100,00	45.000,00
Área de Servicios	92,50	92,50	100,00	9.250,00
Cancha	540,00	540,00	100,00	54.000,00
		1.552,1		
Circulación Interior	1552,12	2	50,00	77.606,00
Parqueadero Circulación Exteriores	1360,41	1.360,4	50,00	68.020,50
Áreas verdes	285,85	285,85	50,00	14.292,50
TOTAL		5.517,8	8	391.869,00

Fuente: Arq. Claudia Cadmilema

Realizado por: Las Autoras

4.2.1 CAPACIDAD O TAMAÑO DEL PROYECTO

Según los resultados obtenidos en el estudio de mercado se pudo dimensionar la capacidad mediante:

- La factibilidad para la creación de la hostería es del 67%.
- La comparación con establecimientos que ofrecen servicios similares.

Capacidad ideal

Sería el atender a toda la demanda, siempre y cuando no existan restricciones de ninguna índole tales como:



- La competencia, y
- Las restricciones legales.

Capacidad Real

La capacidad de la hostería en cuanto a los servicios que ofrece se encuentran detallados a continuación:

TABLA 4.2

CAPACIDAD

SERVICIO	CAPACIDAD DIARIA
Hospedaje	26
Piscina grande	50
Piscina pequeña	15
Sauna	12
Canchas	20
Restaurant	144
Sala de conferencias	500
TOTAL	767

Fuente: Arq. Claudia Cadmilema
Realizado por: Las Autoras

Capacidad Instalada: Será de 767 personas que ingresen sin ninguna dificultad a la hostería.

Capacidad Utilizada: El índice de instalación para el alojamiento para las industrias hoteleras y hosterías corresponde el 54% ya que la concurrencia de los turistas es estacional. Es decir 414 personas ingresarían diariamente a la hostería.

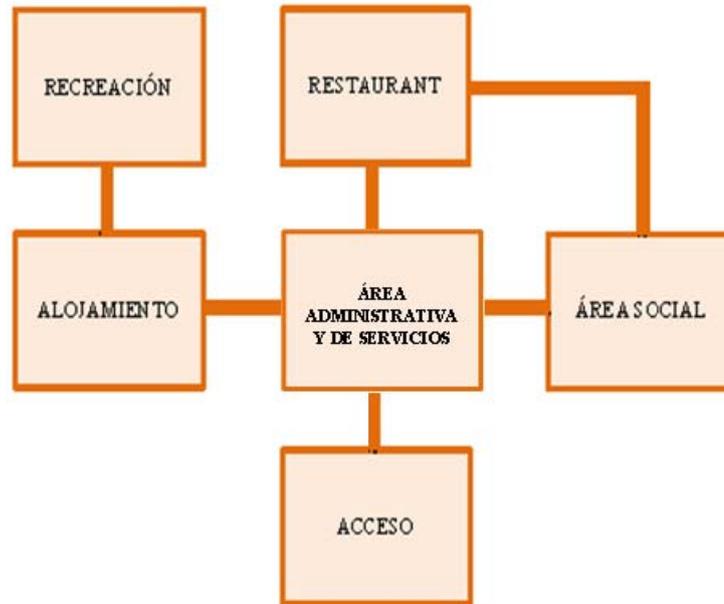
4.2.2 DISEÑO

El diseño parte de una zonificación general que esquemáticamente se presenta a través del siguiente organigrama: **Anexo 4**



GRÁFICO 4.4

ESQUEMA DEL PROCESO DEL PROYECTO



Realizado por: Las Autoras

4.2.2.1 MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

La elaboración del proyecto contiene las siguientes especificaciones de la construcción:

TABLA 4.3

ESPECIFICACIONES DE LA CONSTRUCCIÓN

ESPECIFICACIONES	
Cimentación	Mampostería de piedra
Estructura	Hormigón Armado
Paredes	Mampostería de ladrillo visto
Cubierta	Loseta de hormigón Armado
Piso	Cerámica, adoquín, madera
Puertas	Madera, vidrio, aluminio
Ventanas	Madera, Aluminio
Cielorrasos	Enlucido, empastado
Instalaciones	Agua, sanitarios, eléctricos, Tv, Teléfono
Closet	Madera

Fuente: Arq. Claudia Cadmilema



Realizado por: Las Autoras

4.2.2.2 DISTRIBUCIÓN ESPACIAL

Partiendo del diseño general se hizo una distribución que permita optimizar los recursos y el tiempo de prestación de muchos de los servicios a ser ofrecidos:

Accesos: El proyecto turístico contará con un acceso general que proviene de la carretera Panamericana.

Circulaciones: Las circulaciones internas al centro se adaptan a la disposición topográfica del terreno. Las principales circulaciones partirán del área administrativa a las áreas de recreación.

Área Administrativa: El área estará construida en su totalidad sobre 382 m² distribuidos entre el Hall de Ingreso, Sala de Estar, Recepción, Gerencia, Asistente Administrativo, Bodegas y Baños.

Áreas de Habitaciones: Está compuesta por ocho habitaciones simples, dos matrimoniales, una suite y seis dobles conservando, cada habitación posee baño privado.

Área de Recreación: Tiene un área de construcción de 2153,86 m² (piscina, sauna, turco, canchas, juegos infantiles y áreas verdes) distribuidas en diferentes puntos, según las condiciones requeridas.

Áreas de Restaurant: Tiene una construcción de 158 m² (cafetería y restaurant), donde cada uno tiene una barra y control, un almacén, baños y cocina.

Áreas Sociales: Tiene un área de construcción de 349,30 m² (sala de conferencias con capacidad de 100 personas, baños y la otra sala de conferencias con capacidad de 400 personas, con cuarto de control.)

4.2.2.3 DISTRIBUCIÓN INTERNA



Estará distribuida de la siguiente manera:

Recepción: El hall es un espacio de uso compartido que se lo equipará con sillas y televisión para disfrute de los visitantes, la recepción por su lado tendrá muebles adecuados para la tarea, así como los espacios destinados a recepción de maletas y suministros.

TABLA 4.4

DISTRIBUCIÓN INTERNA ÁREA DE RECEPCIÓN

ÁREA	MUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPOS
Recepción	Muebles de recepción silla de espera y silla móvil, computadora, teléfono
Star	Sillas de descanso, Tv, DVD
Recepción de maletas	Estanterías, suministro de estantería

Realizado por: Las Autoras

Área Administrativa: El área administrativa contendrá los elementos básicos de una oficina ya que en la mayoría de las actividades predominará el uso de las telecomunicaciones.

TABLA 4.5

DISTRIBUCIÓN INTERNA ÁREA ADMINISTRATIVA

ÁREA	MUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPOS
Gerencia	Silla giratoria, basurero, escritorio, computador, teléfono, sillas de espera.
Asistencia Administrativa	Archivador, silla giratoria, computador, teléfono, impresora, tinta, estación de trabajo, sillas de espera.
Marketing y Ventas	Archivador, basurero, escritorio, computador, teléfono

Realizado por: Las Autoras



Habitaciones: Las habitaciones tendrán similares elementos decorativos y ambientales, sin embargo según su capacidad serán abastecidas por camas.

TABLA 4.6

DISTRIBUCIÓN INTERNA ÁREA DE HOSPEDAJE

ÁREA	MUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPOS
Habitaciones Simples	Cama, colchón, cobija, edredón, cubre colchón, almohada, cortina, toallas, peinador, closet, baño privado.
Habitaciones Dobles	Cama, colchón, cobija, edredón, Cubre colchón, almohadas, cortina, veladores, toallas, peinador, closet, baño privado.
Habitaciones Matrimoniales	Cama, colchón, cobija, edredón, Cubre colchón, almohada, cortina, toallas, peinador, closet, baño privado.
Suite	Cama, colchón, cobija, edredón, Cubre colchones, almohada, cortina, toallas, peinador, closet, baño privado, juego de sala y con mini bar.

Realizado por: Las Autoras

Área Servicios: Son espacios destinados al almacenamiento y mantenimiento como: lavandería, limpieza y maquinaria.

TABLA 4.7

DISTRIBUCIÓN INTERNA DE SERVICIOS

ÁREA	MUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPOS
Cuarto lavado - secado y planchado.	Lavadora, secadora, canastillas y estantes, tabla de planchar, planchas.
Cuarto de máquinas	Picos, palas, cortador de césped, aspiradoras, calentador eléctrico para piscina, bomba hidroneumática, limpiador de piscina, generador de vapor.
Frigoríficos y bebidas	Frigoríficos, refrigeradora y congelador.
Vestuarios del personal	Estantería
Suministros de limpieza.	Productos de aseo y limpieza.

Realizado por: Las Autoras



Áreas Recreativas: Dentro de las áreas recreativas estas incluido los servicios de: piscina, sauna, turco, cancha, juegos infantiles, áreas verdes.

TABLA 4.8

DISTRIBUCIÓN INTERNA DE ÁREAS RECREATIVAS

ÁREA	MUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO
Piscina, sauna, turco.	7 parasoles, 9 sillas descanso piscina, 7mesas
Canchas	Arcos, Aros y Red.
Juegos infantiles	Columpios, tobogán, arenero, balancines.

Realizado por: Las Autoras

Área de Cocina y Restaurant: El restaurant estará equipado con 19 mesas con capacidad para 4 personas cada una y la cafetería estará equipada por 17 mesas con capacidad para 4 personas por mesa.

TABLA 4.9

DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LA COCINA Y RESTAURANT

ÁREA	MUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO
Restaurant	19 mesas y 96 sillas, televisión, estantes, copas y vasos, refrigeradora freezer y baños.
Cafetería	17 mesas y 68 sillas, mini componente, estantes, copas, vasos, cafetera, tostadora.
Cocina	Cocina, refrigeradora, licuadora, batidora, menaje, cubertería, cristalería, loza, horno y mesones, muebles de cocina.

Realizado por: Las Autoras

4.2.3 PROCESO DE PRODUCCIÓN

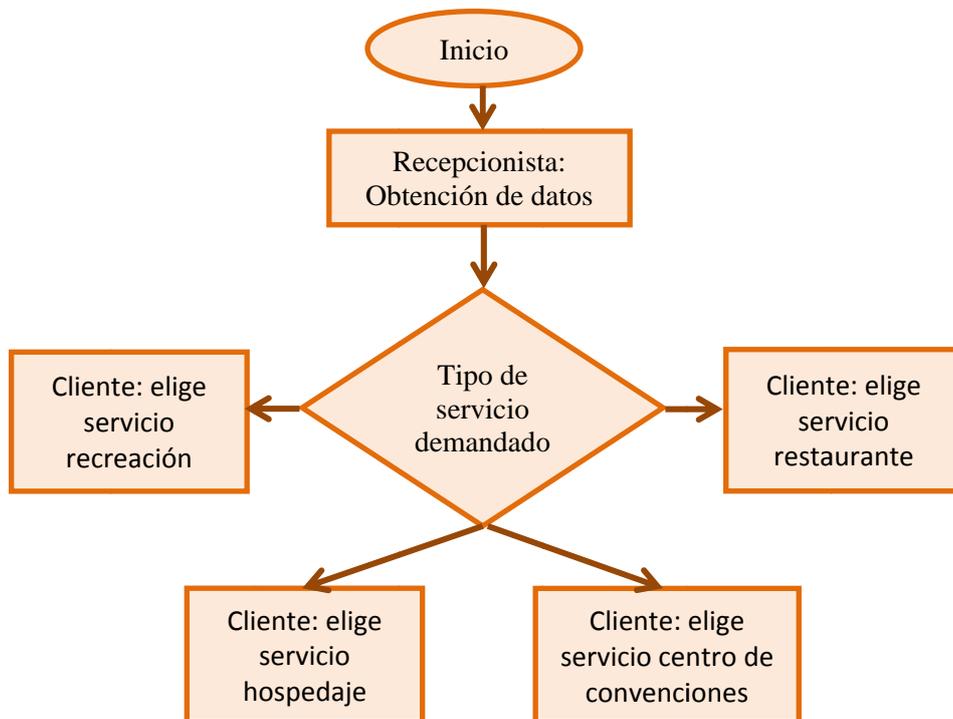
a. Flujograma del proceso productivo general de los servicios del proyecto turístico



El presente proyecto por ser una empresa turística se basa en la producción de cuatro servicios principales: alimentación, alojamiento, recreación y centro de convenciones cuyas características principales son las siguientes: flexibilidad, pues deben ser adaptados rápidamente al deseo del cliente: importancia del factor humano, debido a que los servicios los prestan los trabajadores por cuanto la capacitación del factor humano, estado de ánimo, etc. son clave para asegurar el éxito de la prestación del servicio.

GRÁFICO 4.6

FLUJOGRAMA GENERAL DE PROCESO PRODUCTIVO

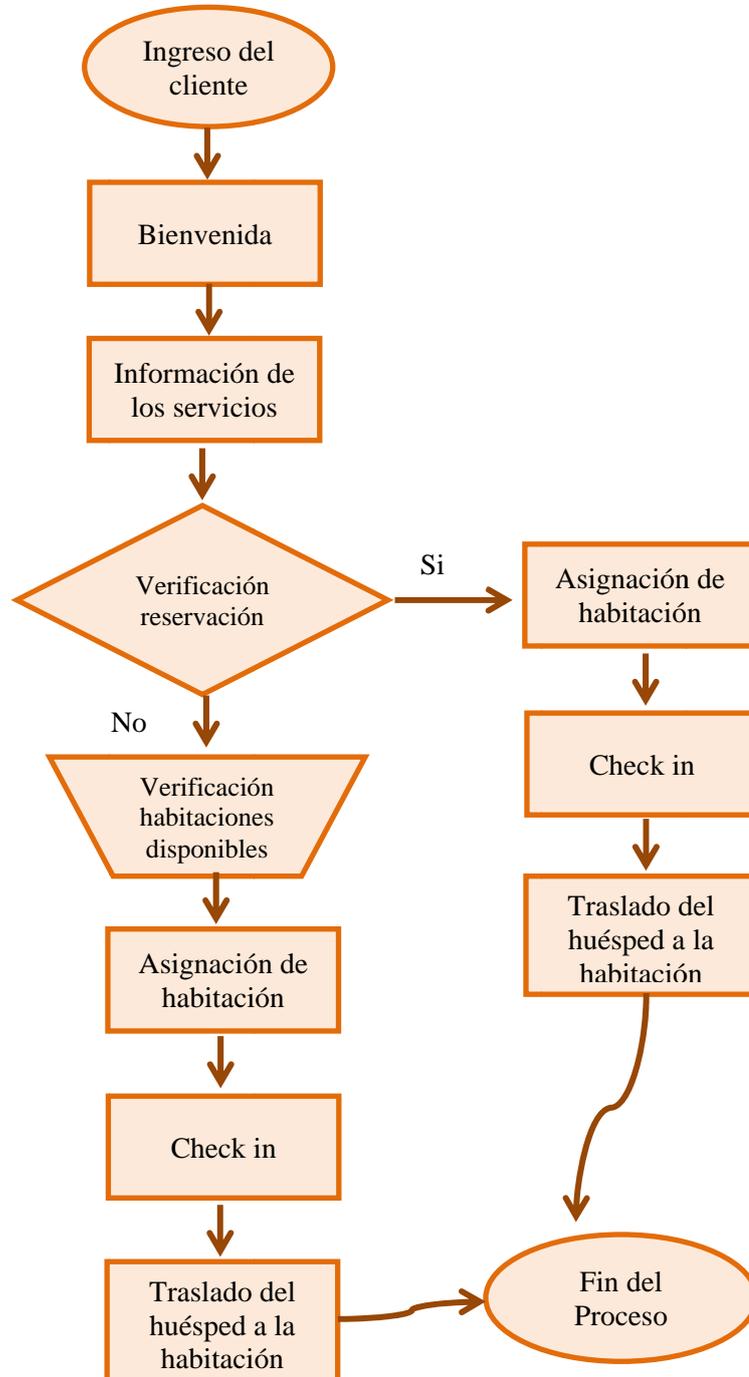


Realizado por: Las Autoras



GRÁFICO 4.7

FLUJOGRAMA POR SERVICIO DE ALOJAMIENTO

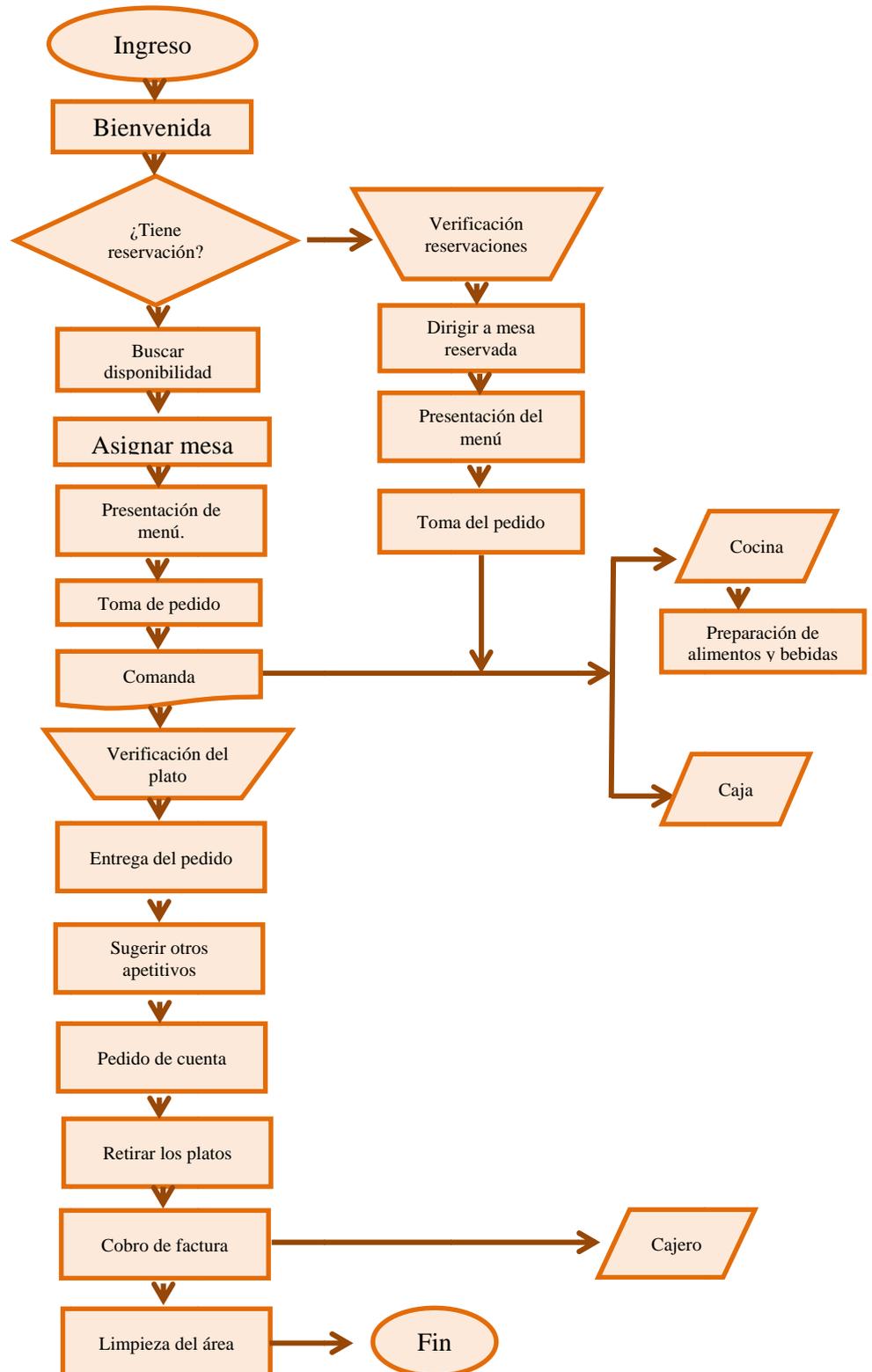


Realizado por: Las Autoras



GRÁFICO 4.8

FLUJOGRAMA POR SERVICIO DE RESTAURANTE



Realizado por: Las Autoras



GRÁFICO 4.9

FLUJOGRAMA POR SERVICIO DE RECREACIÓN

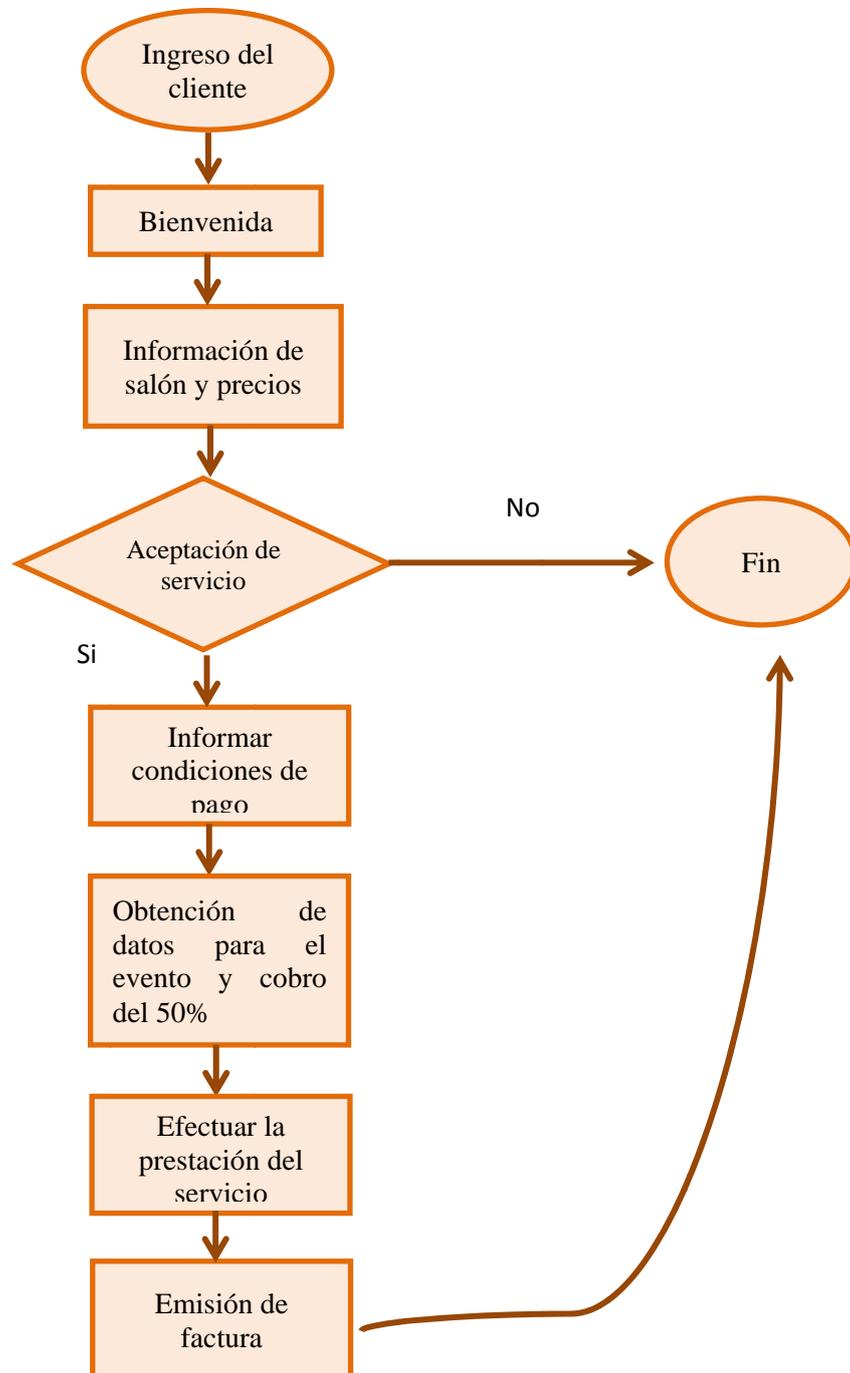


Realizado por: Las Autoras



GRÁFICO 4.10

FLUJOGRAMA POR SERVICIO DE CENTRO DE CONVENCIONES



Realizado por: Las Autoras



4.2.4 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

El recurso humano administrativo estará conformado por:

TABLA 4.10

REQUERIMIENTO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

CARGOS	PERSONAL N°	SUELDO C/U	TOTAL SUELDOS
Gerente General	1	450,00	450,00
Asistente Administrativo	1	350,00	350,00
Director en Ventas	1	390,00	390,00
TOTAL			1.190,00
CARGOS	PERSONAL N°	SUELDO C/U	TOTAL SUELDOS
Recepcionista	1	282,00	282,00
Encargado de mantenimiento y limpieza	2	276,00	552,00
Chef	1	350,00	350,00
Asistente de cocina	1	287,00	287,00
Mesero	2	276,00	564,00
Guardia	1	276,00	276,00
TOTAL			2.311,00

Realizado por: Las Autoras

4.2.5 REQUERIMIENTO ANUAL DE MAQUINARIA Y EQUIPOS, INSUMOS Y SERVICIOS

4.2.5.1 REQUERIMIENTO DE SERVICIOS

En general los servicios básicos en la zona tienen un valor bajo y los útiles de oficina se los adquiere con facilidad, por lo que se estimó los siguientes valores anuales detallados en la siguiente tabla:



TABLA 4.11

REQUERIMIENTO DESERVICIOS Y ÚTILES DE OFICINA

SERVICIOS BÁSICOS			
DESCRIPCIÓN	PERIODICIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Agua Potable	mensual	70,00	840,00
Energía Eléctrica	mensual	140,00	1.680,00
Teléfono	mensual	55,00	660,00
Internet	mensual	35,00	420,00
Gas	mensual	90,00	1.080,00
TOTAL		390,00	4.680,00
ÚTILES DE OFICINA			
Papel Bond	48	3,60	172,80
Perforadora	2	2,80	5,60
Grapadora	2	8,00	16,00
Carpetas	30	2,80	84,00
Esferos	8	7,55	60,40
Lápices	8	3,50	28,00
Sello de caucho	4	0,60	2,40
Cartuchos de impresora	36	30,00	1.080,00
Cuadernos	4	1,20	4,80
Clips	3	1,00	3,00
Cinta Adhesiva	12	0,35	4,20
Dispensador de cinta	2	3,00	6,00
Papel para sumadora	24	0,40	9,60
Otros			20,00
TOTAL			1.476,80

Realizado por: Las Autoras

4.2.5.2 REQUERIMIENTO DE INSUMOS

Para los cálculos se adquiere una vez al inicio de cada año, para cálculos específicos se obtiene un valor mensual, dividiendo el valor anual para los doce meses.



TABLA 4.12

REQUERIMIENTO DE INSUMOS DE LIMPIEZA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO ANUAL
Jabón	60	Unidad	0,1	72,00
Shampoo	60	Unidad	0,1	79,20
Papel Higiénicos x 12 rollos	5	paquetes	3,0	180,00
Desinfectante fresklin 1000cc floral	1	botella	2,5	30,12
Cloro Ajax 1000 cc clásico	2	botella	1,6	37,20
Abrillantador de muebles	2	botella	3,6	85,20
Detergentes 1000 g floral	2	fundas	2,5	59,76
Escobas	3	Unidad	1,5	54,00
Trapeador	3	Unidad	2,9	104,04
Limpiador plato tanque purificante	3	Unidad	2,5	90,00
Estropajo de alambre estrella x 3 unidades.	1	Unidad	0,6	7,08
Esponja mixta estrella salvaunas 10 g	1	Unidad	0,8	9,48
Jabón de lavar lava todo 6250 g	4	Unidad	1,0	49,92
Canastillas	6	unidad	5,0	360,00
Lavavajilla en crema axión 900 g limón	1	unidad	2,8	33,48
Subtotal				1251,48
10% de imprevistos				125,15
TOTAL				1376,63

Realizado por: Las Autoras

4.2.6 REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y MUEBLES

Los equipos a utilizar se determinarán según los servicios que la hostería va prestar entre el área administrativa y el área de operación, a continuación se describe la cantidad y el tipo de artículos:



TABLA 4.13

ACTIVOS FIJOS

INVERSIONES	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
HABITACIONES			
Camas de plaza y media	20	105,00	2.100,00
Camas de una plaza	4	100,00	400,00
Veladores	12	25,00	300,00
Sillones	17	25,00	425,00
Closet	17	380,00	6460,00
Caja fuerte para suite	1	100,00	100,00
Caja fuerte gerencia	1	500,00	500,00
Subtotal			10.285,00
MENAJE HABITACIONES			
Cobijas plaza y media	40	25,00	1.000,00
Cobijas una plaza	10	20,00	200,00
Colchón plaza y media	20	100,00	2.000,00
Colchón una plaza	4	80,00	320,00
Edredones plaza y media	20	40,00	800,00
Edredones una plaza	5	35,00	175,00
Cubre colchones	24	12,00	288,00
Sábanas	50	15,00	750,00
Almohadas	24	5,00	120,00
Cortinas	17	15,00	255,00
Toallas	30	6,00	180,00
Subtotal			6.088,00
OFICINA			
Archivador	3	120,00	360,00
Silla Giratorias oficina	3	35,00	105,00
Escritorio	3	150,00	450,00
Silla para recepción	3	60,00	180,00
Sillones de descanso	2	100,00	200,00
Subtotal			1.295,00
RESTAURANTE			
Mesas para restaurant	19	50,00	950,00
Mesas para bar - cafetería	17	50,00	850
Sillas para restaurant	96	8,00	768,00
Sillas para bar - cafetería	68	8,00	544,00
Estantes	17	50,00	850,00
Subtotal			3.962,00
MENAJE DE COCINA			
Abrelatas	1	9,00	9,00
Colador	2	6,50	13,00
Juego de cuchillos	1	40,00	40,00
Exprimidores	2	2,50	5,00
Moldes	3	19,00	57,00
Juego de ollas de acero inoxidable	2	140,00	280,00
Pelador	1	0,64	0,64
Puntillas	2	1,72	3,44
Juego de sartenes de teflón	1	59,00	59,00



Olla de presión	1	31,00	31,00
Recipientes	9	15,00	135,00
Tabla de corte	4	3,00	12,00
Bandejas	1	15,00	15,00
Ensaladeras	1	3,80	3,80
Tenedor	2	6,00	12,00
Cucharones	8	11,20	89,60
Espátula	2	7,00	14,00
Saladeros y condimenteros	10	1,00	10,00
Servilletas	100	3,00	300,00
Manteles	25	10,00	250,00
Cortador de papas	1	120,00	120,00
Manga	1	8,00	8,00
Subtotal			1.467,48
RECREACIÓN / CENTRO DE CONVENCIONES			
Tumbones para piscina	9	50,00	450,00
Mesas y sillas para piscina	4	35,00	140,00
Mesas para piscina con parasoles	3	150,00	450,00
Mesas y sillas para convenciones	500	6,00	3.000,00
Tabla para planchar	2	12,00	24,00
Arcos para canchas	2	75,00	150,00
Juegos infantiles	1	2000,00	2000,00
Subtotal			6.214,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			29.311,48
MAQUINARIA Y EQUIPOS			
COCINA Anexo 5			
Cocina Industrial	2	1.850,00	3.700,00
Lavadora	2	1.600,00	3.200,00
Secadora	2	1.000,00	2.000,00
Refrigeradora	2	1.920,00	3.840,00
Horno Microondas	1	228,00	228,00
Aspiradora	1	960,00	960,00
Licuada	2	65,00	130,00
Batidora	1	40,00	40,00
Televisor 21 pulgadas	19	275,00	5.225,00
DVD	2	50,00	100,00
Mini componente	1	260,00	260,00
Balanza	1	18,00	18,00
Cafetera	2	200,00	400,00
Tostadora	1	100,00	100,00
Frigorífico	2	1.200,00	2.400,00
Congelador	2	576,00	1.152,00
Soporte para TV	19	25,00	475,00
Parrilla	1	30,00	30,00
Picos y palas	4	15,00	60,00
Cortador de césped	1	100,00	100,00
Subtotal			24.418,00
CUBERTERIA Y LOZA			
Cucharas	250	0,40	100,00
Cucharas postre	250	0,35	87,50
Cubiertos	250	0,40	100,00
Cuchillos	60	0,40	24,00
Vajilla	250	8,00	2.000,00
Porta Servilletas	25	0,50	12,50



Subtotal			2.324,00
CRISTALERIA			
Vasos Grandes	250	0,60	150,00
Jarras	25	3,00	75,00
Vasos pequeños	250	0,40	100,00
Copas	250	0,50	125,00
Subtotal			450,00
EQUIPOS VARIOS			
Calentador eléctrico para piscina	1	500	500
Bomba Hidroneumática	1	450	450
Generador de Vapor	1	400	400
Limpia Fondos de piscina	1	58	58
Medidor de Agua	1	400	400,00
Medidor de Luz eléctrica	1	125	125,00
Línea de Teléfono	1	200,00	200,00
TV CABLE	1	10,00	10,00
Internet	1	35,00	35,00
Alarmas contra incendio	1	20	20,00
Sirenas	1	25	25,00
Cámaras de seguridad	6	280	1.680,00
Extintores	6	60	360,00
Subtotal			4.263,00
TOTAL EQUIPOS Y MAQUINARIAS			31.455,00
EQUIPOS OFICINA			
Teléfono – Fax	1	180,00	180,00
Caja Registradora	3	500,00	1.500,00
Sumadora	2	120,00	240,00
Subtotal			1.920,00
TOTAL EQUIPOS OFICINA			1.920,00
EQUIPOS COMPUTACIÓN			
Computador	2	763,00	1.526,00
Impresora - copiadora	3	135,00	405,00
Subtotal			
TOTAL EQUIPO COMPUTACIÓN			1.931,00
TOTAL INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS			479.701,40

Realizado por: Las Autoras



CAPÍTULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL - LEGAL



Un paraíso para descansar



ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

El siguiente capítulo establece la estructura administrativa que garantiza el logro de los objetivos y metas de la empresa, así como el marco legal sobre el cual operará la hostería “Manantial del Rocío”

5.1 MODELO ORGANIZATIVO DE LA HOSTERÍA

La entidad que conformaremos tendrá una estructura funcional existiendo líneas de comunicación directa hacia la Gerencia, conformada por tres departamentos:

Departamento Administrativo: Este departamento será el responsable de las actividades como la contratación del personal, la compra de insumos, el pago de obligaciones y haberes, etc. Generando información oportuna a la gerencia en lo referente a la administración del personal y la gestión financiera, mediante la coordinación y colaboración con el departamento de servicios.

Departamento de Marketing: Este departamento será un vínculo entre el cliente, la competencia y la organización, identificando sus expectativas y necesidades para planificar, organizar y dirigir estrategias que permitan impulsar el desarrollo comercial de la misma.

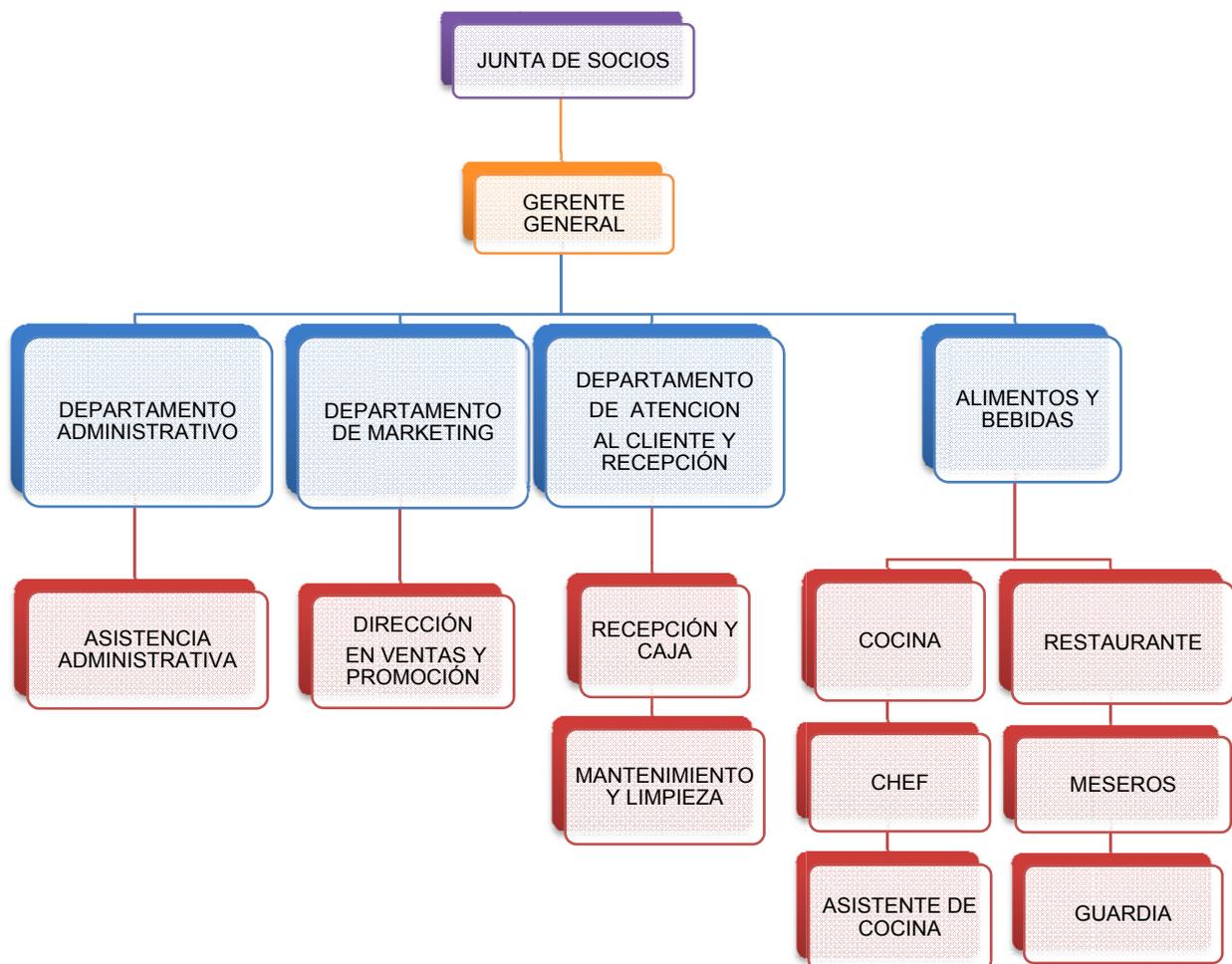
Departamento de Servicios Generales: En este departamento se ejecutarán las actividades concernientes a la prestación del servicio, en el cual existe netamente contacto con el cliente, de aquí que se ha dividido en tres secciones:

- **Recepción / Caja:** Lugar donde se recibe al turista, para su registro además es en donde se realiza los pedidos de servicios y cobro de cuentas.
- **Mantenimiento:** Es el área de apoyo, que permite que se desarrolle con normalidad la prestación del servicio en el cual se incluye la limpieza de instalaciones y mantenimiento de equipos e infraestructura.



- Alimentos y Bebidas: Área en el cual se preparará y servirá a los clientes alimentos y bebidas. (Cocina y Restaurante)
- Actividades Recreativas: Área donde se construirá las canchas deportivas y juegos infantiles para los niños, etc.

ORGANIGRAMA “HOSTERÍA EL MANANTIAL”



Realizado por: Las autoras



5.1.1 DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES

- **Junta de accionistas:** Se preocupa de la dirección y planificación de la empresa, estableciendo directrices para su normal funcionamiento, basado en la normativa jurídica requerida para este servicio.

Responsabilidad

- Analizar resultados y evaluar el cumplimiento de metas, objetivos y estándares de calidad definidos.
 - Analizar resúmenes gerenciales contables, financieros, patrimoniales y de personal.
 - Autorizar la celebración de contratos, convenios, según las pautas establecidas para sus propósitos.
- **Gerente general:** Se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.

Responsabilidad

- Controlar costos.
 - Alcanzar objetivos esperados.
 - Participar en la definición y administración de contratos y acuerdos.
 - Supervisar y chequear los servicios y atenciones al cliente.
 - Definir criterios para la administración del equipo humano de trabajo.
- **Asistente administrativo:** Se ocupa principalmente de gestionar actividades tanto como proveedores internos y externos, incorporando técnicas administrativas para apoyar a la gerencia.



Responsabilidad

- Elaborar resúmenes e informes escritos y orales.
 - Mantener contratos con proveedores.
 - Dar atención al teléfono y demás medios de comunicación.
 - Confirmar reservas: coordinar la información de modificaciones presentadas en la reserva con el huésped, el establecimiento, las agencias, aerolíneas o demás empresas involucradas.
 - Mantener vínculos con intermediarios.
 - Emitir mensualmente el balance general y estados de pérdidas y ganancias.
 - Revisar reportes de ventas diarios y facturas y depósitos entregados.
 - Recibir y revisar las facturas por compra de materia prima, materiales e insumos.
- **Director en Ventas:** Se preocupa principalmente de conocer las tendencias del mercado, atender demandas de viajes y su operación, comprometiéndose con la excelencia en la prestación de los servicios.

Responsabilidad

- Establecer estrategias y acciones de mercadeo.
 - Investigar y analizar tendencias del mercado.
 - Analizar la participación de la empresa en el mercado, tasa de ocupación hotelera, promedio diario y flujo de venta de productos y servicios.
 - Definir políticas de precios
 - Analizar resúmenes de investigación de satisfacción, sugerencias, reclamos y proporcionar recursos para gestionar mejoras.
- **Recepcionista / Cajero:** Se preocupa principalmente de recibir y registrar al cliente en su llegada (check in); relacionar al huésped con los diversos



servicios del establecimiento y efectuar los procesos de salida del huésped (checkout).

Responsabilidad

- Registrar el ingreso del huésped.
 - Verificar los datos de reserva, llenar la ficha de ingreso.
 - Controlar el acceso a las habitaciones.
 - Entregar, recoger y controlar la llave de la habitación.
 - Verificar la cantidad de dinero existente en caja
 - Aplicar las técnicas de atención y servicio al cliente.
 - Emitir documentos tales como; factura o comprobante de consumo con los respectivos cálculos de impuestos.
- **Encargado de limpieza y mantenimiento:** Se ocupará principalmente de planificar, controlar, organizar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento y ornamentación de las habitaciones, lavanderías, áreas externas e internas (excepto cocina) y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes así como de realizar mantenimiento a equipos e infraestructura.

Responsabilidad

- Limpiar, asear y ordenar las habitaciones.
- Inspeccionar el estado de una habitación.
- Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación.
- Contar, revisar y clasificar la ropa de habitación para su envío a la lavandería.
- Comunicar a la administración anomalías de comportamiento o uso indebido de las habitaciones por parte del huésped.
- Escuchar y comunicar al supervisor las impresiones y opiniones del huésped.



- **Chef:** Se preocupará principalmente de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina, de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.

Responsabilidad

- Planificar y controlar la cocina.
 - Elaborar programación de la cocina.
 - Programar y distribuir el trabajo y el personal necesario para la realización del servicio de la cocina.
 - Supervisar la limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios.
 - Analizar costos y rentabilidad del menú.
 - Administrar existencias (stock) y consumo.
 - Solicitar compra de mercadería.
 - Recibir y verificar calidad de la mercadería.
- **Asistente de cocina:** Se preocupara principalmente de ejecutar recetas, comprender los procesos de elaboración, preparación, montaje y preparación de ensaladas, platos calientes y fríos, fondos, salsas y postres.

Responsabilidad

- Apoyar al jefe de cocina en la administración de existencias (stock) y control de consumo de la cocina recibiendo, verificando y almacenado la mercadería comprada o solicitada.
- Moldear verduras y legumbres.
- Limpiar, cortar, deshuesar y conservar ave, carne, caza, pescado y mariscos.
- Cocinar, asar, freír, saltear, guisar y gratinar alimento, utilizar técnicas de cocción.
- Preparar, diseñar, montar y presentar platos diversos.



- **Mesero:** Se ocupará principalmente de acomodar al cliente en la mesa, servir alimentos y bebidas, finalizar el plato con el tipo de servicio escogido, presentar la cuenta y recibir el pago.

Responsabilidad

- Realizar montaje de mueblería, mantelería, vajilla, cristalería, cubertería y manejar menor.
- Presentar el menú o carta y dar sugerencias.
- Servir al cliente a la mesa.
- Limpiar la mesa y retirar lo que no está en uso.
- Asegurarse que el cliente desea finalizar el servicio.

5.2 ESTRUCTURA LEGAL

5.2.1 ASPECTOS GENERALES

Nuestro proyecto estará definido como estructura legal de responsabilidad "Limitada" (CIA. LTDA.), con la modalidad más adecuada para nuestra empresa.

1. El número de socios es mínimo de tres y máximo 15 personas.
2. El capital de constitución mínimo que se necesita es de \$400, la inversión para nuestro proyecto excede dicho monto, además de varias especies no monetarias (un terreno). Nuestra responsabilidad se limita al monto de nuestras aportaciones.
3. El capital de constitución de nuestra compañía será dividido en acciones de un dólar cada una.
4. El monto total de acciones de nuestra empresa será dividido entre los socios según el monto de sus aportaciones, y estas darán derecho a voz y voto en las decisiones del proyecto.



5. La salida de uno de los socios, y/o la entrada de uno nuevo deberán ser aprobados por todos los socios.

Los requisitos para constituir como una Compañía Limitada son los siguientes:

- a) Reservar el nombre de la compañía en la Superintendencia de Compañías.
- b) Si la suscripción se realiza con dinero en efectivo (numerario) se tiene que abrir una “Cuenta de Integración de Capital” en cualquier banco, y si es con especies, se tiene que sacar un certificado en el Registro Mercantil de que no se encuentran gravados dichos bienes. La cuenta de integración pasa a formar parte de la escritura como documento habilitante.
- c) Otorgar en cualquier Notaría la escritura de constitución de la compañía cuyo borrador o minuta deberá ser elaborada por un abogado.
- d) Presentar a la superintendencia de Compañías tres ejemplares de la escritura pública con una solicitud de aprobación firmada por el abogado y la persona autorizada (que puede ser el mismo abogado).
- e) Si cumple con las disposiciones de Ley se procede a emitir resolución de Aprobación y Extracto correspondiente.
- f) Se publica por una sola vez en un diario de mayor circulación en el domicilio de la compañía el extracto respectivo.
- g) Se margina la resolución aprobatoria en la Notaría.

5.2.2 LA ESTRUCTURA PÚBLICA

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los siguientes numerales:



1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.

Además, constará la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, en caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

5.2.3 REQUISITOS PARA OBTENER EL RUC

- Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía con la razón de su inscripción en el Registro Mercantil.
- Copia original de la cédula y papeleta de votación del representante legal
- Copia certificada del nombramiento del representante legal de la compañía.
- Certificación de la dirección domiciliaria donde la compañía desarrolla su actividad económica.

5.2.4 REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL

- Registro en la dirección de higiene y medio ambiente
- Llenar formulario
- Copia del RUC



- Copia del acta de constitución

5.2.5 PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Para obtener la aprobación del permiso de funcionamiento que otorgan los bomberos se realizan las siguientes actividades:

- Copia de la factura de compra o recarga de extintores a nombre del propietario.
- Inspección de este departamento a las instalaciones y supervisión de la Seguridad contra incendios.

Requisitos:

- Mínimo 2 extintores de 10 libras PQS
- Polvo Químico Seco.
- Instalaciones eléctricas bajo tubería.
- Señalización.
- Detectores de humo.
- Lámparas de emergencia (utilizables en el caso de corte de energía)

5.2.6 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EN EL DEPARTAMENTO DE CONTROL SANITARIO

- Para poder tramitar los permisos de los negocios que quieren instalarse por primera vez, tienen que presentar la siguiente documentación.
- Copia de la carta de pago del predio urbano en el cual pretenden instalarse.
- Copia del RUC.
- Certificado de no adeudar al Municipio.
- Copia de la cédula de identidad y de la papeleta de votación.
- Solicitud al director provincial.



- Documento personería jurídica.
- Copia título profesional.
- Plano del establecimiento, escala 1.50
- Croquis de la ubicación.
- Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

5.2.7 REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO EN EL MINISTERIO DE TURISMO. Anexo 6

- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- Copia de cédula de identidad, a color.
- Copia de la última papeleta de votación, a color.
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, bebidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios (original y copia).
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el representante legal o apoderado de la empresa.
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal sobre los valores declarados.

5.2.8 SOLICITUD DE REGISTRO

Se debe llenar una solicitud dirigida al Ministro (a) de Turismo para que se digne a clasificar y registrar al establecimiento. Anexo 7



CAPÍTULO VI

ESTUDIO FINANCIERO



Un paraíso para descansar



ESTUDIO FINANCIERO

El presente capítulo tiene como objetivo ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores para elaborar cuadros analíticos y obtener datos adicionales que permitan la evaluación financiera del proyecto para demostrar su viabilidad.

6.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES

Se determinará el presupuesto de inversiones estimando las inversiones fijas, las inversiones diferidas y el capital de trabajo.

6.1.1 INVERSIONES FIJAS

Los activos fijos que requiere la hostería se clasifican en:

1. Maquinaria y Equipo
2. Construcción e Instalaciones
3. Muebles y Enseres
4. Menaje de Instalaciones
5. Cubertería y Loza
6. Cristalería
7. Menaje de Cocina
8. Terrenos

Estas inversiones alcanzan la suma 479.701,40 dólares de los cuales los rubros más representativos fueron: la construcción, el terreno y los muebles y enseres. A continuación se detalla los costos de las inversiones fijas:



TABLA 6.1

INVERSIONES FIJAS

DESCRIPCIÓN	VALOR
Construcciones e Instalaciones	391.869,00
Terrenos	23.214,92
1.- Maquinaria y Equipo	31.455,00
2.- Equipos de Oficina	1.920,00
3.- Muebles y Enseres	29.311,48
4.- Equipo de Computación	1.931,00
TOTAL	\$ 479.701,40

Realizado por: Las Autoras

6.1.2 INVERSIONES DIFERIDAS

Las inversiones diferidas lo conforman todos los rubros necesarios para legalizar el funcionamiento de la Hostería, entre los que se encuentran: licencias, patentes, escritura pública, inscripción en la respectiva cámara etc. Sumando un total de \$5.040,00 dólares.

TABLA 6.2

INVERSIONES DIFERIDAS

REQUERIMIENTO		COSTO
De Constitución	Inscripción del nombre comercial (presentación y título)	90,00
	Afiliación a la Cámara de Turismo del Cañar	450,00
	Elaboración de Escritura Pública y aspectos legales.	800,00
	Permisos sanitario, Patente, Inscripción de registro Mercantil, RUC, Rótulos, licencia de Turismo y otros	450,00
Investigación y Desarrollo	Asesoría Técnica	3.000,00
Imprevistos		250,00
TOTAL		\$5.040,00

Realizado por: Las Autoras



6.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

En el capital de trabajo se estimó: la mano de obra directa, indirecta, los requerimientos para publicidad, relaciones públicas y los servicios o suministros necesarios que permitan cubrir los costos y gastos de las actividades de funcionamiento de la hostería.

TABLA 6.3

CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	VALOR
Materia Prima del Restaurante y Bar	2.645,60
Mano Obra Directa	3.017,17
Mano Obra Indirecta	1.531,24
Material para Relaciones Publicas	165,00
Útiles de oficina	1.476,80
Suministros de limpieza	114,72
Servicios Básicos	390,00
TOTAL	\$ 9.340,52

Realizado por: Las Autoras

6.1.4 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

En resumen el proyecto propuesto requerirá una inversión total de 494.081,92dólares entre capital de trabajo, activos fijos e inversiones fijas, como se detalla en la siguiente tabla:

TABLA 6.4

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	VALOR
Construcciones e Instalaciones	391.869,00
Terrenos	23.214,92
Inversiones Fijas	64.617,48
Inversiones Diferidas	5.040,00
Capital de Trabajo	9.340,52
TOTAL	\$ 494.081,92

Realizado por: Las Autoras



6.2 AMORTIZACIÓN Y DEPRECIACIÓN

6.2.1 AMORTIZACIÓN

La amortización se produjo de acuerdo a lo dispuesto en el numeral 7 Art. 16 del Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, que dice: “las amortizaciones se efectuarán en un período no menor de 5 años en porcentajes anuales iguales”. Por los que se consideró el 20% de amortización a los gastos de constitución.

TABLA 6.5

CUADRO DE AMORTIZACIÓN

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Amortización	Valor					
Constitución Empresa	5.040	1.008	1.008	1.008	1.008	1.008

Realizado por: Las Autoras

6.2.2 DEPRECIACIÓN

Los activos fijos pierden su valor por el uso o por la obsolescencia, para compensar ésta pérdida contablemente se utilizan las depreciaciones, de conformidad son los porcentajes dispuestos en el reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno.

Para el efecto: el menaje de cocina, instalaciones, equipo de oficina y cristalería se estableció un porcentaje mayor de depreciación, ya que como lo señala el Servicio de Rentas Internas por utilización intensiva del activo se puede autorizar porcentajes mayores a los indicados, el cual se detalla en el siguiente tabla:



TABLA 6.6

PORCENTAJES PARA LA DEPRECIACIÓN⁴¹

DESCRIPCIÓN	TASA	AÑOS DE VIDA ÚTIL
Construcciones e Instalaciones	5%	20
Maquinaria y Equipo	10%	10
Muebles y Enseres	20%	10
Equipos de Oficina	33%	10
Equipo de Computación	33%	3

Realizado por: Las Autoras

Las depreciaciones de los muebles y equipos que se utilizarán en el proyecto se muestran a continuación:

TABLA 6.7

CUADRO DE DEPRECIACIONES

DEPRECIACIONES	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Construcciones e Instalaciones	391.869	19.593	19.593	19.593	19.593	19.593	19.593	19.593	19.593	19.593	19.593
Maquinaria y Equipo	31.455	3.146	3.146	3.146	3.146	3.146	3.146	3.146	3.146	3.146	3.146
Muebles y Enseres	29.311	2.931	2.931	2.931	2.931	2.931	2.931	2.931	2.931	2.931	2.931
Equipos de Computación	1.931	644	644	644	0	0	0	0	0	0	0
Equipos de Oficina	1.920	192	192	192	192	192	192	192	192	192	192
TOTAL	456.486	26.506	26.506	26.506	25.862						

Realizado por: Las Autoras

6.3 FINANCIAMIENTO

La aportación de los recursos propios estará conformado por los siguientes socios del proyecto, como se muestra en la siguiente tabla:

⁴¹ SARMIENTO, Rubén. Contabilidad General. Novena Edición, agosto 2003. Pág. 224



TABLA 6.8

APORTE DE SOCIOS

INVERSIÓN PROPIA		\$ 224.329,20	100%
Primer Socio	Diana Buestán	56082,30	25%
Segundo Socio	Carmen Álvarez	56082,30	25%
Tercer socio	A	37395,68	16,67%
Cuarto Socio	B	37395,68	16,67%
Quinto Socio	C	37373,24	16,66%

Realizado por: Las Autoras

Se ha presupuesto una inversión inicial de 494.081,92 dólares, de los cuales los accionistas aportarán con el 45%.

TABLA 6.9

CUADRO DE FUENTES Y USOS

DETALLE	VALOR	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS AJENOS	
		%	VALOR	%	VALOR
Terreno	23.214,92	100%	23.214,92	0%	0,00
Construcciones	391.869,00	40%	156.747,60	60%	235.121,40
Maquinaria y Equipo	31.455,00	50%	15.727,50	50%	15.727,50
Equipo de Computación	1.931,00	100%	1.931,00	0%	0,00
Muebles y Enseres	29.311,48	60%	17.586,89	40%	11.724,59
Equipos de oficina	1.920,00	50%	960,00	50%	960,00
Inversiones Diferidas	5.040,00	60%	3.024,00	40%	2.016,00
Capital de Trabajo	9.340,52	55%	5.137,29	45%	4.203,23
TOTAL	494.081,92		224.329,20		269.752,73

Realizado por: Las Autoras

La relación de crédito calculado presenta un 55% de financiamiento sobre la inversión fija total, es decir 269.752,73 dólares.

El recurso financiado se lo obtendrá a través de la entidad financiera (Corporación Financiera Nacional) mediante el programa denominado Credipyme que da facilidades para la obtención del capital de trabajo, activos fijos y asistencia técnica, además en construcciones financia hasta el 60%, alcanzando un financiamiento total para proyectos nuevos del 70%. El crédito a



largo que se requerirá involucra una tasa de interés del 9,75%⁴² con garantía hipotecaria en un plazo de 5 años. **Anexo 8**

El detalle de la tabla de amortización para el plan de préstamos se muestra a continuación:

TABLA 6.10

AMORTIZACIÓN DEL PLAN PRÉSTAMOS

PERÍODO	SALDO INICIAL	INTERÉS	PAGO	AMORTIZACIÓN CAPITALIZADA	SALDO FINAL
1	269.752,73	26.300,89	70.706,19	44.405,30	225.347,43
2	225.347,43	21.971,37	70.706,19	48.734,82	176.612,61
3	176.612,61	17.219,73	70.706,19	53.486,46	123.126,15
4	123.126,15	12.004,80	70.706,19	58.701,39	64.424,76
5	64.424,76	6.281,41	70.706,19	64.424,76	0,00

Realizado por: Las Autoras

6.4 COSTOS Y GASTOS

6.4.1 COSTOS

Durante el período de operación se logró identificar egresos de dinero: operativos, administrativos, de ventas y financieros detallados a continuación.

6.4.1.1 COSTOS DE MANO DE OBRA DIRECTA

Son aquellos que directamente transforman las materias primas en productos terminados bien sea manualmente o por medio de máquinas.

Los sueldos administrativos estarán conformados por las remuneraciones que se darán a la recepcionista, los encargados de limpieza, chef, asistente de cocina, y meseros, incluidos los beneficios de ley, estimado igualmente un incremento en sueldos del 3% equivalente a la inflación para los siguientes años. **Anexo 9**

⁴²www.cfn.fin.ec-Tasas de Interés



En la siguiente tabla se visualiza el gasto anual por sueldos para el personal relacionado con la producción.

TABLA 6.11

COSTOS DE SUELDOS

MOD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Recepcionista	369	4.424
Encargado de Mantenimiento y Limpieza	361	4.335
Encargado de Mantenimiento y Limpieza	361	4.335
Chef	453	5.433
Asistente de Cocina	375	4.498
Mesero	369	4.424
Mesero	369	4.424
Guardia	361	4.335
TOTAL	\$ 3.017	\$ 36.206

Realizado por: Las Autoras

6.4.1.2 COSTOS DE MATERIA PRIMA RESTAURANT

En nuestro proyecto es vital contar con suficiente materia prima e insumos para llevar a cabo los procesos de producción y servir al cliente con mayor efectividad. **Anexo 10**

Dentro del proyecto tenemos materia prima e insumos para llevar a cabo la elaboración de los productos detallados en el siguiente cuadro:



TABLA 6.12

MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA DEL RESTAURANTE					
ARTICULO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTA ANUAL
Arroz	100	libras	0,45	45,00	540,00
Azúcar	100	libras	0,50	50,00	600,00
Manteca	3	libras	1,25	3,75	45,00
Aceite	10	litro	2,35	23,50	282,00
Cebolla	25	libras	0,50	12,50	150,00
Pimiento	10	libras	0,25	2,50	30,00
Tomates	25	libras	0,50	12,50	150,00
Especerías	10	unidad	0,25	2,50	30,00
Café	8	frascos	4,50	36,00	432,00
Te	5	caja	1,00	5,00	60,00
Chocolate	10	libras	3,00	30,00	360,00
Carne	100	libras	1,30	130,00	1.560,00
Yuca	30	libras	1,00	30,00	360,00
Plátanos	5	cabeza	5,00	25,00	300,00
Papas	5	quintal	20,00	100,00	1.200,00
frutas			100,00	50,00	600,00
Legumbres			80,00	30,00	360,00
Helado	15	cajas	10,00	150,00	1.800,00
Leche	150	litros	0,60	90,00	1.080,00
Pan para tostadas	60	fundas	0,75	45,00	540,00
Pan para Hamburguesas	60	fundas	1,00	60,00	720,00
Queso	30	unidad	2,00	60,00	720,00
Sal	4	funda	0,70	2,80	33,60
Pimienta	20	unidad	0,10	2,00	24,00
Comino	10	unidad	0,10	1,00	12,00
Ajo	15	libras	2,00	30,00	360,00
Lenteja	25	libras	0,60	15,00	180,00
Limón	100	unidad	0,05	5,00	60,00
Nabos / col	25	unidad	0,25	6,25	75,00
Total				1.055,30	12.663,60
Imprevistos 10%				105,53	1.266,36
Total				\$ 1.160,83	\$13.929,96
MATERIA PRIMA PARA BAR					
Licores	25	cajas	41,93	1.048,25	12.579,00
Gaseosas	38	pacas	2,50	95,00	1.140,00
Cervezas	10	Jabas	7,60	76,00	912,00
Agua Vivant	20	pacas	7,90	158,00	1.896,00
Jugos Vivant Storm	16	pacas	6,72	107,52	1.290,24
Golosinas				100,00	1.200,00
Total				\$ 1.484,77	17.817,24



Realizado por: Las Autoras

6.4.1.3 SUMINISTROS E INSUMOS

Los suministros e insumos valorados para un año alcanzan la cifra 1.376,63 dólares y para posteriores años presentarán un incremento en el precio, tomando como referente la tasa de inflación del 3% del mes de febrero del 2010.⁴³ **Anexo 10**

TABLA 6.14

COSTOS DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO ANUAL
Jabón	60	Unidad	0,1	72,00
Shampoo	60	Unidad	0,1	79,20
Papel Higiénicos x 12 rollos	5	Paquetes	3,0	180,00
Desinfectante fresklin 1000cc floral	1	botella	2,5	30,12
Cloro Ajax 1000 cc clásico	2	botella	1,6	37,20
Abrillantador de muebles	2	botella	3,6	85,20
Detergentes 1000 g floral	2	fundas	2,5	59,76
Escobas	3	Unidad	1,5	54,00
Trapeador	3	Unidad	2,9	104,04
Limpiador plato tanque purificante	3	Unidad	2,5	90,00
Estropajo de alambre estrella	1	Unidad	0,6	7,08
Esponja mixta estrella 10 g	1	Unidad	0,8	9,48
Jabón de lavar lava todo 6250 g	4	Unidad	1,0	49,92
Canastillas	6	unidad	5,0	360,00
Lava vajilla en crema axión	1	unidad	2,8	33,48
Subtotal				1251,48
10% de imprevistos				125,15
TOTAL				\$ 1.376,63

Realizado por: Las Autoras

6.4.1.4 MANTENIMIENTOS DE EQUIPOS

Para el cálculo de este rubro se consideró tomar el 2% del valor de la construcción.

⁴³ Ww.bce.org.ec-Índice de Inflación Mensual



TABLA 6.13

COSTOS DE MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	TOTAL
Mantenimiento	391.869,00	2%	7.837,38
TOTAL			\$ 7.837,38

Realizado por: Las Autoras

6.4.2 GASTOS

6.4.2.1 GASTOS ADMINISTRATIVOS

6.4.2.1.1 SUELDOS Y SALARIOS

Los sueldos administrativos estarán conformados por las remuneraciones que se darán al gerente, al asistente administrativo y el director de ventas, incluidos los beneficios de ley, estimado igualmente un incremento en sueldos del 3% equivalente a la inflación para los siguientes años.

En la siguiente tabla se visualiza el gasto anual por sueldos para el personal administrativo.

TABLA 6.15

GASTOS SUELDOS

MOI	SUELDO MENSUAL	AÑO 1
Gerente General	576,00	6.916
Asistente Administrativo	453,00	5.433
TOTAL	\$ 814,00	\$ 12.349

Realizado por: Las Autoras

6.4.2.2 GASTOS DE OFICINA

El presupuesto considerado para varios gastos de oficina es de 1.476,80 dólares anuales, como se observa en la siguiente tabla.



TABLA 6.16

ÚTILES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Papel Bond	48	3,60	172,80
Perforadora	2	2,80	5,60
Grapadora	2	8,00	16,00
Carpetas	30	2,80	84,00
Esferos	8	7,55	60,40
Lápices	8	3,50	28,00
Sello de caucho	4	0,60	2,40
Cartuchos de impresora	36	30,00	1.080,00
Cuadernos	4	1,20	4,80
Clips	3	1,00	3,00
Cinta Adhesiva	12	0,35	4,20
Dispensador de cinta	2	3,00	6,00
Papel para sumadora	24	0,40	9,60
Otros			20,00
TOTAL			\$ 1.476,80

Realizado por: Las Autoras

6.4.3 GASTO DE VENTAS

6.4.3.1 SUELDOS Y SALARIOS

La planificación realizada mostró la necesidad de tener una persona encargada de las relaciones públicas y demás actividades necesarias para dar a conocer el servicio y las instalaciones, estimando un sueldo mensual de 502,17 dólares con incremento del 3% para los próximos años.

TABLA 6.17

GASTOS SUELDOS

MOI	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Director de Ventas	502,17	6.026,04
TOTAL	\$ 502,17	\$ 6.026,04

Realizado por: Las Autoras



6.4.3.2 PUBLICIDAD Y MATERIALES

La publicidad que se manejará lo comprenden: la inscripción en la guía telefónica, valla publicitaria, página web, y los materiales publicitarios como los afiches, poster que se elaborarán dos veces al año, lo cual suma un total en publicidad 2.265,00 dólares.

TABLA 6.18

GASTOS DE PUBLICIDAD

MEDIO	PUBLICIDAD	COSTO
Inscripción guía telefónica	Anual	800,00
Valla Publicitaria	1 Vez	1.000,00
Página Web	1 vez	300,00
Afiches	3 meses	80,00
Póster	3 meses	85,00
TOTAL		\$ 2.265,00

Realizado por: Las Autoras

6.4.4 GASTOS BÁSICOS

Son los gastos que corresponden a energía eléctrica, agua, teléfono e internet, valorados anualmente, como se detalla en la siguiente tabla:

TABLA 6.19

GASTOS BÁSICOS

DESCRIPCION	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Agua Potable	70,00	840
Energía Eléctrica	140,00	1680
Teléfono	55,00	660
Internet	35,00	420
Gas	90	1080
TOTAL	\$ 390,00	\$ 4.680

Realizado por: Las Autoras



6.4.5 GASTOS FINANCIEROS

Los gastos financieros requeridos para el proyecto lo conforman los intereses generados por el financiamiento obtenido es decir el 55% de la inversión total, cancelando en el primer año 26.300,89 dólares, y reduciendo paulatinamente hasta llegar a 6.281,41 dólares en el año, como se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 6.20

INTERESES BANCARIOS

AÑO	INTERESES
1	26.300,89
2	21.971,37
3	17.219,73
4	12.004,80
5	6.281,41

Realizado por: Las Autoras

6.5 RESULTADO DE COSTOS Y GASTOS

Luego de haber realizado los cálculos que se requieren para saber los costos y gastos que se necesitan realizar para llevar a cabo el proyecto se tiene como resumen la siguiente inversión en costos y gastos proyectados para los años de vida útil del proyecto, detallados en la siguiente tabla:



TABLA 6.21

**RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS
EN DÓLARES**

1.- Costo de Operacionales	1	2	3	4	5
Mano de Obra Directa	36.206,00	37.234,58	38.294,01	39.385,23	40.509,19
Materia prima del Bar	17.817,24	18.351,76	18.902,31	19.469,38	20.053,46
Materia prima para del restaurante	13.929,96	14.347,86	14.778,29	15.221,64	15.678,29
Subtotal	67.953,20	69.934,19	71.974,62	74.076,26	76.240,94
2.- Gastos de Administración					
Sueldos y Salario	9.767,34	12.704,86	13.071,61	13.449,36	14.057,91
Servicios Básicos	4.680,00	4.820,40	4.965,01	5.113,96	5.267,38
Capacitación del Personal	1.000,00	1.030,00	1.060,90	1.092,73	1.125,51
Suministro de Oficina	1.476,80	1.521,10	1.566,74	1.613,74	1.662,15
Gastos por seguros Anexo 11	1.907,29	1.964,51	2.023,44	2.084,15	2.146,67
Gastos por Constitución	1.008,00	1.008,00	1.008,00	1.008,00	1.008,00
Gasto por mantenimiento	7.837,38	7.837,38	7.837,38	7.837,38	7.837,38
Suministros de Limpieza	1.376,63	1.417,93	1.460,46	1.504,28	1.549,41
Depreciación de construcción e instalaciones	19.593,45	19.593,45	19.593,45	19.593,45	19.593,45
Depreciación de maquinaria y equipos	3.145,50	3.145,50	3.145,50	3.145,50	3.145,50
Depreciación de muebles y enseres	2.931,15	2.931,15	2.931,15	2.931,15	2.931,15
Depreciación de equipos de computación	643,67	643,67	643,67	0,00	0,00
Depreciación de Equipos de oficina	192,00	192,00	192,00	192,00	192,00
Costos por Eventos sociales	1.867,47	1.923,49	1.981,20	2.040,63	2.101,85
Subtotal	57.426,67	60.733,44	61.480,51	61.606,33	62.618,37
3.- Gastos de Ventas					
Sueldos y Salarios	6.026,04	6.199,62	6.378,41	6.562,56	6.691,46
Publicidad y Materiales	3.340,00	3.440,20	3.543,41	3.649,71	3.759,20
Subtotal	9.366,04	9.639,82	9.921,82	10.212,27	10.450,66
4.- Gastos Financieros					
Costos Financieros					
Interés Bancarios	26.300,89	21.971,37	17.219,73	12.004,80	6.281,41
Subtotal	26.300,89	21.971,37	17.219,73	12.004,80	6.281,41
Total de Costos y Gastos	161.046,80	162.278,83	160.596,67	157.899,65	155.591,38

Realizado por: Las Autoras



6.6 INGRESOS DE EFECTIVO

Los ingresos de efectivo se han calculado en base a la proyección de la demanda, considerando que los turistas tienen distintas necesidades.

Los ingresos serán generados por las siguientes fuentes: alojamiento, restaurant, áreas recreativas y eventos sociales.

a) NÚMEROS DE CLIENTES PROYECTADOS

En este proyecto se trabaja esperando captar el 67% de aceptación de la hostería según el resultado obtenido de la encuesta, los resultados se muestra en la siguiente tabla:

TABLA 6.22

CLIENTES PROYECTADOS

AÑOS	TURISMO A CAPTAR	ACEPTACIÓN HOSTERIA	TOTAL		
			ANUAL	MENSUAL	DIARIO
2010	48.844	67%	32.725	2.727	91
2011	52.771	67%	35.356	2.946	98
2012	59.135	67%	39.620	3.302	110
2013	68.644	67%	45.991	3.833	128
2014	82.441	67%	55.236	4.603	153

Elaborado por: Las Autoras

b) PROYECCIÓN DE CONSUMO DE LOS SERVICIOS DEMANDADOS

Para calcular el nivel de personas que demandarán los servicios que se ofrecerá en el proyecto se tomó el resultado de visitantes anualmente de la tabla anterior.



TABLA 6.23

SERVICIO DEMANDADOS

AÑO	DEMANDA OBJETIVO	SERVICIO			
		RESTAURANT	ALOJAMIENTO	RECREACIÓN	EVENTOS SOCIALES
		33%	29%	35%	3%
2010	32.725	10.799	9.490	11.454	982
2011	35.356	11.668	10.253	12.375	1.061
2012	39.620	13.075	11.490	13.867	1.189
2013	45.991	15.177	13.337	16.097	1.380
2014	55.236	18.228	16.018	19.332	1.657

Elaborado por: Las Autoras

6.6.1 VENTAS PROYECTADAS

Los ingresos por ventas de los diferentes servicios que se ofrecerán en la creación de este proyecto fueron calculados en base a los resultados obtenidos en la encuesta.

6.6.1.1 VENTAS RESTAURANT

Para el cálculo de las ventas por restaurant se tomó como referencia las diversas comidas que se ofrecerán con sus respectivos porcentajes de consumo los cuales fueron multiplicados por el precio de cada plato. **Anexo 12**

En la siguiente tabla se observa los ingresos por años por consumo en restaurant:

TABLA 6.24

VENTAS DE RESTAURANTE
EN DÓLARES

AÑO	VENTAS
2010	29.329
2011	31.687
2012	35.508
2013	41.218
2014	49.503

Elaborado por: Las Autoras



6.6.1.2 VENTAS ALOJAMIENTO

Para el cálculo de las ventas por alojamiento se tomó como referencia los porcentajes de las personas que visitan las hosterías ya sea solos, con amigos, en grupo y en familia, divididos por temporadas de visitas alta (67%) y baja (33%), para efectuar estos cálculos se desarrolló la siguiente relación: **Anexo 13**

TABLA 6.25

RELACIÓN HABITACIONES/PERSONAS

HABITACIONES	PERSONAS	PORCENTAJE
Simple	Solo	8%
Doble	Amigos	42%
Matrimonial	Grupo	16%
Suite	Familiares	34%

Elaborado por: Las Autoras

En la siguiente tabla se observa los ingresos por años por consumo de alojamiento:

TABLA 6.26

VENTAS POR ALOJAMIENTO EN DÓLARES

AÑOS	INGRESO DE ALOJAMIENTO
2010	234.411
2011	253.257
2012	283.800
2013	329.435
2014	395.652

Elaborado por: Las Autoras

6.6.1.3 VENTAS RECREACIÓN

Para el cálculo de las ventas por recreación se tomó como referencia el porcentaje de aceptación de las personas en visitar la hostería, según la



temporada alta (67%) y la temporada baja (33%) multiplicado por el precio de entrada. **Anexo 14**

En la siguiente tabla se observa los ingresos por años por consumo de recreación:

TABLA 6.27

**VENTAS POR RECREACIÓN
EN DÓLARES**

AÑOS	INGRESO DE RECREACIÓN
2010	22.908
2011	24.749
2012	27.734
2013	32.194
2014	38.665

Elaborado por: Las Autoras

6.6.1.4 EVENTOS SOCIALES

Para el cálculo de las ventas por eventos sociales se tomó como referencia el porcentaje de aceptación de las personas que requerirán los servicios de un salón para eventos sociales, multiplicado por el precio por persona que es de 8,00 dólares dentro de los cuales están incluidos los siguientes servicios:

Anexo 15

- Guardia
- Mesero
- Mesas y sillas
- Manteles
- Cristalería

En la siguiente tabla se observa los ingresos por evento para los diversos años:

TABLA 6.28

VENTAS POR EVENTOS SOCIALES



EN DÓLARES

AÑOS	INGRESO DE EVENTOS SOCIALES
2010	7.854
2011	8.486
2012	9.509
2013	11.038
2014	13.257

Elaborado por: Las Autoras

6.6.2 ESTRUCTURA DE LOS INGRESOS

TABLA 6.29

ESTRUCTURA DE INGRESOS POR SERVICIOS

SERVICIOS	2010	2011	2012	2013	2014
Restaurante	29328,81	31686,85	35508,28	41218,01	49502,83
Alojamiento	234410,84	253257,48	283800,33	329435,42	395651,94
Recreación	22907,66	24749,44	27734,22	32193,88	38664,86
Eventos Sociales	7854,06	8485,52	9508,88	11037,90	13256,52
TOTAL	\$ 294501,37	\$ 318179,28	\$ 356551,71	\$ 413885,22	\$ 497076,15

Elaborado por: Las Autoras

6.7 ESTADOS FINANCIEROS

6.7.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El estado de situación inicial muestra una descripción de los recursos de la empresa en el año cero, donde se establece como banco lo requerido en capital de trabajo, activo diferido y activo fijo que conjuntamente suman un total 494.081,92 dólares cumpliendo con la ecuación contable con relación al patrimonio y al pasivo.



TABLA 6.30

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVO Y PATRIMONIO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO A LARGO PLAZO	
Caja y Banco	9.340,52	Crédito Bancario	269.752,73
Activo Diferido			
Gastos por Constitución	5.040,00	PATRIMONIO	
Activo Fijo		Capital Social	224329,20
Construcciones e Instalaciones	391.869,00		
Terreno	23.214,92		
Maquinaria y Equipo	31.455,00		
Equipo de Computación	1.931,00		
Muebles y Enseres	29.311,48		
Equipos de Oficina	1.920,00		
Total Activo	\$494.081,92	Total Pasivo + Patrimonio	\$494.081,92

Realizado por: Las Autoras

6.7.2 ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Resultados se elaboró con el fin de conocer la situación Económica que tendrá la hostería. El mismo que reflejo una utilidad después de impuestos, desde el primer año de 85.077,29 dólares manteniendo un crecimiento constante hasta el año cinco alcanzando 217.696,54 dólares.



TABLA 6.31

**ESTADOS DE RESULTADOS
EN DÓLARES**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	294.501,37	318.179,28	356.551,71	413.885,22	497.076,15
(-) Costo de Ventas	67.953,20	69.934,19	71.974,62	74.076,26	76.240,94
Utilidad Bruta	226.548,18	248.245,09	284.577,09	339.808,96	420.835,21
(-) GASTOS OPERATIVOS					
Gastos Administrativos	57.426,67	60.733,44	61.480,51	61.606,33	62.618,37
Gastos de Ventas	9.366,04	9.639,82	9.921,82	10.212,27	10.450,66
Gastos de Publicidad	3.340,00	3.440,20	3.543,41	3.649,71	3.759,20
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	159.755,47	177.871,83	213.174,76	267.990,37	347.766,18
Gastos Financieros	26.300,89	21.971,37	17.219,73	12.004,80	6.281,41
Utilidad Antes de Participación	133.454,58	155.900,45	195.955,03	255.985,57	341.484,77
Participación de trabajadores 15%	20.018,19	23.385,07	29.393,25	38.397,84	51.222,71
Utilidad Antes de Impuestos	113.436,39	132.515,39	166.561,78	217.587,73	290.262,05
Impuestos 25%	28.359,10	33.128,85	41.640,44	54.396,93	72.565,51
UTILIDAD NETA	85.077,29	99.386,54	124.921,33	163.190,80	217.696,54

Realizado por: Las autoras

6.7.3 FLUJO DE CAJA

Son las entradas y desembolsos netos que resultan de los ingresos y las erogaciones de dinero (gastos), ocurridos en un mismo período.



TABLA 6.32

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas de los servicios		294.501,37	318.179,28	356.551,71	413.885,22	497.076,15
Aporte de socios	224.329,20	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamo	269.752,73	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL INGRESOS	494.081,92	294.501,37	318.179,28	356.551,71	413.885,22	497.076,15
EGRESOS						
Inversión	494.081,92	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos operacionales	0,00	67.953,20	69.934,19	71.974,62	74.076,26	76.240,94
Gastos de Administración	0,00	57.426,67	60.733,44	61.480,51	61.606,33	62.618,37
Gastos de ventas	0,00	9.366,04	9.639,82	9.921,82	10.212,27	10.450,66
Capital Pagado	0,00	44.405,30	48.734,82	53.486,46	58.701,39	64.424,78
Interés Pagados	0,00	26.300,89	21.971,37	17.219,73	12.004,80	6.281,41
TOTAL DE EGRESOS	494.081,92	205.452,09	211.013,65	214.083,13	216.601,04	220.016,16
(=) UTILIDAD OPERATIVA	0,00	89.049,28	107.165,64	142.468,57	197.284,18	277.059,99
15% Participación Trabajadores	0,00	13.357,39	16.074,85	21.370,29	29.592,63	41.559,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	0,00	75.691,89	91.090,79	121.098,29	167.691,55	235.500,99
Impuesto a la Renta 25%	0,00	18.922,97	22.772,70	30.274,57	41.922,89	58.875,25
(=) FLUJO DE CAJA DEL EJERCICIO	0,00	56.768,92	68.318,09	90.823,71	125.768,66	176.625,74
EFFECTIVO AL INICIO DEL AÑO	0,00	0,00	56.768,92	68.318,09	90.823,71	125.768,66
FLUJO DE CAJA NETO	0,00	\$56.768,92	\$125.087,01	\$159.141,81	\$216.592,38	\$302.394,41

Realizado por: Las Autoras

6.8 EVALUACION FINANCIERA

6.8.1 VALOR ACTUAL NETO

La estimación del valor actual neto se la realizó con cada uno de los flujos netos de efectivo desde el año cero hasta el año cinco considerando una tasa de descuento del 6,66%.



TABLA 6.33

FLUJOS DE CAJA DEL EJERCICIO

AÑOS	FLUJO DE CAJA
1	56.768,92
2	125.087,01
3	159.141,81
4	216.592,38
5	302.394,41
INVERSIÓN	-494.081,92
VAN	\$ 186.562,29

Realizado por: Las Autoras

Obtenido así un VAN de 186.562,29 dólares lo cual implica que es un proyecto favorable debido a que no solamente permite recuperar la inversión sino que también genera utilidades en un periodo aceptable.

6.8.1.1 TASA DE DESCUENTO

El cálculo de la tasa de descuento se requiere conocer la tasa activa y pasiva referencial⁴⁴ vigente al momento, dato proporcionado por el Banco Central del Ecuador en sección de Estadísticas y en tasas de interés.

Su fórmula es:

$$\text{Tasa de Descuento} = (\text{Aporte Propio} \times \text{Tasa Pasiva}) + (\text{Aporte Ajeno} \times \text{Tasa Activa})$$

TABLA 6.34

TASAS DE DESCUENTO

INVERSIÓN	FINANCIAMIENTO		TASAS		TASA DE DESCUENTO
	APORTE PROPIO	APORTE AJENO	ACTIVA	PASIVA	
494.081,92	45%	55%	8,37%	4,58%	6,66%

Realizado por: Las Autoras

⁴⁴ www.bce.fin.ec/



6.8.2 TASA INTERNA DE RETORNO

La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, por lo tanto la obtención de una TIR del 17% representa que el proyecto es atractivo ya que en comparación con la tasa de descuento del 6,66% permite generar utilidades por ser una tasa mayor.

6.8.3 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

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

TABLA 6.35

PERÍODO DE RECUPERACIÓN

	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO EFECTIVO	(494.081,92)	85077,29	99386,54	124921,33	163190,80	217696,54
FLUJO NETO EFECTIVO ACUMULADO	(494.081,92)	(409.004,63)	(309.618,09)	(184.696,75)	(21.505,95)	196.190,59

Realizado por: Las Autoras

A continuación se aplicó la siguiente fórmula:

La inversión inicial se recuperará en 4,10 años.

6.8.4 RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

La razón Beneficio/Costo expresa el rendimiento, en término de valor actual neto, que genera el proyecto por unidad monetaria invertida.



La relación Beneficio/Costo se calcula con la sumatoria de los ingresos y los costos.

Fórmula:

$$\text{Costo/ Beneficio} = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

TABLA 6.36

INGRESOS Y COSTOS

AÑOS	INGRESOS	COSTOS
2010	294.501,37	133.454,58
2011	318.179,28	155.900,45
2012	356.551,71	195.955,03
2013	413.885,22	255.985,57
2014	497.076,15	341.484,77
TOTAL	\$ 1.880.193,74	\$ 1.082.780,40

Realizado por: Las Autoras

Dónde:

- R =** Suma de los ingresos brutos de cada año 1.880.193,74
- I =** Inversión Inicial 494.081,92
- C =** Suma de los Costos Totales de cada año 1.082.780,40
- (1+i)=** Factor de Actualización (Tasa de Descuento) (1+0,0666)
- t =** Períodos 5

$$\text{B/C} = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

B/C



“HOSTERÍA MANANTIAL DEL ROCÍO” tiene una relación B/C de 1,19 dólares lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto tenemos un beneficio de 0,19 centavos.

6.8.5 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se presenta cuando los ingresos totales cubren los costos y gastos totales, es decir que no generen pérdida ni ganancia.

Para determinar los costos fijos es necesario identificar los costos fijos y variables, para ello se realizó la siguiente clasificación. **Anexo 16**

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

PE $\frac{\text{---}}{\text{---}}$

Los resultados se los observa en la siguiente tabla:

TABLA 6.37

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES

AÑOS	1	2	3	4	5	SUMA TOTAL
VENTAS	294.501,37	318.179,28	356.551,71	413.885,22	497.076,15	1.880.193,74
COSTOS FIJOS	66.792,71	70.373,26	71.402,33	71.818,60	73.069,03	353.455,92
COSTOS VARIABLES	94.254,09	91.905,57	89.194,35	86.081,06	82.522,36	443.957,41
COSTOS TOTALES	161.046,80	162.278,83	160.596,67	157.899,65	155.591,38	797.413,34
PUNTO EQUILIBRIO	98.231,27	98.956,76	95.223,19	90.678,09	87.614,37	470.703,68

Realizado por: Las Autoras

Análisis del Punto de Equilibrio en los cinco años.

Los resultados quieren decir que se debe obtener un ingreso de 470.703,68 dólares durante los cinco años con el fin de poder cubrir los costos de producción, a partir de este valor los ingresos obtenidos representan la utilidad de la empresa.



CAPÍTULO VII

EVALUACIÓN SOCIAL - AMBIENTAL



Un paraíso para descansar



EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL

7.1 IMPACTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS

7.1.1 POSITIVOS

- Esta hostería propone incentivar al turista nacional y extranjero el cual se lo hará contando con sus beneficios tales como, el clima y la tranquilidad que el sitio ofrece, además de brindar calidad en el servicio a nuestros clientes potenciales, a su vez se demandará un aumento de fuentes de trabajo con personal especializado.
- Con la realización de este proyecto se dará a conocer las diversas costumbres que tienen los habitantes de la Parroquia de San Francisco de Sageo para de esta manera alcanzar una mejor acogida al turismo del Ecuador.
- Otro objetivo fundamental es brindar la seguridad necesaria para los clientes, debido a que en la actualidad se presentan desconfianzas, especialmente con sus objetos personales tanto en sus dormitorios como en el garaje.
- Se realizará capacitaciones continuas para el personal con métodos especializados y técnicas para que brinden un buen servicio y así asegurar la buena atención a nuestros clientes, lo cual incentivará a los empleados para adquirir nuevos conocimientos.
- Se preservará el medio ambiente mediante el reciclaje y recolección de desechos líquidos dañinos que puedan contaminar el medio ambiente.
Los recipientes para el reciclaje de basura serán de tres colores;
Verde: residuos orgánicos, restos de comidas y restos de frutas.
Rojo: papeles y cartones.
Amarillo: plásticos, vidrios, residuos inorgánicos



7.1.2 NEGATIVOS

- El impacto que perjudicaría más sería en el momento de la construcción de la hostería, ya que existirá ruido y esto perturbará a las comunidades cercanas a la construcción
- Otro impacto negativo es la tala de árboles que es necesario realizar para la construcción de la hostería
- Otro impacto negativo sería el efecto que causa la construcción al medio ambiente, ya que no podemos pasar en alto el polvo que dejará a su alrededor.
- Estos impactos negativos serán controlables ya que trataremos en lo posible de causar el menor daño y además se remediará con los beneficios que se traerá a esta parroquia con la apertura de una hostería de calidad.

7.2 HIGIENE Y SEGURIDAD DE LA HOSTERÍA

La hostería debe contar con una perfecta limpieza de tal manera que el cliente se sienta satisfecho, y pueda sentirse en un ambiente cómodo y limpio.

Para esto se necesitará conserjes, meseros (as), guardias.



CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



Un paraíso para descansar



CONCLUSIONES

En el Ecuador existe una excelente demanda de personas que se dedican a realizar turismo en las diferentes provincias del país determinando que la provincia del Cañar está dentro de los lugares turísticos más visitados por poseer lugares atractivos que llaman la atención de los turistas; el Gobierno apoya constantemente al crecimiento turístico y lo impulsa mediante la promoción de los lugares turísticos que posee la provincia llevando a cabo ferias de turismo dentro del Biblián.

La elaboración del proyecto será ejecutada en la parroquia San Francisco de Sageo por tener una excelente acogida por los clientes por ser un lugar donde ya existe una hostería pero que no brinda todos los servicios que ofrecemos en nuestro proyecto.

Un factor importante para llevar a cabo el desarrollo del proyecto es la factibilidad de varias alternativas de transporte para llegar a este destino, ya sea transporte público o privado, y adecuadas vías de acceso para el traslado a este lugar, esto nos ayudará a que no sea un impedimento de nuestros posibles clientes para asistir a nuestras instalaciones.

Los resultados de la investigación de mercados mostraron que existe preferencias por los turistas en visitar las hosterías por pasar momentos agradables con sus parientes lo cual permitió realizar una proyección de la demanda y en base a ello se definió los ingresos que obtendrá el proyecto por la prestación de sus servicios: alojamiento, restaurant, recreación y centro de convenciones.

El proyecto a emprender estará constituido como una compañía de Responsabilidad Limitada conformada por capital propio que representa el 45% de la inversión y ajeno el 55%.

Para constituir a la empresa se requiere cumplir con las normas y leyes que exige el país por medio del Ministerio de Turismo.



El proyecto es económicamente viable pues los resultados de los resultados de la evaluación financiera fueron positivos lo cual hace que el proyecto sea. El análisis del proyecto nos arroja como resultado un: VAN = \$ 186.562,29 TIR = 17%, RELACION COSTO BENEFICIO= 1,19

RECOMENDACIONES

Se debe promocionar más a la provincia del Cañar y a sus respectivos cantones indicando los lugares turísticos que estos poseen.

Para llevar a cabo la ejecución de un proyecto se debe realizar una correcta Investigación de mercados que defina que defina claramente factibilidad positiva o negativa del proyecto.

Siendo el personal el eje principal dentro de un proyecto se debe mantener buenas relaciones humanas que dinamicen el buen ambiente de trabajo-

Para que la creación de nuestra hostería tenga buena acogida por los turistas y habitantes del lugar se debe realizar gran publicidad promocionando los servicios que ofrecen.

La hostería "Manantial del Rocío" debe aptarse constantemente a los cambios y requerimientos del mercado mediante la implementación de estrategias que nos permita diferenciarnos de la competencia.

Ofrecer servicios de calidad en todos los procesos que se realicen dentro de la empresa para satisfacer eficazmente a los clientes para que generen publicidad de boca en boca con sus amigos, familiares y parientes en general y así incrementar los beneficios para la empresa.

Por todo lo expuesto anteriormente el presente proyecto de creación de una hostería en el cantón Biblián de la provincia del Cañar es recomendado para su ejecución.



BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- HERNÁNDEZ, Hernández Abraham. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión, Internacional Thomson, Cuarta Edición, México, 2001
- MIRANDA M., Juan José. Gestión de Proyectos, MM Editores, Quinta Edición, Bogotá 2005
- STANTON William y ETZEL Michel, Fundamentos de Marketing, Mac Graw Hill, Undécima Edición, México 2000
- CHURCHILL G. Investigación de Mercados, Thomson Editores, Cuarta Edición, México 2003
- HARPER, Boyd. Investigación de Mercados, Ed. Limusa S.A, Quinta Edición
- TAYLOR, James y KINNEAR, Thomas, Investigación de Mercados, McGraw Hill, Quinta Edición, Colombia 1998
- BERNAL, César Augusto. Metodología de la Investigación para Administración y Economía, Prentice Hall, Colombia 2000
- BACA URBINA, Gabriel: Evaluación de Proyectos, Ed.MC, Graw Hill Reimpresión, segunda Edición 1997
- HERNADEZ Alfonso. Proyectos Turísticos, Editorial Trillas, Sexta Reimpresión
- SOSA de la Cruz, Clifor Daniel, Cómo elaborar un proyecto de inversión turística, San Marcos, Lima
- SAPAG Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, Mac Graw Hill, Cuarta Edición, Chile 2000
- CARDENAS Tabares, Fabio. Proyectos Turísticos. Editorial Trillas. Segunda Edición, México 2006
- MEJIA Braulio, Gerencia de Procesos para la organización y control interno de empresas de salud. Ediciones, Bogotá 2000



- CERTO C, Samuel. Administración Moderna, Prentice Hall, Octava Edición, Colombia 2001. Pág. 174
- KONTZ H, Weibrich H; "Administración Estratégica; una perspectiva global Ed. San PER, Segunda Edición, Traducción México 1989
- FRED, R David. Conceptos de Administración Estratégica, Prentice Hall, Novena Edición, México 2003
- GUAJARDO, Gerardo. Contabilidad para no contadores, 1 era edición McGraw-Hill Interamericana, Editores S.A México 2005
- LAWRENCE, Gitman. Principios de Administración Financiera, Preece Hall. Octava Edición, México 2000
- SETZEN, Guadalupe. Administración Financiera, McGraw Hill, México 2002
- BRAVO, Mercedes, Contabilidad General, Editora Nuevo Día. Cuarta Edición. Ecuador 2001
- BESLEY, Scott, BRIGHAM Eugene. Fundamentos de Administración Financiera McGraw-Hill, Décimo segunda Edición, México 2001, Pág. 288
- GALLAGHER, Timothy. Administración Financiera Teoría y Práctica, Price Hall, Segunda edición, Colombia 2001
- WESTON, Fred. Fundamentos de la Administración Financiera. Interamericana S.A. México 1982
- CONESA, Vicente Fdez. Guía Metodológica para la Evaluación del Impacto Mundi Prensi, Tercera Edición, Madrid 2000
- PAEZ, Zamora., Juan Carlos. Introducción a la Evaluación de Impacto Ambiental, Editorial Crear imagen 1996

VALENCIA, Velazco, María Lourdes, GARCÍA Sánchez, Estela. Planeación Estrategia, Editorial Trillas, México 2007

INTERNET

<http://www.apuntesgestion.com/2007/10/29/definicion-objetivos/>, 01/08/2009

<http://www.apuntesgestion.com/2007/10/29/definicion-objetivos/>, 01/08/2009



<http://www.gestiopolis.com/canales7/ger/politicas-de-mejoramiento-continuo.htm>, 1/08/2009

<http://www.mailxmail.com/curso-como-vender-productos/politica-productos>, 06/07/2009
<http://www.geocities.com/omarfm99/finanzas3/etecnico.htm>

DISEÑO DE TESIS

RESUMEN EJECUTIVO

La razón principal para darle vida al proyecto es brindar a la colectividad y de manera particular al consumidor turístico una solución a la falta de espacios de relajamiento los fines de semanas y en especial en épocas de feriados, vacaciones para lo cual la creación de la hostería se torna una gran oportunidad para este mercado la cual estará ubicada en la parroquia San Francisco de Sageo del Cantón Biblián en la vía Panamericana.

El desarrollo físico y organizacional de la hostería en la parroquia permitirá sin lugar a duda mejorar su imagen turística, contribuir en varios aspectos al crecimiento económico de sus habitantes, proporcionando plazas de trabajo

La elaboración de un proyecto serio y su firme realización permitirán a la propia población ser reconocida nacional y localmente.

La metodología utilizada estará basada en una correcta estructura organizacional y funcional, una buena ubicación y una correcta distribución de planta (Layout) llevando a cabo un análisis de las estrategias claves para lograr el éxito del proyecto; cabe mencionar que es indispensable contar con una buena cadena de mando para ello la empresa contará con un personal adecuado para cada una de las áreas, la cual nos permitirá tener un gran funcionamiento dentro del mercado y así poder alcanzar el éxito de la propuesta.

1. IMPORTANCIA Y MOTIVACIÓN DEL TEMA ELEGIDO



1.1. Importancia

Las razones por la que seleccionamos este tema para el desarrollo de nuestro trabajo de investigación son:

- El turismo constituye una fuente muy importante para el Ecuador debido a que genera ingresos para el desarrollo del país.
- Permite un gran impacto a nivel económico y social para la parroquia de San Francisco de Sageo y fomentan fuentes de trabajo para sus habitantes.
- Con la implantación de una empresa de servicio se pretende buscar un lugar donde los turistas comparan con sus amigos y familiares

1.2. Motivos Personales

- Poner en práctica los conocimientos académicos adquiridos en el transcurso de nuestra carrera universitaria.
- Empezar una empresa propia

2. DELIMITACIÓN DEL TEMA

2.1 Contenido: Creación de una hostería

2.2 Campo de Aplicación: Área Empresaria

2.3 Espacio: Parroquia “San Francisco de Sageo” (Cantón Biblián)

2.4 Periodo: En el período 2010-2014

2.5 Título de la tesis: ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERIA EN LA PARROQUIA “SAN FRANCISCO DE SAGEO” DEL CANTON BIBLIÁN PERIODO 2010-2014

3. JUSTIFICACIÓN



La iniciativa de crear la hostería surgió de la necesidad de ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros un contacto directo con la naturaleza, se justifica la iniciativa con los siguientes criterios:

3.1. Criterio Académico: Este proyecto de emprendimiento aplicado en el campo de la Administración de Empresas, se justifica por su gran utilidad pues servirá como guía y fuente de información para proyectos similares o para quienes consideren importante la administración de una empresa de servicios y se sientan incentivados por innovar en nuevos negocios.

3.2. Criterio Institucional: El tema a investigarse es importante para la parroquia “San Francisco de Sageo” debido a la necesidad de implantar un lugar donde las familias y amigos puedan disfrutar momentos alegres.

3.3. Impacto Social: El proyecto de innovación beneficiará al desarrollo de la parroquia y contribuirá con la creación de fuentes de empleo.

3.4. Criterio Personal: Con los conocimientos académicos adquiridos en la carrera de Administración de Empresas, contamos con las herramientas necesarias para el desarrollo de nuestra propuesta y además nos encontramos motivadas para llevar adelante este proyecto de innovación.

3.5. Factibilidad y viabilidad: El tema propuesto requiere de una de una amplia investigación bibliográfica y estadística que nos servirán para llevar a cabo el plan de emprendimiento.

4. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

4.1. Competencia.

Actualmente existe una hostería llamada “El Camping” la cual ofrece pocos servicios a costos elevados y abre sus puertas los días domingos y en épocas de feriado no atiende, además no es muy conocida a nivel local ni nacional debido a que no tiene un plan de marketing bien definido, por este motivo se



decidió crear una hostería para que los clientes encuentren una verdadera satisfacción al utilizar nuestros servicios.

4.2. Descripción de la ubicación de la hostería

El emprendimiento estará ubicado en el centro de la parroquia y goza de un ambiente agradable y abrigado y contará con los siguientes servicios:

- ✓ **Hospedaje:** Las habitaciones dispondrá de baño privado, televisión con cable, teléfono.
- ✓ **Alimentación:** Restaurant, bar cafetería
- ✓ **Recreación:** Área de piscina(tobogán, sauna),áreas verdes, Salón de eventos, canchas deportivas, juegos infantiles, Parqueadero

4.3. Potenciales clientes

Será los turistas nacionales o extranjeros que visiten las instalaciones, a los cuales se les ofrecerán calidad, comodidad y seguridad a precios económicos.

4.4. Estructura de la Organización

La hostería estará constituida de acuerdo con la Ley de Compañía de responsabilidad Limitada, el mismo que estará compuesto con un capital aportado por sus accionistas y un préstamo bancario.

4.5. Objetivos de la nuestra empresa

- ✓ Brindar un servicio de calidad, comodidad, seguridad y tranquilidad a los turistas.
- ✓ Manternos en el mercado turístico en forma competitiva.
- ✓ Llegar a ser una empresa líder en el mercado.
- ✓ Crear en la mente de los clientes la fidelidad a la hostería.

5. MARCO CONCEPTUAL



Teniendo en cuenta que el estudio para la creación de una hostería en la Parroquia San Francisco de Sageo, por tratarse de un proyecto de emprendimiento con ventajas competitivas frente a los demás hosterías no existe gran limitación en cuanto al material bibliográfico sobre este interesante análisis de factibilidad para la creación de la hostería, se determinaron las fuentes de investigación las cuales serán: el internet, libros referentes al contenido del proyecto y tesis de creación de empresas desarrolladas en la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Cuenca, las mismas que serán de gran utilidad para el eficiente desarrollo del estudio de investigación.

Tesis que nos guiaran para el desarrollo de nuestro proyecto serán las siguientes:

- GRIJALVA, Jessica y AVILA, LUIS, 2010 “Proyecto para la Creación de una Hostería en la Parroquia Javier Loyola – Azogues
- MORENO, Patricio y VELÉZ, Manuel, 1997, “Administración de la Producción de Joyas de Oro y Plata en la ciudad de Cuenca”, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Cuenca, Cuenca.
- GUZÑAY, Johanna y ILLESCAS, Silvia, 2005, “Propuesta para la creación de una Hostería en el Cantón Sigsig”

Para su estudio se ha seleccionado los siguientes conceptos claves como son:

- ✓ Empresa
- ✓ Marketing
- ✓ Financiamiento
- ✓ Turismo

EMPRESA

Es una unidad económica - social integrado por elementos humanos, materiales y técnicos que tienen el objeto de obtener utilidades a través de sus



participaciones en el mercado de bienes y servicios. Para esto se hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital)

Las empresas pueden clasificarse según la actividad económica que desarrolla y pueden ser:

- **Sector Primario:** Obtener los recursos a partir de la naturaleza, como las agrícolas, pesqueras o ganaderías.
- **Sector Secundario:** Dedicadas a la transformación de bienes, como las industriales y la de construcción.
- **Sector terciario:** Empresas que se dedican a la oferta de servicios o al comercio.⁴⁵

COMENTARIO:

Analizando este concepto podemos mencionar que una empresa es una organización de personas que están reguladas por un conjunto de normas y un manual de funcionamiento donde cada empleado cumple una determinada función para lograr los objetivos fijados.

Es importante que cada persona que conforma la empresa esté consciente de lo importante que es cumplir con lo siguiente: Realizar adecuadamente sus funciones que ha sido designadas, cumplir con las normas y políticas que ayudaran al desarrollo de la empresa y relacionarse adecuadamente con las personas del entorno interno (compañeros de trabajo) y externo (cliente y proveedores).

APLICACIÓN:

La creación de esta empresa de servicio permitirá satisfacer las necesidades de recreación en especial del cantón Biblián, el cual contribuirá con el desarrollo económico de los habitantes ya que generará fuentes de empleo y a su vez integrará a los elementos humanos, materiales y técnicos los cuales

⁴⁵KOTLER, Philip y PRENTICE, Hall, 2006. Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición Pág. 7.



buscarán un solo fin que es contribuir con la maximización de las utilidades de la empresa y de esta manera llegar a lograr el éxito de la misma.

MARKETING

Es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y alcanzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente.⁴⁶

El marketing es el proceso de:

1. Identificar las necesidades del consumidor.
2. Conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir.
3. Comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa.
4. Conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor.
5. Comunicar dicha conceptualización al consumidor⁴⁷

COMENTARIO:

La implementación de un adecuado marketing permite alcanzar de una u otra manera las metas de las empresas y obtener un óptimo crecimiento de las mismas dentro del mercado la cual permite incrementar sus utilidades.

APLICACIÓN:

El marketing implementado para nuestra empresa será desarrollado a través de un análisis profundo de nuestra competencia y en especial de nuestro

⁴⁶ STANTON, Etze, 2006, Fundamentos de marketing, 13a Edición, 1 y Walker, Pág. 7.

³ AL Ries y TROUT Jack, 2006, La guerra de la mercadotecnia, Págs. 4 y 5



segmento de mercado al cual será dirigido, para llevar a cabo esto se requerirá ayuda de personas que sean especialistas en el tema.

FINANCIAMIENTO

Es el conjunto de recursos monetarios financieros que se destinarán para llevar a cabo una determinada actividad o proyecto económico.

Existen varias formas de financiamiento, las cuales se clasifican en:

- Según el plazo de vencimiento: a corto plazo (el vencimiento es inferior a un año, crédito bancario, línea de descuento, financiación espontánea) a largo plazo (el vencimiento es superior a un año, ampliaciones de capital, autofinanciación, préstamos bancarios, emisión de obligaciones).
- Según la procedencia: interna (fondos que la empresa produce a través de su actividad y que se reinvierten en la propia empresa) externa (proceden de inversores, socios o acreedores);
- Según los propietarios: ajenos (forman parte del pasivo exigible, en algún momento deberán devolverse pues poseen fecha de vencimiento, créditos, emisión de obligaciones) propios (no tienen vencimiento).⁴⁸

COMENTARIO

Analizando este concepto podemos decir que para financiar las operaciones empresariales se puede hacer mediante sus propias condiciones de financiamiento y financiamiento ajeno donde se obtiene recursos de personas o agentes independientes a la propia empresa donde el financiamiento puede ser a corto y a largo plazo.

APLICACIÓN:

⁴ IDALBERTO, Chiavenato, 2004, Introducción a la Teoría General de la Administración, Séptima Edición, de Interamericana, Pág. 132.



Para financiar nuestra propuesta de innovación lo realizaremos a través del financiamiento ajeno lo que son préstamos bancarios y otra parte con aporte de los accionistas, luego con el crecimiento y desarrollo de la empresa de servicios lo realizaremos mediante la emisión de acciones bonos y obligaciones los mismos que serán utilizados para la obtención de todos los recursos necesarios para poner en marcha nuestro proyecto así como también su crecimiento y desarrollo humano.

TURISMO

Es el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual⁴⁹

COMENTARIO:

Analizando este concepto podemos decir que el turismo es la visita de las personas a diferentes lugares que llamen la atención de los mismos, con el fin de conocer nuevos sitios, de descansar y de entretenerse con su familia, amigos y otras personas para obtener experiencias agradables en la visita de cada uno de estos lugares que se ofrecen.

APLICACIÓN:

Promoveremos el turismo en el Cantón Biblián provincia de Cañar y a su vez el desarrollo de la parroquia San Francisco de Sageo, ya que incrementaremos el turismo y obtendremos grandes beneficios.

6. METODOLOGÍA DE LA PROBLEMATIZACIÓN

1. Debería cumplir con todos los permisos de construcción y funcionamiento.

⁴⁹ CÁRDENAS, Gustavo, 2002 Diccionario de Ciencias Económico-Administrativas, México



2. Debería obtener un financiamiento necesario
3. Debería contar con un lugar adecuado para la ubicación.
4. Debería tener personal capacitado
5. Debería tener buenas estrategias de publicidad llamativa para captar clientes.
6. Debería poseer todos los servicios básicos adecuados.
7. Debería tener una adecuada higiene en sus servicios para el público.
8. Debería tener un adecuado manejo de las variaciones de la demanda.
9. Debería dar seguridad al cliente.
10. Debería tener un marco jurídico bien definido.
11. Debería cumplir con un horario previamente establecido.
12. Debería ser flexible al cambio.

INTEGRACIÓN DE LOS PROBLEMAS

Problema 1:

La empresa de servicio deberá contar con un lugar adecuado para su localización donde contará con los servicios básicos, cumplirá con todos los permisos de construcción y funcionamiento, además conseguir un financiamiento necesario el mismo que nos permitirá conseguir recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para el desenvolvimiento de dicha empresa. (Integración de los problemas: 2,6, 3,1)

Problema 2

Nuestra hostería necesitará un marco jurídico bien definido que nos permitirá enfrentar a cualquier problema que se nos presente en el futuro, contará con un personal bien capacitado para cada una de las áreas donde cumplirán con su horarios establecidos, para de esta forma dar una adecuada higiene a todos los servicios que ofrecerá la empresa; para que nuestros clientes sientan una seguridad al demandar nuestro servicio. (Integración de los problemas: 10, 4, 11, 7,8)



Problema 3

Deberá establecer una buena estrategia de publicidad llamativa para captar clientes, para así poder manipular a nuestra demanda, se comprometerá en brindar un servicio de calidad donde llene las expectativas del consumidor y se sienta a gusto y con deseos de volver a visitar nuestro negocio permitiendo ser flexible al cambio para poder cada día captar nuevos segmentos en el mercado. (Integración de los problemas: (5, 8,12).

6.1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA CENTRAL Y COMPLEMENTARIOS

Problema Central

Determinar la implementación o no de la creación de la hostería, para ello necesitamos realizar un estudio de mercado minucioso para determinar nuestra segmentación de mercado y controlar las variaciones de la demanda, permitiendo establecer un lugar estratégico para la localización y ubicación de la misma el cual cumplirá con todos los requisitos establecido por la ley en cuanto a la construcción y funcionamiento para su creación.

- **Problema complementario 1.**

Nuestra empresa de servicio tendrá una eficiente Planificación Administrativa, lo cual permitirá brindar un servicio de recreación a nuestros clientes de óptima calidad, tomando en cuenta todos los gustos y preferencias de nuestros demandantes.

- **Problema complementario 2**

La hostería tendrá una planificación de comercialización en el cual se desarrollará una estrategia de publicidad llamativa, permitiendo de esta manera estar en la mente de nuestros consumidores, para ser elegidos en el mercado nuestra empresa contará con un personal de alta calidad en cada área donde



los motivaremos y capacitaremos continuamente para que brinden un excelente servicio a todos los que visiten nuestra hostería.

6.2. REDACCIÓN DE LOS PROBLEMAS

- **PROBLEMA CENTRAL**

La hostería se realizará un amplio estudio de mercado, que facilite tener pautas de cómo controlar la demanda, conocer a los consumidores potenciales y así poder tener una idea clara de donde ubicar la hostería.

- **PROBLEMA COMPLEMENTARIO 1**

En la actualidad hay empresas que no piensan en el cliente puesto que ofrecen servicios que no satisfacen a los clientes ya que en algunas ocasiones sus servicios no tienen una higiene adecuada poniendo de esta manera en riesgo a cada uno de ellos, por eso pensaremos en el cliente por lo que se dará un servicio de óptima calidad para que cada uno de los turistas se sientan seguros al demandar el servicio, se realizará un plan administrativo de gran calidad que nos permita planificar, organizar, ejecutar y controlar todas y cada uno de las áreas de la hostería y de esta forma llegar a los consumidores de una manera organizada en los servicios de recreación y relajación que vamos a ofrecer en el mercado.

- **PROBLEMA COMPLEMENTARIO 2**

La empresa realizará un profundo estudio de comercialización para tener liderazgo en el mercado, para ello se tendrá en cuenta las 4P, (Producto, Plaza, Precio, Promoción), permitiendo de esta manera realizar una publicidad muy agresiva para llegar a la mente de los consumidores y que el servicio sea la mejor opción al momento de elegir un lugar donde le permita estar en contacto con la naturaleza y compartir a lado de sus seres queridos.

7. OBJETIVOS



7.1. OBJETIVO CENTRAL

Evaluar la factibilidad para la creación de una Hostería en la parroquia San Francisco de Sageo del cantón Biblián, durante el periodo 2010 – 2014.

Generar un negocio rentable para los inversionistas y brindar un servicio distinto al de la competencia actual satisfaciendo de mejor manera las necesidades de los consumidores nacionales e internacionales.

7.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Realizar un Estudio de Mercado
- Realizar un Plan de Marketing
- Realizar un Estudio Técnico
- Realizar un Estudio Organizacional y Legal
- Realizar un Estudio Económico y Financiero
- Realizar un Análisis de la Responsabilidad Social



8. ESQUEMA TENTATIVO

OBJETIVO ESPECÍFICO	CONTENIDO DE CAPÍTULOS
	CAPITULO 1. ANTECEDENTES 1.1 Antecedentes 1.2 Componentes teóricos
OBJETIVO ESPECÍFICO 1 Realizar un Estudio de Mercado	CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO 2.1 Metodología de la investigación de mercados 2.2 Análisis del mercado
OBJETIVO ESPECIFICO 2 Realizar un Plan de Marketing	CAPITULO 3 PLAN DE MARKETING 3.1 Misión 3.2 Visión 3.3 Logotipo 3.4 Slogan 3.5 Valores Institucionales 3.6 Análisis Ambiental 3.7 Estrategias Genéricas
OBJETIVO ESPECÍFICO 3 Realizar un Estudio Técnico	CAPITULO 4 ESTUDIO TÉCNICO 4.1 Localización y ubicación del proyecto 4.2 Determinación del tamaño óptimo
OBJETIVO ESPECÍFICO 4 Realizar una Estructura Organizacional y legal	CAPITULO 5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL-LEGAL 5.1 Modelo Organizativo 5.2 Estructura legal
OBJETIVO ESPECÍFICO 5 Realizar un estudio Económico y Financiero	CAPITULO 6 ESTUDIO FINANCIERO 6.1 Presupuesto de Inversiones 6.2 Amortización y Depreciación 6.3 Financiamiento 6.4 Costos y Gastos 6.5 Ingreso de Efectivo 6.6 Estados Financieros 6.7 Evaluación Financiera
OBJETIVO ESPECÍFICO 6 Realizar un Análisis de la Responsabilidad Social	CAPITULO 7 EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL. 7.1 Impactos Positivos y negativos 7.2 Higiene y seguridad de la hostería
	CAPITULO 8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 8.1 Conclusiones 8.2 Recomendaciones 8.3 Anexos 8.4 Bibliografía



9. VARIABLES, INDICADORES Y CATEGORÍAS

ESQUEMA TENTATIVO	VARIABLES	INDICADORES	CATEGORÍAS
CAPITULO 2 ESTUDIO DE MERCADO 2.1 Análisis de la Oferta y Demanda	Investigación de mercados	Población Muestra Segmentación	Factible
2.2 Análisis del Mercado	Servicios Demandados y Ofertados	Hospedaje Bar – Restaurant Salón de eventos Recreación	Seguridad Higiene Calidad
	Competencia	Actual Potencial	Ética
2.3 Análisis de las 4P	Precio	Servicios Generales Menos de \$ 5,00 \$ 6,00 a \$9,99 \$ 10,00 +	Accesibles Veracidad Creatividad Confiability
		Habitaciones Menos de \$15,00 \$15,00 a \$19,99 20,00 a 30,00	
	Publicidad	Internet Televisión Radio Prensa	
	Canales de Distribución	Directo Indirecto	
	Producto	Ciclo de vida del producto	
CAPITULO 3 ESTUDIO TÉCNICO 3.1 Localización y ubicación	Localización	Costos de transporte y Materiales	Factible Rentable
Capacidad	Instalada Utilizada		
3.2 Construcción y Adecuación	Obras	Alcantarillado Agua Potable Sistema Eléctrico Telecomunicaciones	Factibilidad Seguridad Rentable
	Edificaciones	Áreas Materiales	
	Recursos	Humanos Materiales Económicos	
CAPITULO 4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y	Requisitos Legales	Permisos Formularios	Ético Veracidad



LEGAL		Impuestos	Confiabilidad
4.1 Estructura Legal			
4.2 Estructura Organizativa	Organigrama	Vertical Horizontal Circular	Organizativo
CAPITULO 5 PLAN DE MARKETING	Atención al cliente	Alta Media	Respeto Honradez Seguridad Compromiso Solvencia
	5.1 Misión y Visión	Baja Internet Crecimiento	
5.2 Análisis FODA	Oportunidades Amenazas Debilidades Fortalezas	Buena Muy Buena Regular Mala	Eficiente Alcanzables
CAPITULO 6 ESTUDIO ECONOMICO Y FINANCIERO	Ingresos	Menos de \$500,00 \$500,00 a \$ 899,99 \$900,00 a \$1399,99 \$1400 a \$ 1799,99 \$1800 o +	Veracidad Factibilidad
	Gastos	Menos de \$300 \$300,00 a 499,99 500,00 a 799,99 800,00 a 999,99 1000,00 o +	
	Flujo de Caja	Ingresos Egresos	
6.2 Financiamiento	Fuentes de Financiamiento	Bancos Cooperativas Mutualistas	Responsabilidad
6.3 Inversiones	Inversiones Fijas	Terreno	Rentabilidad Solvencia
	Inversiones Variables	Construcción	
	Capital de Trabajo	Inversiones Fijas y Variables	
	Indicadores	VAN y TIR Beneficio – Costo Período de Retorno	
CAPITULO 7 EVALUACIÓN SOCIAL Y AMBIENTAL			
7.1 Impactos Positivos	Sociedad	Alto Medio Bajo	Respeto
7.2 Higiene y Seguridad	Ética Empresarial	Buena Muy Buena Mala Regular	Integridad



9.1 LISTADO DEPURADO DE LAS VARIABLES Y CATEGORÍAS

VARIABLES	CATEGORÍAS
Investigación de Mercado	
Servicios Ofrecidos	Factible
Servicios Demandados	Competitivo
Competencia	Higiene
Precio	Calidad
Publicidad	Eficacia
Canales de Distribución	Accesible
Localización	Rentable
Capacidad	Seguridad
Obras	Ético
Edificaciones	Organizativo
Recursos	Respeto
Requisitos Legales	Honradez
Organigrama	Compromiso
Atención al Cliente	Solvencia
Nuevos Servicios	Eficiente
Oportunidad	Alcanzable
Amenaza	Integridad
Fortalezas	Veracidad
Debilidades	Confiability
Ingresos	Creatividad
Gastos	Responsabilidad
Flujo de Caja	
Fuentes de Financiamiento	
Inversiones Fijas	
Inversiones Variables	
Capital de Trabajo	
Indicadores	
Sociedad	
Ética Empresarial	

9.2 DEFINICIÓN DE VARIABLES Y CATEGORÍAS

VARIABLES

- **INVESTIGACIÓN DE MERCADO:** El diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemáticos de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa.



BIBLIOGRAFÍA

PHILIP, Kotler, PRENTICE, Hall, 2002, Dirección de Marketing Conceptos Esenciales, Primera Edición, de 2002, Pág. 65.

- **SERVICIOS OFRECIDOS:** Son todas aquellas actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de sus necesidades.

BIBLIOGRAFÍA

STANTON William, ETZEL Michael y WALKER Bruce, MC GRAW Hill, 2004, «Fundamentos de Marketing», 13va. Edición, Págs. 333 y 334.

- **SERVICIOS DEMANDADOS:** Es la cantidad de bienes y servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir sus necesidades o deseos quienes además tienen la capacidad de pago para realizar la transacción en un lugar determinado y establecido.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE, Simón, Diccionario de Economía, 3ra. Edición, Editorial Andrade, Págs. 215.

- **COMPETENCIA:** Es la rivalidad entre un agente económico (productor, comerciante o comprador) contra los demás, donde cada uno busca asegurar las condiciones más ventajosas para sí. Es el ejercicio de las libertades económicas.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=Competencia

- **PRECIO:** Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio.



BIBLIOGRAFÍA

KOTLER y ARMSTRONG, Prentice Hall, Fundamentos de Marketing, 6ta. Edición, Pág. 353.

- **PUBLICIDAD:** Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares a las playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet.

BIBLIOGRAFÍA

STANTON, William, ETZEL, Michael y WALKER, Bruce, 2005, Fundamentos de Marketing, 13a Edición, Mc Graw Hill, Pág. 569

- **CANALES DE DISTRIBUCIÓN:** Es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.

BIBLIOGRAFÍA

www.ricoverimarketing.americas.tripod.com

- **LOCALIZACIÓN:** Adaptación de un producto para que cumpla los requisitos de posición, ubicación o coordenadas geográficas de un mercado específico.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=localizacion

- **CAPACIDAD:** Expresa la cantidad de producto por unidad de tiempo.

BIBLIOGRAFÍA



www.deperu.com/diccionario/?pal=capacidad

- **OBRAS:** Construcción, reconstrucción, remodelación, demolición, renovación y habilitación de bienes inmuebles, tales como edificaciones, estructuras, excavaciones, perforaciones, carreteras, puentes, entre otros, que requieren dirección técnica, expediente técnico, mano de obra, materiales y/o equipos.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=obras

- **EDIFICACIONES:** Construcción de uno o varios pisos levantados sobre un lote o terreno, con una estructura que comprende un número plural de unidades independientes y servicios de uso y utilidad general.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=edificaciones

- **RECURSOS:** En economía, se llama recursos a aquellos factores que combinados son capaces de generar valor en la producción de bienes y servicios.

BIBLIOGRAFÍA

www.definicionabc.com/.../recursos.php - México

- **REQUISITOS LEGALES:** Conjunto de leyes, decretos, reglamentos o códigos, relativos a consideraciones ambientales, a factores sanitarios y de seguridad, al ahorro de la energía y de las materias primas, que están en vigor en un Estado.

BIBLIOGRAFÍA

[www.deperu.com/diccionario/?pal=requisitos legales](http://www.deperu.com/diccionario/?pal=requisitos%20legales)



- **ORGANIGRAMA:** Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestran las relaciones que guardan entre sí los órganos que la componen.

BIBLIOGRAFÍA

Franklin B. Enrique, Mc Graw Hill, 2004, Organización de Empresas, Segunda Edición, de Pág. 78.

- **ATENCIÓN AL CLIENTE:** Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

BIBLIOGRAFÍA

www.es.wikipedia.org/wiki/Atención_al_cliente

- **NUEVOS SERVICIOS.-**

Es el deseo de ofrecer un servicio integral que responda a las necesidades actuales de los clientes.

BIBLIOGRAFÍA

CZINKOTA, Michael, Marketing Internacional

- **OPORTUNIDAD:** Son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que, una vez identificadas, pueden ser aprovechadas.

BIBLIOGRAFÍA

www.esmas.com/emprendedores/



- **AMENAZA:** Son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

BIBLIOGRAFÍA

www.esmas.com/emprendedores/

- **FORTALEZAS:** Son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

BIBLIOGRAFÍA

www.esmas.com/emprendedores/

- **DEBILIDADES:** Las Debilidades son problemas internos, que, una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

BIBLIOGRAFÍA

www.esmas.com/emprendedores/

- **INGRESOS:** Son las entradas de dinero en la empresa, procedentes de la venta de los bienes o servicios representativos de su operación normal

BIBLIOGRAFÍA.-

ROSEMBERG, Jerry M., 1993, Diccionario de Administración y Finanzas, Océano, Colombia

- **GASTOS:** Cantidad de dinero empleada en la administración de un negocio que no añade valor a sus activos.

BIBLIOGRAFÍA



ROSEMBERG, Jerry M., 1993, Diccionario de Administración y Finanzas, Océano, Colombia

- **FLUJO DE CAJA:** Cifra que refleja los recursos (beneficios, amortizaciones y provisiones) generados por una empresa en un determinado periodo.

BIBLIOGRAFÍA

www.cajamadridempresas.com.

- **FUENTES DE FINANCIAMIENTO:** Es la manera de como una entidad puede allegarse de fondos o recursos financieros para llevar a cabo sus metas de crecimiento y progreso.

BIBLIOGRAFÍA

ROSEMBERG, Jerry M., 1993, Diccionario de Administración y Finanzas, Océano, Colombia

- **INVERSIONES FIJAS:** Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no tangibles (gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del proyecto

BIBLIOGRAFÍA

www.mailxmail.com ›... › Proyectos de inversión

- **INVERSIONES VARIABLES:** Conjunto de valores cuyos flujos futuros no son fijos ni conocidos con certeza de antemano. Dentro de la renta variable están entre otras las acciones, obligaciones convertibles y participaciones en fondos de inversión.

BIBLIOGRAFÍA

www.mailxmail.com ›... › Proyectos de inversión



- **CAPITAL DE TRABAJO:** Son aquellos recurso que permiten que la empresa pueda iniciar sus actividades, entre lo que tenemos efectivo, insumos, etc. Es equivalente a la diferencia entre el activo y el pasivo corriente.

BIBLIOGRAFÍA

www.mailxmail.com ›... › Proyectos de inversión

- **INDICADORES:** Son puntos de referencia que brindan información cualitativa o cuantitativa, conformada por uno o varios datos, constituidos por percepciones, números, hechos, opiniones o medidas, que permiten seguir el desenvolvimiento de un proceso y su evaluación, y que deben guardar relación con el mismo.

BIBLIOGRAFÍA

www.deconceptos.com/general/indicador – México

- **SOCIEDAD:** Es el conjunto de individuos que comparten una cultura, y que se relacionan interactuando entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=sociedad

- **ÉTICA EMPRESARIAL:** Se ocupa del estudio de las cuestiones normativas de naturaleza moral que se plantean en el mundo de los negocios.

BIBLIOGRAFÍA

Pedro Francés, Ángel Borrego y Carmen Velajos. en "Códigos éticos en los negocios" Fundación de Estudios Financieros. Ed. Pirámide 2003 Madrid



CATEGORIAS

- **SEGURIDAD:** Seguridad es el conjunto de medidas y acciones que se aceptan para proteger un ente contra determinados riesgos a que está expuesto"

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=seguridad

- **HIGIENE:** Es el conjunto de conocimientos y técnicas que deben aplicar los individuos para el control de los factores que ejercen o pueden ejercer efectos nocivos sobre su salud.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=higiene

- **RESPONSABILIDAD:** Obligación que tiene una persona frente a una cosa, impuesta por la ley.

BIBLIOGRAFÍA

KISER, Karin, 1999, Diccionario Bilingüe de Negocios, Lid Editorial Empresarial, México.

- **CALIDAD:** Es cumplimiento de todos los requisitos solicitados ya sea de un producto y servicio en vías de satisfacer una necesidad tangible o no

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=calidad

- **ÉTICA:** Parte de la filosofía que trata de los principios morales en el comportamiento humano. Conjunto de principios y reglas morales que regulan el comportamiento y las relaciones humanas

BIBLIOGRAFÍA



ROSEMBERG, Jerry M., 1993, Diccionario de Administración y Finanzas, Océano, Colombia

- **ACCESIBLES:** Es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=accesible

- **CREATIVIDAD:** La creatividad permite cumplir los deseos de forma más rápida, fácil, eficiente o económica.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=creatividad

- **VERACIDAD:** Condición de un juicio o razonamiento que expresa lo que realmente piensa el que lo emite.

BIBLIOGRAFÍA

www.lengua-y-literatura.glosario.net

- **HONRADEZ:** Es la calidad humana de comunicarse y de actuar verazmente relacionado con verdad con valor.

BIBLIOGRAFÍA

www.lengua-y-literatura.glosario.net

- **FACTIBLE:** Es posible llevarlo a cabo o que es realizable en la realidad y se espera que su resultado sea exitoso o satisfaga las necesidades.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=factible



- **EFFECTIVIDAD.-** Es la capacidad de lograr un efecto deseado, esperado o anhelado.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=efectividad

- **RENTABLE:** Se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=rentable

- **RESPECTO:** Respeto es el reconocimiento de que algo o alguien tiene valor.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=respeto

- **COMPROMISO:** Acuerdo o promesa para realizar algo.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=compromiso

- **CONFIANZA:** Seguridad que se tiene en algo, alguien, o en sí mismo

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=confianza

- **INTEGRIDAD:** Propiedad de salvaguardar la precisión y completitud de los recursos.

BIBLIOGRAFÍA

www.deperu.com/diccionario/?pal=integridad



10. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

LISTADO DE VARIABLES	TECNICAS CUANTITATIVAS				TECNICAS CUALITATIVAS			
	ESTADISTIC A	REGISTRO	ENCUESTA	OTROS	ENTREVISTA	TESTIMONIO	GRUP. FOCALES	OTROS
Servicios Ofrecidos y demandados				x	x			x
Competencia			x	x	x	x		
Precio		x		x				x
Publicidad	x	x		x				
Canales de Distribución	x		x	x		x	x	x
Investigación de Mercado	x	x		x	x	x		x
Localización	x	x	x	x	x	x	x	x
Capacidad	x	x	x	x	x	x	x	x
Obras	x	x	x	x	x	x	x	x
Edificaciones	x	x	x	x	x	x	x	x
Recursos	x	x		x	x	x		x
Requisitos Legales	x	x	x	x	x	x	x	x
Organigrama	x	x	x	x	x	x	x	x
Atención al Cliente	x	x		x	x			x
Nuevos Servicios	x	x		x	x			x
Oportunidad	x	x	x	x		x	x	
Amenaza	x	x	x	x	x		x	x
Fortalezas	x	x		x	x	x		x
Debilidades	x	x		x	x	x		x
Ingresos			x			x		x
Gastos			x	x	x	x		x
Flujo de Caja			x	x	x	x		x
Fuentes de			x	x	x		x	x



Financiamiento								
Inversiones Fijas y variables	X	x		x	x	x		X
Capital de Trabajo	X	x	x	x	x	x	X	X
Sociedad	X	x		x	x			X
Ética Empresarial	X	x	x		x	x		X
Seguridad e higiene	X	x	x					X
Responsabilidad	X	x	x	x				
Calidad	X	x		x	x	x	X	X
Ética	X	x	x	x	x			X
Accesibles	X	x		x	x	x		X
Eficacia	X	x	x	x	x			X
Creatividad	X	x		x	x	x		X
Veracidad	X	x		x	x			X
Honradez	X	x	x	x	x			X
Factible	X	x	x	x	x			X
Confiabilidad	X	x		x	x			X
Rentable	X	x	x	x	x	x	X	X
Competitivo	X	x		x	x		X	X
Respeto	X	x	x	x	x			
Compromiso	X	x	x	x	x	x		X
Solvencia	X	x	x	x	x	x	X	X
Confianza	X	X	x	x	x			X
Integridad	X	X	x	x	x			X



11. DISEÑO METODOLÓGICO

11.1. PRIMERA ETAPA

RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas y herramientas que pueden ser utilizadas por el analista para desarrollar los sistemas de información, los cuales pueden ser la entrevista, la encuesta, el cuestionario, la observación, el diagrama de flujo y el diccionario de datos.

Todos estos instrumentos se aplicarán en un momento en particular, con la finalidad de buscar información que será útil a una investigación en común; utilizaremos el método deductivo ya que consiste en desarrollar una teoría empezando por formular sus puntos de partida o hipótesis básicas y deduciendo luego sus consecuencias con la ayuda de las subyacentes teorías formales son:

- Recolección de información
- Recolección bibliográfica
- Recolección de fuentes primarias
- Sistematización
- Presentación gráfica de la investigación
- Almacenamiento de información
- Control y seguimiento
- Revisión de esta etapa
- Reajuste
- Evaluación



11.2. SEGUNDA ETAPA

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Su objetivo es obtener ideas relevantes, de las distintas fuentes de información, lo cual nos permite expresar el contenido sin ambigüedades, con el propósito de almacenar y recuperar la información contenida.

- Recuperación de la información
- Descripción de la información
- Análisis Cuantitativo
- Análisis Cualitativo
- Control y Seguimiento
- Revisión del análisis
- Reajuste
- Evaluación

11.3. TERCERA ETAPA

REDACCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Una vez analizada la información se procede a la redacción de la misma considerando los puntos más relevantes de la investigación con el objetivo de desarrollar con eficiencia cada uno de los capítulos planteados.

11.3.1. PARTE PRELIMINAR

- Portada
- Firmas de Responsabilidad
- Resumen de la Tesis



11.3.2. PARTE PRINCIPAL

- Introducción
- Cuerpo del texto
 - ✓ Capítulo I
 - ✓ Capítulo II
 - ✓ Capítulo III
 - ✓ Capítulo IV
 - ✓ Capítulo V
 - ✓ Capítulo VI
 - ✓ Capítulo VII
- Revisión de los capítulos
- Conclusiones
- Recomendaciones

11.3.3. PARTE REFERENCIAL

- Anexos
- Bibliografía



12. CRONOGRAMA DE TRABAJO

ACTIVIDADES	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN																
Recolección información	◆◆															
Procesamiento Información	◆◆															
Representación de la información		◆◆														
Almacenamiento de la información		◆◆														
Revisión de esta etapa			◆◆													
Reajustes correspondientes				◆◆												
ANÁLISIS Y PROPUESTA																
Recuperación de la información				◆◆												
Descripción de Información				◆◆	◆◆											
Análisis cuantitativo					◆◆	◆◆										
Análisis cualitativo						◆◆	◆◆									
Revisión del análisis						◆◆	◆◆	◆◆								
Elaboración del borrador de la propuesta							◆◆	◆◆								
REDACCIÓN																
<u>Parte Preliminar</u>																
Portada								◆◆	◆◆							
Firmas de responsabilidad								◆◆	◆◆							
Acuerdos									◆◆	◆◆						
Resumen de la tesis										◆◆	◆◆					
<u>Parte Principal</u>																
Introducción										◆◆	◆◆					
Capítulo I											◆◆	◆◆				
Capítulo II												◆◆	◆◆			
Capítulo III													◆◆	◆◆		
Capítulo IV														◆◆	◆◆	
Capítulo V															◆◆	◆◆
Capítulo VI																◆◆
Capítulo VII																
Revisión de los capítulos																◆◆
Conclusiones y Recomendaciones																◆◆
<u>Parte Preliminar</u>																
Bibliografía																◆◆



13. BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- PALLARES, Zoilo, ROMERO Diego, y HERRERA, Manuel, 2005, Hacer Empresa: Un Reto, Cuarta Edición, Pág. 41.
- IDALBERTO, Chiavenato, 2004, Introducción a la Teoría General de la Administración, Séptima Edición, de Interamericana, Pág. 132.
- ROSEMBERG, Jerry M., 1993, Diccionario de Administración y Finanzas, Océano, Colombia
- Mondy, 1998, Administración de RRHH
- STANTON, William, ETZEL, Michael y WALKER, Bruce, 2005, Fundamentos de Marketing, 13a Edición, Mc Graw Hill, Pág. 569
- KISER, Karin, 1999, Diccionario Bilingüe de Negocios, Lid Editorial Empresarial, México
- PHILIP, Kotler y GARY Armstrong, 2005, Fundamentos de Marketing, Sexta Edición Pág. 470.
- PHILIP, Kotler, PRENTICE, Hall, 2002, Dirección de Marketing Conceptos Esenciales, Primera Edición, de 2002, Pág. 65.
- FRESCO, J.C, 2001, Efectividad Gerencial, Buenos Aires p. 33.
- KISER, Karin, 1999, Diccionario Bilingüe de Negocios, Lid Editorial Empresarial, México
- IDALBERTO, Chiavenato, 2004, Introducción a la Teoría General de la Administración, Séptima Edición, de Interamericana, Pág. 132.
- FRESCO, J.C, 2001, Efectividad Gerencial, Buenos Aires p. 33.
- Franklin B. Enrique, Mc Graw Hill, 2004, Organización de Empresas, Segunda Edición, de Pág. 78.
- KOTLER, Philip y PRENTICE, Hall, 2006. Dirección de Mercadotecnia, Octava Edición Pág. 7.
- STANTON William, ETZEL Michael y WALKER Bruce, MC GRAW Hill, 2004, «Fundamentos de Marketing», 13va. Edición, Págs. 333 y 334



- Mondy, 1998, Administración de Recursos Humanos

INTERNET

- www.deperu.com/diccionario/
- www.ricoverimarketing.americas.tripod.com
- www.definicionabc.com/.../recursos.php - México
- www.definicionabc.org/imagen
- www.esmas.com/emprendedores/
- www.cajamadriempresas.com
- www.definicion.org/tasa-de-interes
- www.mailxmail.com › ... › Proyectos de inversión
- www.deconceptos.com/general/indicador-Mexico
- www.glosariofinanciero.com
- www.marketing-xxi.com
- www.lengua-y-literatura.glosario.net
- www.es.wikipedia.org/wiki/Atenciónalcliente



ANEXOS



Un paraíso para descansar



ANEXO 1

FORMULARIO DE LA ENCUESTA

Objetivo: Obtener información suficiente del mercado para establecer una Hostería en la Parroquia de San Francisco de Sageo del Cantón Biblián. La información que Usted proporcione es confidencial y será utilizado únicamente para fines de la presente investigación por lo que solicitamos responda con toda libertad.

1. ¿Cuándo usted normalmente visita una hostería?
 - Vacaciones ()
 - Feriados ()
 - Fines de semana ()
 - Días Ordinarios ()

2. ¿Cuándo Usted viaja en qué lugares se hospeda?
 - Hoteles ()
 - Hosterías ()
 - Familiares o amigos ()
 - No contesta ()

3. ¿Los servicios que brindan las hosterías han cubierto sus expectativas?
 - Si ()
 - No ()

4. ¿Con quién visita usted normalmente una hostería?
 - Solo ()
 - En familia ()
 - Grupo/Trabajo ()
 - Con amigos ()

5. ¿En caso de alojamiento de cuantos días es su estadía?
 - 1 a 2 noches ()
 - 3 a 4 noches ()
 - Más de 5 noches ()

6. ¿Cada qué tiempo visita usted una hostería o lugares similares?
 - Una vez al año ()
 - Dos veces al año ()
 - Más de tres veces al año ()



7. Para usted ¿Qué servicios debe ofrecer una hostería?

- Restaurante ()
- Centro de convenciones ()
- Áreas recreativas ()
- Alojamiento ()

8. ¿Cuánto gasta usted normalmente en una hostería?

- \$ 5 – \$10 ()
- \$10 – \$15 ()
- \$15 – \$20 ()
- Más de \$20 ()

9. ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para informarse de la existencia de las hosterías?

- Radio ()
- Televisión ()
- Internet ()
- Referencias Familiares o amistades ()
- Agencias de viajes ()
- Prensa y revistas ()

10. En lo referente a la comida en una hostería usted preferiría:

- Comida típica de la zona ()
- Comida de la costa ()
- Comida vegetariana ()
- Comida internacional ()
- Comida rápida ()
- Bebidas y cocteles ()

11. ¿Cree usted factible la implementación de una hostería entre las Ciudades de Cuenca y Biblián debido que este sería un lugar alejado del ruido y que en contacto con la naturaleza?

- Si ()
- No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



ANEXO 2

ESTIMACIÓN POR PLATO PARA VALORAR EL COSTO DE ALIMENTO POR DE ACUERDO CON SUS INSUMOS

COMIDA TÍPICA

PAPAS CON CUY				
MATERIA PRIMA	UNIDAD PRODUCIDA	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cuy	0,5	unidad	6	3,00
Papas	4	unidad	0,1	0,40
Lechuga	1	unidad	0,12	0,12
Cebolla	3	onzas	0,02	0,06
Tomate	0,5	unidad	0,1	0,05
Cilandro	2	ramitas	0,01	0,02
Limón	1	unidad	0,05	0,05
Total				3,70
Margen de Utilidad 35%				1,30
Precio de Venta				5,00
FRITADA				
Carne de cerdo	0,5	libras	2	1,00
Maduros	0,25	unidad	0,1	0,03
Ajo	3	unidad	0,02	0,06
Cebolla	3	onzas	0,02	0,06
Pimiento	0,25	unidad	0,1	0,03
Limón	1	unidad	0,05	0,05
Cilandro	1	ramita	0,01	0,01
Mote	0,5	libra	0,5	0,25
Total				1,48
Margen de Utilidad 35%				0,52
Precio de Venta				2,00
HORNADO				
Plato con hornado	0,5	libra	5	2,50
Llapingacho	2	unidad	0,15	0,30
Ensalada	4	onzas	0,03	0,12
Ají	2	cucharadas	0,02	0,04
Total				2,96
Margen de Utilidad 35%				1,04
Precio de Venta				4,00
GUADO DE GALLINA				
Gallina	1/8	unidad	5	0,625
Alverjas	1	onzas	0,3	0,3
zanahoria	1	unidad	0,04	0,04
Tomate	0,3	unidad	0,1	0,03
Arroz Blanco	0,25	libras	0,18	0,045
Cilandro	1	ramitas	0,01	0,01



Cebolla Blanca	0,25	unidad	0,04	0,01
Ajo	2	unidad	0,02	0,04
Apio	1	ramitas	0,01	0,01
Total				1,11
Margen de Utilidad 35%				0,39
Precio de Venta				1,50

Realizado por: Las Autoras

COMIDA RÁPIDA

PAPAS FRITAS				
MATERIA PRIMA	UNIDAD PRODUCIDA	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papas	8	unidad	0,1	0,8
Salchichas	1	unidad	0,16	0,16
Mayonesa	1	ml	0,11	0,11
aceite	30	ml	0,001	0,03
Sal	10	gramos	0,001	0,01
Total				1,11
Margen de Utilidad 35%				0,39
Precio de Venta				1,50
HOT DOG				
Salchichas	1	unidad	0,16	0,16
Pan de Hot Dog	1	unidad	0,16	0,16
Mayonesa	1	sachet	0,11	0,11
Aceite	20	gramos	0,02	0,4
Salsa de tomate	1	gramos	0,2	0,2
Tomate	0,5	unidad	0,3	0,15
Cebolla	0,25	unidad	0,5	0,125
Total				1,305
Margen de Utilidad 35%				0,46
Precio de Venta				1,75
HAMBURGUESA				
Carne	1	rodaja	0,9	0,9
Pan de hamburguesa	1	unidad	0,17	0,17
Sal	1	gr	0,001	0,001
Lechuga	2	hojas	0,05	0,1
Salsa de tomate	1	sachet	0,2	0,2
Mayonesa	1	sachet	0,11	0,11
Total				1,481
Margen de Utilidad 35%				0,52
Precio de Venta				2,00

Realizado por: Las Autoras



COMIDA VEGETARIANA

CARNE DE SOYA				
MATERIA PRIMA	UNIDAD PRODUCIDA	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Carne de Soya	130	gramo	0,01	1,3
Lechuga	0,5	unidad	0,25	0,125
Rábano	50	gramos	0,01	0,5
Cebolla	5	onzas	0,03	0,15
Limón	1	unidad	0,05	0,05
Aceite	4	mililitro	0,02	0,08
Vinagre	6	mililitro	0,002	0,012
Sal	2	gramos	0,001	0,002
Total				2,219
Margen de Utilidad 35%				0,78
Precio de Venta				3,00
CHAULAFAN VEGETARIANO				
Arroz	2,5	onzas	0,05	0,125
Carne de Soya	130	gramos	0,01	1,3
Pimiento	0,5	unidad	0,16	0,08
Choclo	50	gramos	0,005	0,25
Alverja	50	gramos	0,006	0,3
Zanahoria	50	gramos	0,003	0,15
Salsa de china	15	ml	0,001	0,015
Total				2,22
Margen de Utilidad 35%				0,78
Precio de Venta				3,00
VERDURAS SALTEADAS				
Zanahoria	3,5	unidad	0,2	0,70
Pimiento	3,25	unidad	0,1	0,33
Manzana	4	unidad	0,25	1,00
Aceite	10	ml	0,02	0,20
Sal	4	gramos	0,001	0,00
Total				2,23
Margen de Utilidad 35%				0,78
Precio de Venta				3,00

Realizado por: Las Autoras



COMIDA DE LA COSTA

ENCEBOLLADO DE PESCADO				
MATERIA PRIMA	UNIDAD PRODUCIDA	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Albacora	0,5	libra	3,25	1,625
Yuca	0,5	libra	0,3	0,15
Cebolla	0,25	libra	0,5	0,125
Tomate	0,25	libra	0,3	0,075
Culantro	1	ramita	0,001	0,001
Apio	1	ramita	0,001	0,001
Ají de seco	5	gramos	0,006	0,03
Ajo	0,5	unidad	0,01	0,005
Salsa de tomate	10	gramos	0,002	0,02
Aceite	10	ml	0,02	0,2
Limón	1	unidad	0,05	0,05
Total				2,232
Margen de Utilidad 35%				0,78
Precio de Venta				3,00
CEVICHE DE CAMARÓN				
Camarón	0,5	libra	3,8	1,9
Cebolla	0,25	libra	0,5	0,125
Ajo	0,25	unidad	0,01	0,0025
Apio	1	ramita	0,001	0,001
Culantro	1	ramita	0,001	0,001
Limón	1	unidad	0,05	0,05
naranja	1	unidad	0,05	0,05
Salsa de tomate	20	gramos	0,001	0,02
Tomate	0,5	libra	0,3	0,15
Culantro	1	ramita	0,001	0,001
Aceite	30	gramos	0,01	0,3
Sal	7	gramos	0,001	0,007
Pimienta	3	gramos	0,001	0,003
Total				2,6005
Margen de Utilidad 35%				0,91
Precio de Venta				3,50

Realizado por: Las Autoras



PLATO A LA CARTA

POLLO ASADO				
MATERIA PRIMA	UNIDAD	UNIDAD	COSTO	COSTO TOTAL
	PRODUCIDA		UNITARIO	
Arroz	2,5	onzas	0,05	0,13
Pollo	0,5	libra	1,3	0,65
Tomate	0,5	unidad	0,3	0,15
Cebolla	0,25	unidad	0,5	0,13
Papas	4	unidad	0,1	0,40
Maduro	4	rodajas	0,05	0,20
Sal	10	gramos	0,001	0,01
Fréjol	0,5	libra	1,15	0,58
Total				2,24
Margen de Utilidad 35%				0,78
Precio de Venta				3,00
CHULETA ASADA				
Arroz	2,5	onzas	0,05	0,125
Chuleta	1	unidad	1,17	1,17
Tomate	0,25	unidad	0,3	0,075
Cebolla	0,5	unidad	0,5	0,25
Papas	4	unidad	0,1	0,4
Aceite	20	gramos	0,001	0,02
Maduro	4	rodajas	0,05	0,2
Sal	10	gramos	0,001	0,01
Fréjol	0,5	libra	1,15	0,575
Total				2,25
Margen de Utilidad 35%				0,79
Precio de Venta				3,00
CARNE DE RES AZADA				
Arroz	2,5	onzas	0,05	0,125
Carne de Res	0,5	libra	1,4	0,7
Tomate	0,25	unidad	0,3	0,075
Cebolla	0,5	unidad	0,5	0,25
Papas	4	unidad	0,1	0,4
Aceite	20	gramos	0,001	0,02
Maduro	4	rodajas	0,05	0,2
Sal	10	gramos	0,001	0,01
Fréjol	0,5	libra	1,15	0,575
Total				1,78
Margen de Utilidad 35%				0,62
Precio de Venta				2,40

Realizado por: Las Autoras



ANEXO 3 VALLA PUBLICITARIA



PROFORMA

CLIENTE: CARMEN ALVAREZ
FECHA: JULIO. 04 - 2011

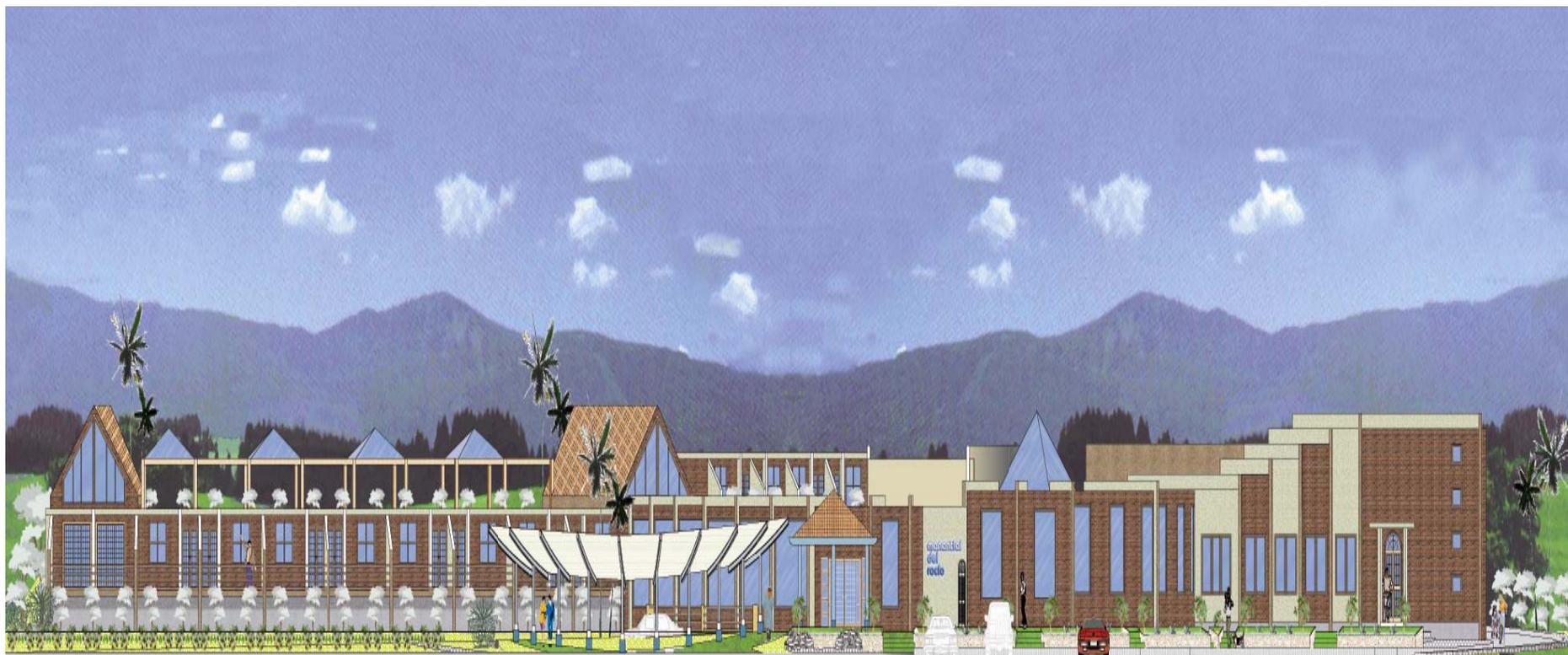
CANT.	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	Valla 2 lados de 3 x 5m en estructura metálica de 1.5 pulgadas lona de 13 onzas impreso full color, 2 estructuras de soporte de 6m, valla colocado en sitio designado con base de concreto a 1m de profundidad	1000	1000
 Milton Jara GERENTE PROPIETARIO ARTESANO CALIFICADO		SUBTOTAL	1000
		IVA ...%	0
		TOTAL	1000

Dir.: Aurelio Jaramillo y Augusto Sacoto
TEL: 076 2 610 459 / 076 2 615 974046

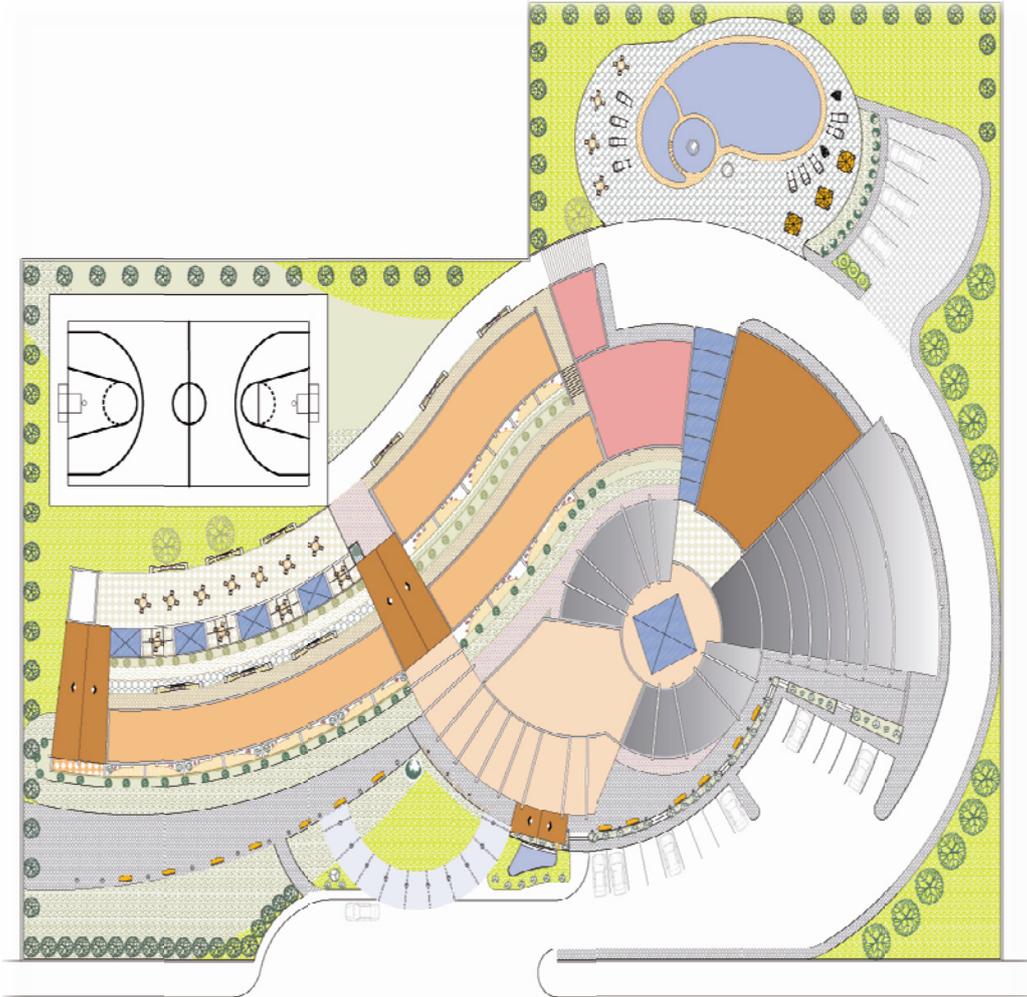


ANEXO 4

PLANOS ARQUITECTÓNICOS



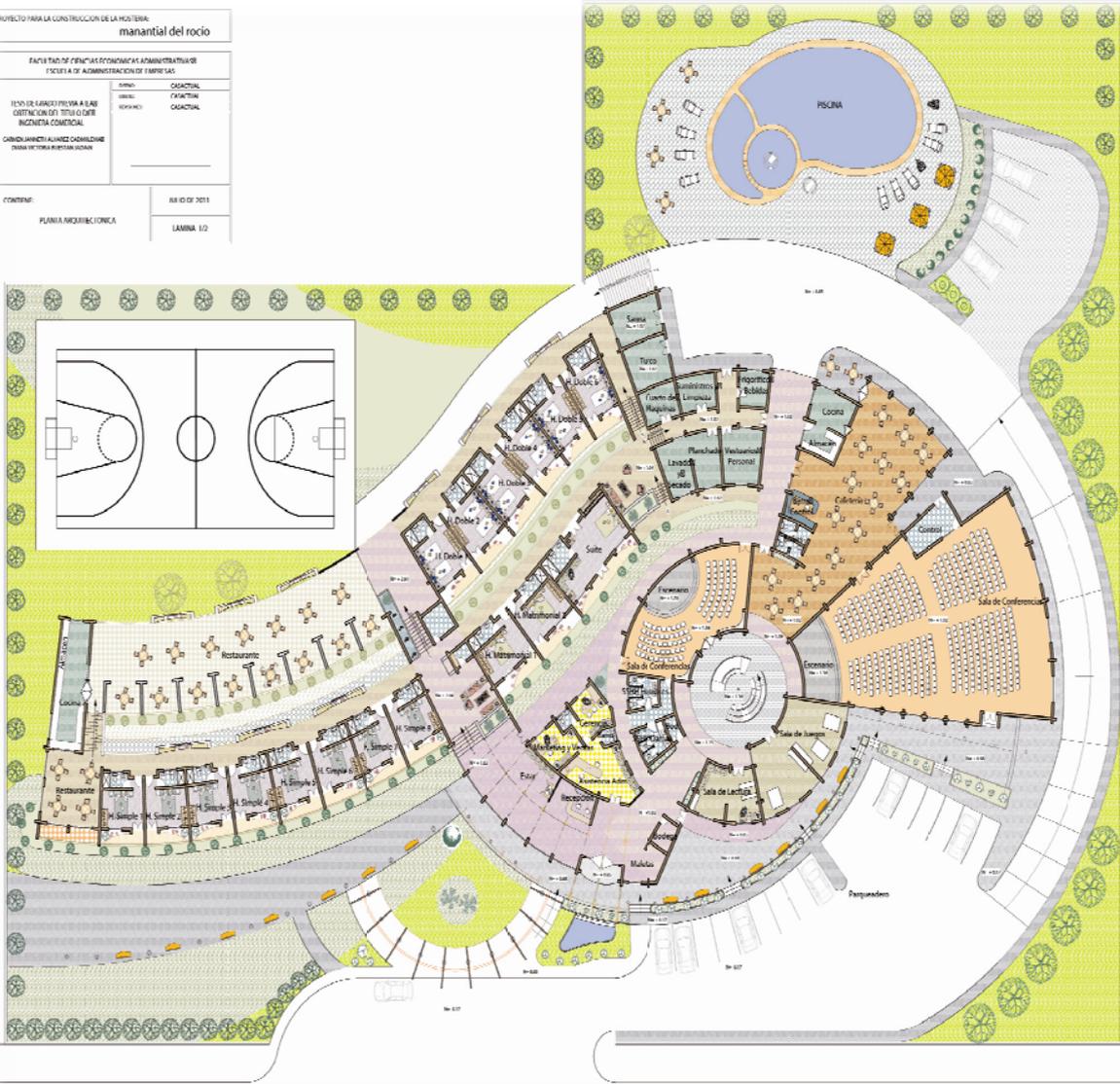
ELEVACION PRINCIPAL



EMPLAZAMIENTO Y CUBIERTAS



PROYECTO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA MOESTRIA manantial del rocío	
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS	
TIPO DE LÍNEA DE PROYECTO A REALIZAR CONSTRUCCIÓN DE TERCEROS INDUSTRIA COMERCIAL	OBJETIVO FUNCIONES OBJETIVO
CONDICIONES ALTERNAS O MODIFICABLES SEGUN VICTORIA REYES SUAREZ	
CONTENIDO: PLANTA ARQUITECTÓNICA	8/8/10 DE 2011 LAMINA 1/2



PLANTA ARQUITECTONICA



ANEXO 5

Dirección: Luís Cordero y Tenemaza
Teléfono: 2244204
Azogues Ecuador
PROFORMA:

ARTICULO	CARACTERISTICAS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Refrigeradoras	20,4 pies titanium con disp. de agua	2	1.100,00	2.200,00
Cocinas Industriales	Andino, 4 quemadores	2	180,00	360,00
Licuadoras	Oster, 3 velocidades	2	95,00	190,00
Picadora de alimentos	Oster	1	30,00	30,00
Batidora	Oster, de pedestal	1	50,00	50,00
Microondas	Sharp	2	130,00	260,00
Cilindros de gas		4	65,00	260,00
Válvula de gas	industriales	2	10,00	20,00
Lavadora	Digital 15kg , Turbo Drum Plata	3	600,00	1.800,00
Juego de Sartenes	Geeta	2	22,00	44,00
Juego de Ollas	Indalum 18-36	5	42,00	210,00
Juego de Vajilla	32 Piezas	12	38,00	456,00
Juego de Cubiertos	24 Piezas	12	22,00	264,00
Televisores	LG, 21 Pulgadas	20	275,00	5.500,00
Teléfonos	AlámbricosPanasonic	16	28,00	448,00
Planchas	Oster a vapor	5	32,00	160,00
Tostadoras	Oster de 4 panes	2	45,00	90,00
Cuchillos		6	2,00	12,00
TOTAL				12.354,00

Atentamente,
Libia Gualpa
PROPIETARIA



ANEXO 6

REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil.
3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C)
4. Copia de la cédula de identidad, a color.
5. Copia de la última papeleta de votación, a color.
6. Copia del Contrato de compra – venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia)
10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita (Formulario del Ministerio de Turismo)
11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.

Revisado e ingresado por.....



ANEXO 7

SOLICITUD DE REGISTRO
ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS

....., a..... de..... del 20.....

Yo,..... en calidad de Representante legal de La empresa..... Solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):

Nombre del Establecimiento:

Ubicación del Establecimiento:

Provincia Cantón Ciudad

.....

Calle No. Transversal Sector Teléfono Sector Teléfono

Fecha de Constitución:

Fecha de Inicio de Operaciones:

Registro Único de contribuyentes: Número de cédula.....

Monto de inversión:

Número de empleados:

Número de mesas: Número de plazas.....

Número de habitaciones: Número de plazas.....

Observaciones:.....

.....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

CROQUIS

Revisado e ingresado por:.....



ANEXO 8

REQUISITOS HIPOTECARIOS

Construcciones, mejoras territoriales, obras de infraestructura, adecuaciones e instalaciones nuevas y usadas.	Hasta (10) años	Hasta (2) años
--	-----------------	----------------

REQUISITOS PARA PERSONAS JURIDICAS

Solicitud de crédito y declaración de situación financiera firmada por el Representante Legal.

Fotocopia de la Cedula de Identidad del Presidente y del Representante legal.

Balance General y Estados de Pérdidas y Ganancias actualizados presentados en la Superintendencia de Compañías de los tres últimos años, incluye corte de año en curso, firmados por el Representante Legal y el Contador.

Certificado de nómina de accionistas otorgado por la Superintendencia de Compañías.

Declaración del Impuesto a la Renta presentado al SRI de los tres últimos años (según el caso).

Fotocopia del Registro Único Contribuyente (RUC).

Escrituras de Constitución de la Empresa.

Informe de Auditores Externos con corte al último año, de ser el caso.

Escrituras de aumento de capital, si lo tiene.

Nombramiento de Presidente y Gerente General (Representante Legal).

Acta de autorización del Directorio de la empresa para endeudamiento con el CFN, de ser pertinente.

Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales concedido por el IESS.



Referencias comerciales, bancarias y de proveedores.

Prestamos sobre los USD\$100.000 estudio de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar con el préstamo.

Facturas proformas de las inversiones a realizar con el préstamo.

Copia del comprobante de pago de servicios básicos: luz, agua o teléfono, o un documento que permita la verificación del domicilio de la compañía.

Permisos de funcionamiento y/o Medio Ambiente.

Mantener activa una cuenta corriente o de ahorros en el BNF.

PARA EL CASO DE GARANTIAS HIPOTECARIAS Y/O PRENDARIAS

Escritura de la propiedad

Presupuesto de construcción otorgado por un profesional en el ramo (Ing. Civil o Arquitecto con Matrícula vigente)

Certificado del Registro de la Propiedad, actualizado y/o Certificado del Registro Mercantil, actualizado

Certificado de la Policía y/o CTG (Provincia del Guayas)

Título de propiedad de bienes a ser prendados (fotocopias)

Copia de la carta de pago del Impuesto Predial

Para créditos hipotecarios y/o prendarios, avalúo realizado por el Perito calificado por la Superintendencia de Bancos y Seguros - autorizado por el Banco.

Si ya tiene hipoteca constituida, actualizar avalúo si el anterior tiene más de un año de haberlo realizado.



ANEXO 9

ROL DE PAGOS

AÑO 1

MANO OBRA INDIRECTA		SUELDO	APORTE PERSONAL 9,35%	XIII	IV	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO DE RESERVA	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO OBRA INDIRECTA										
1	Gerente General	450,00	42,08	37,50	20,00	54,68	37,50	18,75	576,35	6.916,20
2	Asistente Administrativo	350,00	32,73	29,17	20,00	42,53	29,17	14,58	452,72	5.432,60
3	Director de Ventas	390,00	36,47	32,50	20,00	47,39	32,50	16,25	502,17	6.026,04
SUBTOTAL		1.190,00	111,27	99,17	60,00	144,59	99,17	49,58	1.531,24	18.374,84
MANO OBRA DIRECTA										
1	Recepcionista	282,00	26,37	23,50	20,00	34,26	23,50	11,75	368,65	4.423,75
2	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	276,00	25,81	23,00	20,00	33,53	23,00	11,50	361,23	4.334,74
3	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	276,00	25,81	23,00	20,00	33,53	23,00	11,50	361,23	4.334,74
4	Chef	350,00	32,73	29,17	20,00	42,53	29,17	14,58	452,72	5.432,60
5	Asistente de Cocina	287,00	26,83	23,92	20,00	34,87	23,92	11,96	374,83	4.497,93
6	Mesero	282,00	26,37	23,50	20,00	34,26	23,50	11,75	368,65	4.423,75
7	Mesero	282,00	26,37	23,50	20,00	34,26	23,50	11,75	368,65	4.423,75
8	Guardia	276,00	25,81	23,00	20,00	33,53	23,00	11,50	361,23	4.334,74
SUBTOTAL		2.311,00	216,08	192,58	160,00	280,79	192,58	96,29	3.017,17	36.206,00
TOTAL GENERAL		3.501,00	327,34	291,75	220,00	425,37	291,75	145,88	4.548,40	54.580,84

Realizado por: Las Autoras

Carmen Álvarez
 Diana Buestán



AÑO 2

ADMINISTRACIÓN	SUELDO	APORTE PERSONAL 9,35%	XIII	IV	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO OBRA INDIRECTA									
1 Gerente General	463,50	43,34	38,63	20,00	56,32	38,63	19,31	593,04	7.116,49
2 Asistente Administrativo	360,50	33,71	30,04	20,00	43,80	30,04	15,02	465,70	5.588,38
3 Director de Ventas	401,70	37,56	33,48	20,00	48,81	33,48	16,74	516,64	6.199,62
SUBTOTAL	1.225,70	114,60	102,14	60,00	148,92	102,14	51,07	1.575,37	18.904,49
MANO OBRA DIRECTA									
1 Recepcionista	290,46	27,16	24,21	20,00	35,29	24,21	12,10	379,11	4.549,26
2 Encargado de Mantenimiento y Limpieza	284,28	26,58	23,69	20,00	34,54	23,69	11,85	371,46	4.457,58
3 Encargado de Mantenimiento y Limpieza	284,28	26,58	23,69	20,00	34,54	23,69	11,85	371,46	4.457,58
4 Chef	360,50	33,71	30,04	20,00	43,80	30,04	15,02	465,70	5.588,38
5 Asistente de Cocina	295,61	27,64	24,63	20,00	35,92	24,63	12,32	385,47	4.625,67
6 Mesero	290,46	27,16	24,21	20,00	35,29	24,21	12,10	379,11	4.549,26
7 Mesero	290,46	27,16	24,21	20,00	35,29	24,21	12,10	379,11	4.549,26
8 Guardia	284,28	26,58	23,69	20,00	34,54	23,69	11,85	371,46	4.457,58
SUBTOTAL	2.380,33	222,56	198,36	160,00	289,21	198,36	99,18	3.102,88	37.234,58
TOTAL GENERAL	3.606,03	337,16	300,50	220,00	438,13	300,50	150,25	4.678,26	56.139,06

Realizado por: Las Autoras



AÑO 3

ADMINISTRACIÓN	SUELDO	APORTE PERSONA L 9,35%	XIII	IV	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO OBRA INDIRECTA									
1 Gerente General	477,41	44,64	39,78	20,00	58,00	39,78	19,89	610,23	7.322,78
2 Asistente Administrativo	371,32	34,72	30,94	20,00	45,11	30,94	15,47	479,07	5.748,83
3 Director de Ventas	413,75	38,69	34,48	20,00	50,27	34,48	17,24	531,53	6.378,41
SUBTOTAL	1.262,47	118,04	105,21	60,00	153,39	105,21	52,60	1.620,83	19.450,02
SERVICIO MOD									
1 Recepcionista	299,17	27,97	24,93	20,00	36,35	24,93	12,47	389,88	4.678,54
2 Encargado de Mantenimiento y Limpieza	292,81	27,38	24,40	20,00	35,58	24,40	12,20	382,01	4.584,11
3 Encargado de Mantenimiento y Limpieza	292,81	27,38	24,40	20,00	35,58	24,40	12,20	382,01	4.584,11
4 Chef	371,32	34,72	30,94	20,00	45,11	30,94	15,47	479,07	5.748,83
5 Asistente de Cocina	304,48	28,47	25,37	20,00	36,99	25,37	12,69	396,44	4.757,24
6 Mesero	299,17	27,97	24,93	20,00	36,35	24,93	12,47	389,88	4.678,54
7 Mesero	299,17	27,97	24,93	20,00	36,35	24,93	12,47	389,88	4.678,54
8 Guardia	292,81	27,38	24,40	20,00	35,58	24,40	12,20	382,01	4.584,11
SUBTOTAL	2.451,74	229,24	204,31	160,00	297,89	204,31	102,16	3.191,17	38.294,01
TOTAL GENERAL	3.714,21	347,28	309,52	220,00	451,28	309,52	154,76	4.812,00	57.744,03

Realizado por: Las Autoras



AÑO 4

ADMINISTRACIÓN	SUELDO	APORTE PERSONAL 9,35%	XIII	IV	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO OBRA INDIRECTA									
1 Gerente General	491,73	45,98	40,98	20,00	59,74	40,98	20,49	627,94	7.535,26
2 Asistente Administrativo	382,45	35,76	31,87	20,00	46,47	31,87	15,94	492,84	5.914,09
3 Director de Ventas	426,16	39,85	35,51	20,00	51,78	35,51	17,76	546,88	6.562,56
SUBTOTAL	1.300,35	121,58	108,36	60,00	157,99	108,36	54,18	1.667,66	20.011,92
MANO OBRA DIRECTA									
1 Recepcionista	308,15	28,81	25,68	20,00	37,44	25,68	12,84	400,97	4.811,70
2 Encargado de Mantenimiento y Limpieza	301,59	28,20	25,13	20,00	36,64	25,13	12,57	392,87	4.714,43
3 Encargado de Mantenimiento y Limpieza	301,59	28,20	25,13	20,00	36,64	25,13	12,57	392,87	4.714,43
4 Chef	382,45	35,76	31,87	20,00	46,47	31,87	15,94	492,84	5.914,09
5 Asistente de Cocina	313,61	29,32	26,13	20,00	38,10	26,13	13,07	407,73	4.892,76
6 Mesero	308,15	28,81	25,68	20,00	37,44	25,68	12,84	400,97	4.811,70
7 Mesero	308,15	28,81	25,68	20,00	37,44	25,68	12,84	400,97	4.811,70
8 Guardia	301,59	28,20	25,13	20,00	36,64	25,13	12,57	392,87	4.714,43
SUBTOTAL	2.525,29	236,11	210,44	160,00	306,82	210,44	105,22	3.282,10	39.385,23
TOTAL GENERAL	3.825,64	357,70	318,80	220,00	464,81	318,80	159,40	4.949,76	59.397,15

Realizado por: Las Autoras



AÑO 5

ADMINISTRACIÓN		SUELDO	APORTE PERSONAL 9,35%	XIII	IV	APORTE PATRONAL 12,15%	FONDO RESERVA	VACACIONES	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
MANO OBRA INDIRECTA										
1	Gerente General	506,48	47,36	42,21	20,00	61,54	42,21	21,10	680,88	8.170,56
2	Asistente Administrativo	393,93	36,83	32,83	20,00	47,86	32,83	16,41	490,61	5.887,35
3	Director de Ventas	438,95	41,04	36,58	20,00	53,33	36,58	18,29	557,62	6.691,46
SUBTOTAL		1.339,36	125,23	111,61	60,00	162,73	111,61	55,81	1.729,11	20.749,37
MANO OBRA DIRECTA										
1	Recepcionista	317,39	29,68	26,45	20,00	38,56	26,45	13,22	412,40	4.948,85
2	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	310,64	29,04	25,89	20,00	37,74	25,89	12,94	404,06	4.848,66
3	Encargado de Mantenimiento y Limpieza	310,64	29,04	25,89	20,00	37,74	25,89	12,94	404,06	4.848,66
4	Chef	393,93	36,83	32,83	20,00	47,86	32,83	16,41	507,03	6.084,32
5	Asistente de Cocina	323,02	30,20	26,92	20,00	39,25	26,92	13,46	419,36	5.032,34
6	Mesero	317,39	29,68	26,45	20,00	38,56	26,45	13,22	412,40	4.948,85
7	Mesero	317,39	29,68	26,45	20,00	38,56	26,45	13,22	412,40	4.948,85
8	Guardia	310,64	29,04	25,89	20,00	37,74	25,89	12,94	404,06	4.848,66
SUBTOTAL		2.601,05	243,20	216,75	160,00	316,03	216,75	108,38	3.375,77	40.509,19
TOTAL GENERAL		3.940,41	368,43	328,37	220,00	478,76	328,37	164,18	5.104,88	61.258,57

Realizado por: Las Autoras



ANEXO 10

PROFORMA DE MATERIA PRIMA

LISTADO DE PRECIOS							
PRECIOS VIGENTES DESDE EL 15 DE DICIEMBRE DEL 200							
PRODUCTO	UNIDADES X CAJA	USTED COMPRA BOTELLA	USTED COMPRA CAJA	USTED VENDE BOTELLA	USTED VENDE CAJA	USTED GANA X BOTELLA	USTED GANA X CAJA
<i>grande</i> ZHUMIR AGUARDIENTE RET	12	2,80	33,60	3,50	42,00	0,70	8,40
ZHUMIR AGUARDIENTE NORET	12	3,00	36,00	3,75	45,00	0,75	9,00
ZHUMIR SECO	12	3,20	38,40	4,00	48,00	0,80	9,60
ZHUMIR COCO, LIMÓN, DURAZNO, MARACUYÁ, ANÍS	12	3,20	38,40	4,00	48,00	0,80	9,60
<i>750 cc.</i> ZHUMIR MANGO, MANZANA, SANDÍA	12	3,60	43,20	4,50	54,00	0,90	10,80
PIÑA COLADA CON ZHUMIR	12	5,20	62,40	6,50	78,00	1,30	15,60
ZHUMIR REPOSADO	12	4,00	48,00	5,00	60,00	1,00	12,00
ZHUMIR COCO, LIMÓN, DURAZNO, MARACUYÁ	18	2,40	43,20	3,00	54,00	0,60	10,80
<i>500 cc.</i> ZHUMIR MANGO, MANZANA, SANDÍA	18	2,60	46,80	3,25	58,50	0,65	11,70
<i>pequeña</i> ZHUMIR AGUARDIENTE RET	24	1,60	38,40	2,00	48,00	0,40	9,60
ZHUMIR AGUARDIENTE NORET	24	1,80	43,20	2,25	54,00	0,45	10,80
<i>375 cc.</i> ZHUMIR SECO	24	1,80	43,20	2,25	54,00	0,45	10,80
ZHUMIR COCO, LIMÓN, DURAZNO, MARACUYÁ, ANÍS	24	1,80	43,20	2,25	54,00	0,45	10,80
<i>1500 cc.</i> ZHUMIR AGUARDIENTE	6	6,00	36,00	7,50	45,00	1,50	9,00
ZHUMIR SECO	6	6,40	38,40	8,00	48,00	1,60	9,60
ZHUMIR LIMON	6	6,40	38,40	8,00	48,00	1,60	9,60

LOS PRECIOS INCLUYEN I.V.A.

Vivant Storm nuevo
Durazno

ESTIMADO DETALLISTA
VIVANT STORM PRESENTA SU NUEVO SABOR DURAZNO, FRESCO Y DELICIOSO.

STORM 500cc.			
	COMPRO	VENDE	GANO
BOTELLA	\$ 0,28	\$ 0,35	\$ 0,07
CAJA	\$ 6,72	\$ 8,40	\$ 1,68

NOTA: LOS PRECIOS INCLUYEN I.V.A.



PURE WATER PLUS⁺ 625c.c.

"Aproveche esta promoción"

PURE WATER PLUS ⁺	Inversión	Unidades	Precio al que Ud. Compra	Precio de venta al público	Mejor utilidad	Mayores Ingresos	Mayor Rentabilidad
	2,400	13	0,18	0,30	0,12	1,56	65,00%
V-OTROS	2,160	12	0,18	0,25	0,07	0,84	38,89%
D-OTROS	2,800	12	0,23	0,30	0,07	0,84	30,00%

(Recuerde que las autoridades revisan el precio al cual Ud. vende, que es el que está marcado en el envase o en la etiqueta.)

Pedidos a los Telfs.: Azuay: 2862 450 • Loja: 2570 435 • 2573 192 Morona Santiago: 2701 219

Inquietudes y sugerencias
llama gratis 1800-948 647

JC DISTRIBUIDORA
CARANGUI ALVAREZ DISTRIBUCIONES
 AUTORIZACIÓN N°: 1109192488 R.U.C.: 0391011850001

FACTURA N° 001-001-00 0034896

MATRIZ: Azuay 2-23 y Ayacucho
 Telfs.: 2241583 - 2240741
 Azogues - Cañar

N° DE DOCUMENTO INTERNO: FT-001-001-0034137 GUIA N° BR-001-001-0011309 CVP: 14672

LUGAR Y FECHA: CANTON GUALACEO, 23 DE JULIO DEL 2011

CLIENTE: 191320 JADAH CUATI CARMEN AURORA - JADAH CUATI CARMEN AURORA JADAH CUATI CARMEN AURORA DIA ENTREGA: Sábado

DIRECCION: VIA A GUALACEO S/N Y SECTOR GUARAL R.U.C./C.I.: 0102356794 TELEFONO:

RUTA: CAZECOLO CAMIONRECARGA: 00242E 1 LP: PRECIOS DETALLISTA CUENCA

VENDEDOR: PE#FIEL ALVAREZ FRANKLIN ESTEBAN VENCIMIENTO: 23 DE JULIO DEL 2011

MENSAJES

PRODUCTO	CANTIDAD		VALOR UNITARIO	SUB-TOTAL	DSCTO		VALOR TOTAL
	CAJA	UNIDAD			%	UNITARIO	
ZEPHERO AEROSOLIZANTE 375 CC. NETORRHINALE	1	0	1,607	1,64	,00	,00	1,64
AERIA VIVANT 500 ML. 456	1	2	1,178	7,07	,00	,00	7,07
PROM. AERIA VIVANT 500CC	1	0	0,097	,58	100,00	,58	,00

RECIBI CONFORME

FORMA DE PAGO: CONTADO

DEBTO Y PAGARE AL VENCIMIENTO INCONDICIONALMENTE EN ESTA CIUDAD O EN EL LUGAR QUE SE ME RECONVERGA A LA ORDEN DE CARANGUI ALVAREZ DISTRIBUCIONES, LA SUMA DE DINERO INDICADA EN EL TOTAL A PAGAR DE ESTE DOCUMENTO. EN CASO DE MORA PAGARE LA TASA DE INTERES MAXIMA VIGENTE A LA FECHA DE VENCIMIENTO MAS CUATRO PUNTOS PORCENTUALES, SIENDO DE MI CUENTA LOS GASTOS JUDICIALES Y EXTRAJUDICIALES QUE OCASIONE EL COBRO DE ESTE DOCUMENTO. ME SOMETO EXPRESAMENTE A LOS JUICIOS DE LA JURISDICCION COMPETENTE Y A LA VIA EJECUTIVA O VERBAL SUMARIA A ELECCION DEL DEMANDANTE. SIN PROTESTO, EXIMO AL CREADOR DE LA PRESENTACION PARA EL PAGO Y DE AVISO POR FALTA DEL MISMO.



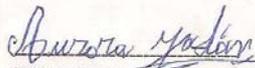
ARCA ECUADOR, S.A.
SUCURSAL ECUADOR
R.U.C. 1791411099001
Isaac Albeniz 203 y El Morlon
Contribuyente Especial Resol : 000082

FACTURA: 006-034-1012066
Autoriz.SRI.:1109190511
Cliente: 6205223 - JAIMAN CUII CARMEN AURORA
CI/Ruc:0102556704 06.VENTA CREDITO INCR
Direcc.:BULDAY SAN PEDRO Ruta: 302
F/Emision:14/05/2011 NCI:01-68-A-10
F/Vencim:22/05/2011 GR:000000
Vendedor: 549 HORA PINOS HILTON PATRIC

PRODUCTO	CHANTI - P.UNIT		
ie 0035 CC 3 LT PT	2.00	7.29708	
ie 0038 CC 2,5LPET	2.00	6.01464	
ie FFRE1950P6	1.00	4.20048	
ie 0528 SPRT1750P6	1.00	4.20048	
ie 0043 COCA1530P6	2.00	4.20048	
ie 0044 COCA1350P9	2.00	5.17455	
ie 0012 COCA10P12	2.00	4.15584	
ie 0007 CC MED VD	0.12	5.83608	
ie 0707 FHZ MED VD	0.06	5.83608	
ie 0507 SPT MED VD	0.06	5.83608	
ie 0002 CC CHI VD	1.00	4.20048	
ie 0302 FTN CHI VD	0.06	4.20048	
ie 0602 FFR CHI VD	0.06	4.20048	
Subtotal I...:	76.32		
(e) I.C.E. ...:	8.77		
(d) Descuento.:	-0.00		
Base IVA ...:	85.09		
(i) I.V.A. :	10.21		

TOTAL A PAGAR: 95.30

Debo y pagare al vencimiento incondicionalmente en esta ciudad o en el lugar que se me reconvenza a la orden de ARCA ECUADOR, S.A. la suma de dinero indicada en el "Total a Pagar" de este documento. En caso de no pagar la tasa de interes maxima vigente a la fecha de vencimiento mas cuatro puntos porcentuales siendo de mi cuenta los gastos judiciales y extrajudiciales que ocasionen el cobro de este documento. Me someto expresamente a los Jueces de la jurisdiccion competente y a la via ejecutiva o verbal sumaria a eleccion del demandante. Sin protesto eximo al acreedor de la presentacion para el pago y de aviso por falta del mismo.


FIRMA DEL CLIENTE

ORIGEN: AZOQUEZ CUE
CILA FERROVIARIA (LA PLAYA)
AUTORIZAC.SRI VALIDO DESDE 27/01/2011
AUTORIZAC.SRI VALIDO HASTA 31/01/2012
ORIGINAL: CLIENTE 1A, COPIA: VENDEDOR

Nro. Serie: N.N.
Fecha: 14/5/2011 Hora: 15:03



"Comercial Berrezueta"

Dir.: Calle Cuenca y Av. Los Cañaris
Telf.: 2258-370

Fecha 11/01/201

Página 1

Nro. 2946

FACTURA

Vendido a:

AURORA JADAN
Tlf.:
Bullcay
Gualaceo Ecuador
Código: G000034

Enviado a:

Lunes
Tlf.:
Bullcay
Gualaceo Ecuador
RUC:

Enviar: Entrega

Términos: Credito

Vendedor: Lunes

Su refer.:

Código producto	Descripción del producto	Cantidad	Precio Unit.	Subtotal
M000073	MED.PRESTOBARBA	12,00	0,8500	10,20
T000001	TOA.KOTEX	6,00	1,0000	6,00
A000025	ABC.ESFERO BIC CRISTAL ROJO	1,00	5,0000	5,00
S000004	SHP.EGO SACHET	3,00	1,2500	3,75
S00018	SHP.SEDAL SURTIDO SACHET	3,00	1,1000	3,30
A000046	ABC.JABON LAVA TODO SURTIDO	10,00	0,9600	9,60
C000195	CHT.GIGANTE	12,00	0,2000	2,40
C000199	CHT.SAL MEDIANO / 10	1,00	1,0000	1,00
C000202	CHT.SAL PEQUEÑO / 5	1,00	0,5000	0,50
C000193	CHT.FRUTA FAMILIAR	6,00	0,1700	1,02
C000011	CAR.HALLS FUNDA SURTIDO	1,00	2,5000	2,50
G000002	GAL.AMOR MEDIANO SURTIDA	6,00	0,5900	3,54
C000082	CHL.KATABOOM X 100	1,00	3,3000	3,30
C000104	CHL.TRIDENT PEQUEÑO MORA	1,00	2,2500	2,25
C000248	CHL.AGOGO FRUTOS ROJOS	1,00	1,9500	1,95
P000023	PLT.PLATANITO LIMON	1,00	3,0000	3,00
B000033	BOC.DORITO VERDE	1,00	3,0000	3,00
A000095	ABC.VELAS SURTIDAS	6,00	0,8000	4,80
Y000005	YOG.TONI MIX X 6	1,00	3,7000	3,70
B000008	BEB.LECHE TONY SURTIDO X 6 200CC	1,00	3,5000	3,50
G000066	GEL.GELATINA X 9	1,00	1,6000	1,60
G000064	GEL.GELATINA X 32	1,00	2,0000	2,00
A000033	ABC.FOCOS SILVERLUX 60W	10,00	0,8500	8,50
A000032	ABC.FOCOS SILVALUX 100W	10,00	0,8500	8,50
A000066	ABC.TINAPA 156G	8,00	0,6000	4,80
P000028	PPA.FRITURITA SALSA MAYONESA	1,00	2,0000	2,00
P000029	PPA.FRITURITAS TAZO	1,00	2,0000	2,00
P000022	PLT.PLATANO DE DULCE	1,00	2,0000	2,00

108,00

Subtotal:

105,71

Miscel.: 14,77

3CAJAS
2FUNDAS

TOTAL 120,48

CIENTO VEINTE 48/100



ANEXO 11

GASTO POR PÓLIZA DE SEGUROS

SEGUROS EQUINOCCIAL		TECNISEGUROS							
CUADRO DE COSTOS PARA EL PROGRAMA DE SEGUROS									
Razón Social o Nombre del Asegurado:		HOSTERIA MANANTIAL DEL ROCIO							
Tipo de Persona:		Natural							
Identificación del Asegurado:		R.U.C.							
Giro o Actividad del Negocio General:		servicio de hostería							
Giro o Actividad del Negocio Especifico:		Ciudad: Azuques							
Dirección de Cobro:		FECHA SOLICITUD: 08/06/2011							
Teléfonos:		VIGENCIA							
PARTICULAR		DESDE 08/06/2011							
CELULAR		HASTA 08/06/2012							
Nombre de Contacto del Asegurado:		DOMICILIO							
		OTROS							
PROTECCIONES Y SEGURIDADES PRECIOS DEL ASEGURADO	<input checked="" type="checkbox"/> Extintores	<input type="checkbox"/> Celador	<input checked="" type="checkbox"/> Cámaras de Video						
	<input checked="" type="checkbox"/> Hidrantes	<input checked="" type="checkbox"/> Guardia Permanente 24 Hrs.	<input type="checkbox"/> Detectores de Movimiento						
	<input checked="" type="checkbox"/> Detectores de Humo	<input checked="" type="checkbox"/> Alarma	<input type="checkbox"/> Mantenimiento preventivo						
	<input type="checkbox"/> Sprinklers	<input type="checkbox"/> Alarma Monitoreada	<input type="checkbox"/> Reguladores						
	<input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Rejas	<input type="checkbox"/> Seleccionar/No seleccionar Todo						
	(favor llenar)								
	MULTIRIESGO								
		VALOR ASEGURADO ITEM 1: (llenar aquí la dirección completa)	VALOR ASEGURADO ITEM 2: (llenar aquí la dirección completa)	VALOR ASEGURADO ITEM 3: (llenar aquí la dirección completa)	VALOR ASEGURADO ITEM 4: (llenar aquí la dirección completa)	VALOR ASEGURADO ITEM 5: (llenar aquí la dirección completa)	TOTAL SUMA ASEGURADA	Tasa	Prima Neta
	Incendio								
	Edificios, instalaciones	392,000.00					392,000.00	0.18%	705.60
Muebles, enseres y equipos de oficina	29,000.00					29,000.00	0.18%	52.20	
Maquinaria	24,985.00					24,985.00	0.18%	44.97	
Mercadería						0.00	0.18%	0.00	
Otros... (llenar aquí)						0.00	0.18%	0.00	
	445,985.00	0.00	0.00	0.00	0.00			802.77	
Robo									
Contenidos total de Incendio a primer riesgo absoluto	25,000.00					25,000.00	0.80%	200.00	
Hurto en Límite Agregado Anual (solo muebles, enseres y eq. Oficina)			1,000.00			1,000.00	1.80%	18.00	
								218.00	
Equipo Electrónico									
Equipo Fijo	1,931.00					1,931.00	0.80%	15.45	
Equipo portátil						0.00	1.80%	0.00	
Otros Equipos electrónicos: equipos médicos						0.00	2.00%	0.00	
Sección II: Portadores externos de datos			1,000.00			1,000.00	SIN COSTO	0.00	
Sección III: Incremento en el costo de operación			1,000.00			1,000.00	SIN COSTO	0.00	
Hurto en Límite Agregado Anual (solo equipos fijos, Portátiles dentro de Priedos con candado de seguridad) Límite agregado anual \$ 5,000			1,000.00			1,000.00	2.00%	20.00	
								35.45	
Rotura Maquinaria									
Rotura de maquinaria (valor total de maquinaria)	24,985.00					24,985.00	0.20%	49.97	
Dinero y Valores									
Estimado de movilización anual									
Movilización - Límite por remesa			0.00			0.00	6.00%	0.00	
Permanencia - Límite por dirección	1,000.00					1,000.00	1.20%	12.00	
								12.00	
Equipo y Maquinaria									
Maquinaria (Valor de reposición)						0.00	0.80%	0.00	
TOTAL MULTIRIESGO						1,118.19			
Sí/No	Amparos Adicionales:	Límite Máximo Otorgado							
Sí	Remoción de escombros	\$ 20,000.00	sin costo				sin costo		
No	Documentos y modelos		NO APLCA				sin costo		
Sí	Honorarios Profesionales	\$ 5,000.00	sin costo				sin costo		
No	Gastos extraordinarios justificados		NO APLCA				sin costo		
Sí	Gastos para extinguir incendio	\$ 5,000.00	sin costo				sin costo		
Sí	Clausula eléctrica amplia	\$ 1,000.00					0.50%	\$ 5.00	
No	Letreros, publicidad, avisos y vallas		NO APLCA				sin costo		
Sí	Vidrios y cristales (por dirección)	\$ 1,000.00					1.20%	\$ 12.00	
No	Refrigeración		NO APLCA				0.50%	\$ 0.00	
No	Extintores		NO APLCA				sin costo		



No	Autoexplosión		NO APLICA	sin costo		
No	Arendamientos		NO APLICA	sin costo		
No	Propiedad personal de empleados (excluye joyas, dinero, valores y equipo electrónico)		NO APLICA	sin costo		
No	Rótura de tanques y derrame de contenidos		NO APLICA	0.50%	\$ 0.00	
Si	Flete aéreo y/o expreso (solo ramos técnicos)	\$ 500.00		0.80%	\$ 4.00	
Si	Gastos adicionales, horas extras, trabajo nocturno y en días festivos (solo ramos técnicos)	\$ 500.00		0.80%	\$ 4.00	
No	Gastos de viaje y estadía		NO APLICA	sin costo		
No	Intereses por bloqueo de fondos (dinero y valores)		NO APLICA	0.80%	\$ 0.00	
					Prima Neta Amparos Adicionales	\$ 25.00
TOTAL PRIMA NETA DE MULTIRIESGO						\$ 1,143.19
RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL (EMPRESAS)						
Limite único combinado y agregado anual						
Predios, labores y operaciones		10,000.00		Tasa	0.80%	Prima Neta
Exceso de vehículos (en exceso de la póliza básica de cada vehículo)		No. de vehículos:	Valor de Exceso de RC por vehículo:		0.30%	0
Patronal (en exceso de las prestaciones del IESS)		2,000.00				
TOTAL PRIMA NETA DE RESPONSABILIDAD CIVIL						\$ 80.00
FIDELIDAD						
ACCIDENTES PERSONALES						
Grupo 1: Personal Directivo						Prima Neta
Muerte accidental /Invalidez total y permanente				0.10%		0.00
Gastos médicos				1.00%		0.00
Ambulancia		150.00		sin costo		0.00
Sepelio		500.00		sin costo		0.00
Número de Personas						0.00
Grupo 2 : Personal Administrativo						Prima Neta
Muerte accidental /Invalidez total y permanente				0.10%		0.00
Gastos médicos				1.00%		0.00
Ambulancia		150.00		sin costo		0.00
Sepelio		500.00		sin costo		0.00
Número de Personas						0.00
Grupo 3: Personal Operativo						
Muerte accidental /Invalidez total y permanente		10,000.00		0.12%		12.00
Gastos médicos		1,000.00		1.20%		12.00
Ambulancia		100.00		sin costo		0.00
Sepelio		500.00		sin costo		0.00
Número de Personas		17.00				408.00
LIMITE CATASTRÓFICO						200,000.00
TOTAL PRIMA NETA DE ACCIDENTES PERSONALES						\$ 408.00
TRANSPORTE INTERNO						
TRANSPORTE IMPORTACIONES						
VEHICULOS						
PRIMA NETA TOTAL DEL PROGRAMA DE SEGUROS						1,631.19
Super Bancos						57.09
I Campesino						8.16
Der. Emisión						6.50
Base Imponible						1,702.94
IVA						204.35
PRIMA TOTAL MAS IMPUESTOS DEL PROGRAMA DE SEGUROS						1,907.29
FORMA DE PAGO						
PRIMA TOTAL		\$ 1,907.29	NRO. DE PAGOS	1	VALOR PAGOS:	\$ 1,907.29
CONDUCTO DE PAGO:		CONTADO	BANCO /INSTITUCIÓN:		AMERICAN EXPRESS	FECHA DEBITO
MEDIO DE PAGO:		CONTADO				0
<input checked="" type="checkbox"/> Mostrar/Ocultar						
INFORMACIÓN DE PAGADOR						
Razón Social o Nombre del Asegurado:			Identificación:		Cédula	
Dirección de Cobro:						
Teléfono:			0			



ANEXO 12

INGRESOS POR SERVICIOS DE RESTAURANTE

Denominación	AÑO 1					AÑO 2					AÑO 3					AÑO 4					AÑO 5				
	%	% de Consumo	# clientes al año	Costo de Materia Prima	Costo Anual	% de Consumo	# clientes al año	Costo de Materia Prima	Costo Anual	% de Consumo	# clientes al año	Costo de Materia Prima	Costo Anual	% de Consumo	# clientes al año	Costo de Materia Prima	Costo Anual	% de Consumo	# clientes al año	Costo de Materia Prima	Costo Anual				
10799	0,23	2484				11668 / 2684				13075 / 3007				15177 / 3491				18228 / 4192							
Típica de la Zona																									
Papas con cuy		0,20	497	5,00	2483,85	0,2	537	5,00	2683,55	0,2	601	5,00	3007,18	0,20	698	5,00	3490,74	0,20	838	5,00	4192,37				
Aguado de Gallina		0,20	497	1,50	745,15	0,2	537	1,50	805,06	0,2	601	1,50	902,15	0,20	698	1,50	1047,22	0,20	838	1,50	1257,71				
Hornado		0,20	497	4,00	1987,08	0,2	537	4,00	2146,84	0,2	601	4,00	2405,75	0,20	698	4,00	2792,59	0,20	838	4,00	3353,90				
Fritado		0,20	497	2,00	993,54	0,2	537	2,00	1073,42	0,2	601	2,00	1202,87	0,20	698	2,00	1396,29	0,20	838	2,00	1676,95				
Otros		0,20	497	2,80	1390,95	0,2	537	2,80	1502,79	0,2	601	2,80	1684,02	0,20	698	2,80	1954,81	0,20	838	2,80	2347,73				
Total					7600,57				8211,65				9201,98				10681,65				12828,67				
Vegetariana	0,21	2268				2450				2746				3187				3828							
Carne de Soya		0,34	771	3,00	2313,22	0,34	833	3,00	2499,20	0,34	934	3,00	2800,60	0,34	1084	3,00	3250,94	0,34	1301	3,00	3904,38				
Chaulafan Vegetariano		0,33	748	3,00	2245,18	0,33	809	3,00	2425,69	0,33	906	3,00	2718,23	0,33	1052	3,00	3155,32	0,33	1263	3,00	3789,54				
Verduras Sateadas		0,33	748	3,00	2245,18	0,33	809	3,00	2425,69	0,33	906	3,00	2718,23	0,33	1052	3,00	3155,32	0,33	1263	3,00	3789,54				
Total					6803,58				7350,58				8237,06				9561,58				11483,46				
Costa	0,25	2700				2917				3269				3794				4557							
Encebollado de pescado		0,50	1350	3,00	4049,75	0,5	1458	3,00	4375,35	0,5	1634	3,00	4903,01	0,50	1897	3,00	5691,42	0,50	2278	3,00	6835,39				
Ceviche de camarón		0,50	1350	3,50	4724,71	0,5	1458	3,50	5104,57	0,5	1634	3,50	5720,18	0,50	1897	3,50	6639,99	0,50	2278	3,50	7974,63				
Total					8774,45				9479,92				10623,20				12331,41				14810,02				
Rápida	0,2	2160				2334				2615				3035				3646							
Papas Fritas		0,34	734	1,50	1101,53	0,34	793	1,50	1190,09	0,34	889	1,50	1333,62	0,34	1032	1,50	1548,07	0,34	1239	1,50	1859,23				
Hot Dog		0,33	713	1,75	1247,32	0,33	770	1,75	1347,61	0,33	863	1,75	1510,13	0,33	1002	1,75	1752,96	0,33	1203	1,75	2105,30				
Hamburguesa		0,33	713	2,00	1425,51	0,33	770	2,00	1540,12	0,33	863	2,00	1725,86	0,33	1002	2,00	2003,38	0,33	1203	2,00	2406,06				
Total		1043,93			3774,36	0			4077,82	0			4569,61	0,00			5304,40	0,00			6370,59				
Bebidas y Cocteles	0,11	1188				1283				1438				1669				2005							
Bebidas y Cocteles		1,00	1188	2,00	2375,85	1	1283	2,00	2566,87	1	1438	2,00	2876,43	1,00	1669	2,00	3338,97	1,00	2005	2,00	4010,10				
Total					2375,85				2566,87				2876,43				3338,97				4010,10				
Total General					29328,81				31687,00				35508,28				41218,01				49502,83				

Realizado por: Las Autoras



ANEXO 13

INGRESOS POR SERVICIOS DE ALOJAMIENTO

AÑO	CLIENTES	TEMPORADA ALTA	SIMPLE	\$	DOBLE	\$	MATRIMONIAL	\$	SUITE	\$	TOTAL
		0,67	0,08	10,00	0,42	15,00	0,16	25,00	0,34	40,00	
2010	9490	6359	509	5.087	2671	40.059	1017	25.434	2162	86.476	157.055
2011	10253	6870	550	5.496	2885	43.279	1099	27.479	2336	93.428	169.683
2012	11490	7698	616	6.159	3233	48.499	1232	30.793	2617	104.696	190.146
2013	13337	8936	715	7.149	3753	56.297	1430	35.744	3038	121.531	220.722
2014	16018	10732	859	8.586	4508	67.613	1717	42.929	3649	145.959	265.087
AÑO	CLIENTES	TEMPORADA BAJA	SIMPLE	\$	DOBLE	\$	MATRIMONIAL	\$	SUITE	\$	TOTAL
		0,33	0,08	10	0,42	15	0,16	25	0,34	40	
2010	9490	3132	251	2.505	1315	19.730	501	12.527	1065	42.593	77.356
2011	10253	3384	271	2.707	1421	21.317	541	13.534	1150	46.017	83.575
2012	11490	3792	303	3.033	1592	23.887	607	15.167	1289	51.567	93.654
2013	13337	4401	352	3.521	1849	27.729	704	17.605	1496	59.859	108.714
2014	16018	5286	423	4.229	2220	33.302	846	21.144	1797	71.890	130.565

Realizado por: Las Autoras



ANEXO 14

INGRESOS POR SERVICIOS DE RECREACIÓN

AÑO	CLIENTES	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
		0,67	2,00	0,33	2,00
2010	11454	7674	15.348	3780	7.560
2011	12375	8291	16.582	4084	8.167
2012	13867	9291	18.582	4576	9.152
2013	16097	10785	21.570	5312	10.624
2014	19332	12953	25.905	6380	12.759

Realizado por: Las Autoras

ANEXO 15

INGRESOS POR SERVICIOS EVENTOS SOCIALES

AÑO	EVENTOS	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
		0,67	8,00	0,33	8,00
2010	982	658	5262	324	2592
2011	1061	711	5685	350	2800
2012	1189	796	6371	392	3138
2013	1380	924	7395	455	3643
2014	1657	1110	8882	547	4375

Realizado por: Las Autoras



ANEXO 16 PUNTO DE EQUILIBRIO

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	CF	CV								
1.- Costo de Operacionales										
Mano de Obra Directa		36.206,00		37.234,58		38.294,01		39.385,23		40.509,19
Materia prima del Bar		17.817,24		18.351,76		18.902,31		19.469,38		20.053,46
Materia prima para del restaurante		13.929,96		14.347,86		14.778,29		15.221,64		15.678,29
Subtotal		67.953,20		69.934,19		71.974,62		74.076,26		76.240,94
2.- Gastos de Administración										
Sueldos y Salario	9.767,34		12.704,86		13.071,61		13.449,36		14.057,91	
Servicios Básicos	4.680,00		4.820,40		4.965,01		5.113,96		5.267,38	
Capacitación del Personal	1.000,00		1.030,00		1.060,90		1.092,73		1.125,51	
Suministro de Oficina	1.476,80		1.521,10		1.566,74		1.613,74		1.662,15	
Gastos por seguros	1.907,29		1.964,51		2.023,44		2.084,15		2.146,67	
Gastos por Constitución	1.008,00		1.008,00		1.008,00		1.008,00		1.008,00	
Gasto por mantenimiento	7.837,38		7.837,38		7.837,38		7.837,38		7.837,38	
Suministros de Limpieza	1.376,63		1.417,93		1.460,46		1.504,28		1.549,41	
Dep. de construcción e instalaciones	19.593,45		19.593,45		19.593,45		19.593,45		19.593,45	
Dep. de maquinaria y equipos	3.145,50		3.145,50		3.145,50		3.145,50		3.145,50	
Dep. de muebles y enseres	2.931,15		2.931,15		2.931,15		2.931,15		2.931,15	
Dep. de equipos de computación	643,67		643,67		643,67		0,00		0,00	
Dep. de Equipos de oficina	192,00		192,00		192,00		192,00		192,00	
Costos por Eventos sociales	1.867,47		1.923,49		1.981,20		2.040,63		2.101,85	
Subtotal	57.426,67		60.733,44		61.480,51		61.606,33		62.618,37	
3.- Gastos de Ventas										
Sueldos y Salarios	6.026,04		6.199,62		6.378,41		6.562,56		6.691,46	
Publicidad y Materiales	3.340,00		3.440,20		3.543,41		3.649,71		3.759,20	
Subtotal	9.366,04		9.639,82		9.921,82		10.212,27		10.450,66	
4.- Gastos Financieros										
Interés Bancarios		26.300,89		21.971,37		17.219,73		12.004,80		6.281,41
Subtotal		26.300,89		21.971,37		17.219,73		12.004,80		6.281,41
Total de Costos Fijos y Variables	\$66.792,71	\$94.254,09	\$70.373,26	\$91.905,57	\$71.402,33	\$89.194,35	\$71.818,60	\$86.081,06	\$73.069,03	\$82.522,36

Realizado por: Las Autoras