



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

## **FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

### **CARRERA TURISMO**

## **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA MULLIQUINDIL SANTA ANA, CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI**

**Trabajo de titulación:**

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

**INGENIERA EN ECOTURISMO**

**AUTORA:**

**DANIELA MERCEDES BAUTISTA LAICA**

**DIRECTOR:** Ing. EDUARDO ANTONIO MUÑOZ JACOME

Riobamba – Ecuador

2021

© 2021, Daniela Mercedes Bautista Laica

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, DANIELA MERCEDES BAUTISTA LAICA, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 17 de septiembre del 2021

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Bautista Daniela' with a stylized flourish below it.

**Daniela Mercedes Bautista Laica**

C.I: 050406392-6

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**

**CARRERA TURISMO**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de titulación; tipo: técnico, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA MULLIQUINDIL SANTA ANA, CANTÓN SALCEDO, PROVINCIA DE COTOPAXI**, realizado por la señorita: **DANIELA MERCEDES BAUTISTA LAICA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo de titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	 NANCY PATRICIA TIERRA TIERRA Firma electrónica	2021-09-17
Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jacome <b>DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	 Firmado electrónicamente por: EDUARDO ANTONIO MUNOZ JACOME	2021-09-17
Dr. Jorge Iván Carrillo Hernández <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	 Firmado electrónicamente por: JORGE IVAN CARRILLO HERNANDEZ	2021-09-17

## **DEDICATORIA**

A mis padres Lourdes y Rómulo, por su apoyo incondicional a lo largo de mi vida académica, por forjarme como persona con sencillez y humildad.

A mis abuelos por siempre creer en mi superación profesional, gracias por su apoyo y estar siempre ahí en todo momento.

A mis hermanos por siempre levantarme en los momentos en que creí darme por vencida y por proporcionarme seguridad para continuar, por ser los ejes de superación que cualquiera pudiera tener y ser guía de esperanza en mi vida por su constante lucha, gracias por siempre estar conmigo.

A mis sobrinas que con sus ocurrencias han llenado de alegría mis días.

A mis amigos, por ese cariño incondicional compartido en la vida universitaria, por el apoyo en los momentos más duros de mi vida; por compartir a mi lado las alegrías por cada escalón alcanzado y por darme ánimo para seguir adelante; a todos ellos gracias por ser parte de mi familia siempre los llevare en mi corazón.

Daniela Mercedes

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por brindarme sabiduría para aprender a vivir la vida, paciencia para enfrentar los obstáculos y entendimiento para salir de ellos.

A mis padres por su amor incondicional, por ser mi motor fundamental y mi mayor inspiración en este camino.

A mi familia y amigos por su apoyo incondicional.

Mi agradecimiento al Ing. Eduardo Muñoz por ser el guía en este trabajo de investigación, por impartir su conocimiento con mucho esmero durante toda mi carrera universitaria, así como a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo por formarme como futura profesional.

Daniela Mercedes

## TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xx
ÍNDICE DE ANEXO .....	xxii
RESUMEN.....	xxiii
ABSTRACT.....	xxiv
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPÍTULO I

<b>1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>4</b>
1.1. <b>Justificación .....</b>	<b>4</b>
1.2. <b>Objetivo.....</b>	<b>5</b>
1.2.1. <i>Objetivo general .....</i>	<i>5</i>
1.2.2. <i>Objetivos específicos.....</i>	<i>6</i>

### CAPÍTULO II

<b>2. REVISIÓN DE LA LITERATURA O FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....</b>	<b>7</b>
2.1. <b>Tipos de proyectos.....</b>	<b>7</b>
2.1.1. <i>Proyectos de inversión social .....</i>	<i>7</i>
2.1.2. <i>Proyectos de inversión privada .....</i>	<i>7</i>
2.2. <b>Estudio de factibilidad .....</b>	<b>7</b>
2.3. <b>Tipos de factibilidad.....</b>	<b>8</b>
2.4. <b>Viabilidad comercial .....</b>	<b>9</b>
2.4.1. <i>Elementos viabilidad comercial .....</i>	<i>9</i>
2.4.2. <i>Estudio de mercado .....</i>	<i>9</i>
2.4.3. <i>Plan de marketing .....</i>	<i>10</i>
2.4.4. <i>Participación en el mercado o market shake .....</i>	<i>10</i>
2.5. <b>Capacidad operativa .....</b>	<b>11</b>
2.6. <b>Estudio técnico.....</b>	<b>11</b>
2.7. <b>Estudio ambiental .....</b>	<b>11</b>
2.7.1. <i>Metodología del estudio de impacto ambiental .....</i>	<i>11</i>

2.8.	Organización empresarial .....	12
2.8.1.	Fases del proceso organizativo .....	12
2.9.	Estudio económico financiero .....	12
2.10.	Hostería .....	13
2.10.1.	<i>Requisitos</i> .....	13
2.11.	Proyecto de inversión .....	14

### CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO.....	15
3.1.	Métodos de investigación.....	15
3.2.	Tipos de investigación .....	15
3.2.1.	<i>Método cuantitativo</i> .....	15
3.2.2.	<i>Método cualitativo</i> .....	15
3.3.	Técnica .....	16
3.4.	Metodología para el cumplimiento de los objetivos específicos .....	16
3.5.	Estudio de mercado.....	16
3.5.1.	<i>Análisis de la demanda</i> .....	16
3.5.1.1.	<i>Muestra</i> .....	16
3.5.1.2.	<i>Instrumento de investigación según la técnica</i> .....	17
3.5.2.	<i>Demanda actual</i> .....	17
3.5.3.	<i>Demanda futura</i> .....	17
3.5.4.	<i>Análisis de la competencia</i> .....	18
3.5.5.	<i>Confrontación demanda vs competencia o demanda insatisfecha</i> .....	18
3.5.6.	<i>Plan mercadotécnico</i> .....	18
3.5.7.	<i>Requerimientos para el área comercial</i> .....	18
3.6.	Estudio técnico.....	18
3.6.1.	<i>Capacidad operativa</i> .....	19
3.6.2.	<i>Proceso de producción del producto</i> .....	19
3.6.3.	<i>Localización del producto</i> .....	19
3.6.4.	<i>Tamaño de la empresa</i> .....	19
3.6.5.	<i>Requerimientos para el área productiva</i> .....	19
3.7.	Estudio ambiental .....	19
3.8.	Estudio legal - administrativa .....	20
3.8.1.	<i>Requerimientos para el área administrativa</i> .....	20
3.9.	Estudio económico y financiero .....	20



## CAPITULO IV

<b>4.</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	22
<b>4.1.</b>	<b>Estudio de mercado</b> .....	22
<b>4.1.1.</b>	<b>Análisis de la demanda</b> .....	22
4.1.1.1.	<i>Segmentación</i> .....	22
4.1.1.2.	<i>Universo</i> .....	22
4.1.1.3.	<i>Muestra</i> .....	22
4.1.1.4.	<i>Estratificación de la muestra</i> .....	23
4.1.1.5.	<i>Técnica</i> .....	24
4.1.1.6.	<i>Instrumento de investigación</i> .....	24
4.1.1.7.	<i>Resultados del estudio de la demanda</i> .....	25
<b>4.1.2.</b>	<b>Demanda actual</b> .....	45
4.1.2.1.	<i>Demanda actual de los visitantes</i> .....	45
4.1.2.2.	<i>Demanda actual para actividades</i> .....	45
4.1.2.3.	<i>Demanda actual para servicios complementarios</i> .....	46
<b>4.1.3.</b>	<b>Demanda futura</b> .....	47
4.1.3.1.	<i>Demanda futura para consumidores</i> .....	47
4.1.3.2.	<i>Demanda futura para actividades</i> .....	48
4.1.3.3.	<i>Demanda futura para servicios complementarios</i> .....	49
<b>4.1.4.</b>	<b>Plan mercadotécnico</b> .....	50
4.1.4.1.	<i>Canales de distribución</i> .....	50
4.1.4.2.	<i>Medios</i> .....	50
4.1.4.3.	<i>Logotipo</i> .....	55
<b>4.1.5.</b>	<b>Plan estratégico de la empresa</b> .....	58
4.1.5.1.	<i>Misión</i> .....	58
4.1.5.2.	<i>Visión</i> .....	58
4.1.5.3.	<i>Políticas</i> .....	58
4.1.5.4.	<i>Principios y valores</i> .....	59
<b>4.1.6.</b>	<b>Requerimiento para el área comercial</b> .....	61
4.1.6.1.	<i>Talento humano</i> .....	61
4.1.6.2.	<i>Rol de pagos</i> .....	62
4.1.6.3.	<i>Activos fijos</i> .....	64
4.1.6.4.	<i>Materiales e insumos</i> .....	66
4.1.6.5.	<i>Materiales de promoción</i> .....	66
4.1.6.6.	<i>Gastos por comercialización de terceros</i> .....	67

<b>4.2.</b>	<b>Estudio técnico</b> .....	68
<b>4.2.1.</b>	<b>Consumo aparente</b> .....	68
4.2.1.1.	<i>Consumo aparente de los visitantes</i> .....	68
4.2.1.2.	<i>Consumo aparente para las actividades</i> .....	68
4.2.1.3.	<i>Consumo aparente para los servicios complementarios</i> .....	73
<b>4.2.2.</b>	<b>Capacidad operativa</b> .....	77
4.2.2.1.	<i>Capacidad operativa para visitantes</i> .....	77
4.2.2.2.	<i>Capacidad operativa para actividades</i> .....	78
4.2.2.3.	<i>Capacidad operativa para servicios complementarios</i> .....	79
<b>4.2.3.</b>	<b>Consumo aparente en función de la capacidad operativa</b> .....	80
4.2.3.1.	<i>Consumo aparente en función de la capacidad operativa para los visitantes</i> .....	80
4.2.3.2.	<i>Consumo aparente en función de la capacidad operativa para las actividades</i> .....	80
4.2.3.3.	<i>Consumo aparente en función de la capacidad operativa para los servicios complementarios</i> .....	84
<b>4.2.4.</b>	<b>Proceso productivo</b> .....	89
4.2.4.1.	<i>Flujogramas del proceso productivo</i> .....	89
4.2.4.2.	<i>Flujograma de contratación del producto en general</i> .....	90
4.2.4.3.	<i>Flujograma de contratación de las actividades</i> .....	91
4.2.4.4.	<i>Flujograma de contratación de los servicios complementarios</i> .....	98
<b>4.2.5.</b>	<b>Localización del proyecto</b> .....	104
4.2.5.1.	<i>Caracterización del lugar</i> .....	104
4.2.5.2.	<i>Ruta de acceso a la hostería “La Fortaleza”</i> .....	105
4.2.5.3.	<i>Límites jurisdiccionales</i> .....	106
4.2.5.4.	<i>Clima</i> .....	106
4.2.5.5.	<i>Características climáticas</i> .....	106
<b>4.2.6.</b>	<b>Tamaño de la empresa</b> .....	106
4.2.6.1.	<i>Número de clientes proyectados</i> .....	106
4.2.6.2.	<i>Terreno</i> .....	107
4.2.6.3.	<i>Tipología de construcción</i> .....	107
4.2.6.4.	<i>Tipo de materiales</i> .....	107
4.2.6.5.	<i>Diseño técnico arquitectónico</i> .....	108
4.2.6.6.	<i>Planos arquitectónicos</i> .....	109
<b>4.2.7.</b>	<b>Requerimiento para el área productiva</b> .....	113
4.2.7.1.	<i>Talento humano mano de obra directa (MOD)</i> .....	113
4.2.7.2.	<i>Rol de pagos</i> .....	114
4.2.7.3.	<i>Mano de obra indirecta (MOI)</i> .....	117

4.2.7.4.	<i>Rol de pagos</i> .....	118
4.2.7.5.	<i>Activos fijos</i> .....	120
4.2.7.6.	<i>Materia prima, materiales e insumos</i> .....	126
4.2.7.7.	<i>Activos diferidos</i> .....	128
<b>4.3.</b>	<b>Estudio ambiental</b> .....	129
<b>4.3.1.</b>	<b><i>Resumen de la matriz de Leopold</i></b> .....	133
<b>4.3.2.</b>	<b><i>Interpretación de la matriz de Leopold</i></b> .....	133
<b>4.3.3.</b>	<b><i>Medidas de mitigación</i></b> .....	134
<b>4.3.4.</b>	<b><i>Presupuesto para las medidas de mitigación</i></b> .....	136
4.3.4.1.	<i>Activos fijos</i> .....	136
4.3.4.2.	<i>Materiales e insumos</i> .....	136
4.3.4.3.	<i>Activos diferidos</i> .....	137
<b>4.4.</b>	<b>Estudio legal administrativo</b> .....	138
<b>4.4.1.</b>	<b><i>Marco legal</i></b> .....	138
4.4.1.1.	<i>Constitución de la Republica del Ecuador</i> .....	138
4.4.1.2.	<i>Ley de turismo</i> .....	139
4.4.1.3.	<i>Reglamento general de actividades turísticas</i> .....	140
4.4.1.4.	<i>Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno</i> .....	141
<b>4.4.2.</b>	<b><i>Tipo de organización o empresa</i></b> .....	143
4.4.2.1.	<i>Según el sector de actividad</i> .....	143
4.4.2.2.	<i>Según el tamaño</i> .....	143
4.4.2.3.	<i>Según la propiedad del capital</i> .....	143
4.4.2.4.	<i>Según el destino de los beneficios</i> .....	143
<b>4.4.3.</b>	<b><i>Constitución legal</i></b> .....	144
4.4.3.1.	<i>Como se conforma el RUC</i> .....	145
<b>4.4.4.</b>	<b><i>Requisitos para formar la organización</i></b> .....	145
4.4.4.1.	<i>Requisitos para formar la organización y permisos de funcionamiento</i> .....	145
<b>4.4.5.</b>	<b><i>Organización empresarial</i></b> .....	147
4.4.5.1.	<i>Organigrama estructural</i> .....	147
4.4.5.2.	<i>Organigrama funcional</i> .....	147
<b>4.4.6.</b>	<b><i>Profesiograma</i></b> .....	148
<b>4.4.7.</b>	<b><i>Requerimiento para el área administrativa</i></b> .....	162
4.4.7.1.	<i>Talento humano</i> .....	162
4.4.7.2.	<i>Rol de pagos</i> .....	162
4.4.7.3.	<i>Requerimiento de inversiones fijas para el área administrativa</i> .....	163
4.4.7.4.	<i>Materiales e insumos</i> .....	164

4.4.7.5.	<i>Activos diferidos</i> .....	165
4.4.7.6.	<i>Servicios básicos</i> .....	165
<b>4.5.</b>	<b>Estudio y evaluación financiera</b> .....	166
<b>4.5.1.</b>	<b><i>Cuadro de resumen de inversiones</i></b> .....	166
<b>4.5.2.</b>	<b><i>Análisis de inversiones</i></b> .....	167
<b>4.5.3.</b>	<b><i>Usos y fuentes del proyecto</i></b> .....	168
<b>4.5.4.</b>	<b><i>Cálculo y pago de la deuda</i></b> .....	169
<b>4.5.5.</b>	<b><i>Depreciación de activos fijos</i></b> .....	170
<b>4.5.6.</b>	<b><i>Amortización de activos diferidos</i></b> .....	171
<b>4.5.7.</b>	<b><i>Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto</i></b> .....	171
<b>4.5.8.</b>	<b><i>Presupuesto de ingresos</i></b> .....	172
<b>4.5.9.</b>	<b><i>Punto de equilibrio</i></b> .....	173
<b>4.5.10.</b>	<b><i>Balance de pérdidas y ganancias /estado de resultados</i></b> .....	175
<b>4.5.11.</b>	<b><i>Flujo de caja</i></b> .....	175
<b>4.5.12.</b>	<b><i>Evaluación financiera</i></b> .....	176
	<b>CONCLUSIONES</b> .....	177
	<b>RECOMENDACIONES</b> .....	178
	<b>GLOSARIO</b>	
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
	<b>ANEXO</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-4:</b>	Definición de los estratos .....	23
<b>Tabla 2-4:</b>	División de la muestra.....	24
<b>Tabla 3-4:</b>	Edad de los potenciales visitantes .....	25
<b>Tabla 4-4:</b>	Género de los potenciales visitantes.....	26
<b>Tabla 5-4:</b>	Salcedo es un lugar turístico.....	27
<b>Tabla 6-4:</b>	Salcedo no es un lugar turístico.....	28
<b>Tabla 7-4:</b>	Lugares turísticos del cantón.....	29
<b>Tabla 8-4:</b>	Motivos de visita a Salcedo.....	31
<b>Tabla 9-4:</b>	Frecuencia de visita al cantón.....	32
<b>Tabla 10-4:</b>	Con quien realiza sus paseos .....	33
<b>Tabla 11-4:</b>	Procedencia del visitante .....	34
<b>Tabla 12- 4:</b>	Mulliquindil Santa Ana debe tener una hostería .....	35
<b>Tabla 13-4:</b>	Características al escoger una hostería .....	36
<b>Tabla 14-4:</b>	Actividades que podría realizar en una hostería.....	37
<b>Tabla 15-4:</b>	Servicios complementarios.....	39
<b>Tabla 16-4:</b>	Precio de entrada a la hostería - personas adultas .....	41
<b>Tabla 17-4:</b>	Precio de entrada a la hostería - niños .....	42
<b>Tabla 18-4:</b>	Medio de pago .....	43
<b>Tabla 19-4:</b>	Medios de promoción de la hostería.....	44
<b>Tabla 20-4:</b>	Demanda actual para actividades .....	45
<b>Tabla 21-4:</b>	Demanda actual para servicios complementarios.....	46
<b>Tabla 22-4:</b>	Demanda futura para consumidores .....	47
<b>Tabla 23-4:</b>	Demanda futura para actividades .....	48
<b>Tabla 24-4:</b>	Demanda futura para servicios complementarios.....	49
<b>Tabla 25-4:</b>	Talento humano para el área comercial.....	61
<b>Tabla 26-4:</b>	Rol de pagos del primer año para el talento humano del área comercial .....	62
<b>Tabla 27-4:</b>	Pago de comisiones al vendedor.....	62
<b>Tabla 28-4:</b>	Rol de pagos del primer año para el talento humano del área comercial .....	63
<b>Tabla 29-4:</b>	Rol de pagos para el talento humano del área comercial a partir del segundo año de actividad.....	63
<b>Tabla 30-4:</b>	Rol de pagos para el talento humano del área comercial a partir del segundo año de actividad.....	64
<b>Tabla 31-4:</b>	Activos fijos para el área comercial .....	64

<b>Tabla 32-4:</b>	Materiales e insumos para el área comercial .....	66
<b>Tabla 33-4:</b>	Materiales de promoción para el área comercial .....	66
<b>Tabla 34-4:</b>	Gastos por comercialización de terceros .....	67
<b>Tabla 35-4:</b>	Pago de comisiones operadora .....	67
<b>Tabla 36-4:</b>	Consumo aparente para los jefes del hogar, turistas nacionales y extranjeros .....	68
<b>Tabla 37-4:</b>	Consumo aparente piscinas .....	69
<b>Tabla 38-4:</b>	Consumo aparente visita a granja de aves .....	69
<b>Tabla 39-4:</b>	Consumo aparente pesca deportiva .....	69
<b>Tabla 40-4:</b>	Consumo aparente uso de baño turco -sauna-hidromasaje.....	70
<b>Tabla 41-4:</b>	Consumo aparente juegos recreacionales .....	70
<b>Tabla 42-4:</b>	Consumo aparente visita a huertos orgánicos.....	70
<b>Tabla 43-4:</b>	Consumo aparente recreación en toboganes acuáticos.....	71
<b>Tabla 44-4:</b>	Consumo aparente juegos de tenis de mesa y billar .....	71
<b>Tabla 45-4:</b>	Consumo aparente entretenimiento nocturno .....	71
<b>Tabla 46-4:</b>	Consumo aparente cuadrones .....	72
<b>Tabla 47-4:</b>	Consumo aparente tarabita .....	72
<b>Tabla 48-4:</b>	Consumo aparente todas las anteriores.....	72
<b>Tabla 49-4:</b>	Consumo aparente servicio de tours la fortaleza .....	73
<b>Tabla 50-4:</b>	Consumo aparente guíaanza.....	73
<b>Tabla 51-4:</b>	Consumo aparente servicio de heladería y cafetería.....	74
<b>Tabla 52-4:</b>	Consumo aparente tienda de souvenirs .....	74
<b>Tabla 53-4:</b>	Consumo aparente comidas típicas o buffet .....	74
<b>Tabla 54-4:</b>	Consumo aparente cabañas para hospedaje.....	75
<b>Tabla 55-4:</b>	Consumo aparente transporte turístico .....	75
<b>Tabla 56-4:</b>	Consumo aparente gimnasio.....	75
<b>Tabla 57-4:</b>	Consumo aparente cursos vacacionales.....	76
<b>Tabla 58-4:</b>	Consumo aparente discoteca .....	76
<b>Tabla 59-4:</b>	Consumo aparente todas las anteriores.....	76
<b>Tabla 60-4:</b>	Capacidad operativa para visitantes .....	77
<b>Tabla 61-4:</b>	Capacidad operativa para actividades.....	78
<b>Tabla 62-4:</b>	Capacidad operativa para servicios complementarios .....	79
<b>Tabla 63-4:</b>	Consumo aparente en función de la capacidad operativa para los visitantes .....	80
<b>Tabla 64-4:</b>	Consumo aparente para piscinas.....	80
<b>Tabla 65-4:</b>	Consumo aparente para granja de aves.....	81
<b>Tabla 66-4:</b>	Consumo aparente para pesca deportiva .....	81
<b>Tabla 67-4:</b>	Consumo aparente para uso de baño turco-sauna-hidromasaje .....	81

<b>Tabla 68-4:</b> Consumo aparente para juegos recreacionales .....	82
<b>Tabla 69-4:</b> Consumo aparente para visita a huertos orgánicos.....	82
<b>Tabla 70-4:</b> Consumo aparente para recreación en toboganes acuáticos .....	82
<b>Tabla 71-4:</b> Consumo aparente para juegos de tenis de mesa y billar .....	83
<b>Tabla 72-4:</b> Consumo aparente para entretenimiento nocturno .....	83
<b>Tabla 73-4:</b> Consumo aparente para cuadros .....	83
<b>Tabla 74-4:</b> Consumo aparente tarabita .....	84
<b>Tabla 75-4:</b> Consumo aparente todas las anteriores.....	84
<b>Tabla 76-4:</b> Consumo aparente servicio de tours la fortaleza .....	85
<b>Tabla 77-4:</b> Consumo aparente guíaanza.....	85
<b>Tabla 78-4:</b> Consumo aparente servicio de heladería y cafetería.....	85
<b>Tabla 79-4:</b> Consumo aparente tienda de souvenirs .....	86
<b>Tabla 80-4:</b> Consumo aparente comidas típicas o buffet .....	86
<b>Tabla 81-4:</b> Consumo aparente cabañas para hospedaje .....	86
<b>Tabla 82-4:</b> Consumo aparente transporte turístico .....	87
<b>Tabla 83-4:</b> Consumo aparente gimnasio.....	87
<b>Tabla 84-4:</b> Consumo aparente cursos vacacionales.....	87
<b>Tabla 85-4:</b> Consumo aparente discoteca .....	88
<b>Tabla 86-4:</b> Consumo aparente todas las anteriores.....	88
<b>Tabla 87-4:</b> Número de clientes proyectados para el servicio de hospedaje.....	107
<b>Tabla 88-4:</b> Programación de los espacios de la hostería .....	108
<b>Tabla 89-4:</b> Mano de obra directa .....	113
<b>Tabla 90-4:</b> Rol de pagos del primer año para la mano de obra directa del área productiva .	114
<b>Tabla 91-4:</b> Rol de pagos para la mano de obra directa del área productiva a partir del segundo año de actividad .....	116
<b>Tabla 92-4:</b> Mano de obra indirecta.....	117
<b>Tabla 93-4:</b> Rol de pagos del primer año para la mano de obra indirecta del área productiva	118
<b>Tabla 94-4:</b> Rol de pagos para la mano de obra indirecta del área productiva a partir del segundo año de actividad .....	119
<b>Tabla 95-4:</b> Activos fijos .....	120
<b>Tabla 96-4:</b> Materia prima, materiales e insumos .....	126
<b>Tabla 97-4:</b> Activos diferidos .....	128
<b>Tabla 98-4:</b> Matriz de Leopold proceso de construcción de la hostería.....	129
<b>Tabla 99-4:</b> Matriz de Leopold proceso de construcción de la hostería.....	130
<b>Tabla 100-4:</b> Matriz de Leopold funcionamiento de la hostería .....	131
<b>Tabla 101-4:</b> Matriz de Leopold funcionamiento de la hostería .....	132

<b>Tabla 102-4:</b> Resumen de la matriz de Leopold .....	133
<b>Tabla 103-4:</b> Medidas de mitigación .....	134
<b>Tabla 104-4:</b> Activos fijos .....	136
<b>Tabla 105-4:</b> Materiales e insumos .....	136
<b>Tabla 106-4:</b> Activos diferidos .....	137
<b>Tabla 107-4:</b> Ley de la Constitución de la república del Ecuador .....	138
<b>Tabla 108-4:</b> Ley de turismo .....	139
<b>Tabla 109-4:</b> Reglamento general de actividades turísticas .....	140
<b>Tabla 110-4:</b> Tipo de contribuyentes .....	141
<b>Tabla 111-4:</b> Requisitos y permisos de funcionamiento .....	146
<b>Tabla 112-4:</b> Manual de cargos y funciones del gerente.....	148
<b>Tabla 113-4:</b> Manual de cargos y funciones de la recepcionista/contadora.....	149
<b>Tabla 114-4:</b> Manual de cargos y funciones del vendedor.....	150
<b>Tabla 115-4:</b> Manual de cargos y funciones del abogado.....	151
<b>Tabla 116-4:</b> Manual de cargos y funciones del guía externo.....	152
<b>Tabla 117-4:</b> Manual de cargos y funciones del guardia .....	154
<b>Tabla 118-4:</b> Manual de cargos y funciones del técnico en mantenimiento .....	156
<b>Tabla 119-4:</b> Manual de cargos y funciones del personal de limpieza .....	157
<b>Tabla 120-4:</b> Manual de cargos y funciones del chef de cocina .....	158
<b>Tabla 121-4:</b> Manual de cargos y funciones del ayudante de cocina.....	159
<b>Tabla 122-4:</b> Manual de cargos y funciones del ama de llaves.....	160
<b>Tabla 123-4:</b> Manual de cargos y funciones del asistente de servicios.....	161
<b>Tabla 124-4:</b> Talento humano para el área administrativa.....	162
<b>Tabla 125-4:</b> Rol de pagos del primer año para el talento humano del área administrativa ..	162
<b>Tabla 126-4:</b> Rol de pagos para el talento humano del área administrativa a partir del segundo año de actividad.....	163
<b>Tabla 127-4:</b> Activos fijos .....	163
<b>Tabla 128-4:</b> Materiales e insumos .....	164
<b>Tabla 129-4:</b> Activos diferidos .....	165
<b>Tabla 130-4:</b> Servicios básicos .....	165
<b>Tabla 131-4:</b> Cuadro de resumen de inversiones .....	166
<b>Tabla 132-4:</b> Análisis de inversiones del año cero.....	167
<b>Tabla 133-4:</b> Usos y fuentes del proyecto.....	168
<b>Tabla 134-4:</b> Cálculo y pago de la deuda.....	169
<b>Tabla 135-4:</b> Tasa de interés activas para préstamo BanEcuador .....	170
<b>Tabla 136-4:</b> Depreciación de activos fijos.....	170



<b>Tabla 137-4:</b> Amortización de activos diferidos .....	171
<b>Tabla 138-4:</b> Estructura de costos y gastos .....	171
<b>Tabla 139-4:</b> Presupuesto de ingresos .....	172
<b>Tabla 140-4:</b> Punto de equilibrio .....	173
<b>Tabla 141-4:</b> Resumen del punto de equilibrio .....	174
<b>Tabla 142-4:</b> Rubro .....	174
<b>Tabla 143-4:</b> Balance de pérdidas y ganancias /estado de resultados .....	175
<b>Tabla 144-4:</b> Flujo de caja .....	175
<b>Tabla 145-4:</b> VAN-TIR, relación beneficio costo y período de recuperación del capital.....	176

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-4:</b>	Comercialización por terceros .....	50
<b>Figura 2-4:</b>	Página web .....	51
<b>Figura 3-4:</b>	Página de Facebook .....	51
<b>Figura 4-4:</b>	Cuenta de WhatsApp .....	52
<b>Figura 5-4:</b>	Página de correo electrónico .....	52
<b>Figura 6-4:</b>	Volante .....	53
<b>Figura 7-4:</b>	Hojas membretadas .....	53
<b>Figura 8-4:</b>	Aretes artesanías .....	54
<b>Figura 9-4:</b>	Recuerdos camisetas .....	54
<b>Figura 10-4:</b>	Logotipo .....	55

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-4:</b>	Edad de los potenciales visitantes .....	25
<b>Gráfico 2-4:</b>	Género de los potenciales visitantes.....	26
<b>Gráfico 3-4:</b>	Salcedo es un lugar turístico.....	27
<b>Gráfico 4-4:</b>	Salcedo no es un lugar turístico.....	28
<b>Gráfico 5-4:</b>	Lugares turísticos del cantón.....	29
<b>Gráfico 6-4:</b>	Motivos de visita a Salcedo.....	31
<b>Gráfico 7-4:</b>	Frecuencia de visita al cantón.....	32
<b>Gráfico 8-4:</b>	Con quien realiza sus paseos .....	33
<b>Gráfico 9-4:</b>	Procedencia del visitante .....	34
<b>Gráfico 10-4:</b>	Mulliquindil Santa Ana debe tener una hostería .....	35
<b>Gráfico 11-4:</b>	Características al escoger una hostería .....	36
<b>Gráfico 12-4:</b>	Actividades que podría realizar en una hostería.....	37
<b>Gráfico 13-4:</b>	Servicios complementarios.....	39
<b>Gráfico 14-4:</b>	Precio de entrada a la hostería - personas adultas .....	41
<b>Gráfico 15-4:</b>	Precio de entrada al complejo - niños.....	42
<b>Gráfico 16-4:</b>	Medio de pago .....	43
<b>Gráfico 17- 4:</b>	Medios de promoción de la hostería.....	44
<b>Gráfico 28- 4:</b>	Contratación del producto .....	90
<b>Gráfico 29-4:</b>	Flujograma de actividades destinadas a la relajación y diversión .....	91
<b>Gráfico 30-4:</b>	Flujograma de visita a granja de aves.....	92
<b>Gráfico 31-4:</b>	Flujograma de pesca deportiva.....	93
<b>Gráfico 32-4:</b>	Flujograma de visita a huertos orgánicos .....	94
<b>Gráfico 33-4:</b>	Flujograma de entreteniendo nocturno .....	95
<b>Gráfico 34-4:</b>	Flujograma de cuadrones.....	96
<b>Gráfico 35-4:</b>	Flujograma de tarabita.....	97
<b>Gráfico 36-4:</b>	Flujograma de heladería y cafetería .....	98
<b>Gráfico 37-4:</b>	Flujograma de tienda de souvenirs .....	99
<b>Gráfico 38-4:</b>	Flujograma de comidas típicas o buffet.....	100
<b>Gráfico 39-4:</b>	Flujograma de hospedaje.....	101
<b>Gráfico 40-4:</b>	Flujograma de transporte turístico.....	102
<b>Gráfico 41-4:</b>	Flujograma de cursos vacacionales .....	103
<b>Gráfico 42-4:</b>	Mapa de la Hostería "La Fortaleza" .....	104
<b>Gráfico 43-4:</b>	Ruta de acceso 1 .....	105

<b>Gráfico 44-4:</b> Ruta de acceso 2 .....	105
<b>Gráfico 45-4:</b> Primera planta.....	109
<b>Gráfico 46-4:</b> Segunda planta .....	109
<b>Gráfico 47-4:</b> Estacionamiento y área recreativa .....	110
<b>Gráfico 48-4:</b> Tarabita, huertos orgánicos, granja de aves y pesca deportiva.....	110
<b>Gráfico 49-4:</b> Área de cabañas y pista de cuadrones .....	111
<b>Gráfico 50-4:</b> Plano interno de las cabañas.....	111
<b>Gráfico 51-4:</b> Parte frontal de la cabaña .....	112
<b>Gráfico 52-4:</b> Vista posterior de la cabaña.....	112
<b>Gráfico 53-4:</b> Vista frontal de la fachada.....	113

## **ÍNDICE DE ANEXO**

### **ANEXO A: CUESTIONARIO**

## RESUMEN

La presente investigación propone: determinar la factibilidad para la implementación de una hostería en la parroquia Mulliquindil Santa Ana, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi. El trabajo se efectuó mediante la metodología de Muñoz 2019; a través del estudio de mercado, técnico, ambiental, legal-administrativos y evaluación económica -financiera; utilizando el método científico con la aplicación de técnicas estadísticas, descriptivas e inferenciales tomados de fuentes de información primaria y secundaria. En el estudio de mercado se determinó que el proyecto es viable donde el 80,88% de jefes de familia, turistas nacionales y extranjeros de un total 86,851 están de acuerdo con su implementación, brindando servicios de alojamiento, alimentación, heladería, pesca deportiva, juegos infantiles, granja de aves, huertos orgánicos, piscinas, toboganes, hidromasaje, turco, sauna, SPA, salón de eventos, tienda de suvenires, discoteca. El estudio ambiental se trabajó mediante la matriz de Leopold siendo el proyecto viable ambientalmente pues sus impactos en su mayoría son positivos con un total de 180 puntos. En el estudio legal – administrativo se estableció la estructura orgánica y funcional de la empresa, y en base al análisis del marco legal el proyecto funcionaria como persona natural, debiendo cumplirse los requisitos tributarios (RUC) del Servicio de Rentas Internas (SRI) y el GAD municipal del cantón Salcedo. Se aconseja se regule el registro pertinente estipulado en el reglamento de alojamiento turístico otorgado por el MINTUR, 2018; El proyecto es viable financieramente, pues el valor actual neto (VAN) es positivo con \$212,423.51; la tasa interna de retorno (TIR) es del 18%; el periodo de recuperación del capital se dará entre el cuarto y quinto año de iniciado el proyecto; la relación beneficio costo (RBC) es de \$ 1.46. Para su implementación se recomienda desarrollar el proyecto en base a la planificación presupuestaria de cada área y sus medidas de mitigación.

**Palabras clave:** <ESTUDIO DE FACTIBILIDAD>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <HOSTERÍA>, <ESTUDIO AMBIENTAL>, <ESTUDIO LEGAL-ADMINISTRATIVO>, <ESTUDIO TÉCNICO>, <MATRIZ LEOPOLD>, <ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO>



Firmado electrónicamente por:  
**CRISTHIAN  
FERNANDO  
CASTILLO RUIZ**



2109-DBRA-UTP-2021

## ABSTRACT

The present research aims to determine the feasibility for the implementation of a lodge in Mulliquindil Santa Ana village, Salcedo Canton, Cotopaxi province. The work was carried out using Muñoz 2019 methodology; through the market study, technical, environmental, legal-administrative and economic- financial evaluation; using the scientific method with the application of statistical techniques. descriptive and inferential techniques taken from primary and secondary information sources. In addition, in the market study, it was determined that the project is viable where 80.88% of heads of families, national and foreign tourists out of a total of 86,851 agree with its implementation, providing lodging services, food, ice cream parlor, sport fishing, children's games, bird farm, organic vegetable gardens, swimmingpools, water slides, whirlpool, turkish bath, sauna, SPA, event hall, souvenir store, and discotheque. The environmental study was carried out using the Leopold matrix, and the project is environmentally feasible because its impacts are mostly positive with 180 points. The legal-administrative study established the organic and functional structure of the company, and based on the analysis of the legal framework, the project will operate as a natural person and must comply with the tax requirements (RUC) of the Internal Revenue Service (IRS) and the GAD municipal from Salcedo canton. Furthermore, it is advisable to regulate the pertinent registry stipulated in the regulations of tourist accommodation granted by the MINTUR, 2018. The project is viable financially, the current Net value (VAN) is positive with \$ 212,423.51; the internal rate of return (TIR) is from 18%; the recovery period of capital will be given between the fourth and fifth year; The cost benefit ratio (RBC) is \$ 1.46. To sum, for its implementation it is recommended to develop the project based on the budget planning of each area and its measures mitigation.

Keywords: <FACTIBILITY STUDY>, <MARKET STUDY>, <LODGE>, <ENVIRONMENTAL STUDY>, <LEGAL-ADMINISTRATIVE STUDY>, <TECHNICAL STUDY>, <LEOPOLD MATRIX>, <FINANCIAL-ECONOMIC STUDY>

CRISTINA PAOLA  
CHAMORRO ORTEGA

Personalmente por CRISTINA PAOLA CHAMORRO ORTEGA  
de UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR  
UNIVERSITARIAS, 1 (AUTENTICIDAD DE CERTIFICACION DE  
SIGNATURAS)  
Ministerio de Educacion de este documento  
Código:  
Fecha: 2021-11-22 08:28:03

Msc. Cristina Chamorro O.  
DOCENTE INGLES  
FRN-TURISMO

## INTRODUCCIÓN

El turismo ha sido un sector generador de economía que se ha ido desarrollando a pasos agigantados a nivel mundial, siendo una de las pocas industrias productoras de beneficios económicos con más de 313 millones de empleos en todo el mundo, al mismo tiempo la Organización Mundial del Turismo [OMT] (2018), manifiesta que se ha considerado como el tercer mayor sector de comercio internacional con el 10,4% del producto interno bruto (PIB) en el año 2018, de manera que realiza un aporte significativo a la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible. Estos 17 objetivos según Naciones Unidas (2019), se crearon para procurar una mejor vida a futuro, a través de la erradicación de la pobreza, la protección al planeta y asegurando la prosperidad a nivel mundial.

De acuerdo con la OMT (2019, pp.2-10), desde el año 2011 la expansión del turismo se hace notoria pasando de 980 millones a 1.400 millones de turistas a nivel mundial en el 2018; así la actividad turística se ha constituido en una de la mayores actividades generadoras de ingresos monetarios para gobiernos, empresarios y comunidades receptoras en distintas partes del mundo, el mismo organismo señala que a nivel global los ingresos por turismo significaron en el año 2018 US\$ 1,34 billones, distribuidos mayormente en América, Europa, Asia y el Pacífico por la llegada de aproximadamente 1,326 millones de turistas internacionales, América también generó US\$ 326,000 millones por la llegada de 211 millones de turistas, motivados por ocio, recreación y vacaciones en países como Chile, Ecuador, Colombia, Paraguay, Uruguay, Nicaragua y el Caribe.

Las estadísticas antes mencionadas señalan que el turismo como actividad socioeconómica ha ido aportando significativamente a escala mundial, pero que actualmente a causa de la declaración de la COVID-19 como pandemia se ha visto afectado, ya que el sector tuvo que adoptar medidas de confinamiento por un lapso de tiempo; por lo tanto, el sector deberá plantearse retos debido al impacto generado en la oferta de servicios turísticos que nos lleva al análisis de un conjunto de factores relativos a los turistas, prestadores de servicios, así como variables territoriales vinculadas a las condiciones de los destinos y a la demanda de los servicios turísticos que implica estimar el impacto no solo por las restricciones de movilidad que se puedan imponer al desplazamiento de turistas, sino también estimar la contracción en la demanda de servicios turísticos.

Es así que los países de la región empiezan ya a tomar medidas para mitigar los efectos económicos, sociales de la pandemia, la protección del empleo y los ingresos de los trabajadores, apoyar a la supervivencia de los negocios, facilitar la recuperación del sector a corto plazo, promoción de la sostenibilidad, corporación regional podrían significar los retos para preparar al sector para su recuperación tras la pandemia.

La provincia de Cotopaxi es un potencial turístico por su ubicación geográfica, posee atractivos como el volcán Cotopaxi con 5.897 msnm, área de recreación el boliche, parque nacional Illinizas, laguna de Quilotoa, parque nacional Llanganates los más reconocidos a nivel nacional e



internacional por la llegada de 10,231 turistas mensuales (Hora, 2019). A pesar de ser atractivos promocionados a nivel provincial, la falta de infraestructura turística adecuada ha generado que los visitantes busquen alternativas en cantones (Latacunga, Salcedo, Saquisilí, Pujilí, Sigchos, La Mana, Pangua) cercanos para su estancia especialmente en alojamiento, por esta razón es necesario que se amplíe la oferta turística que aparte de servicios como hospedaje brinde otros servicios complementados con eficiente promoción turística para que el visitante conozca de la oferta de bienes y servicios en los que se incluyan las hosterías (Mena Herrera, 2017, pp.15-16).

Estas plantas turísticas buscan impulsar servicios de calidad desde el punto de vista del turista que preside en recibir un servicio de alojamiento, recreación, transporte, restaurante entre otros de calidad, a los cuales se adicionen atractivos y recursos humanos para diversificación de la oferta incluido el servicio que suministran los elementos de la planta turística. Esta oferta turística según Boullón (2003, p.37), “son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y un periodo dado”. Tras lo mencionado anteriormente si se impulsaran nuevos servicios turísticos que puedan cubrir los gustos y preferencias del turista, se conseguiría atraer a la demanda para que pernocte más días en la ciudad, además que se lograrían efectos positivos como la conservación del patrimonio natural y cultural (Morillo Moreno, 2011, pp.135-158).

La ciudad de Salcedo reconocida por el tradicional helado de sabores, el pinol, las fritadas y los exquisitos ornados, Además de su gastronomía existen atractivos como el parque nacional Llanganates, la laguna de anteojos, laguna de Yambo que permite el desarrollo de actividades turísticas, aunque existe un déficit en su planta turística debido a que los establecimientos para pernoctar quedan en el centro del cantón, a menos que el turista quiera experimentar la acampada en estos sitios con sus propios suministros. En la zona también existe una deficiencia de proyectos que vinculen la actividad turística con la oferta de recreación, además no se ha trabajado por mejorar la calidad de los servicios en las pocas hosterías, hoteles y más centros de recreación existentes (Pérez Guanoluisa, 2019, pp.19-20).

Un turismo con planificación orienta los emprendimientos que se pueden llevar a cabo en el territorio, estos contribuyen con las familias y los pueblos a salir de la pobreza, promueven el crecimiento económico y la inversión desde lo local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas, impulso a otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras.

En la parroquia Mulliquindil Santa Ana se practica como actividad turística la gastronomía, principalmente los fines de semana y feriados, sin embargo las actividades posibles a desarrollarse de acuerdo a las capacidades de la parroquia son visita a atractivos culturales, participación en celebraciones religiosas, festividades de la cabecera parroquial y comunidades a lo largo del año, observación de flora y fauna, deportes de aventura, mirador de Palama y los páramos de Guapán, lidia de gallos, cascada la Chorrera; cómo se puede ver el territorio cuenta con recursos naturales y

culturales que no se han potencializado turísticamente, entre otros aspectos, debido a que no se cuenta con suficiente infraestructura para alojamiento, alimentación y otros servicios que haga de la visita de los turistas una experiencia plena y les invite a retornar, se requiere por lo tanto que la oferta sea compatible con la demanda, uno de los aspectos que aportan y contribuyen a la solución de la problemática antes mencionada es la implementación de una hostería (Jimenez, 2017, pp.172-175). La hostería por otra parte ayudará a la diversificación de productos o servicios en la parroquia Mulliquindil Santa Ana, pues este proyecto aspira sea implantado en la zona rural libre de la contaminación que genera un espacio urbanizado como un medio de recreación, apunta además a impulsar el empleo para la localidad ya que al momento el 82,26 % de la población trabajan en la zona agrícola y un 10,26 % son manufactureros (Jiménez, 2017b: pp.172-175), se espera también contribuir a dinamizar la economía ya que el proyecto se apoyaría con proveedores de activos fijos, talento humano, materiales, materias primas e insumos de la misma zona.

Previo a la implementación de la hostería en la parroquia Mulliquindil Santa Ana, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi, es importante que se realice el análisis de factibilidad correspondiente, pues este según Luna (2001, p.1), sirve para determinar si el negocio será bueno o malo, en qué condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso, y si este contribuirá con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente en la localidad. Este análisis antes mencionado permitirá evaluar la viabilidad comercial, técnico - productivo, ambiental, organizacional y financiera del proyecto como medios para la toma de decisiones para implantar o no el proyecto. El documento se estructura en el siguiente orden: en el Capítulo I, se aborda el diagnóstico del problema a ser tratado por el proyecto técnico, seguido el Capítulo II en el cual se presenta la revisión de la literatura que fundamenta el estudio; luego, el Capítulo III detalla el marco metodológico a ser aplicado, y finalmente, Capítulo IV se indican los resultados según la metodología aplicada en estudio de mercado, estudio técnico, estudio ambiental, estudio legal administrativo y evaluación económica financiera.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

#### 1.1. Justificación

Cotopaxi cuenta con atractivos potenciales para atraer al turismo como el volcán Cotopaxi con 5,897 msnm en el cual el último año ha recibido 101, 882 visitantes en su parque nacional y la laguna de Quilotoa aportando significativamente a la economía, sin embargo no es suficiente para que el turismo se ubique entre los principales ingresos para el desarrollo de la provincia, ya que es un lugar lleno de hermosos atractivos que el viajero deseara conocer al visitar la Provincia del volcán más alto del mundo y que en muchos casos el turista no opta por esta opción debido a que los sitios de alojamiento turístico no se encuentran cerca de estos atractivos, lo que conlleva a que el visitante se desplace al cantón más cercano que es la ciudad de Latacunga, provocando una afluencia significativa en estos espacios.

También podemos mencionar que Salcedo es el cantón más visitado de la provincia después de su capital, por su ubicación geográfica posee una accesibilidad transcendental, ya que conecta a ciudades importantes del país, al norte con Latacunga, Quito y el principal acceso a la costa ecuatoriana que es la vía Aloag -Santo Domingo mientras que al sur se comunica con Ambato, Baños, puyo ya en el oriente ecuatoriano; y que por los atractivos como el parque nacional Llanganates, laguna de yambo, laguna de atocha, laguna de anteojos, mirador de palama, petroglifos, hacienda San Antonio, Nagsiche 2 y Galpón, aguas termales de Aluchán, árbol gigante de eucalipto podría significar una alternativa de pernoctación en el cantón para reducir el aglomeramiento en atractivos conocidos en la provincia. Cabe mencionar que para cubrir la demanda si se diversificara la oferta antes mencionada, Salcedo deberá implementar más servicios turísticos ya que los pocos existentes y registrados en el MINTUR como 3 hoteles (Jarfi, las Vegas, la Casona), 12 restaurantes, 1 salón de recepción, 10 karaokes y 3 hosterías no cubrirían los gustos y preferencias del turista.

Es así que se ha visto la necesidad de buscar nuevas alternativas de alojamiento en las parroquias, con el fin de captar a la demanda y que esta se interese en quedarse, cabe mencionar que no existen espacios de recreación en la parroquia Mulliquindil Santa Ana ubicada en la parte nor-este del cantón Salcedo y conocida como la tierra de los pescados que brinden las condiciones adecuadas para su visita, de manera que se pretende impulsar la creación de una hostería como una alternativa de emprendimiento familiar en una propiedad privada, esto ayudara a que las personas se reúnan y

gocen del paisaje que ofrece los espacios rurales, el proyecto apunta a diversificar el empleo a través de la actividad turística y a la vinculación de los negocios como proveedores. El 82.26 % de la población trabaja en la agricultura y el problema de estas actividades económicas es que no generan los recursos económicos suficientes que permitan cubrir sus necesidades Jiménez (2017, pp.172-175), se quiere demostrar con la presente iniciativa, que siendo pionera en la parroquia Mulliquindil Santa Ana es posible diversificar las actividades productivas, tanto así que en el futuro se espera contribuir con otras ideas turísticas al mejoramiento de las condiciones económicas, sociales de su población.

Se puede mencionar que la población cercana está en constante crecimiento como lo demuestra el Instituto nacional de estadísticas y censos [INEC] (2010) el cantón Salcedo paso de 60,504 habitantes en el año 2010 a 66,518 habitantes al año 2019, el mismo organismo señala que el cantón Latacunga también va en incremento poblacional pasando en el año 2010 de 176,842 habitantes a 202,878 al año 2019, así mismo ha crecido la visita a la parroquia Mulliquindil Santa Ana con 5,000 turistas en época de festividades en el año 2018 (GAD Parroquial Mulliquindil Santa Ana, 2019), se ha de indicar también que el crecimiento de visitas a la provincia de Cotopaxi es de 16.5%, a la ciudad de Latacunga su capital han llegado 750,786 turistas al año 2017. En base a este análisis se puede notar que el turismo se ha concentrado más en los lugares citados que el área rural, excepto a la visita del volcán Cotopaxi y la laguna de Quilotoa, para poder complementar esta oferta tanto para la población cercana, local y turistas se hace necesario implementar espacios recreativos con servicios como alojamiento, alimentación, pesca deportiva, áreas deportivas, juegos infantiles, juegos de salón (mesa de billar, ping pong), granja de aves, huertos orgánicos, piscinas, toboganes, hidromasaje, baño turco, sauna, SPA, salón de eventos, tienda de suvenires cafetería entre otros, la idea concebida inicialmente de esta manera debe ser valorada y ajustada conforme a los estudios que forman parte del análisis de factibilidad.

## **1.2. Objetivo**

### ***1.2.1. Objetivo general***

Determinar la factibilidad para la implementación de una hostería como una alternativa de emprendimiento familiar en la parroquia Mulliquindil Santa Ana, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi

### *1.2.2. Objetivos específicos*

- Determinar la viabilidad comercial, técnica, ambiental de una hostería en la parroquia Mulliquindil Santa Ana
- Establecer la viabilidad legal y administrativa para el funcionamiento de la hostería
- Definir la viabilidad económica y financiera de la hostería

## CAPÍTULO II

### 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA O FUNDAMENTOS TEÓRICOS

#### 2.1. Tipos de proyectos

##### 2.1.1. *Proyectos de inversión social*

De acuerdo con Córdova Padilla (2011, p.15), son aquellos que no tienen ánimo de lucro, no apuntan a la búsqueda de una rentabilidad sino un beneficio para la sociedad. A manera de acotación Pérez Robles (2015a , p.42), dice que para este proyecto es más importante medir la sostenibilidad, es decir los benéficos sociales aun cuando acabe el periodo de ejecución del proyecto.

##### 2.1.2. *Proyectos de inversión privada*

Conocidos como proyectos económicos son aquellos que persiguen un valor monetario, es decir, buscan una rentabilidad a partir de la comercialización de bienes o servicios. Además, Pérez Robles (2015b, p.42), indica que este proyecto permitirá recuperar la inversión del capital aportado en la empresa.

#### 2.2. Estudio de factibilidad

Vallejo Rojas (2004, p.8), menciona que, dependiendo de la dimensión del estudio, este puede llevarse a cabo en unos días e incluso en varios meses, ya que no solo se trata de redactar un documento sino de imaginar y poner a prueba toda su estructura técnica.

También Blanco (2007) dice que el principal objetivo del estudio de factibilidad de un proyecto es determinar la viabilidad social, económica y financiera haciendo uso de herramientas contables y económicas como lo son el cálculo del punto de equilibrio y el valor agregado. En cambio, el estudio de factibilidad de acuerdo con Espinel Montero (2011, pp. 21-25), es el análisis de una empresa para saber si el proyecto que se propone será bueno o malo, y en qué condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso.

### 2.3. Tipos de factibilidad

Para recomendar la aprobación de cualquier proyecto Córdova Padilla (2011, pp.10-20), dice: es preciso estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionaran el éxito o fracaso de una inversión:

- **Factibilidad técnica:** Determina si es posible física o materialmente ejecutar un proyecto
- **Factibilidad legal:** Determina la existencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto
- **Factibilidad económica:** Determina la rentabilidad de la inversión en un proyecto
- **Factibilidad de gestión:** Determina si existen las capacidades gerenciales internas de la empresa para lograr la correcta implementación y eficiente administración del negocio
- **Factibilidad ambiental:** Determina el impacto sobre el ambiente
- **Factibilidad política:** Corresponde a la intencionalidad de quienes deben decidir si quieren o no implementar un proyecto
- **Factibilidad social:** Establece los beneficios que la ejecución del proyecto traerá a la comunidad en el mejoramiento de su nivel de vida

Rodríguez Aranday (2018), en cambio señala que para determinar la factibilidad de los posibles proyectos se debe hacer las siguientes preguntas:

#### ¿Qué es lo que la gente quiere o necesita?

- Bienes y servicios que funcionen, que sirvan para lo que se producen.
- Bienes o servicios que los beneficien, es decir, que tengan un valor tangible o intangible para sus vidas.
- Que sean "mejores" que los de la competencia, "diferentes", o que nadie más ofrezca.
- Novedades: Innovar puede ser: mejorar algo, incorporar nuevos mecanismos, mejorar técnicas para hacer algo, reducir costos, satisfacer mejor una necesidad, adoptar nuevas técnicas promocionales, diferenciar productos a partir de conceptos del cliente.
- Servicios: El servicio es realmente una oportunidad de negocio para ofrecer algo. Contrario a lo que se piensa este tiene que ver con una disposición mental y de sentimientos; pocas veces es complicado o costoso. Interés, preocupación, simpatía, cortesía, integridad (sinceridad, responsabilidad y honestidad), conocimiento, atención, deseo de escuchar y responder. El servicio es realmente una oportunidad de negocio para ofrecer algo.

## **2.4. Viabilidad comercial**

El estudio de la viabilidad se lleva a cabo a través del análisis del sector en el que se va a desarrollar la actividad y el diseño de la estrategia comercial.

Para el análisis de la situación actual del área en estudio se debe considerar la competencia para conocer dónde se encuentran, que productos ofertan, a que precios los venden, que medios utilizan para llegar y posicionan en el mercado. Este análisis también determina parte de la población a la cual se quiere dirigir los bienes y/o servicios a producirse, que se conoce como segmento de mercado, además el estudio facilita definir en cantidad a los clientes potenciales que tendría el negocio y/o el volumen de unidades a producir. Por último, se analizan los proveedores, tomando en consideración los precios, la calidad, seriedad y rapidez con la que ofrecen los recursos necesarios para la ejecución del proyecto; y para finalizar se organiza la distribución del producto, como llegará al cliente final, una vez analizado el sector, se determinará la estrategia comercial a través del Plan de Marketing. (Lodi, 2014, p.17).

Se tomará en cuenta toda la información que se pueda recopilar del análisis realizado en el sector y reflejará la estrategia a considerar en relación al producto o servicio que se pretende ofertar, este estudio de viabilidad según Salazar (2014, p.21), es indispensable porque sirve también para evaluar los planes de expansión de negocios ya existentes, y responden a la pregunta de si es oportuno ampliar una organización basándose en los beneficios que traería la ejecución.

### **2.4.1. Elementos viabilidad comercial**

Los elementos de la viabilidad comercial según Espinoza (2009, p.247), son:

- **El mercado:** Relación establecida por las fuerzas de la oferta y demanda
- **La demanda:** Es la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a un valor monetario
- **La oferta:** Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un valor en unidad monetaria o precio

### **2.4.2. Estudio de mercado**

De acuerdo con Ojeda Pinto (2005) el estudio de mercado está encaminado a evaluar la posibilidad actual para que el bien o servicio entre al mercado en determinada zona; prevé el éxito o el fracaso para ofertar los bienes y/o servicios, considerando para ello los siguientes aspectos descripción del producto, características y usos, demanda del producto, oferta del producto, mercado potencial, formación del precio y canales de comercialización.



Para Vega (2008, p.24), además de lo antes mencionado el estudio de mercado es la manera que tiene los inversionistas de reunir, examinar y descifrar la información para llevar a cabo un plan de inversión, este no solo trata de establecer el mercado potencial sino que analiza internamente los segmentos con el fin de lograr las diversas características de los mismos.

Este plan de inversión según Weinberger (2009, p.37), contempla un resumen ejecutivo, descripción de la idea de negocio y el análisis de la industria. Conjuntamente Ortíz (2015) afirma que detalla el proceso sistemático que permitirá al inversionista llevar la dirección de sus inversiones hacia el cumplimiento de sus objetivos planteados.

### ***2.4.3. Plan de marketing***

Este plan de marketing según (Colmont Villacres & Landaburu Tufiño, 2014: pp.13-14), está completamente unido al marketing mix y a la famosa teoría de las 4 P, que corresponde a la adecuación de un producto por parte de la organización para involucrarlo en el mercado en base a los parámetros de:

- **Producto:** Bienes o servicios que pueden ser consumidos
- **Plaza:** Lugar físico o virtual en el que se venden los productos y que es obligatorio genere un canal de distribución interno y externo
- **Promoción:** Actividades de publicidad que se realizan para estimular a la demanda y conseguir ventas
- **Precio:** Precio marcado para el producto o servicio que busca una rentabilidad

En el lleva el segmento de mercado a dirigirse el producto, el posicionamiento en el mercado que pretende alcanzar, objetivos de marketing, mezcla de mercadotecnia, descripción de los bienes y servicios, estrategia de precios, estrategias de distribución, estrategias de promoción - postventa y estrategia de posicionamiento (De la cruz Santamaría, 2019, p.27).

### ***2.4.4. Participación en el mercado o market shake***

Es el porcentaje que ocupa en el mercado una compañía, marca, producto o servicio, siendo esencial para obtener utilidades relativamente altas; fomentando la expansión, a través de ello una empresa cuenta con más presupuesto para invertir en publicidad, estrategias posventa, investigación de mercado, segmentación y sistemas de lobby (Agency, 2001).

## **2.5. Capacidad operativa**

La capacidad operativa describe la infraestructura y conocimientos disponibles requeridos para producir bienes y/o servicios (productos) optimizando sus usos, para alcanzar mayor eficiencia y productividad en las empresas (Estela y Castro, 2017: pp.17-28).

## **2.6. Estudio técnico**

El estudio técnico de acuerdo con Rosales (2005, p.1), permite plantear y examinar las distintas alternativas tecnológicas para producir bienes y servicios a requerirse, lo que conlleva a verificar la factibilidad en cada una de ellas, este estudio asimismo identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones indispensables para el proyecto, por lo consiguiente, los costos de inversión y de operación requeridos.

El estudio técnico consiste del mismo modo en la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva (Rodríguez Aranday, 2018, p.19).

## **2.7. Estudio ambiental**

El estudio de impacto ambiental es un documento que está propuesto a pronosticar, valorar y considerar medidas preventivas o corregir las consecuencias de los efectos ambientales que determinadas acciones antrópicas pueden causar sobre la calidad de vida del hombre y su entorno (Coria, 2008, pp.125-135).

Este impacto según Unisalle (2011, p.158), “es la alteración de la calidad del medio ambiente abiótico o biótico que puede ser benéfico o perjudicial y que es generado por una actividad humana”.

### ***2.7.1. Metodología del estudio de impacto ambiental***

Esta metodología debe poder reflejar si existe o no impacto (positivo o negativo) sobre los factores ambientales (entre los cuales se incluye al hombre y su medio social) de las acciones del proyecto según Coria (2008a , pp.125-135) manifiesta que:

- **La matriz de interacción de Leopold**

Es una matriz de doble entrada tiene como filas los factores ambientales que pueden ser afectados y como columnas las acciones que tendrá lugar y que pueden causar impactos, cada cuadro se divide en diagonal la parte superior contiene la magnitud precedida del signo “+” o “-”, según el impacto sea positivo o negativo, la escala empleada incluye valores del 1 al 10, la suma por filas indica la

incidencia de las acciones sobre cada factor y la suma de las columnas provee la valoración del efecto que cada acción producirá (Coria, 2008b, pp. 125-135).

## **2.8. Organización empresarial**

La función de planificación constituye el objetivo y estrategia principal para lograr una buena organización empresarial, mientras que su desarrollo establece la estructura orgánica que lo permita.

En la estructura de la empresa, así lo menciona Martillo (s.f.a, p.12), conviven la organización formal e informal:

- **Organización formal:** Es la configuración intencional que se hace de las diferentes tareas y responsabilidades, fijando su estructura de manera que se logren los fines establecidos por la empresa.
- **Organización informal:** Se conforma mediante una red de relaciones informales que se producen en el ámbito empresarial y que no han sido planificadas por la dirección ni establecidas con anterioridad.

### ***2.8.1. Fases del proceso organizativo***

Para dotar de organización según Martillo (s.f.b, p.12), una empresa es preciso seguir una serie de pasos:

- Determinar claramente la actividad que se va a realizar
- Efectuar la división de esta actividad
- Ordenar las divisiones y señalar las personas que se responsabilizarán de cada una de ellas
- Establecer los medios materiales y humanos que requiera cada división, fijando el papel de cada uno
- Implantar un sistema de comunicación que permita que las distintas partes de la organización tengan la información necesaria para tomar decisiones
- Fijar un sistema de control, las organizaciones interactúan siempre en un entorno muy cambiante al que han de adaptarse constantemente

## **2.9. Estudio económico financiero**

En el estudio de la viabilidad económica se pretende definir, mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es recomendable su implementación y posterior

operación, donde se reconocen tres etapas o niveles en que se clasifican los estudios de acuerdo con su profundidad, calidad y cantidad de información utilizada, siendo esta última etapa la de factibilidad.

## **2.10. Hostería**

Dentro del Reglamento de Alojamiento Turístico en el Art.12 de clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura, según el Ministerio de Turismo (2018, p.8), define a la hostería como:

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado, que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Esto permite conocer los requerimientos de infraestructura básica con que debe contar este alojamiento.

### **2.10.1. Requisitos**

De acuerdo con el MINTUR (2015, pp.46-56), se debe contar por lo menos con los siguientes servicios/actividades:

- Piscina
- Hidromasaje
- Baño turco
- Sauna
- SPA
- Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc., se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales
- Salones y/o áreas para eventos
- Vinculación a una actividad agropecuaria
- Realizar caminatas
- Realizar cabalgatas
- Realizar rodeos
- Vinculación de la comunidad local en las actividades turísticas realizadas por el establecimiento

- Equipo de uso diario para actividades del establecimiento (al menos botas de caucho y poncho de aguas)
- Juegos de salón (mesas de billa y/o billar, mesas de ping pong)
- Áreas deportivas
- Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la autoridad competente.

### **2.11. Proyecto de inversión**

De acuerdo con (Bárcenas Maldonado et al., 2008: p.32) el proyecto de inversión se debería evaluar a través de la aplicación de métodos, para que en caso de ejecutarse la inversión tenga una alta posibilidad de llegar al éxito.

Un proyecto de inversión es una propuesta técnica y económica para resolver un problema de la sociedad utilizando los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles, mediante un documento escrito que comprende una serie de estudios que permite al inversionista saber si es viable su realización (Córdova Padilla, 2011, pp. 10-20).

Reyes Cruz (s.f.) acota que este proyecto de inversión tiene por objetivo conocer su rentabilidad económica y social, a modo que solvete una necesidad humana en forma eficaz, segura y adecuada, estableciendo recursos financieros a considerarse en la alternativa adoptada.

## CAPÍTULO III

### 3. MARCO METODOLÓGICO

El proyecto se realizará en una propiedad familiar ubicado en el barrio Rosa Peña, parroquia Mulliquindil Santa Ana, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

#### 3.1. Métodos de investigación

El método científico para el presente trabajo corresponde al empírico con la aplicación de técnicas estadísticas y descriptivas e inferenciales para el análisis de los resultados de los estudios: de mercado, técnico, ambiental, legal-administrativos y evaluación financiera-económica; y teórico con la aplicación de citas y referencias bibliográficas para complementar la medición de las variabilidades anteriormente indicadas.

#### 3.2. Tipos de investigación

El tipo de investigación a aplicarse es de campo, con ayuda de fuentes de información primaria, apoyada además con la suma de información secundaria existente, que corresponde a la investigación cualitativa y cuantitativa cimentada en las distintas concepciones de la realidad social, en el modo de conocerla científicamente y el uso de herramientas metodológicas que se emplea para analizarla.

##### 3.2.1. Método cuantitativo

Se fundamenta en la medición de la característica de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de manera deductiva. (Navarro Chávez,2014, p.196).

##### 3.2.2. Método cualitativo

Se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar, su preocupación no es medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. (Navarro Chávez,2014, p.196).

### 3.3. Técnica

La técnica aplicada en el presente trabajo para la recolección de información de acuerdo con el tipo de investigación es la entrevista, mediante el cuestionario como instrumento, a base de información primaria con la aplicación de encuestas y trabajo de campo.

### 3.4. Metodología para el cumplimiento de los objetivos específicos

Con el objetivo de implementar una hostería en la parroquia Mulliquindil Santa Ana, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi se expondrá a continuación el procedimiento para llevarse a cabo el estudio de factibilidad a través de la metodología de Muñoz (2019, pp.1-45).

Para el cumplimiento del **primer objetivo** que es determinar la viabilidad comercial, técnica, ambiental de una hostería en la parroquia Mulliquindil Santa Ana, se ejecutó las siguientes actividades:

### 3.5. Estudio de mercado

#### 3.5.1. *Análisis de la demanda*

Se podría trabajar en base a la segmentación el mercado; universo; muestra (que puede variar en función de la confiabilidad y el error, que está en dependencia de las respuestas que se quieren lograr, tomando en cuenta que en la actualidad se cruza por la dificultad del coronavirus); dependiendo de las posibilidades se aspira aplicar la técnica de entrevistas en forma directa, de no poder hacerlo se aplicara la estrategia de recolección de información a través de los formatos Google, SurveyMonkey y otras plataformas a través de los cuales se enviarían un número extremadamente mayor de cuestionarios para que pudieran retornar el número de respuestas que realmente se necesitan, esto en cuanto a la técnica e instrumento para la recolección de información, análisis de los resultados de la demanda a través de gráficos, cuadro y texto con la respectiva interpretación; en base a las respuestas de los informantes se presentará un cuadro resumen en el cual aparecerá el perfil de los potenciales clientes.

##### 3.5.1.1. *Muestra*

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{N * (P * Q)}{(N - 1) * \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (P * Q)}$$

**En donde:**

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio es

e: margen de error o precisión admisible (10%)

z: nivel de confianza (1.645)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (05)

*3.5.1.2. Instrumento de investigación según la técnica*

Se elaborará una guía de entrevista como instrumento de investigación para determinar la identificación general del futuro cliente, la intención de compra del producto, consumo en cantidad, frecuencia de adquisición, ubicación del local, precio que estaría dispuesto a pagar, forma de adquirir el producto, cuáles son los medios de información que se emplea, lugares donde adquiere generalmente el producto, se puede conocer aspectos positivos y negativos de la competencia. (ANEXO A)

*3.5.2. Demanda actual*

La demanda actual se calculará de acuerdo a la aceptación en base al universo de estudio demanda potencial.

- Demanda actual por clientes: Se multiplicará el porcentaje de aceptación del proyecto por el universo.
- Demanda actual de bienes/servicios: Se multiplicará el porcentaje de cada servicio complementario por la demanda actual.

*3.5.3. Demanda futura*

- Demanda futura por clientes: La demanda futura se calculará de acuerdo a la demanda actual, aplicando la fórmula del incremento compuesto  $C_n = C_0 (1+i)^n$  en donde i corresponde al porcentaje de crecimiento de la población de la ciudad de Salcedo.
- Demanda futura de bienes/servicios: Se multiplicará los datos de la demanda futura de clientes por el porcentaje del servicio de mayor preferencia de los potenciales clientes.



#### **3.5.4. *Análisis de la competencia***

En función de las condiciones sanitarias (CORONAVIRUS) que actualmente atraviesa nuestro país; la alternativa válida técnica y científicamente para determinar la competencia es a partir de los datos de la demanda la participación del proyecto en el mercado, lo que se entiende por captación, la misma que será establecida en función de un cálculo inicial de inversiones, costos, tomando en cuenta la rotación de los visitantes a la visita de la hostería.

#### **3.5.5. *Confrontación demanda vs competencia o demanda insatisfecha***

En función de las condiciones sanitarias (CORONAVIRUS) que actualmente atraviesa nuestro país, no se puede determinar la demanda insatisfecha.

#### **3.5.6. *Plan mercadotécnico***

Se diseñarán los medios para la promoción y publicidad para emplearse a futuro para promover las ventas. Por otra parte, se determinará el lugar de venta de los bienes y servicios de la hostería, a través de definir el o los canales de comercialización (plaza).

#### **3.5.7. *Requerimientos para el área comercial***

Finalmente se precisará el presupuesto necesario para el área comercial y que permita la venta de los bienes y servicios del proyecto en talento humano, materiales e insumos, materiales de promoción, activos fijos.

Para definir la viabilidad técnica se efectuará el estudio técnico correspondiente, el mismo que se sintetiza en el siguiente procedimiento:

### **3.6. Estudio técnico**

En base a la información que generará el estudio de mercado se determinará la capacidad operativa en función de la participación del proyecto en el mercado o en su defecto empleando serie de datos históricos.

### ***3.6.1. Capacidad operativa***

Se determinará en función de la capacidad instalada o capacidad utilizada, o en función de la capacidad diseñada, o considerando una demanda objetiva.

### ***3.6.2. Proceso de producción del producto***

Se realizará el diagrama de flujo del proceso de producción del producto, empleando el diagrama de bloques o cualquier otra matriz a considerar.

### ***3.6.3. Localización del producto***

Macro y micro localización

### ***3.6.4. Tamaño de la empresa***

Se realizará el diseño técnico del proyecto a través de un plano, se establecerá dependiendo de las condiciones del territorio y el número de clientes que serán atendidos por la hostería.

### ***3.6.5. Requerimientos para el área productiva***

Se determinará el talento humano acorde a los procesos y tiempo de producción de los bienes o servicios.

Se fijará los requerimientos de activos fijos, servicios básicos, mantenimiento, materia prima, insumos y combustible.

## **3.7. Estudio ambiental**

Se analizará los impactos ambientales que se pueden generar al implementar la hostería sobre el agua, el suelo, al aire, las especies entre otros, a través de la matriz de Leopold, se diseñarán las medidas de mitigación con su presupuesto.

Para el cumplimiento del **segundo objetivo**, el cual es establecer la viabilidad legal y administrativa para el funcionamiento de la hostería se realizará de la siguiente manera:

### **3.8. Estudio legal - administrativa**

Se procederá al análisis del marco legal que permita definir el tipo de organización que facilite el funcionamiento y la administración de la hostería, que tentativamente podría ser como persona natural debiendo cumplirse los requisitos tributarios (RUC), el propietario deberá asumir la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa; además deberá declarar sus impuestos bajo el régimen general según el SRI (2020), por todas sus transacciones y presentar sus declaraciones de acuerdo a su actividad económica, no obstante desde la legislación ecuatoriana se entiende que existen otras formas organizacionales y empresariales para el funcionamiento de los negocios, por lo que siempre será necesario examinar el marco legal del país y rectificar o ratificar la aspiración de crear la empresa turística familiar.

Una vez definido el tipo de organización se diseñará su estructura:

- Organizacional y funcional
- Manual de funciones por competencia utilizando la metodología del gobierno departamental de Nariño Colombia
- Reglamento interno

#### ***3.8.1. Requerimientos para el área administrativa***

Se estipulará el presupuesto para los requerimientos de talento humano, activos fijos, activos diferidos, materiales e insumos, servicios básicos.

Para el cumplimiento del **tercer objetivo**, que busca definir la viabilidad económica y financieramente de la hostería.

### **3.9. Estudio económico y financiero**

Se determinará los recursos económicos a través del cálculo de las presentes variables:

- Análisis de inversiones
- Usos y fuentes del proyecto
- Cálculo del pago de la deuda
- Depreciación de activos fijos
- Amortización de activos diferidos
- Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto
- Presupuesto de ingresos
- Balance de pérdidas y ganancias/ estado de resultados

- Flujo de caja

Para la evaluación financiera del proyecto se determinará a través de los indicadores de rentabilidad, flujo de caja, relación beneficio / coste, VAN y TIR, y el periodo de recuperación del capital.

## CAPITULO IV

### 4. RESULTADOS

#### 4.1. Estudio de mercado

##### 4.1.1. *Análisis de la demanda*

###### 4.1.1.1. *Segmentación*

Los servicios de la hostería están dirigidos a la población local del cantón Salcedo, a turistas nacionales que se desplazaron en el último feriado en la provincia de Cotopaxi y extranjeros que visitaron la misma en el año 2019.

###### 4.1.1.2. *Universo*

El universo de estudio para la demanda es de 13,246 jefes de familia en total de sus parroquias, considerando también el índice de pobreza del cantón Salcedo (INEC, 2010). Según Carrasco (2019, pp.24-34), los turistas nacionales que se desplazaron por la provincia de Cotopaxi en el último feriado es de 8,646 y 64,959 extranjeros también visitaron los atractivos naturales con mayor afluencia en la provincia como el parque nacional Cotopaxi, reserva ecológica los Ilinizas, área recreacional El Boliche y Laguna de Quilotoa (Diario la hora, 2019).

###### 4.1.1.3. *Muestra*

La muestra del universo se calculó a través de la siguiente fórmula estadística según los jefes de familia del cantón Salcedo, turistas nacionales que se desplazaron en el último feriado en la provincia de Cotopaxi y extranjeros que visitaron la misma en el año 2020.

$$n = \frac{N * (P * Q)}{(N - 1) * \left(\frac{e}{2}\right)^2 + (P * Q)}$$

**En donde:**

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio es de 86,851

e: margen de error o precisión admisible (10%)

z: nivel de confianza (1.645)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

$$n = \frac{86,851 * (0.5) * (0.5)}{(86,851 - 1) * \left(\frac{0,1}{1,645}\right)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

$$n = \frac{21,713}{321,20}$$

$$n = 68$$

#### 4.1.1.4. Estratificación de la muestra

### 1. Definición de los estratos de los jefes de familia del cantón Salcedo, turistas nacionales que se desplazaron en el último feriado en la provincia de Cotopaxi y extranjeros que visitaron la misma en el año 2019

**Tabla 1-4:** Definición de los estratos

<b>Estratos</b>	<b>Personas</b>
Jefes de familia	13,246
Turistas nacionales	8,646
Turistas internacionales	64,959
<b>Total</b>	<b>86,851</b>

Fuente: INEC 2010, Carrasco 2019 & Diario la hora 2019

Realizado por: Bautista, D. 2020

### 2. Factor de estatificación para los jefes de familia del cantón Salcedo, turistas nacionales que se desplazaron en el último feriado en la provincia de Cotopaxi y extranjeros que visitaron la misma en el año 2019

La estratificación se hizo en base al siguiente procedimiento.

$$f = \frac{n}{N}$$

**En donde:**

f: Factor de estratificación

n: Tamaño de la muestra

N: Universo de estudio

$$f = \frac{n}{N} = \frac{68}{86,851} = 0.00078$$

**Tabla 2-4:** División de la muestra

<b>Estratos</b>	<b>Personas</b>	<b>Número de encuestas aplicar</b>
Jefes de familia	$13,246 \times 0.00078$	10
Turistas nacionales	$8,646 \times 0.00078$	7
Turistas internacionales	$64,959 \times 0.00078$	51
<b>Total</b>		<b>68</b>

**Fuente:** INEC 2010, Carrasco 2019 & Diario la hora 2019

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

#### 4.1.1.5. *Técnica*

La técnica empleada para obtener información de los jefes de familia del cantón Salcedo, turistas nacionales que se desplazaron en el último feriado en la provincia de Cotopaxi y extranjeros que visitaron la misma en el año 2019 es la entrevista.

#### 4.1.1.6. *Instrumento de investigación*

La guía de entrevista para los jefes de familia del cantón Salcedo, turistas nacionales que se desplazaron en el último feriado en la provincia de Cotopaxi y extranjeros que visitaron la misma en el año 2019 se encuentra adjunta en el **(ANEXO A)**.

#### 4.1.1.7. Resultados del estudio de la demanda

Demanda de los jefes de familia del cantón Salcedo, turistas nacionales que se desplazaron en el último feriado en la provincia de Cotopaxi y extranjeros que visitaron la misma en el año 2019.

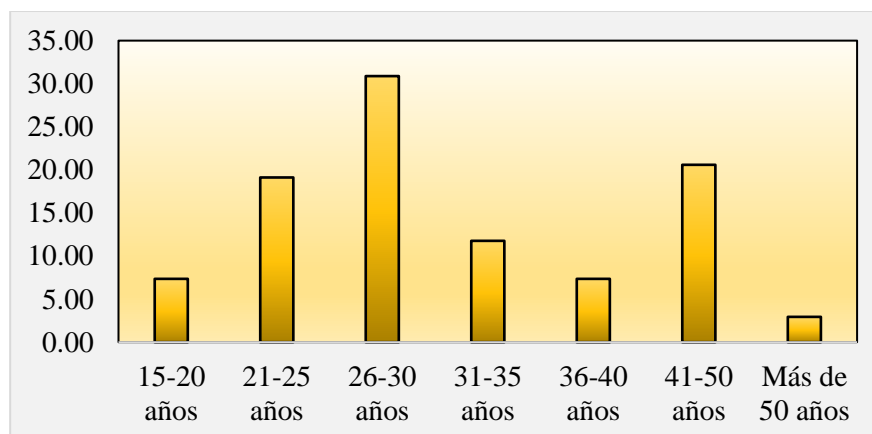
### Edad

**Tabla 3-4:** Edad de los potenciales visitantes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
15-20 años	5	5	7.35	7.35
21-25 años	13	18	19.12	26.47
26-30 años	21	39	30.88	57.35
31-35 años	8	47	11.76	69.12
36-40 años	5	52	7.35	76.47
41-50 años	14	66	20.59	97.06
Más de 50 años	2	68	2.94	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 1-4:** Edad de los potenciales visitantes

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 3-4 y gráfico 1-4 el 30.88% de los individuos se encuentra entre 26-30 años, el 20.59% de 41-50 años, el 19.12% de 21-25 años, con 11.76% de 31-35 años, el 7.35% entre 15-20 años y 36-40 años; y el 2.94% más de 50 años de edad.

En relación a este indicador, se observa que mayor interés por la hostería tienen los visitantes que están en la edad comprendida entre los 26 y 30 años.



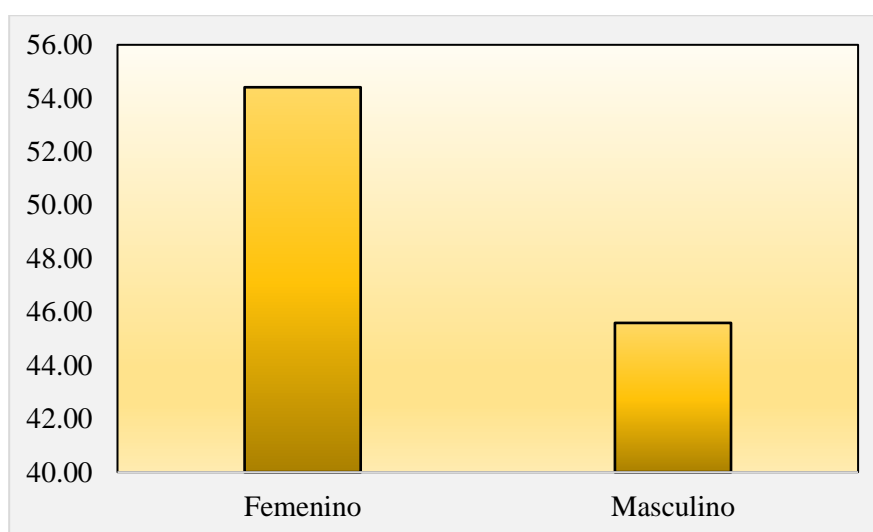
## Género

**Tabla 4-4:** Género de los potenciales visitantes

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Femenino	37	37	54.41	54.41
Masculino	31	68	45.59	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 2-4:** Género de los potenciales visitantes

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 4-4 y el gráfico 2-4 el 54.41% de los potenciales visitantes son de género femenino y el 45.59% restantes al género masculino.

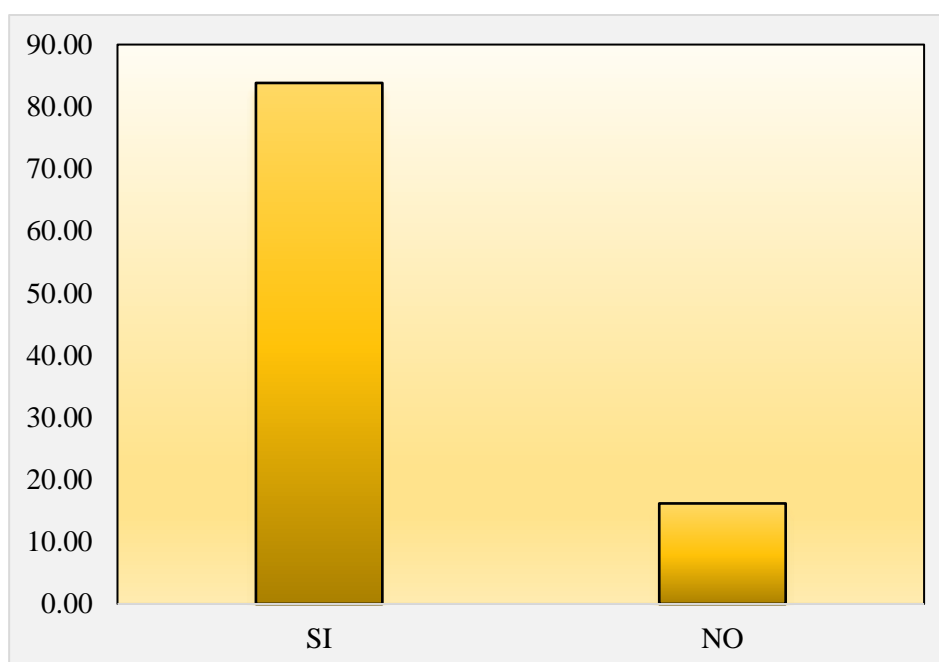
### 1) ¿Califica usted al cantón Salcedo como un lugar turístico?

**Tabla 5-4:** Salcedo es un lugar turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
SI	57	57	83.82	83.82
NO	11	68	16.18	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 3-4:** Salcedo es un lugar turístico

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 5-4 y el gráfico 3-4, la mayor parte de los encuestados consideran al cantón como un lugar turístico, lo cual se demuestra con un resultado del 83.82%; en tanto que 11 encuestados que representan el 16.18% no lo consideran así.

Ante esto se puede manifestar que es necesario poner énfasis en la promoción del cantón Salcedo debido al potencial que posee como lugar turístico de la provincia de Cotopaxi.

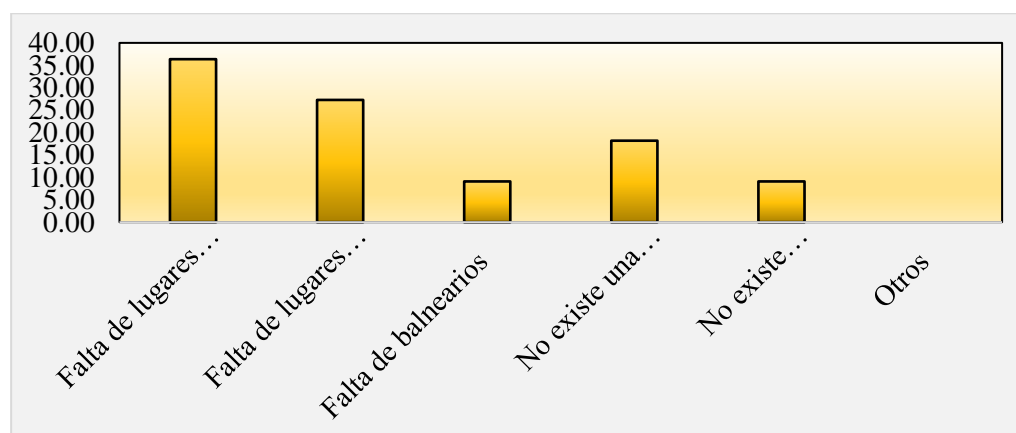
## 2) ¿Por qué considera usted que Salcedo no es un lugar turístico?

**Tabla 6-4:** Salcedo no es un lugar turístico

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Falta de lugares para hospedarse	4	4	36.36	36.36
Falta de lugares de recreación	3	7	27.27	63.64
Falta de balnearios	1	8	9.09	72.73
No existe una guía turística	2	10	18.18	90.91
No existe señalización de los lugares turísticos	1	11	9.09	100.00
Otros	0	11	0.00	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 4-4:** Salcedo no es un lugar turístico

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 6-4 y el gráfico 4-4, la mayor parte de los encuestados no consideran al cantón como un lugar turístico, debido a que el 36.36% menciona que hacen falta lugares para hospedarse, el 27.27% indican que faltan lugares de recreación, el 18.18% manifiestan que no existe una guía turística en el cantón, el 9.09% afirman que por la falta de balnearios y que no exista señalización de los lugares turísticos poco conocen de ellos; y ninguno ha mencionado otros.

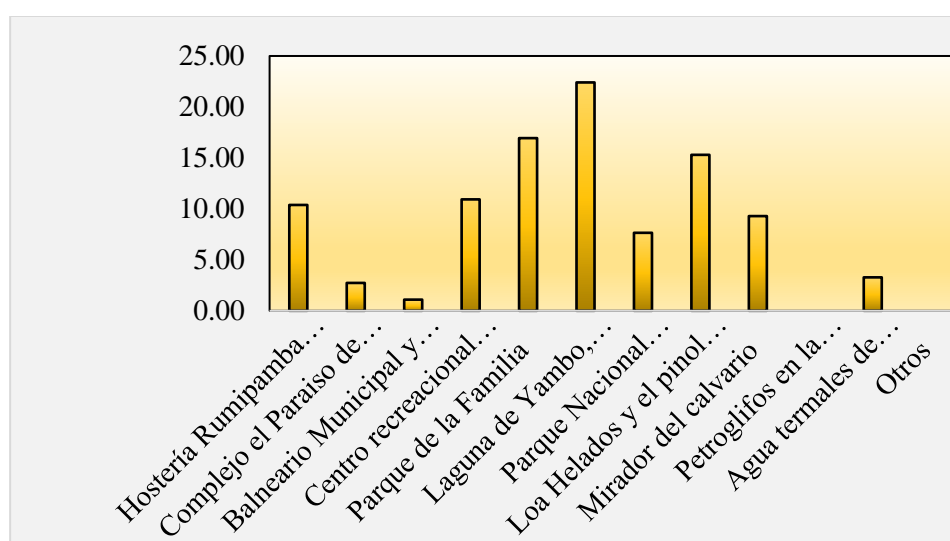
### 3) ¿Qué lugares turísticos visita con frecuencia en el cantón?

**Tabla 7-4:** Lugares turísticos del cantón

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Hostería Rumipamba de las rosas, El Surillal e Imperio Real	19	19	10.38	10.38
Complejo el Paraíso de María	5	24	2.73	13.11
Balneario Municipal y Virgen del Cisne	2	26	1.09	14.21
Centro recreacional Nagsiche	20	46	10.93	25.14
Parque de la Familia	31	77	16.94	42.08
Laguna de Yambo, Atocha y Antejos	41	118	22.40	64.48
Parque Nacional Llanganates	14	132	7.65	72.13
Loa Helados y el pinol de Salcedo	28	160	15.30	87.43
Mirador del calvario	17	177	9.29	96.72
Petroglifos en la parroquia Mulalillo	0	177	0.00	96.72
Aguas termales de Aluchán	6	183	3.28	100.00
Otros	0	183	0.00	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 5-4:** Lugares turísticos del cantón

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 7-4 y el gráfico 5-4, la mayor parte de los encuestados con 22.40% visitan la laguna de Yambo, Atocha y Anteojos, seguido del 16.94% que acuden al parque de la familia, el 15.30% prueban los heladitos y el pinol de Salcedo, el 10.93% asisten al centro recreacional Nagsiche, el 10.38% conocen las instalaciones de la hostería Rumipamba de las Rosas, El Surillal e Imperio Real, el 9.29% les gusta apreciar la vista a la ciudad en el mirador del Calvario, el 7.64% ya conoce el Parque Nacional Llanganates, el 3.28% apenas conocen las aguas termales de Aluchán ubicadas en la parroquia Cusubamba, el 2.73% acuden al complejo el Paraíso de María; mientras que 1.09% hacen uso de la infraestructura del balneario Municipal y Virgen del Cisne, cabe mencionar que todavía existe un desconocimiento por parte de los visitantes por otros atractivos como en el caso de los petroglifos en la parroquia Mulalillo.

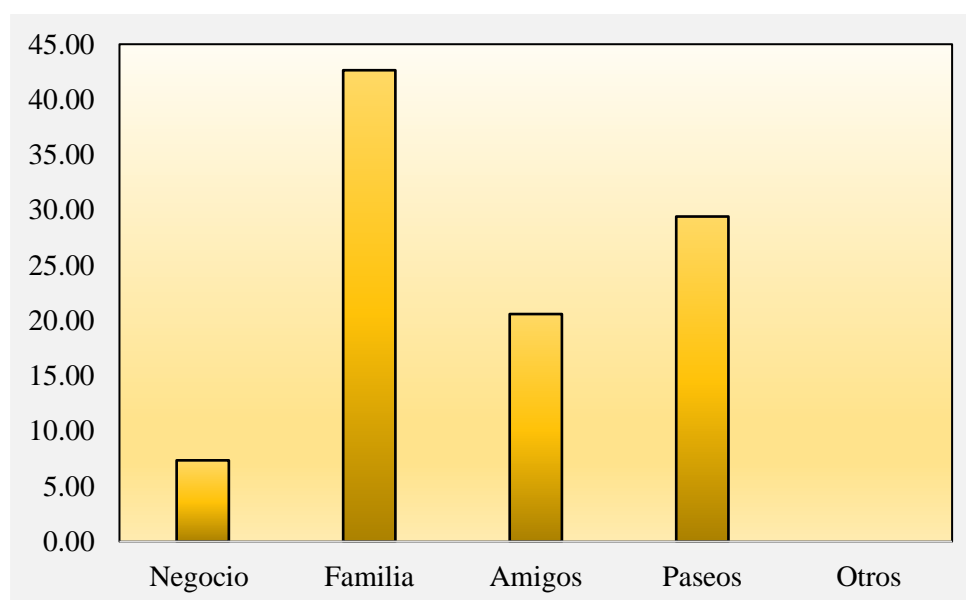
#### 4) ¿Por qué motivos visita este cantón y con qué frecuencia?

**Tabla 8-4:** Motivos de visita a Salcedo

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Negocio	5	5	7.35	7.35
Familia	29	34	42.65	50.00
Amigos	14	48	20.59	70.59
Paseos	20	68	29.41	100.00
Otros	0	68	0.00	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 6-4:** Motivos de visita a Salcedo

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

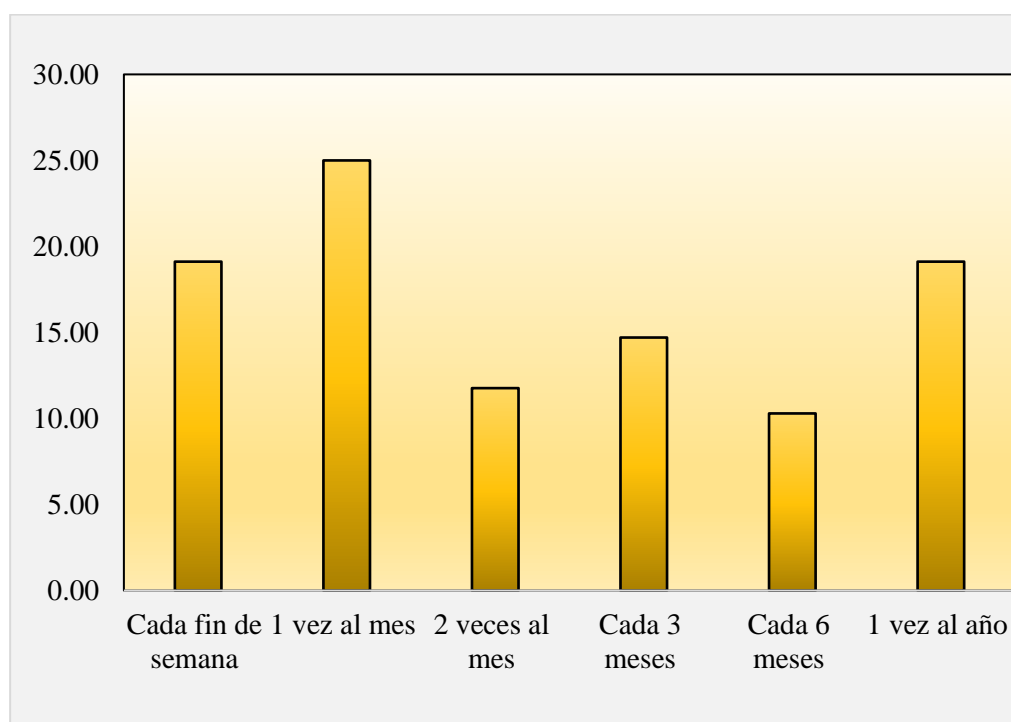
Según la tabla 8-4 y el gráfico 6-4, se desprende que: el 42.65% se encuentran en Salcedo por motivo de visita a familiares, seguido del 29.41% que llegan al cantón por paseo, con 20.59% por visita a los amigos: y el 7.35% que lo hacen por negocios.

**Tabla 9-4:** Frecuencia de visita al cantón

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Cada fin de semana	13	13	19.12	19.12
1 vez al mes	17	30	25.00	44.12
2 veces al mes	8	38	11.76	55.88
Cada 3 meses	10	48	14.71	70.59
Cada 6 meses	7	55	10.29	80.88
1 vez al año	13	68	19.12	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 7-4:** Frecuencia de visita al cantón

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 9-4 y el gráfico 7-4, de las personas visitantes, el 25.00% mencionan que vienen a Salcedo una vez al mes; el 19.12% cada fin de semana y 1 vez al año; el 14.71% cada 3 meses; con 11.76% 2 veces al mes; en tanto que el 10.29% indican que visitan Salcedo cada 6 meses.

En consecuencia, la mayoría de las personas encuestadas manifiestan que visitan Salcedo una vez al mes, lo que debe considerarse para la apertura de la hostería ya que a través de ella se podría captar la demanda con mayor frecuencia.

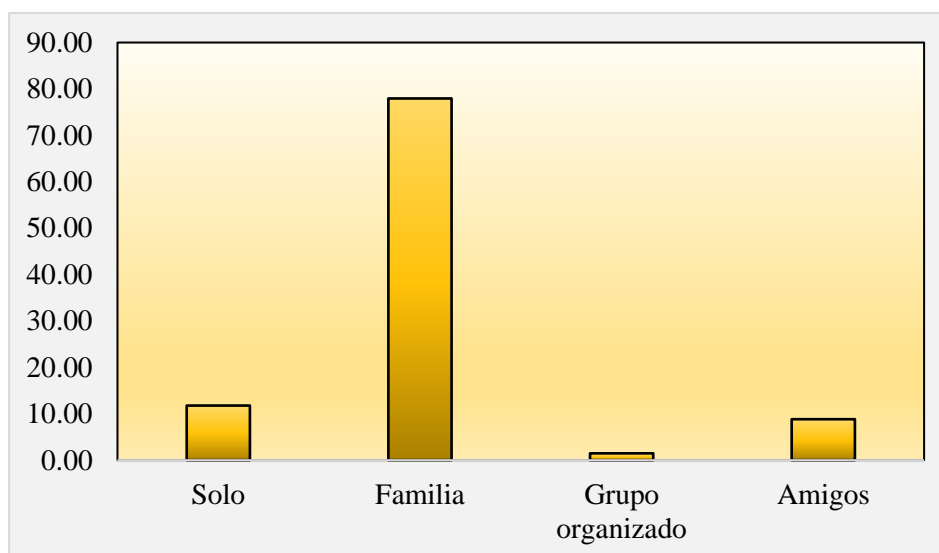
## 5) ¿Con quién realiza sus paseos?

**Tabla 10-4:** Con quien realiza sus paseos

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Solo	8	8	11.76	11.76
Familia	53	61	77.94	89.71
Grupo organizado	1	62	1.47	91.18
Amigos	6	68	8.82	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 8-4:** Con quien realiza sus paseos

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 10-4 y el gráfico 8-4, de las personas encuestadas, el 77.94% realizan sus paseos con la familia, el 11.76% concurren solos; el 8.82% visitan los lugares turísticos con los amigos y el 1.47% se trasladan a estos lugares con los compañeros de trabajo, clubes y organizaciones.



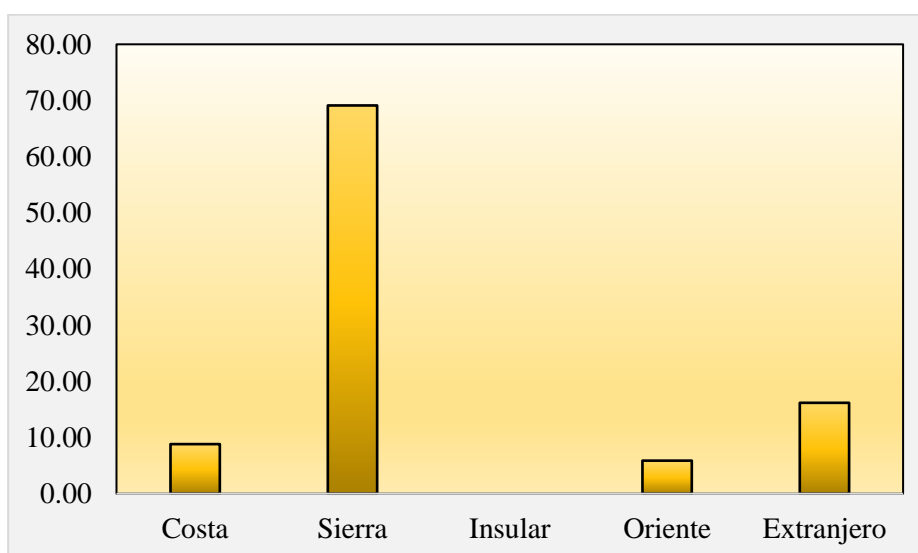
## 6) ¿Cuál es su lugar de procedencia?

**Tabla 11-4:** Procedencia del visitante

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Costa	6	6	8.82	8.82
Sierra	47	53	69.12	77.94
Insular	0	53	0.00	77.94
Oriente	4	57	5.88	83.82
Extranjero	11	68	16.18	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 9-4:** Procedencia del visitante

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 11-4 y el gráfico 9-4, el 69.12% provienen de la serranía ecuatoriana, el 16.18% de los visitantes son extranjeros que visitan los principales atractivos de la provincia, el 8.82% son de la costa ecuatoriana, el 5.88% del oriente; y ninguno precede de la región insular.

En relación con esta información se puede apreciar que existe mayor afluencia de visitantes de la serranía ecuatoriana en la provincia.

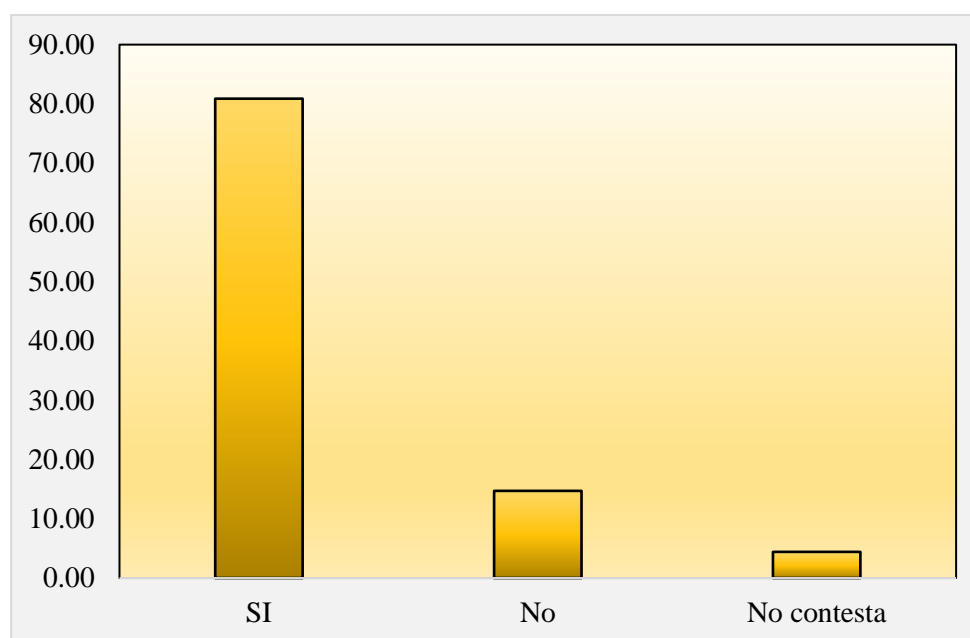
**7) ¿Le gustaría que se implemente una hostería en la parroquia Mulliquindil Santa Ana?**

**Tabla 12- 4:** Mulliquindil Santa Ana debe tener una hostería

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
SI	55	55	80.88	80.88
No	10	65	14.71	95.59
No contesta	3	68	4.41	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 10-4:** Mulliquindil Santa Ana debe tener una hostería

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 12-4 y el gráfico 10-4, el 80.88% de los encuestados contestaron que están de acuerdo con la creación de una hostería en la parroquia Mulliquindil Santa Ana; el 14.71% manifiestan que no están de acuerdo y el 4.41% no contestan esta pregunta.

En base a esta información se puede argumentar que la mayoría de las personas consideran la necesidad de contar con una hostería en Santa Ana, por cuanto la naturaleza brinda esta oportunidad en este sector geográfico de la provincia.

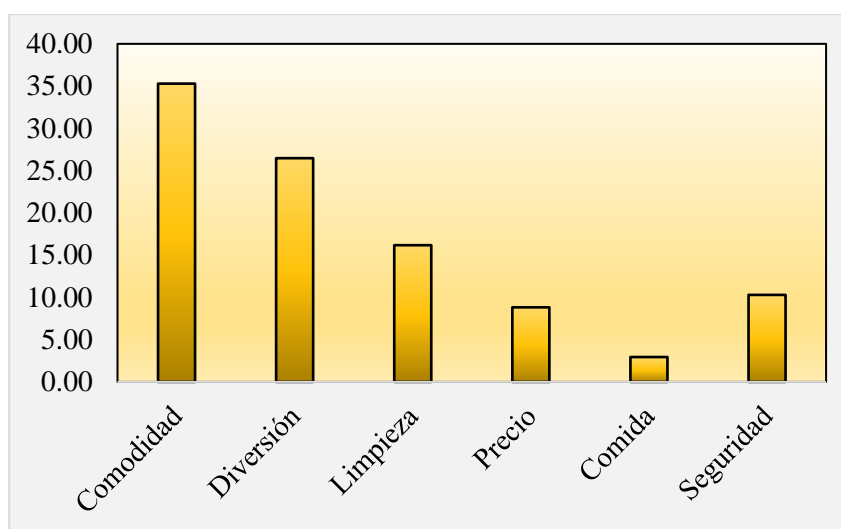
**8) ¿Cuáles de estas características considera importante al momento de escoger una hostería?**

**Tabla 13-4:** Características al escoger una hostería

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Comodidad	24	24	35.29	35.29
Diversión	18	42	26.47	61.76
Limpieza	11	53	16.18	77.94
Precio	6	59	8.82	86.76
Comida	2	61	2.94	89.71
Seguridad	7	68	10.29	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 11-4:** Características al escoger una hostería

**Realizado por:** Bautista, D.2020

Según la tabla 13-4 y el gráfico 11-4, de las encuestas realizadas, el 35.29% indican que en una hostería debe haber comodidad, un 26.47% buscan diversión en estos espacios, el 16.18% opinan que el lugar debe contar con normas de limpieza, el 10.29% consideran que la seguridad es importante en estos lugares, el 8.82% los precios de acuerdo al medio; y el 15.25% coinciden que debe existir alimentación.

En consecuencia, una hostería debe brindar lo mejor para cumplir con las expectativas de las personas que visitan.

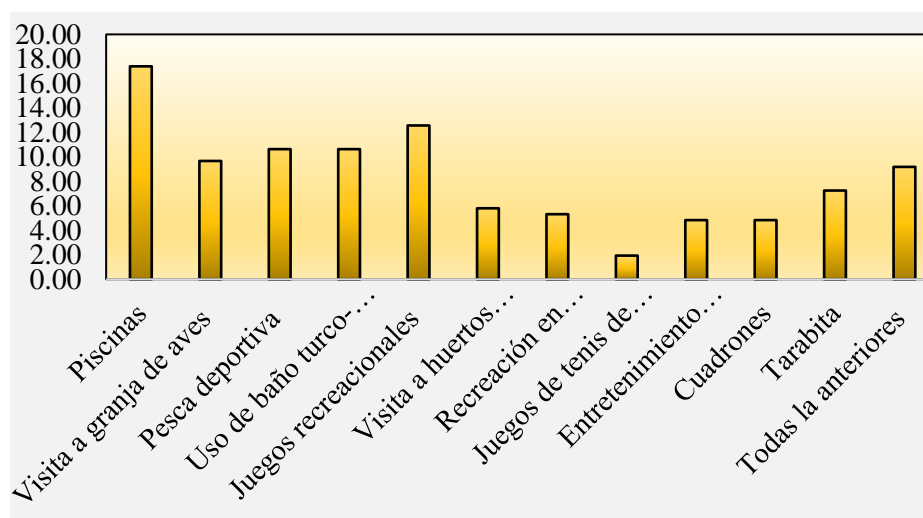
## 9) ¿Qué actividades le gustaría realizar en nuestra hostería?

**Tabla 14-4:** Actividades que podría realizar en una hostería

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Piscinas	36	36	17.39	17.39
Visita a granja de aves	20	56	9.66	27.05
Pesca deportiva	22	78	10.63	37.68
Uso de baño turco-sauna-hidromasaje	22	100	10.63	48.31
Juegos recreacionales	26	126	12.56	60.87
Visita a huertos orgánicos	12	138	5.80	66.67
Recreación en toboganes acuáticos	11	149	5.31	71.98
Juegos de tenis de mesa y billar	4	153	1.93	73.91
Entretenimiento nocturno	10	163	4.83	78.74
Cuadrones	10	173	4.83	83.57
Tarabita	15	188	7.25	90.82
Todas la anteriores	19	207	9.18	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 12-4:** Actividades que podría realizar en una hostería

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 14-4 y el gráfico 12-4, el 17.39% de los encuestados contestaron que una hostería debe contar con piscinas; al 12.56% le gustaría juegos recreacionales, al 10.63% desean pesca deportiva y uso de baño turco-sauna- hidromasaje, el 9.66% le gustaría visitar granja de aves, el 9.18% mencionan que les gustaría cumplir todas las actividades antes mencionadas; el 7.25% opta por la tarabita, el 5.80% prefieren visita a huertos orgánicos, al 5.31% recreación en toboganes acuáticos, al 4.83% quieren entretenimiento nocturno y cuadrones; y 1.93% prefieren juegos de tenis de mesa y billar.

En conclusión, una hostería debe brindar lo mejor en cada una de las instalaciones que ponga a disposición de los turistas.

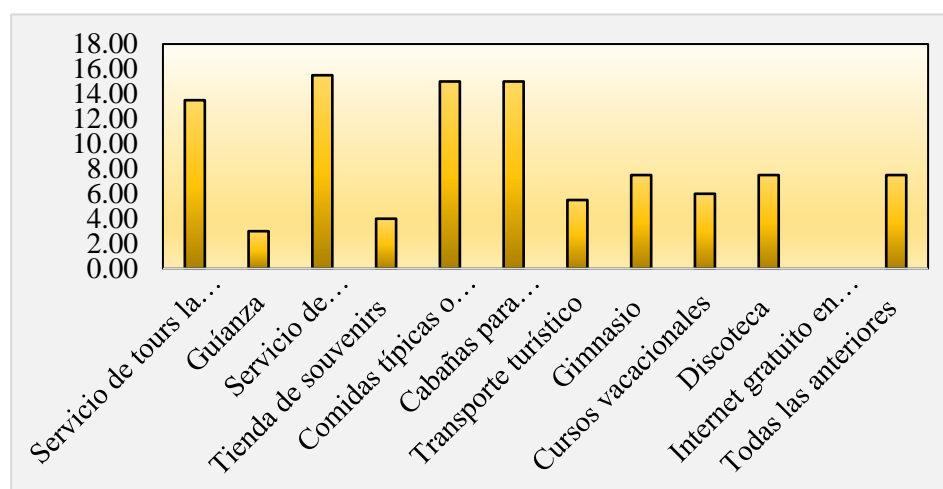
## 10) ¿Qué servicios complementarios le gustaría disfrutar en nuestra hostería?

**Tabla 15-4:** Servicios complementarios

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Servicio de tours la fortaleza	27	27	13.50	13.50
Guíanza	6	33	3.00	16.50
Servicio de heladería y cafetería	31	64	15.50	32.00
Tienda de souvenirs	8	72	4.00	36.00
Comidas típicas o buffet	30	102	15.00	51.00
Cabañas para hospedaje	30	132	15.00	66.00
Transporte turístico	11	143	5.50	71.50
Gimnasio	15	158	7.50	79.00
Cursos vacacionales	12	170	6.00	85.00
Discoteca	15	185	7.50	92.50
Internet gratuito en el lobby	0	185	0.00	92.50
Todas las anteriores	15	200	7.50	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 13-4:** Servicios complementarios

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 15-4 y el gráfico 13-4, el 15.50% de los encuestados contestaron que una hostería debe contar con servicios complementarios de heladería y cafetería, al 15.00% con cabañas para hospedarse y comidas típicas o buffet; al 13.50% le gustaría el servicio de tours la fortaleza, al 7.50% desean contar con todos los servicios mencionados, gimnasio y discoteca, el 6.00% desean que se imparta cursos vacacionales, al 5.50% desean contar con el servicio de transporte turístico, el 4.00% con tienda de souvenirs; y al el 3.00% desean contar con el servicio de guíaanza.

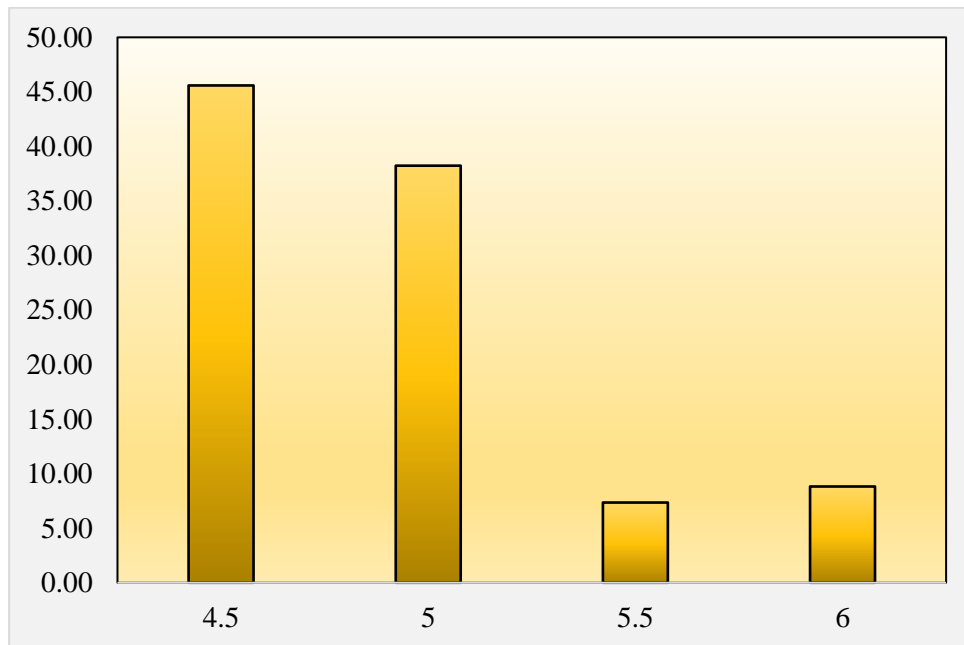
**11) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada a la hostería?**

**Tabla 16-4:** Precio de entrada a la hostería - personas adultas

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
\$ 4.50	31	31	45.59	45.59
\$ 5.00	26	57	38.24	83.82
\$ 5.50	5	62	7.35	91.18
\$ 6.00	6	68	8.82	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 14-4:** Precio de entrada a la hostería - personas adultas

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 16-4 y el gráfico 14-4, en función de esta pregunta, el 45.59% manifiestan que se debería cobrar \$ 4.50; en tanto que 26 personas que representan el 38.24%, se inclinan por el valor de \$ 5.00; el 8.82% pagarían \$ 5.50, y el 7.35% están dispuestos a pagar \$ 6.00.

En tal virtud la hostería para arrancar en la apertura deberá fijar su precio en \$ 4.50 el ingreso de personas adultas.

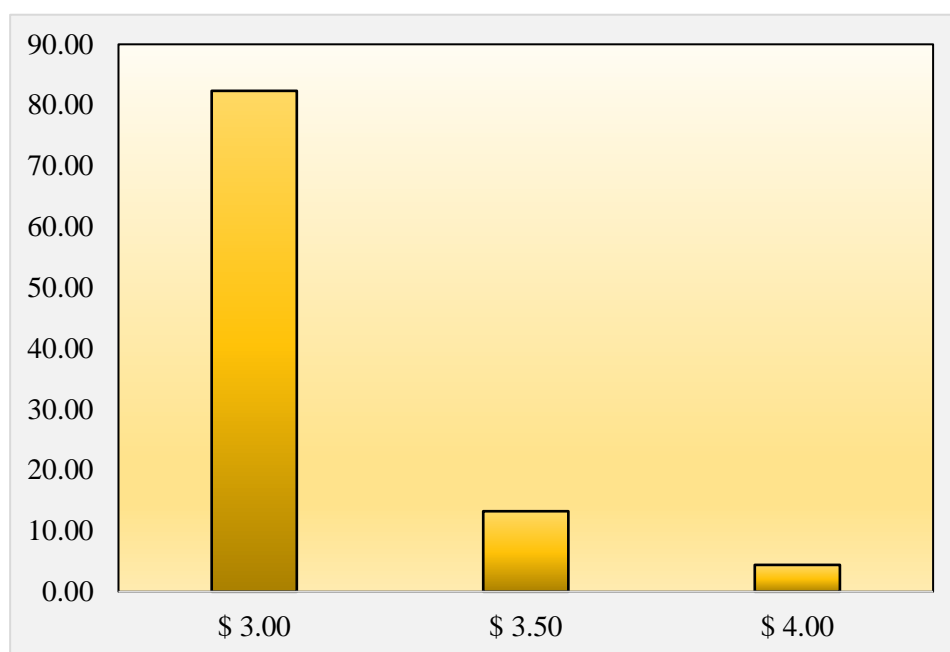


**Tabla 17-4:** Precio de entrada a la hostería - niños

EDAD	ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
5.-8	\$ 3.00	56	56	82.35	82.35
9.-12	\$ 3.50	9	65	13.24	95.59
13.-16	\$ 4.00	3	68	4.41	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 15-4:** Precio de entrada al complejo - niños

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 17-4 y el gráfico 15-4, de las encuestas realizadas, el 82.35% indican que se debería cobrar el valor de \$ 3.00 a los niños de 5 a 8 años de edad; el 13.24% manifiestan que se debe cobrar \$ 3.50 a los niños de 9 a 12 años; y un 4.41% coinciden en el cobro de \$ 4.00 a los adolescentes de 13 a 16 años, con el objetivo de mantener ingresos que permitan la subsistencia de la hostería.

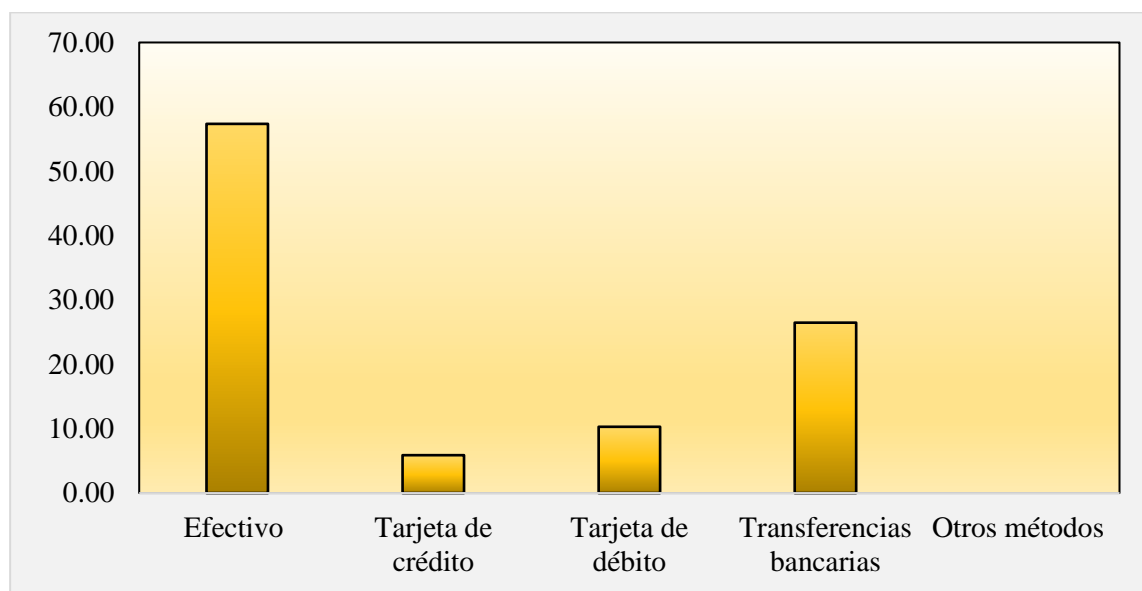
**12) ¿Por qué medio de pago desearía usted obtener nuestro servicio?**

**Tabla 18-4:** Medio de pago

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Efectivo	39	39	57.35	57.35
Tarjeta de crédito	4	43	5.88	63.24
Tarjeta de débito	7	50	10.29	73.53
Transferencias bancarias	18	68	26.47	100.00
Otros métodos	0	68	0.00	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 16-4:** Medio de pago

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 18-4 y el gráfico 16-4, al 57.35% les gustaría realizar su pago en efectivo, al 26.47% prefieren realizar transferencias bancarias, al 10.29% con tarjeta de débito; y al 5.88% con tarjeta de crédito.

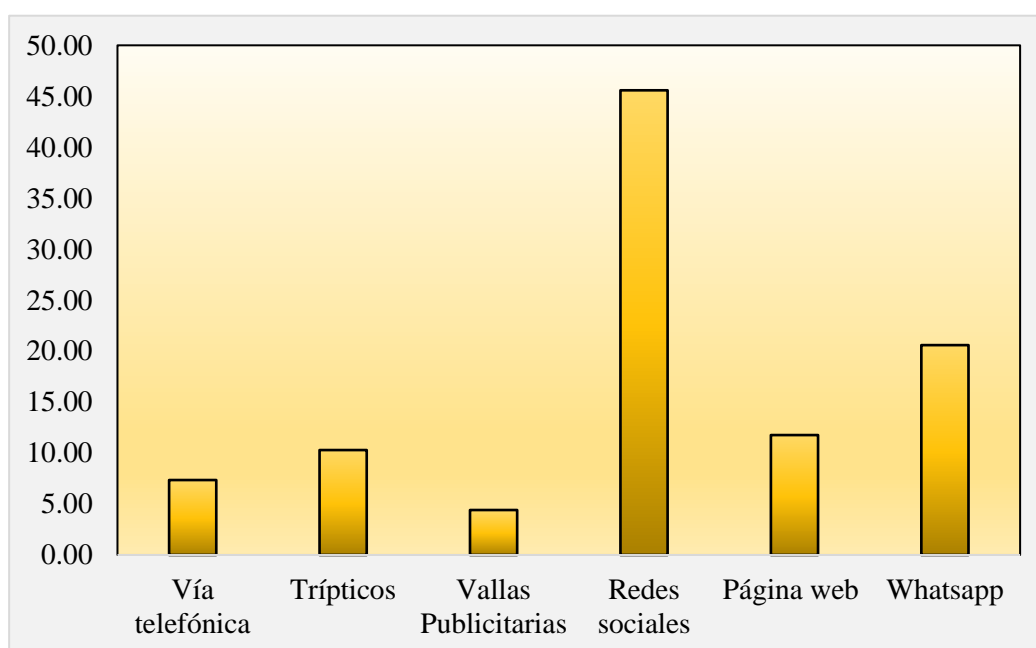
13) ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre la hostería?

**Tabla 19-4:** Medios de promoción de la hostería

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA ABSOLUTA ACUMULADA	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA
Vía telefónica	5	5	7.35	7.35
Trípticos	7	12	10.29	17.65
Vallas Publicitarias	3	15	4.41	22.06
Redes sociales	31	46	45.59	67.65
Página web	8	54	11.76	79.41
WhatsApp	14	68	20.59	100.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



**Gráfico 17- 4:** Medios de promoción de la hostería

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

Según la tabla 19-4 y el gráfico 17-4, en contestación a esta pregunta se llega a determinar que el 45.59% le gustaría que la promoción de la hostería se lo realice por las redes sociales; al 20.59% por WhatsApp, el 11.76% por medio de la página web; al 10.29% a través de trípticos; al 7.35% por vía telefónica; y un 4.41% a través de vallas publicitarias.

En tal virtud, la mejor manera de llegar al turista es a través de las redes sociales, ya que es un medio que la mayoría de personas hacen uso en la actualidad e inclusive a nivel internacional.

#### 4.1.2. Demanda actual

##### 4.1.2.1. Demanda actual de los visitantes

### 1. Demanda actual de los jefes de familia del cantón Salcedo, turistas nacionales que se desplazaron en el último feriado en la provincia de Cotopaxi y extranjeros que visitaron la misma en el año 2019

Considerando la información de la tabla 12-4 y el gráfico 10-4 la hostería tiene una aceptación del 80.88% que reporta una demanda potencial de 70,245 visitantes.

**Aceptación:** 80.88%

**Universo de estudio** es de 86,851

**Demanda actual:**  $86,851 * 0.8088 = 70,245$

##### 4.1.2.2. Demanda actual para actividades

Según la tabla 14-4 y el gráfico 12-4, el 17.39% de los encuestados contestaron que una hostería debe contar con piscinas; al 12.56% le gustaría juegos recreacionales, al 10.63% desean pesca deportiva y uso de baño turco-sauna- hidromasaje, el 9.66% le gustaría visitar granja de aves, el 9.18% mencionan que les gustaría cumplir todas las actividades antes mencionada; el 7.25% opta por la tarabita, el 5.80% prefieren visita a huertos orgánicos, al 5.31% recreación en toboganes acuáticos, al 4.83% quieren entretenimiento nocturno y cuadroneo; y 1.93% prefieren juegos de tenis de mesa y billar.

**Tabla 20-4:** Demanda actual para actividades

Actividades	Porcentaje	Operación	Resultados
Piscinas	17.39%	$70,245 * 0.1739$	12,216
Visita a granja de aves	9.66%	$70,245 * 0.0966$	6,786
Pesca deportiva	10.63%	$70,245 * 0.1063$	7,467
Uso de baño turco-sauna- hidromasaje	10.63%	$70,245 * 0.1063$	7,467
Juegos recreacionales	12.56%	$70,245 * 0.1256$	8,823
Visita a huertos orgánicos	5.80%	$70,245 * 0.058$	4,074
Recreación en toboganes acuáticos	5.31%	$70,245 * 0.0531$	3,730
Juegos de tenis de mesa y billar	1.93%	$70,245 * 0.0193$	1,356
Entretenimiento nocturno	4.83%	$70,245 * 0.0483$	3,393

Cuadrones	4.83%	70,245*0.0483	3,393
Tarabita	7.25%	70,245*0.0725	5,093
Todas las anteriores	9.18%	70,245*0.0918	6,448

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4.1.2.3. Demanda actual para servicios complementarios

Según la tabla 15-4 y el gráfico 13-4, el 15.50% de los encuestados contestaron que una hostería debe contar con servicios complementarios de heladería y cafetería, al 15.00% con cabañas para hospedarse y comidas típicas o buffet; al 13.50% le gustaría el servicio de tours la fortaleza, al 7.50% desean contar con todos los servicios mencionados, gimnasio y discoteca, el 6.00% desean que se imparta cursos vacacionales, al 5.50% desean contar con el servicio de transporte turístico, el 4.00% con tienda de souvenirs; y al el 3.00% desean contar con el servicio de guíaanza.

**Tabla 21-4:** Demanda actual para servicios complementarios

Actividades	Porcentaje	Operación	Resultados
Servicio de tours la fortaleza	13.50%	70,245*0.135	9,483
Guíaanza	3.00%	70,245*0.03	2,107
Servicio de heladería y cafetería	15.50%	70,245*0.155	10,888
Tienda de souvenirs	4.00%	70,245*0.04	2,809
Comidas típicas o buffet	15.00%	70,245*0.15	10,537
Cabañas para hospedaje	15.00%	70,245*0.15	10,537
Transporte turístico	5.50%	70,245*0.055	3,863
Gimnasio	7.50%	70,245*0.075	5,268
Cursos vacacionales	6.00%	70,245*0.06	4,214
Discoteca	7.50%	70,245*0.075	5,268
Internet gratuito en el lobby	0.00%	70,245*0.00	0,000
Todas las anteriores	7.50%	70,245*0.075	5,268

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

### 4.1.3. Demanda futura

#### 4.1.3.1. Demanda futura para consumidores

La demanda futura se calculó de acuerdo a la demanda actual, aplicando la fórmula del incremento compuesto  $C_n = C_0(1 + i)^n$

**Donde:**

$C_n$ = año a proyectar

$C_0$ = número de turistas de la demanda actual

$i$ = porcentaje de crecimiento de la población

Considerando 4% que corresponde al índice de crecimiento de los turistas extranjeros que visitaron Ecuador y 1.6% de incremento del turismo interno en las provincias (MINTUR, 2019); y la tasa de crecimiento poblacional del cantón Salcedo con 1.28% anual según (Navas, 2011). La media de crecimiento de los casos de estudio es 2.29% que servirá para determinar la demanda futura.

**Tabla 22-4:** Demanda futura para consumidores

Año	Operación	Proyección de la demanda
2021	$70,245 (1 + 0.0229)^1$	71,854
2022	$70,245 (1 + 0.0229)^2$	73,499
2023	$70,245 (1 + 0.0229)^3$	75,182
2024	$70,245 (1 + 0.0229)^4$	76,904
2025	$70,245 (1 + 0.0229)^5$	78,665

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

#### 4.1.3.2. Demanda futura para actividades

**Tabla 23-4:** Demanda futura para actividades

Año	Proyección de la demanda	Piscinas	Visita a granja de aves	Pesca deportiva	Uso de baño turco-sauna-hidromasaje	Juegos recreacionales	Visita a huertos orgánicos	Recreación en toboganes acuáticos	Juegos de tenis de mesa y billar	Entretenimiento nocturno	Cuadrones	Tarabita	Todas las anteriores
		17.39% (0.1739)	9.66% (0.0966)	10.63% (0.1063)	10.63% (0.1063)	12.56% (0.1256)	5.80% (0.058)	5.31% (0.0531)	1.93% (0.0193)	4.83% (0.0483)	4.83% (0.0483)	7.25% (0.0725)	9.18% (0.0918)
2021	71854	12495	6941	7638	7638	9025	4168	3815	1387	3471	3471	5209	6596
2022	73499	12781	7100	7813	7813	9231	4263	3903	1419	3550	3550	5329	6747
2023	75182	13074	7263	7992	7992	9443	4361	3992	1451	3631	3631	5451	6902
2024	76904	13374	7429	8175	8175	9659	4460	4084	1484	3714	3714	5576	7060
2025	78665	13680	7599	8362	8362	9880	4563	4177	1518	3799	3799	5703	7221

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

La demanda futura para actividades y servicios complementarios se determinó al multiplicar los datos de la demanda futura por clientes por el porcentaje de preferencia según la tabla 14-4 - el grafico 12-4; y la tabla 15-4 - el grafico 13-4 de los potenciales clientes.

4.1.3.3. *Demanda futura para servicios complementarios*

**Tabla 24-4:** Demanda futura para servicios complementarios

Año	Proyección de la demanda	Servicio de tours la fortaleza	Guianza	Servicio de heladería y cafetería	Tienda de souvenirs	Comidas típicas o buffet	Cabañas para hospedaje	Transporte turístico	Gimnasio	Cursos vacacionales	Discoteca	Internet gratuito en el lobby	Todas las anteriores
		<b>13.50%</b> <b>(0.135)</b>	<b>3.00%</b> <b>(0.03)</b>	<b>15.50%</b> <b>(0.155)</b>	<b>4.00%</b> <b>(0.04)</b>	<b>15.00%</b> <b>(0.15)</b>	<b>15.00%</b> <b>(0.15)</b>	<b>5.50%</b> <b>(0.055)</b>	<b>7.50%</b> <b>(0.075)</b>	<b>6.00%</b> <b>(0.06)</b>	<b>7.50%</b> <b>(0.075)</b>	<b>0.00%</b> <b>0</b>	<b>7.50%</b> <b>(0.075)</b>
2021	71854	9700	2156	11137	2874	10778	10778	3952	5389	4311	5389	0	5389
2022	73499	9922	2205	11392	2940	11025	11025	4042	5512	4410	5512	0	5512
2023	75182	10150	2255	11653	3007	11277	11277	4135	5639	4511	5639	0	5639
2024	76904	10382	2307	11920	3076	11534	11534	4230	5768	4614	5768	0	5768
2025	78665	10620	2360	12193	3147	11800	11800	4327	5900	4720	5900	0	5900

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D. 2020



#### **4.1.4. Plan mercadotécnico**

##### **4.1.4.1. Canales de distribución**

Se consideraron dos canales de distribución en el desarrollo del proyecto: El primero es productor - consumidor final, lo que significa que el proceso de venta al público que realiza el propietario de la hostería como productor del servicio turístico es de forma directa a través de medios digitales como redes sociales, páginas web, trípticos, otros; consiguiendo como beneficio más ingresos económicos para la empresa. El segundo canal de distribución es productor – distribuidores - consumidor final, debido a que se pretende impulsar el turismo en el cantón trabajaremos en conjunto con la operadora de turismo debidamente consolidada en la promoción de la hostería por medio del servicio del bus turístico, esto podría generar mayor beneficio económico en la venta de los productos o servicio; así como aportar con ingresos por comisiones a la operadora captando de mejor manera la atención del turista que prefiere realizar sus viajes con la misma.

##### **4.1.4.2. Medios**

- **Anuncio radial**

- a. **Música de entrada**

- Upbeat and happy

- b. **Música de fondo**

- Inspiring and uplifting

- c. **Texto**

- Disfruta Cotopaxi: del tren, del pinol, de las allullas, de su nevado, de la laguna del Quilotoa, de los mejores helados del Ecuador, los de ¡Salcedo ¡completa tu experiencia visitando hostería La fortaleza ubicada en un entorno natural fascinante, disfruta de sus servicios turísticos y de una gran variedad de actividades recreativas. La fortaleza espera por ti, tu familia y los amigos en Salcedo, parroquia Mulliquindil Santa Ana, Barrio Rosa peña, tel. 0983080665; email: lafortaleza\_20 @outlook.com

- **Agencia de turismo Pasiion travel**



**Figura 1-4:** Comercialización por terceros

Realizado por: Bautista, D. 2020

- **Página web**

<https://lafortaleza20.wixsite.com/my-site-2>



**Figura 2-4:** Página web

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

- **Página de Facebook**

Facebook (HOSTERÍA LA FORTALEZA)



**Figura 3-4:** Página de Facebook

**Realizado por:** Bautista, D. 2020

- **WhatsApp**

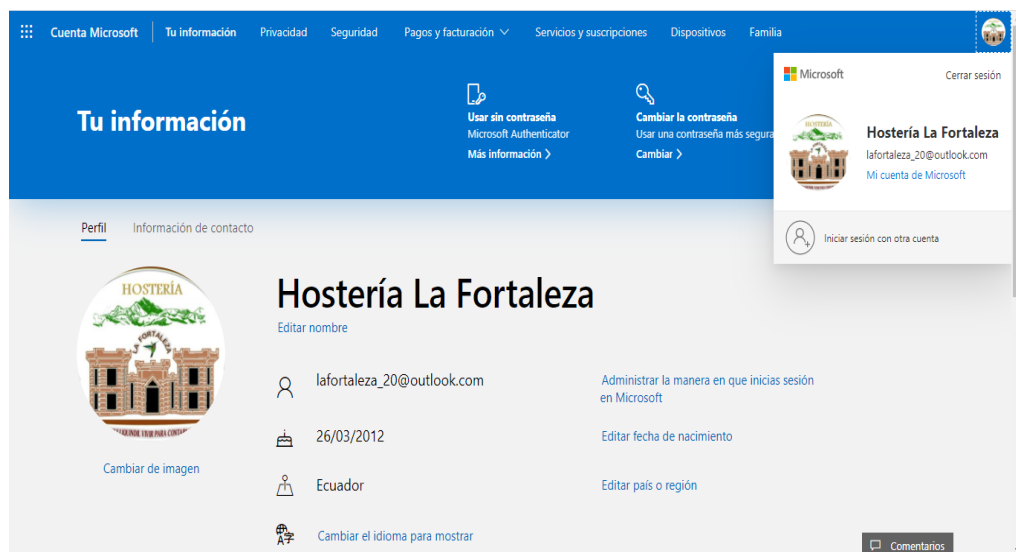


**Figura 4-4:** Cuenta de WhatsApp

Realizado por: Bautista, D. 2020

- **Página Outlook**

Lafortaleza\_20 @outlook.com



**Figura 5-4:** Página de correo electrónico

Realizado por: Bautista, D. 2020

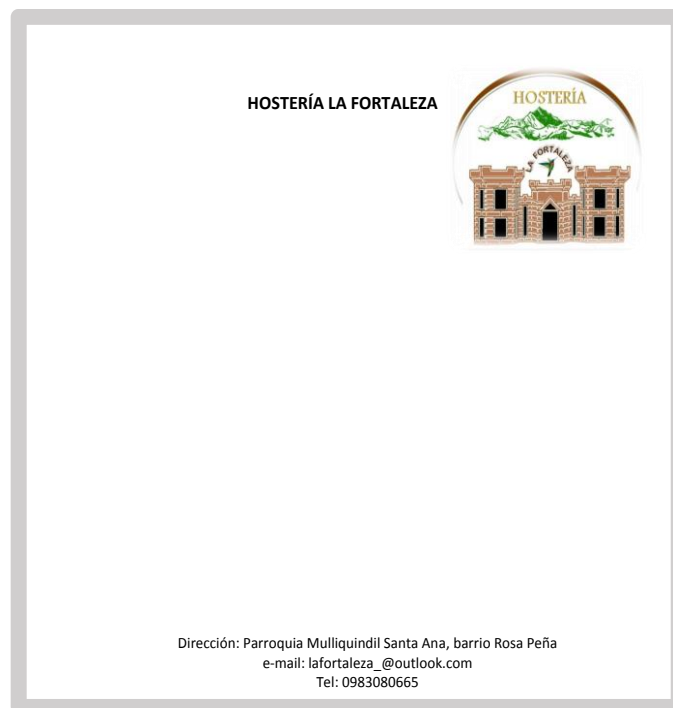
- **Volante**



**Figura 6-4:** Volante

Realizado por: Bautista, D. 2020

- **Hojas membretadas**



**Figura 7-4:** Hojas membretadas

Realizado por: Bautista, D. 2020

- Artesanías aretes



**Figura 8-4:** Aretes artesanías

Realizado por: Bautista, D. 2020

- Recuerdos camisetas



**Figura 9-4:** Recuerdos camisetas

Realizado por: Bautista, D. 2020

#### 4.1.4.3. Logotipo



**Figura 10-4:** Logotipo

Realizado por: Bautista, D. 2020

#### a. Slogan

“Mulliquindil vivir para contarlo”

#### b. Descripción del logotipo

##### 1. Símbolos

- **Castillo**

Representa la riqueza de haciendas existentes en la zona que subsistieron desde la época de la Reforma Agraria de los años sesenta y setenta; Así como el uso del barro para elaboración de materiales artesanales usados en la construcción.

- **Colibrí coruscans**

Constituye una especie representativa desde la época incaica que asociaban al colibrí con la conexión del alma y nuestros ancestros; para Mulliquindil que parte de dos voces quichuas: Molle= árbol y Quinde= colibrí también es representativa, ya que se la conoce como el árbol de los colibríes.

- **Montañas**

Representan los ecosistemas arbustal siempre verde montano del norte de los andes y herbazal del páramo que envuelven la parroquia y del conjunto de especies que se pueda encontrar en ellos.

- **Ovalo**

Es el generador de equilibrio y armonía entre biodiversidad, planta turística y los servicios ecosistémicos.

## 2. Colores

- **Naranja**

Arellano Vázquez (2015) explica el naranja ha sufrido siempre una crisis de identidad, se ha pasado la vida siendo segundón del rojo y a veces del amarillo oro. Tiene un carácter acogedor, extrovertido, cálido, estimulante y una cualidad dinámica muy positiva y energética, se le asocia también con los alimentos.

En cambio, la autora Fierens (2012, pp. 2-5) manifiesta la visión del color naranja produce la sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, produciendo un efecto vigorizante y de estimulación de la actividad mental. Es un color muy caliente, por lo que produce sensación de calor, representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo.

- **Gris**

Según (Navas y García, 2016: p.7 ) dice el gris es la transición, que tiene que ver con estar en “tierra de nadie”, de ahí su relación con la neutralidad, indecisión y ausencia de energía. También expresa tristeza, duda y melancolía, es una fusión de alegrías y penas, del bien y el mal. Al tener que ver con lo metálico da la impresión de frialdad, pero también de lujo y elegancia.

Arellano Vázquez (2015) sugiere inteligencia, color de los negocios y la industria. Neutro y pasivo, que también simboliza indecisión, ausencia de energía, expresa duda y melancolía.

- **Negro**

Fierens (2012, pp.2-5) menciona el negro representa el poder, la elegancia, la formalidad, la muerte y el misterio. Es el color más enigmático y se asocia al miedo y a lo desconocido ("el futuro se presenta muy negro", "agujeros negros"...). Es conocido el efecto de hacer más delgado a las

personas cuando visten ropa negra. Es típico su uso en museos, galerías o colecciones de fotos on-line, debido a que hace resaltar mucho el resto de colores.

En cambio, los autores (Navas y García 2016, p.17) afirman es el símbolo del error, del mal, del misterio y hasta de lo impuro. Representa la muerte, en la cultura occidental y es la ausencia del color. Por otro lado, puede transmitir nobleza y elegancia.

- **Verde**

Cuervo Diez (2012, pp.13-16) comenta este color representa la condición de tensión y expresa la voluntad de la actividad como es la perseverancia, la tenacidad, indicando una firmeza, resistencia al cambio, constancia de criterio y conciencia de sí mismo; se le da mucha importancia al “yo” en todas sus formas de dominio y de auto estimación. Si se escoge el verde en primer lugar, es que desea aumentar la certeza en su propio valer ya sea por su autoafirmación o por el reconocimiento de los demás como consecuencia de las posesiones que tenga: en riqueza, logros espirituales, físicos, educativos y culturales.

De acuerdo a (Arias y Vela, 2015: pp.46-49) el color verde también expresa relajación, naturaleza, frescura y dinamismo, está muy relacionado con la naturaleza, la vida y la salud, su tonalidad de color hace que al verlo lo asociemos con las plantas, la naturaleza y el dinero ya que este color es muy simbólico en estos objetos.

- **Amarillo**

Mora Moreno (2015, pp.46-49) señala el amarillo es el color de la luz, el sol, la acción, el poder y simboliza arrogancia, oro, fuerza, voluntad y estímulo.

En cambio, los autores (Arias Torres y Cifuentes Salamanca, 2015: pp. 30-32) dice que el color amarillo es considerado como un color contradictorio pues si bien es el color del optimismo, también lo es del enojo y la envidia, se asocia a la diversión, a la traición, el sol, y la luz; es un color llamativo y hasta chillón, también se refiere a algo viejo y sucio, a lo creativo, advertencia, entendimiento y el amor sensual.

- **Rojo**

Mora Moreno (2015, pp.46-49) considera el color rojo con una personalidad extrovertida, que vive hacia afuera, tiene un temperamento vital, ambicioso y material; se deja llevar por el impulso más que por la reflexión. Simboliza sangre, fuego, calor, revolución, alegría, acción, pasión, fuerza, disputa, desconfianza, destrucción e impulso; así mismo crueldad y rabia. Es el color de los



maniáticos y de marte, y también el de los generales y los emperadores romanos y evoca a guerra, el diablo y el mal.

De acuerdo con (Arias Torres y Cifuentes Salamanca, 2015: pp.30-32) indica el simbolismo del rojo está asociado también a la experiencia, tal como el fuego y la sangre; evoca peligro, lo prohibido, inmoral. Es bastante utilizado en la publicidad, cosa que sobrecarga la visión de los observadores y hace que este color pierda favoritismo.

- **Azul**

Arellano Vázquez (2015) menciona este color se asocia con el cielo, el mar y el aire. El azul claro puede sugerir optimismo, cuanto más se clarifica más pierde atracción y se vuelve indiferente y vacío, cuanto más se oscurece más atrae hacia el infinito; es el símbolo de la profundidad. Es un color reservado y entra dentro de los colores fríos, expresa armonía, amistad, fidelidad, serenidad, sosiego y posee la virtud de crear la ilusión óptica de retroceder.

Fierens (2012, pp. 2-5) dice se le considera un color beneficioso tanto para el cuerpo como para la mente. Retarda el metabolismo y produce un efecto relajante; es un color fuertemente ligado a la tranquilidad y la calma. Representa la lealtad, la confianza, la sabiduría, la inteligencia, la fe, la verdad y el cielo eterno.

#### **4.1.5. Plan estratégico de la empresa**

##### **4.1.5.1. Misión**

La fortaleza es una hostería que oferta servicios turísticos innovadores y de altísima calidad en un enclave natural y cultural para el descanso y la recreación de la población local y de los turistas nacional e internacional que visitan Salcedo.

##### **4.1.5.2. Visión**

Ser una hostería líder en la prestación de servicios turísticos acorde a los estándares de calidad, que cuente con la mejor infraestructura y planta turística para el confort del turista; insertándole a Salcedo dentro del desarrollo de localidades del Ecuador y redes de turismo internacional.

##### **4.1.5.3. Políticas**

- Los huéspedes realizarán el check-in en recepción al ingresar al establecimiento.

- La hora de salida (check-out) del establecimiento es a medio día (12:00 am).
- El costo por habitación incluye alojamiento y desayuno de tipo continental.
- Si hubiese una persona extra en la habitación el valor de la ocupación será cargado a la cuenta del huésped.
- Si el cliente posee objetos de valor, deberá solicitar en recepción el servicio de caja de seguridad para la custodia de sus pertenencias.
- Por razones de seguridad y salud está prohibido fumar en las instalaciones a excepción del área de fumadores establecida.
- Las reservas hechas por vía telefónica e internet serán confirmadas con un abono del 50% del valor final de la estadía.
- Los clientes sin reserva deberán efectuar el pago antes de utilizar los servicios de la hostería.
- Vender el servicio de recreación por día para actividades destinadas a la relajación y diversión.
- No se permite el acceso a las instalaciones para actividades destinadas a la relajación y diversión sin estar registrados en la recepción y llevar pulseras siliconas.
- Cualquier daño causado a la propiedad de la hostería será cancelado por el cliente.
- Los consumos adicionales dentro de la hostería deberán ser cancelados al momento de recibir el servicio.

#### *4.1.5.4. Principios y valores*

##### **1) Amabilidad**

Chinchón (2015, p.3), es una cualidad muy propia del género humano se aprenden en las más diversas actividades de la vida cotidiana, pues ser amable significa ser digno de ser amado, ser afectuoso, gentil, cortés, agradable, servicial, afable e incluso gracioso y risueño. También es ser atento, brindar atención y respeto, sobre todo a los menos aptos o desvalidos.

##### **2) Calidez**

Leal Quevedo (2004, p.390), dice la calidez proviene de cálido, calor, ardor. Como es una característica, una cualidad para ser más exactos, considero que está incluida en la calidad.

Reyes (2012, p.15), complementa al decir que en términos de calidad resulta ser el esfuerzo único de mejora, alcanzar un estándar de perfección o cumplir los requisitos preestablecidos, a través del cual se juzga o evalúa si fue llevado a término la propuesta, el proceso seguido y el nivel de satisfacción de los clientes.

### **3) Respeto**

UNEFECO (2020, p.21), menciona ser respetuoso es ser amable con los demás, aceptar sus posibles defectos y no juzgar sus opiniones e ideas. Aceptación, consideración y delicadeza en el trato hacia personas, animales y el ambiente gracias al reconocimiento de sus cualidades o méritos.

Rousseau (s/f, p.5), considera al respeto como un valor que permite al ser humano reconocer, aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos. Es decir, el respeto es el reconocimiento del valor propio, los derechos de los individuos y de la sociedad, no sólo se manifiesta en la actuación de las personas o su acatamiento de las leyes, sino también es aplicable a las relaciones entre grupos de personas, entre países y organizaciones de diversa índole.

### **4) Responsabilidad**

Verdugo Padilla (2011, pp.26-30) dice es la obligación de responder por los propios actos. Es la conciencia acerca de las consecuencias que tiene todo lo que hacemos o dejamos de hacer sobre nosotros mismos o sobre los demás, un trabajo bien hecho y entregado a tiempo es sinónimo de responsabilidad, pues esta garantiza el cumplimiento de compromisos adquiridos y genera confianza y tranquilidad entre las personas.

UNEFECO (2020, p.21), complementa al decir que es un acto de madurez y es la obligación moral o legal del cumplimiento de deberes, que implica esfuerzos por parte de uno mismo. Es la obligación de responder por nuestros actos, sin que nadie nos obligue, sino por el “deber ser”.

### **5) Confort**

Según (Viñals, et. al; 2014: p.2) afirman que el concepto de confort es amplio y se asimila básicamente al de bienestar del individuo en relación al entorno donde se encuentra; es decir, es una expresión del equilibrio entre el hombre y el medio.

En cambio (Solana Martínez y Montañana Aviñó, 2011) complementa que el confort está relacionado con la comodidad y el bienestar del cuerpo, por lo tanto, éste se vincula en especial con las funciones del cuerpo que puedan verse afectadas, como la audición, la visión, el sistema nervioso o los problemas articulares generados por el exceso de vibraciones.

### **6) Innovación**

García González (2012, p.5), menciona es la introducción de un bien o servicio que es nuevo o significativamente mejorado con respecto a sus características o aplicaciones previas. Esto

incluye mejoras significativas en especificaciones técnicas, componentes y materiales, software incorporado, facilidad de uso u otras características funcionales.

Por otra parte (Castro Martínez y Fernández de Lucio 2001) citado en Formichella (2005, p.6), complementan es el complejo proceso que lleva las ideas al mercado en forma de nuevos o mejorados productos o servicios. Este proceso está compuesto por dos partes no necesariamente secuenciales y con frecuentes caminos de ida y vuelta entre ellas. Una está especializada en el conocimiento y la otra se dedica fundamentalmente a su aplicación para convertirlo en un proceso, un producto o un servicio que incorpore nuevas ventajas para el mercado.

## 7) Honestidad

Garzón Calderón, et al. (2018) hace referencia a un valor propio de la naturaleza humana, sinónimo de verdad, sinceridad y transparencia y va más allá de la concepción de no cometer actos de hurto, ya que también está asociada a la preservación de los recursos con los cuales se lleva a cabo una labor sean materiales o inmateriales.

ANCIFEM (2013) señala es una cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con coherencia, sinceridad, de acuerdo con los valores de verdad y justicia. También puede entenderse como el simple respeto a la verdad en relación con el mundo, los hechos y las personas.

### 4.1.6. *Requerimiento para el área comercial*

#### 4.1.6.1. *Talento humano*

**Tabla 25-4:** Talento humano para el área comercial

<b>Denominación</b>	<b>Cant idad</b>	<b>Remuneración mensual unificada</b>	<b>Costo anual (2021)</b>	<b>Responsabilidad</b>
Vendedor	1	\$ 840.77	\$ 10,089.27	Vender el producto a través del marketing digital.
Recepcionista	1	\$ 531.02	\$ 6,372.26	Realizar los trámites respectivos, atención al cliente, organizar documentos. Llevar la contabilidad de la

						organización y dar informes mensuales.
Guardia de seguridad	1	\$	530.81	\$	6,369.75	Vigilar y proteger bienes del establecimiento; así como la seguridad de las personas que hacen uso de las instalaciones.
<b>Total</b>				<b>\$</b>	<b>22,831.28</b>	

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D. 2020

#### 4.1.6.2. Rol de pagos

**Tabla 26-4:** Rol de pagos del primer año para el talento humano del área comercial

ROL DE PAGOS									
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IESS		Sueldo mensual	Comisión (10%) al año	10MO tercer	10MO cuarto	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte patronal	Aporte persona						
Vendedor	\$ 200.00	\$ 22.30	\$ 18.90	\$ 241.20	\$ 6,388.00	\$ 773.53	\$ 33.33	\$ 840.77	\$ 10,089.27
<b>Total</b>					<b>\$ 532.33</b>	<b>\$ 64.46</b>	<b>\$ 2.78</b>		<b>\$ 10,089.27</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D. 2020

**Tabla 27-4:** Pago de comisiones al vendedor

PAGO DE COMISIONES VENDEDOR			
CAPACIDAD OPERATIVA	12776	VALOR DE LA COMISIÓN	GASTO ANUAL
Política de la empresa para pago de comisiones			
10% ventas para el vendedor	1278	5 \$	<b>6,388.00</b>

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2020

**Tabla 28-4:** Rol de pagos del primer año para el talento humano del área comercial

ROL DE PAGOS								
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IESS		Sueldo mensual	10MO tercer o	10M O cuarto o	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte patronal 11.15%	Aporte personal 19.45%					
Recepcionista	\$ 404.32	\$ 45.08	\$ 38.21	\$ 487.61	\$ 487.61	\$ 33.33	\$ 531.02	\$ 6,372.26
<b>Total</b>					\$ 40.63	\$ 2.78		\$ 6,372.26
Guardia de seguridad	\$ 404.16	\$ 45.06	\$ 38.19	\$ 487.42	\$ 487.42	\$ 33.33	\$ 530.81	\$ 6,369.75
<b>Total</b>					\$ 40.62	\$ 2.78		\$ 6,369.75

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2020

**Tabla 29-4:** Rol de pagos para el talento humano del área comercial a partir del segundo año de actividad

ROL DE PAGOS										
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IESS		Sueldo mensual	Comisión (10%) al año	10M O tercer o	10M O cuarto o	Fondos de reserva	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte patronal 11.15%	Aporte personal 9.45%							
Vendedor	\$200.00	\$ 22.30	\$ 18.90	\$ 241.20	\$ 6,388.00	\$ 773.53	\$ 33.33	\$ 64.44	\$ 846.14	\$ 10,153.70
<b>Total</b>					\$ 532.33	\$ 64.46	\$ 2.78	\$ 5.37		\$ 10,153.70

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2020

**Tabla 30-4:** Rol de pagos para el talento humano del área comercial a partir del segundo año de actividad

ROL DE PAGOS									
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IESS		Sueldo mensual	10M O tercero	10M O cuarto	Fondos de reserva	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte patronal 11.15%	Aporte personal 9.45%						
Recepcionista	\$404.32	\$ 45.08	\$ 38.21	\$ 487.61	\$ 487.61	\$ 33.33	\$ 40.62	\$ 534.41	\$ 6,412.88
<b>Total</b>					\$ 40.63	\$ 2.78	\$ 3.38		\$ 6,412.88
Guardia de seguridad	\$404.16	\$ 45.06	\$ 38.19	\$ 487.42	\$ 487.42	\$ 33.33	\$ 40.60	\$ 534.20	\$ 6,410.36
<b>Total</b>					\$ 40.62	\$ 2.78	\$ 3.38		\$ 6,410.36

**Fuente:** Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

**Realizado por:** Bautista, D.2020

El rol de pagos se calculó a partir de la tabla de salarios mínimos sectoriales del Ministerio de Trabajo (2020) bajo relación de dependencia, tomando en cuenta para el primer año el aporte personal calculado al 9.45%, el aporte patronal al 11.15% y el pago de comisiones al vendedor como política de empresa al 10% de ganancia en ventas en función de su capacidad operativa; además se consideró el 10 MO tercer sueldo y 10MO cuarto sueldo calculados según (Banco Pichincha 2020) con datos contemplado en el Código de Trabajo; así también se calculó el rol de pagos a partir del segundo año de actividad en el cual se tomó en cuenta el fondo de reserva a una tasa de aportaciones de 8.33% establecido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS 2021).

#### 4.1.6.3. Activos fijos

**Tabla 31-4:** Activos fijos para el área comercial

Denominación activo fijos	cantidad	Costo unitario	Total, inversión
---------------------------	----------	----------------	------------------

<b>Activo</b>			<b>\$</b>	<b>14,390.30</b>
Terreno	90 m2	\$	12.38	\$ 1,485.60
Construcción y edificaciones	90 m2	\$	80.00	\$ 7,200.00
<b>Equipo de computo</b>			<b>\$</b>	<b>3,000.00</b>
Computadora	1	\$	1,000.00	\$ 1,000.00
Impresora	1	\$	300.00	\$ 300.00
Sistema facturación Caja registradora computarizada	1	\$	1,200.00	\$ 1,200.00
Tv	1	\$	500.00	\$ 500.00
<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$</b>	<b>836.00</b>
Modular	1	\$	400.00	\$ 400.00
Portapapeles	1	\$	20.00	\$ 20.00
Archivador	1	\$	80.00	\$ 80.00
Escritorio para computadora	1	\$	27.00	\$ 27.00
Festnight Set de Sofás	1	\$	200.00	\$ 200.00
Mesa de centro	1	\$	49.00	\$ 49.00
Dispensador de agua	1	\$	25.00	\$ 25.00
Estantes	1	\$	35.00	\$ 35.00
<b>Maquinaria y equipo</b>			<b>\$</b>	<b>668.70</b>
Calefactor	1	\$	52.00	\$ 52.00
Teléfonos Móviles	2	\$	200.00	\$ 400.00
Teléfono fijo	1	\$	45.00	\$ 45.00
Perforadora	3	\$	3.90	\$ 11.70
Grapadora	5	\$	2.50	\$ 12.50
Extintores	2	\$	30.00	\$ 60.00
Contenedores de reciclaje	2	\$	11.25	\$ 22.50
Cafetera	1	\$	65.00	\$ 65.00
<b>Vehículo</b>			<b>\$</b>	<b>1,200.00</b>
Moto	1	\$	1,200.00	\$ 1,200.00

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020



#### 4.1.6.4. Materiales e insumos

**Tabla 32-4:** Materiales e insumos para el área comercial

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Gasto Anual</b>
<b>materiales e insumos</b>			
<b>Materiales e insumos</b>			<b>\$ 791.50</b>
Papel	15 resmas	\$ 4.00	\$ 60.00
Borradores	2 caja - 12 unidades	\$ 5.00	\$ 10.00
Lápices	4 cajas- 12 unidades	\$ 4.00	\$ 16.00
Esferos	10 cajas - 24 unidades	\$ 6.00	\$ 60.00
Carpetas	8 docenas	\$ 4.50	\$ 36.00
Recarga de tóner de impresora	10 unidades	\$ 15.00	\$ 150.00
Grapas	3 cajas	\$ 1.25	\$ 3.75
Tarjeta de presentación	5000	\$ 12.00	\$ 50.00
Banner Vertical Tower 160X600 Pixels	1 unidad	\$ 275.00	\$ 275.00
Agua	15 botellones de 20 litros	\$ 2.00	\$ 30.00
Café	7 frascos de café Buendía de 340 g	\$ 11.00	\$ 77.00
Endulzante	7 cajas	\$ 3.25	\$ 23.75

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4.1.6.5. Materiales de promoción

**Tabla 33-4:** Materiales de promoción para el área comercial

<b>Denominaciones</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Gasto Anual</b>
<b>materiales de promoción</b>			
<b>Materiales de promoción</b>			<b>\$ 8,245.00</b>

<b>Promoción y publicidad durante del funcionamiento</b>				<b>\$</b>	<b>6,475.00</b>
Redes sociales (Facebook - Instagram - YouTube)	24 para 6 meses	\$	750.00	\$	1,500.00
Página web (diseño y publicidad)	una para 3 años	\$	600.00	\$	2,400.00
Spots radiales	50 para tres meses	\$	550.00	\$	2,200.00
Trípticos	5000	\$	75.00	\$	375.00
<b>Promoción y publicidad antes del funcionamiento</b>				<b>\$</b>	<b>1,770.00</b>
Gigantografías	2	\$	210.00	\$	420.00
Volantes	3000	\$	190.00	\$	570.00
Vallas publicitarias	2	\$	390.00	\$	780.00

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

#### 4.1.6.6. Gastos por comercialización de terceros

**Tabla 34-4:** Gastos por comercialización de terceros

Gastos de distribución	Cantidad	Valor unitario	Gasto Anual
<b>Gastos por comercialización de terceros</b>			<b>\$ 7,665.60</b>
Pago de comisiones para operadoras			\$ 7,665.60

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

**Tabla 35-4:** Pago de comisiones operadora

PAGO DE COMISIONES OPERADORA			
CAPACIDAD OPERATIVA	12776	VALOR DE LA COMISIÓN	GASTO ANUAL
Política de la empresa para pago de comisiones			
10% Ventas para operadora	1278	6 \$	<b>7,665.60</b>

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

Dentro del requerimiento para el área comercial también se consideró los gastos de comercialización para terceros, es decir el pago de comisiones para operadoras, que según la política de empresa ganara el 10% de ventas según la capacidad operativa y \$ 6 dólares por valor de comisión.

## 4.2. Estudio técnico

### 4.2.1. Consumo aparente

#### 4.2.1.1. Consumo aparente de los visitantes

El consumo aparente para jefes del hogar, turistas nacionales y extranjeros se determinó al dividir la demanda futura de visitantes para su consumo aparente por cuatrimestre, mensual, semanal y diario.

**Tabla 36-4:** Consumo aparente para los jefes del hogar, turistas nacionales y extranjeros

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	71,854	17,964	5,988	1,497	200
2022	73,499	18,375	6,125	1,531	204
2023	75,182	18,796	6,265	1,566	209
2024	76,904	19,226	6,409	1,602	214
2025	78,665	19,666	6,555	1,639	219

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4.2.1.2. Consumo aparente para las actividades

El consumo aparente para las actividades se determinó al dividir la demanda futura de visitantes para su consumo aparente por cuatrimestre, mensual, semanal y diario.

## 1) Piscinas

**Tabla 37-4:** Consumo aparente piscinas

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente piscinas			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	12,495	3,124	1,041	260	35
2022	12,781	3,195	1,065	266	36
2023	13,074	3,269	1,090	272	36
2024	13,374	3,344	1,115	279	37
2025	13,680	3,420	1,140	285	38

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 2) Visita a granja de aves

**Tabla 38-4:** Consumo aparente visita a granja de aves

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente visita a granja de aves			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	6,941	1,735	578	145	19
2022	7,100	1,775	592	148	20
2023	7,263	1,816	605	151	20
2024	7,429	1,857	619	155	21
2025	7,599	1,900	633	158	21

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 3) Pesca deportiva

**Tabla 39-4:** Consumo aparente pesca deportiva

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente pesca deportiva			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	7,638	1,910	637	159	21
2022	7,813	1,953	651	163	22
2023	7,992	1,998	666	167	22
2024	8,175	2,044	681	170	23
2025	8,362	2,091	697	174	23

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

#### 4) Uso de baño turco -sauna-hidromasaje

**Tabla 40-4:** Consumo aparente uso de baño turco -sauna-hidromasaje

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente uso de baño turco -sauna-hidromasaje			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	7,638	1,910	637	159	21
2022	7,813	1,953	651	163	22
2023	7,992	1,998	666	167	22
2024	8,175	2,044	681	170	23
2025	8,362	2,091	697	174	23

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

#### 5) Juegos recreacionales

**Tabla 41-4:** Consumo aparente juegos recreacionales

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente juegos recreacionales			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	9,025	2,256	752	188	25
2022	9,231	2,308	769	192	26
2023	9,443	2,361	787	197	26
2024	9,659	2,415	805	201	27
2025	9,880	2,470	823	206	27

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

#### 6) Visita a huertos orgánicos

**Tabla 42-4:** Consumo aparente visita a huertos orgánicos

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente visita a huertos orgánicos			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	4,168	1,042	347	87	12
2022	4,263	1,066	355	89	12
2023	4,361	1,090	363	91	12
2024	4,460	1,115	372	93	12
2025	4,563	1,141	380	95	13

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 7) Recreación en toboganes acuáticos

**Tabla 43-4:** Consumo aparente recreación en toboganes acuáticos

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente recreación en toboganes acuáticos			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	3,815	954	318	79	11
2022	3,903	976	325	81	11
2023	3,992	998	333	83	11
2024	4,084	1,021	340	85	11
2025	4,177	1,044	348	87	12

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 8) Juegos de tenis de mesa y billar

**Tabla 44-4:** Consumo aparente juegos de tenis de mesa y billar

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente juegos de tenis de mesa y billar			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,387	347	116	29	4
2022	1,419	355	118	30	4
2023	1,451	363	121	30	4
2024	1,484	371	124	31	4
2025	1,518	380	127	32	4

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 9) Entretenimiento nocturno

**Tabla 45-4:** Consumo aparente entretenimiento nocturno

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente entretenimiento nocturno			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	3,471	868	289	72	10
2022	3,550	888	296	74	10
2023	3,631	908	303	76	10
2024	3,714	929	310	77	10
2025	3,799	950	317	79	11

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 10) Cuadrones

**Tabla 46-4:** Consumo aparente cuadrones

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente cuadrones			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	3,471	868	289	72	10
2022	3,550	888	296	74	10
2023	3,631	908	303	76	10
2024	3,714	929	310	77	10
2025	3,799	950	317	79	11

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 11) Tarabita

**Tabla 47-4:** Consumo aparente tarabita

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente tarabita			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	5,209	1,302	434	109	14
2022	5,329	1,332	444	111	15
2023	5,451	1,363	454	114	15
2024	5,576	1,394	465	116	15
2025	5,703	1,426	475	119	16

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 12) Todas las anteriores

**Tabla 48-4:** Consumo aparente todas las anteriores

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente todas las anteriores			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	6,596	1,649	550	137	18
2022	6,747	1,687	562	141	19
2023	6,902	1,726	575	144	19
2024	7,060	1,765	588	147	20
2025	7,221	1,805	602	150	20

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4.2.1.3. Consumo aparente para los servicios complementarios

El consumo aparente para los servicios complementarios se determinó al dividir la demanda futura de visitantes para su consumo aparente por cuatrimestre, mensual, semanal y diario.

##### 1) Servicio de tours la fortaleza

**Tabla 49-4:** Consumo aparente servicio de tours la fortaleza

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente servicio de tours la fortaleza			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	9,700	2,425	808	202	27
2022	9,922	2,481	827	207	28
2023	10,150	2,538	846	211	28
2024	10,382	2,596	865	216	29
2025	10,620	2,655	885	221	30

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

##### 2) Guíaanza

**Tabla 50-4:** Consumo aparente guíaanza

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente guíaanza			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	2,156	539	180	45	6
2022	2,205	551	184	46	6
2023	2,255	564	188	47	6
2024	2,307	577	192	48	6
2025	2,360	590	197	49	7

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020



### 3) Servicio de heladería y cafetería

**Tabla 51-4:** Consumo aparente servicio de heladería y cafetería

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente servicio de heladería y cafetería			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	11,137	2,784	928	232	31
2022	11,392	2,848	949	237	32
2023	11,653	2,913	971	243	32
2024	11,920	2,980	993	248	33
2025	12,193	3,048	1,016	254	34

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

### 4) Consumo aparente tienda de souvenirs

**Tabla 52-4:** Consumo aparente tienda de souvenirs

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente tienda de souvenirs			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	2,874	719	240	60	8
2022	2,940	735	245	61	8
2023	3,007	752	251	63	8
2024	3,076	769	256	64	9
2025	3,147	787	262	66	9

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

### 5) Comidas típicas o buffet

**Tabla 53-4:** Consumo aparente comidas típicas o buffet

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente comidas típicas o buffet			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	10,778	2,695	898	225	30
2022	11,025	2,756	919	230	31
2023	11,277	2,819	940	235	31
2024	11,534	2,884	961	240	32
2025	11,800	2,950	983	246	33

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 6) Cabañas para hospedaje

**Tabla 54-4:** Consumo aparente cabañas para hospedaje

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente cabañas para hospedaje			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	10,778	2,695	898	225	30
2022	11,025	2,756	919	230	31
2023	11,277	2,819	940	235	31
2024	11,534	2,884	961	240	32
2025	11,800	2,950	983	246	33

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 7) Transporte turístico

**Tabla 55-4:** Consumo aparente transporte turístico

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente transporte turístico			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	3,952	988	329	82	11
2022	4,042	1,011	337	84	11
2023	4,135	1,034	345	86	11
2024	4,230	1,058	353	88	12
2025	4,327	1,082	361	90	12

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 8) Gimnasio

**Tabla 56-4:** Consumo aparente gimnasio

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente gimnasio			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	5,389	1,347	449	112	15
2022	5,512	1,378	459	115	15
2023	5,639	1,410	470	117	16
2024	5,768	1,442	481	120	16
2025	5,900	1,475	492	123	16

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 9) Cursos vacacionales

**Tabla 57-4:** Consumo aparente cursos vacacionales

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente cursos vacacionales			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	4,311	1,078	359	90	12
2022	4,410	1,103	368	92	12
2023	4,511	1,128	376	94	13
2024	4,614	1,154	385	96	13
2025	4,720	1,180	393	98	13

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 10) Discoteca

**Tabla 58-4:** Consumo aparente discoteca

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente discoteca			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	5,389	1,347	449	112	15
2022	5,512	1,378	459	115	15
2023	5,639	1,410	470	117	16
2024	5,768	1,442	481	120	16
2025	5,900	1,475	492	123	16

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 11) Todas las anteriores

**Tabla 59-4:** Consumo aparente todas las anteriores

Año	Demanda futura visitantes	Consumo aparente todas las anteriores			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	5,389	1,347	449	112	15
2022	5,512	1,378	459	115	15
2023	5,639	1,410	470	117	16
2024	5,768	1,442	481	120	16
2025	5,900	1,475	492	123	16

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4.2.2. Capacidad operativa

La capacidad operativa de la hostería se determinó en función de la oferta que la misma haría en cuanto a hospedaje, considerando que la rotación de este servicio fundamental y los complementarios se venden los fines de semana; entendiéndose además que el hospedaje sería para dos noches.

De acuerdo al consumo aparente cuyos datos se pueden observar en la tabla 54-4 existe una demanda de hospedaje para 225 personas por los fines de semana, sin embargo, la inversión prevista por los propietarios para dar inicio al emprendimiento en estudio será para 40 personas, lo que implica una capacidad operativa igual al 17.78%.

##### 4.2.2.1. Capacidad operativa para visitantes

**Tabla 60-4:** Capacidad operativa para visitantes

Año	Demanda futura visitantes	Capacidad operativa (17.78%)
2021	71,854	12,776
2022	73,499	13,068
2023	75,182	13,367
2024	76,904	13,674
2025	78,665	13,987

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4.2.2.2. Capacidad operativa para actividades

**Tabla 61-4:** Capacidad operativa para actividades

Año	Capacidad operativa para visitantes	Piscinas	Visita a granja de aves	Pesca deportiva	Uso de baño turco-sauna-hidromasaje	Juegos recreacionales	Visita a huertos orgánicos	Recreación en toboganes acuáticos	Juegos de tenis de mesa y billar	Entretenimiento nocturno	Cuadrones	Tarabita	Todas las anteriores
		17.39% (0.1739)	9.66% (0.0966)	10.63% (0.1063)	10.63% (0.1063)	12.56% (0.1256)	5.80% (0.058)	5.31% (0.0531)	1.93% (0.0193)	4.83% (0.0483)	4.83% (0.0483)	7.25% (0.0725)	9.18% (0.0918)
2021	12776	2222	1234	1358	1358	1605	741	678	247	617	617	926	1173
2022	13068	2273	1262	1389	1389	1641	758	694	252	631	631	947	1200
2023	13367	2325	1291	1421	1421	1679	775	710	258	646	646	969	1227
2024	13674	2378	1321	1454	1454	1717	793	726	264	660	660	991	1255
2025	13987	2432	1351	1487	1487	1757	811	743	270	676	676	1014	1284

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

La capacidad operativa para actividades y servicios complementarios se determinó al multiplicar los datos de la capacidad operativa para visitantes proyectada por el porcentaje de preferencia según la tabla 14-4 - el grafico 12-4; y la tabla 15-4 - el grafico 13-4 de los potenciales clientes.

#### 4.2.2.3. Capacidad operativa para servicios complementarios

**Tabla 62-4:** Capacidad operativa para servicios complementarios

Año	Capacidad operativa para visitantes	Servicio de tours la fortaleza	Guianza	Servicio de heladería y cafetería	Tienda de souvenirs	Comidas típicas o buffet	Cabañas para hospedaje	Transporte turístico	Gimnasio	Cursos vacacionales	Discoteca	Internet gratuito en el lobby	Todas las anteriores
		<b>13.50%</b>	<b>3.00%</b>	<b>15.50%</b>	<b>4.00%</b>	<b>15.00%</b>	<b>15.00%</b>	<b>5.50%</b>	<b>7.50%</b>	<b>6.00%</b>	<b>7.50%</b>	<b>0.00%</b>	<b>7.50%</b>
		<b>(0.135)</b>	<b>(0.03)</b>	<b>(0.155)</b>	<b>(0.04)</b>	<b>(0.15)</b>	<b>(0.15)</b>	<b>(0.055)</b>	<b>(0.075)</b>	<b>(0.06)</b>	<b>(0.075)</b>	<b>0</b>	<b>(0.075)</b>
2021	12776	1725	383	1980	511	1916	1916	703	958	767	958	0	958
2022	13068	1764	392	2026	523	1960	1960	719	980	784	980	0	980
2023	13367	1805	401	2072	535	2005	2005	735	1003	802	1003	0	1003
2024	13674	1846	410	2119	547	2051	2051	752	1026	820	1026	0	1026
2025	13987	1888	420	2168	559	2098	2098	769	1049	839	1049	0	1049

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

### 4.2.3. Consumo aparente en función de la capacidad operativa

#### 4.2.3.1. Consumo aparente en función de la capacidad operativa para los visitantes

El consumo aparente en función de la capacidad operativa para los visitantes se determinó al dividir la demanda futura de visitantes para su consumo aparente por cuatrimestre, mensual, semanal y diario.

**Tabla 63-4:** Consumo aparente en función de la capacidad operativa para los visitantes

Año	Capacidad Operativa para visitantes	Consumo aparente			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (40)	Diario (340)
2021	12,776	3,194	1,065	266	35
2022	13,068	3,267	1,089	272	36
2023	13,367	3,342	1,114	278	37
2024	13,674	3,419	1,140	285	38
2025	13,987	3,497	1,166	291	39

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4.2.3.2. Consumo aparente en función de la capacidad operativa para las actividades

El consumo aparente en función de la capacidad operativa para las actividades se determinó al dividir la demanda futura de visitantes para su consumo aparente por cuatrimestre, mensual, semanal y diario.

### 1) Piscinas

**Tabla 64-4:** Consumo aparente para piscinas

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente piscinas			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	2,222	556	185	46	6
2022	2,273	568	189	47	6
2023	2,325	581	194	48	6
2024	2,378	595	198	50	7
2025	2,432	608	203	51	7

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 2) Granja de aves

**Tabla 65-4:** Consumo aparente para granja de aves

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente visita a granja de aves			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,234	309	103	26	3
2022	1,262	316	105	26	4
2023	1,291	323	108	27	4
2024	1,321	330	110	28	4
2025	1,351	338	113	28	4

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 3) Pesca deportiva

**Tabla 66-4:** Consumo aparente para pesca deportiva

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente pesca deportiva			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,358	340	113	28	4
2022	1,389	347	116	29	4
2023	1,421	355	118	30	4
2024	1,454	364	121	30	4
2025	1,487	372	124	31	4

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 4) Uso de baño turco-sauna-hidromasaje

**Tabla 67-4:** Consumo aparente para uso de baño turco-sauna-hidromasaje

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente uso de baño turco -sauna-hidromasaje			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,358	340	113	28	4
2022	1,389	347	116	29	4
2023	1,421	355	118	30	4
2024	1,454	364	121	30	4
2025	1,487	372	124	31	4

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020



## 5) Juegos recreacionales

**Tabla 68-4:** Consumo aparente para juegos recreacionales

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente juegos recreacionales			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,605	401	134	33	4
2022	1,641	410	137	34	5
2023	1,679	420	140	35	5
2024	1,717	429	143	36	5
2025	1,757	439	146	37	5

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 6) Visita a huertos orgánicos

**Tabla 69-4:** Consumo aparente para visita a huertos orgánicos

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente visita a huertos orgánicos			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	741	185	62	15	2
2022	758	190	63	16	2
2023	775	194	65	16	2
2024	793	198	66	17	2
2025	811	203	68	17	2

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 7) Toboganes acuáticos

**Tabla 70-4:** Consumo aparente para recreación en toboganes acuáticos

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente recreación en toboganes acuáticos			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	678	170	57	14	2
2022	694	174	58	14	2
2023	710	178	59	15	2
2024	726	182	61	15	2
2025	743	186	62	15	2

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 8) Juegos de tenis de mesa y billar

**Tabla 71-4:** Consumo aparente para juegos de tenis de mesa y billar

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente juegos de tenis de mesa y billar			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	247	62	21	5	1
2022	252	63	21	5	1
2023	258	65	22	5	1
2024	264	66	22	6	1
2025	270	68	23	6	1

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 9) Entretenimiento nocturno

**Tabla 72-4:** Consumo aparente para entretenimiento nocturno

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente entretenimiento nocturno			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	617	154	51	13	2
2022	631	158	53	13	2
2023	646	162	54	13	2
2024	660	165	55	14	2
2025	676	169	56	14	2

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 10) Cuadrones

**Tabla 73-4:** Consumo aparente para cuadros

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente cuadros			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	617	154	51	13	2
2022	631	158	53	13	2
2023	646	162	54	13	2
2024	660	165	55	14	2
2025	676	169	56	14	2

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 11) Tarabita

**Tabla 74-4:** Consumo aparente tarabita

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente tarabita			
		Cuatrimstre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	926	232	77	19	3
2022	947	237	79	20	3
2023	969	242	81	20	3
2024	991	248	83	21	3
2025	1014	254	85	21	3

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 12) Todas las anteriores

**Tabla 75-4:** Consumo aparente todas las anteriores

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente todas las anteriores			
		Cuatrimstre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,173	293	98	24	3
2022	1,200	300	100	25	3
2023	1,227	307	102	26	3
2024	1,255	314	105	26	3
2025	1,284	321	107	27	4

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

### 4.2.3.3. *Consumo aparente en función de la capacidad operativa para los servicios complementarios*

El consumo aparente en función de la capacidad operativa para los servicios complementarios se determinó al dividir la demanda futura de visitantes para su consumo aparente por cuatrimestre, mensual, semanal y diario.

### 1) Servicio de tours la fortaleza

**Tabla 76-4:** Consumo aparente servicio de tours la fortaleza

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente servicio de tours la fortaleza			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,725	431	144	36	5
2022	1,764	441	147	37	5
2023	1,805	451	150	38	5
2024	1,846	462	154	38	5
2025	1,888	472	157	39	5

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

### 2) Guianza

**Tabla 77-4:** Consumo aparente guianza

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente guianza			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	383	96	32	8	1
2022	392	98	33	8	1
2023	401	100	33	8	1
2024	410	103	34	9	1
2025	420	105	35	9	1

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

### 3) Servicio de heladería y cafetería

**Tabla 78-4:** Consumo aparente servicio de heladería y cafetería

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente servicio de heladería y cafetería			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,980	495	165	41	6
2022	2,026	507	169	42	6
2023	2,072	518	173	43	6
2024	2,119	530	177	44	6
2025	2,168	542	181	45	6

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4) Tienda de souvenirs

**Tabla 79-4:** Consumo aparente tienda de souvenirs

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente tienda de souvenirs			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	511	128	43	11	1
2022	523	131	44	11	1
2023	535	134	45	11	1
2024	547	137	46	11	2
2025	559	140	47	12	2

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 5) Comidas típicas o buffet

**Tabla 80-4:** Consumo aparente comidas típicas o buffet

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente comidas típicas o buffet			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,916	479	160	40	5
2022	1,960	490	163	41	5
2023	2,005	501	167	42	6
2024	2,051	513	171	43	6
2025	2,098	525	175	44	6

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 6) Cabañas para hospedaje

**Tabla 81-4:** Consumo aparente cabañas para hospedaje

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente cabañas para hospedaje			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,916	479	160	40	5
2022	1,960	490	163	41	5
2023	2,005	501	167	42	6
2024	2,051	513	171	43	6
2025	2,098	525	175	44	6

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 7) Transporte turístico

**Tabla 82-4:** Consumo aparente transporte turístico

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente transporte turístico			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	703	176	59	15	2
2022	719	180	60	15	2
2023	735	184	61	15	2
2024	752	188	63	16	2
2025	769	192	64	16	2

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 8) Gimnasio

**Tabla 83-4:** Consumo aparente gimnasio

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente gimnasio			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	958	240	80	20	3
2022	980	245	82	20	3
2023	1,003	251	84	21	3
2024	1,026	257	86	21	3
2025	1,049	262	87	22	3

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 9) Cursos vacacionales

**Tabla 84-4:** Consumo aparente cursos vacacionales

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente cursos vacacionales			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	767	192	64	16	2
2022	784	196	65	16	2
2023	802	201	67	17	2
2024	820	205	68	17	2
2025	839	210	70	17	2

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

## 10) Discoteca

**Tabla 85-4:** Consumo aparente discoteca

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente discoteca			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	958	240	80	20	3
2022	980	245	82	20	3
2023	1,003	251	84	21	3
2024	1,026	257	86	21	3
2025	1,049	262	87	22	3

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista,2020

## 11) Todas las anteriores

**Tabla 86-4:** Consumo aparente todas las anteriores

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente todas las anteriores			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	958	240	80	20	3
2022	980	245	82	20	3
2023	1,003	251	84	21	3
2024	1,026	257	86	21	3
2025	1,049	262	87	22	3

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### ***4.2.4. Proceso productivo***

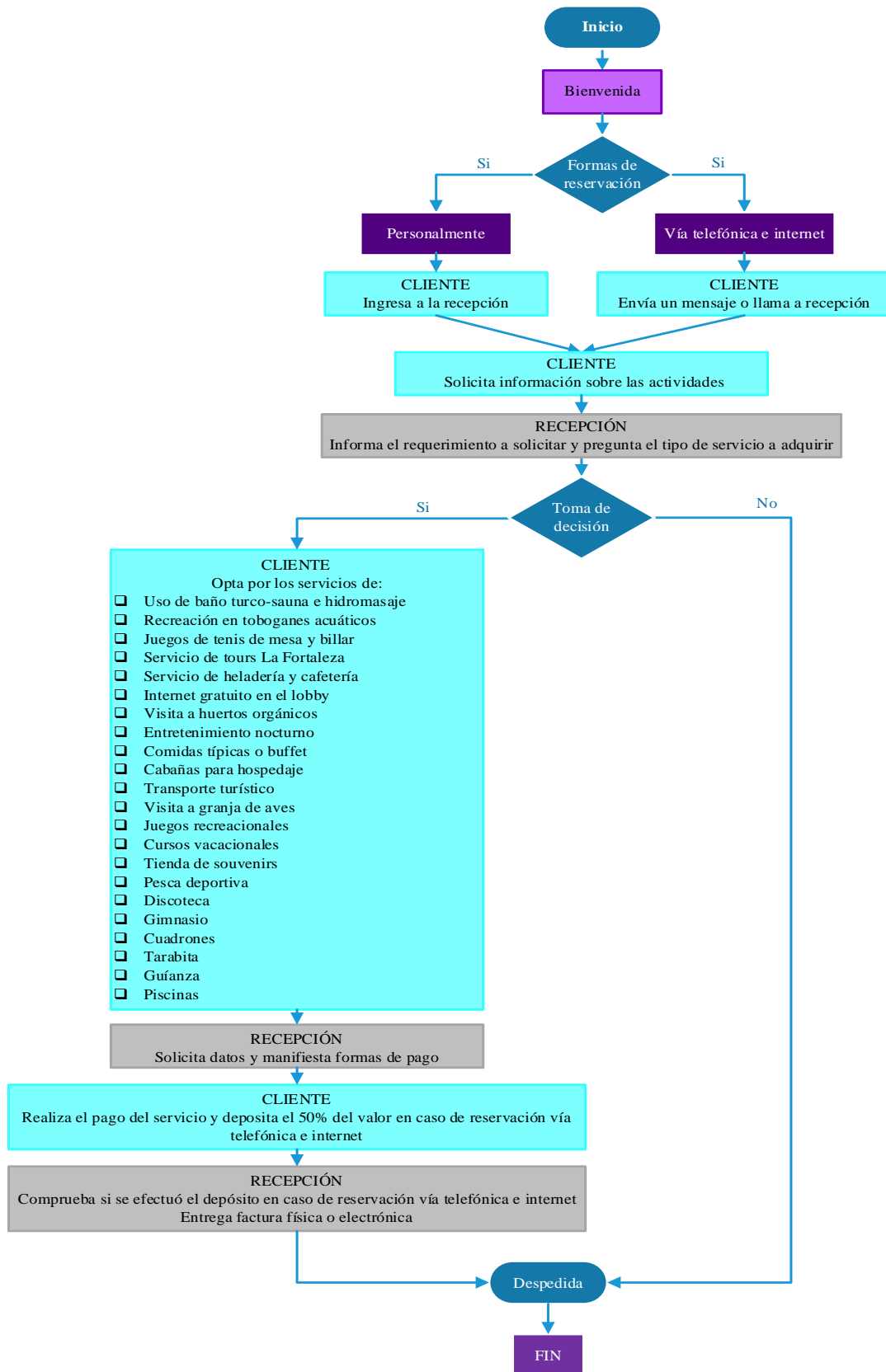
Los procesos de producción según Mayorga et al. (2015) es el conjunto de actividades mediante las cuales uno o varios factores productivos se transforman en productos, que pueden ser bienes físicos o servicios, aquella transformación crea riqueza, es decir, añade valor a los componentes luego de la adquisición, recepción y almacenamiento; el material adquirido es más valioso y aumenta su potencialidad para satisfacer las necesidades de los clientes a medida que avanza a través del proceso de producción; es necesario que en los procesos se identifiquen todos los elementos que se utilizan para obtener el producto. Cardenas Fernadez (2014) complementa que el flujograma de producción es una herramienta de gran importancia dentro del proceso productivo ya que al ser representaciones graficas de procesos puede mostrar a detalle las actividades tanto de los procesos de negocio o productos /servicios como la relación entre estos. Se pueden utilizar para identificar problemas, definir acciones, generar ideas, proporcionar una visión de la condición futura deseada y seleccionar la solución apropiada.

##### ***4.2.4.1. Flujogramas del proceso productivo***

Para dar cumplimiento a las actividades y servicios complementarios que la hostería “La Fortaleza” oferta en el mercado siempre con atención personificada y de calidad, se seguirá una serie de pasos para de esta manera generar un proceso ordenado donde cada una de las actividades y servicios complementarios puedan definirse con eficiencia, a través de los flujogramas de procesos se identifica como se lleva a cabo el proceso de prestación de servicios tomando en cuenta cada área que la hostería posee.



4.2.4.2. *Flujograma de contratación del producto en general*



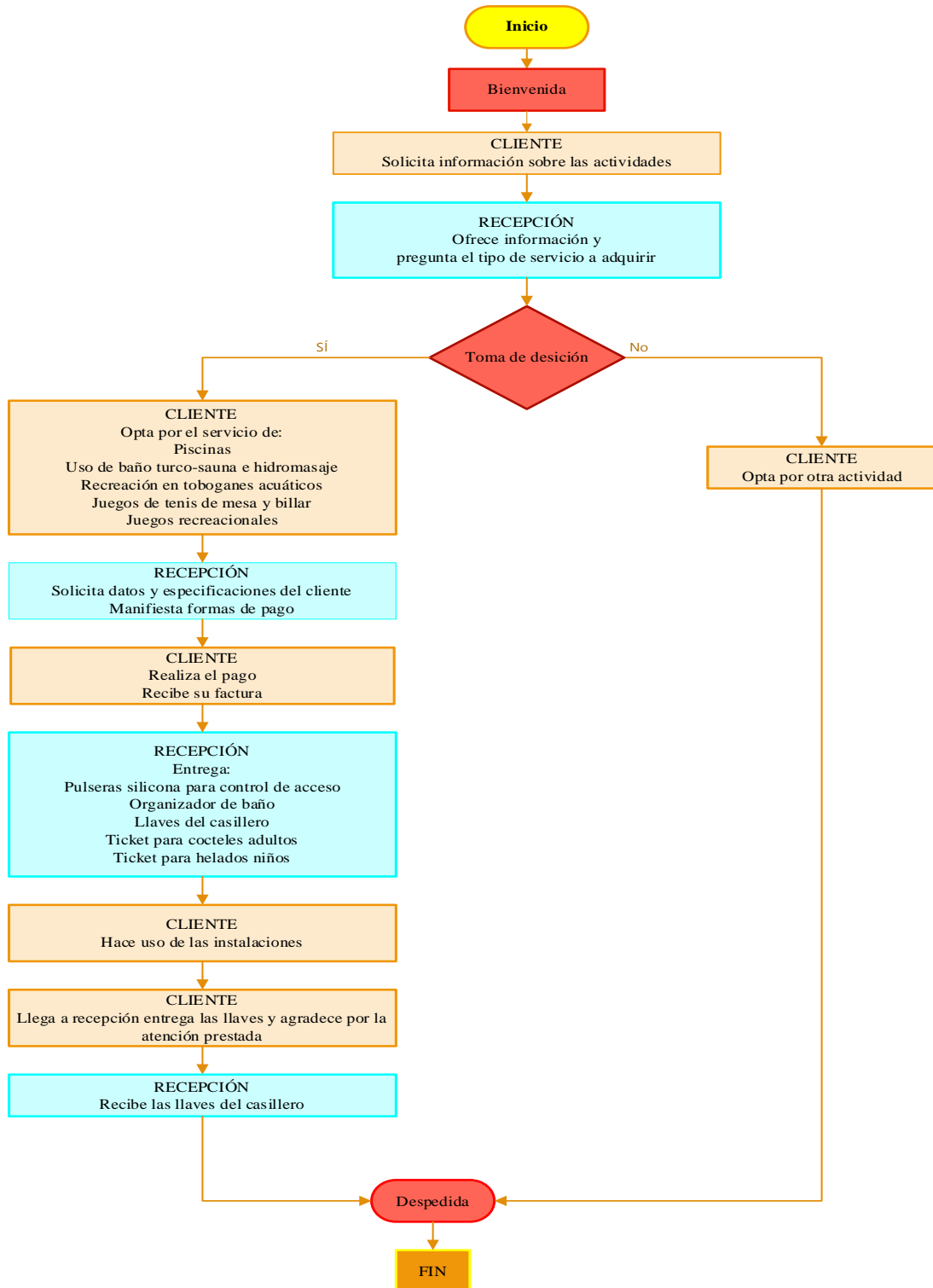
**Gráfico 18- 4:** Contratación del producto

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

4.2.4.3. *Flujograma de contratación de las actividades*

1. Flujograma de operación de las actividades destinadas a la relajación y diversión

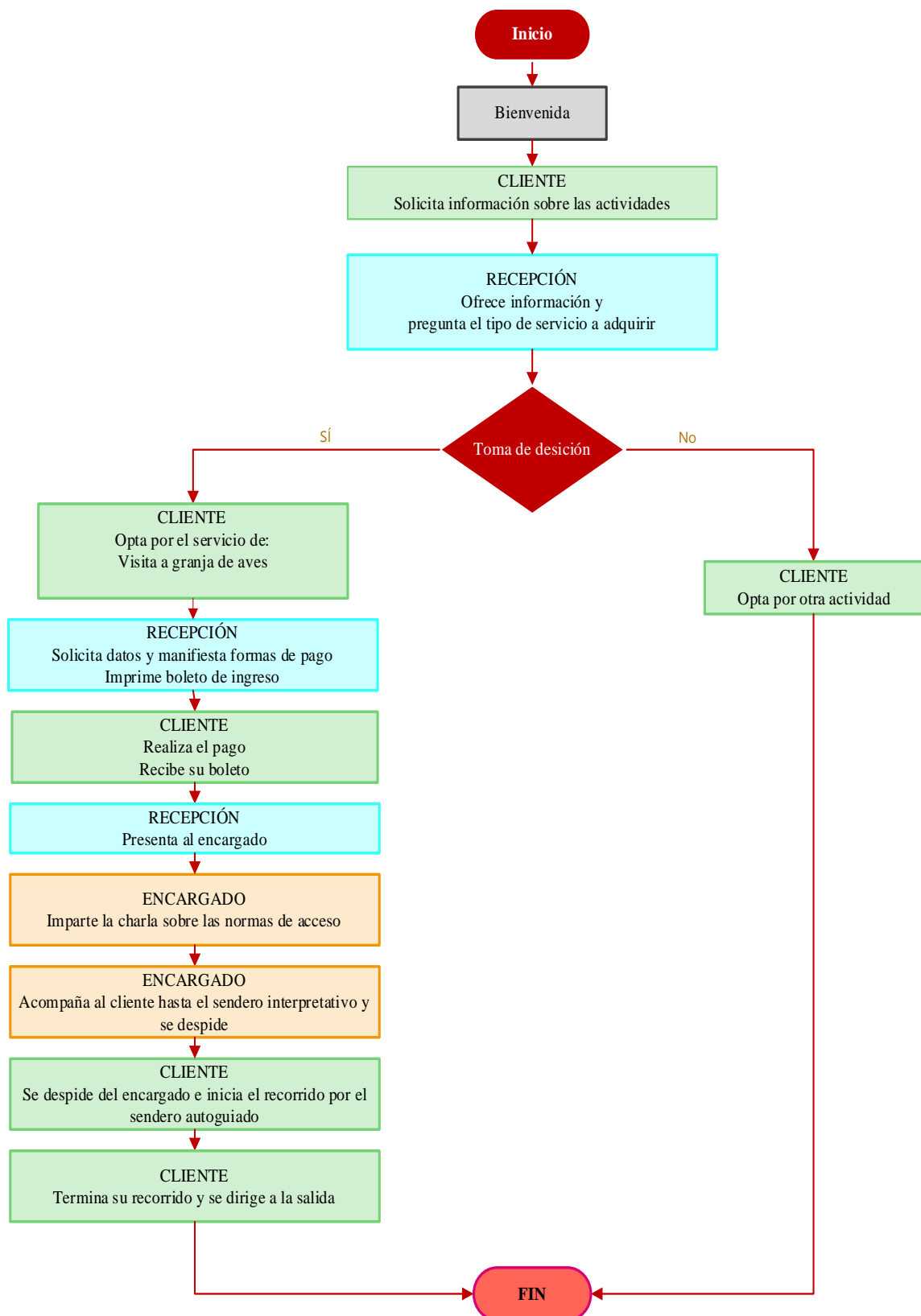


**Gráfico 19-4:** Flujograma de actividades destinadas a la relajación y diversión

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 2. Flujograma de operación de la actividad visita a granja de aves

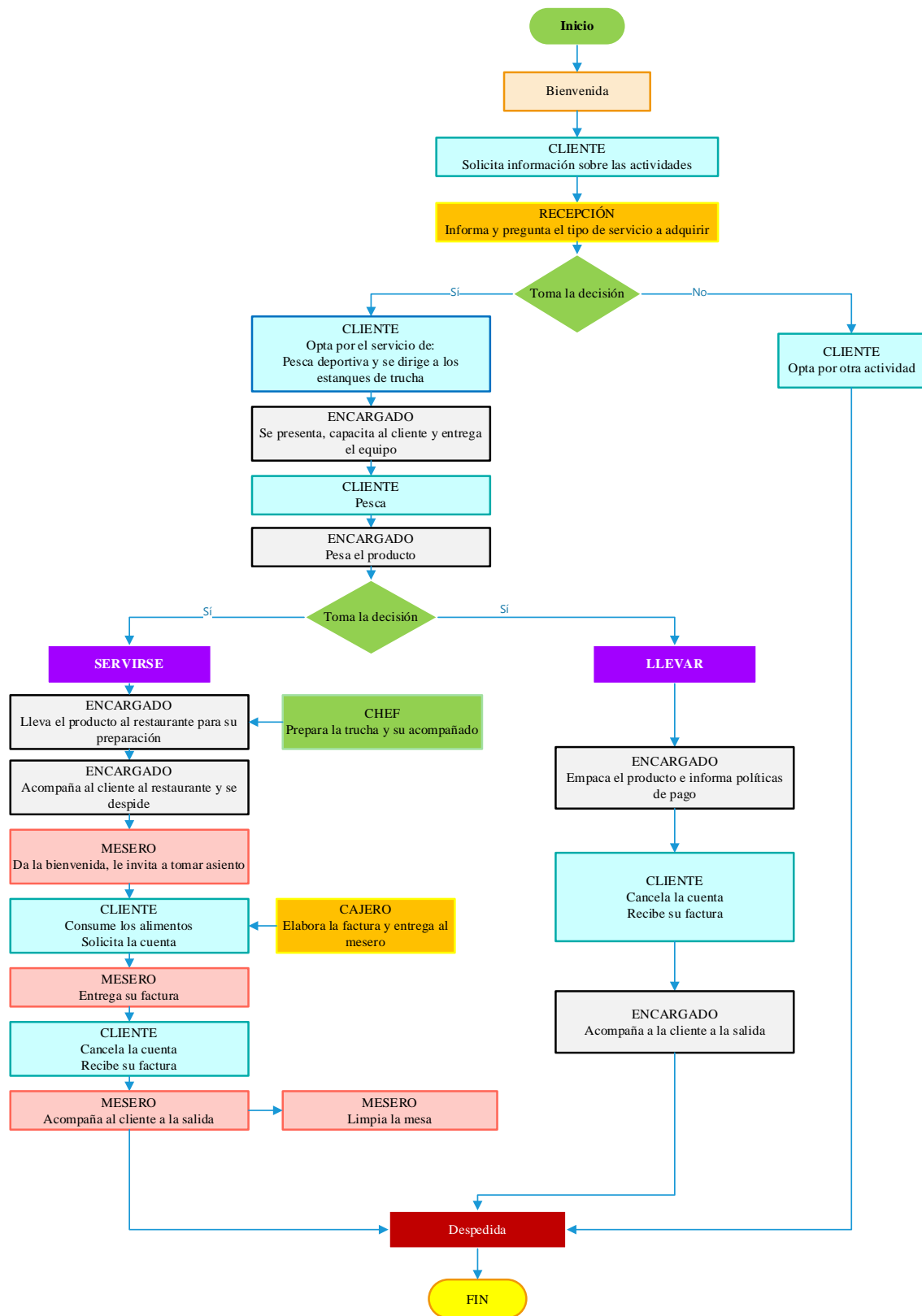


**Gráfico 20-4:** Flujograma de visita a granja de aves

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

### 3. Flujograma de operación de la actividad pesca deportiva

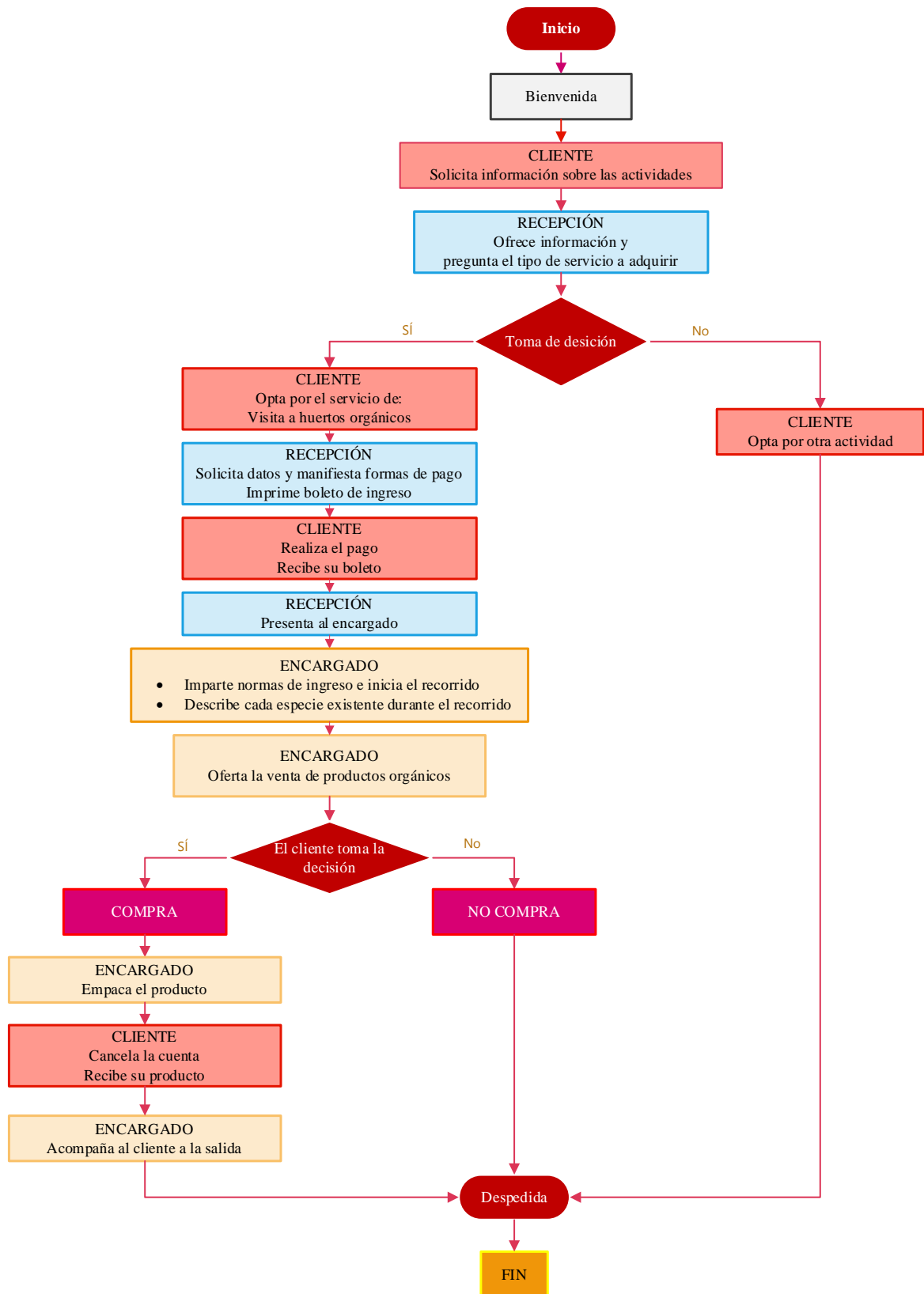


**Gráfico 21-4:** Flujograma de pesca deportiva

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4. Flujograma de operación de la actividad visita a huertos orgánicos



**Gráfico 22-4:** Flujograma de visita a huertos orgánicos

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

5. Flujograma de operación de la actividad entretenimiento nocturno

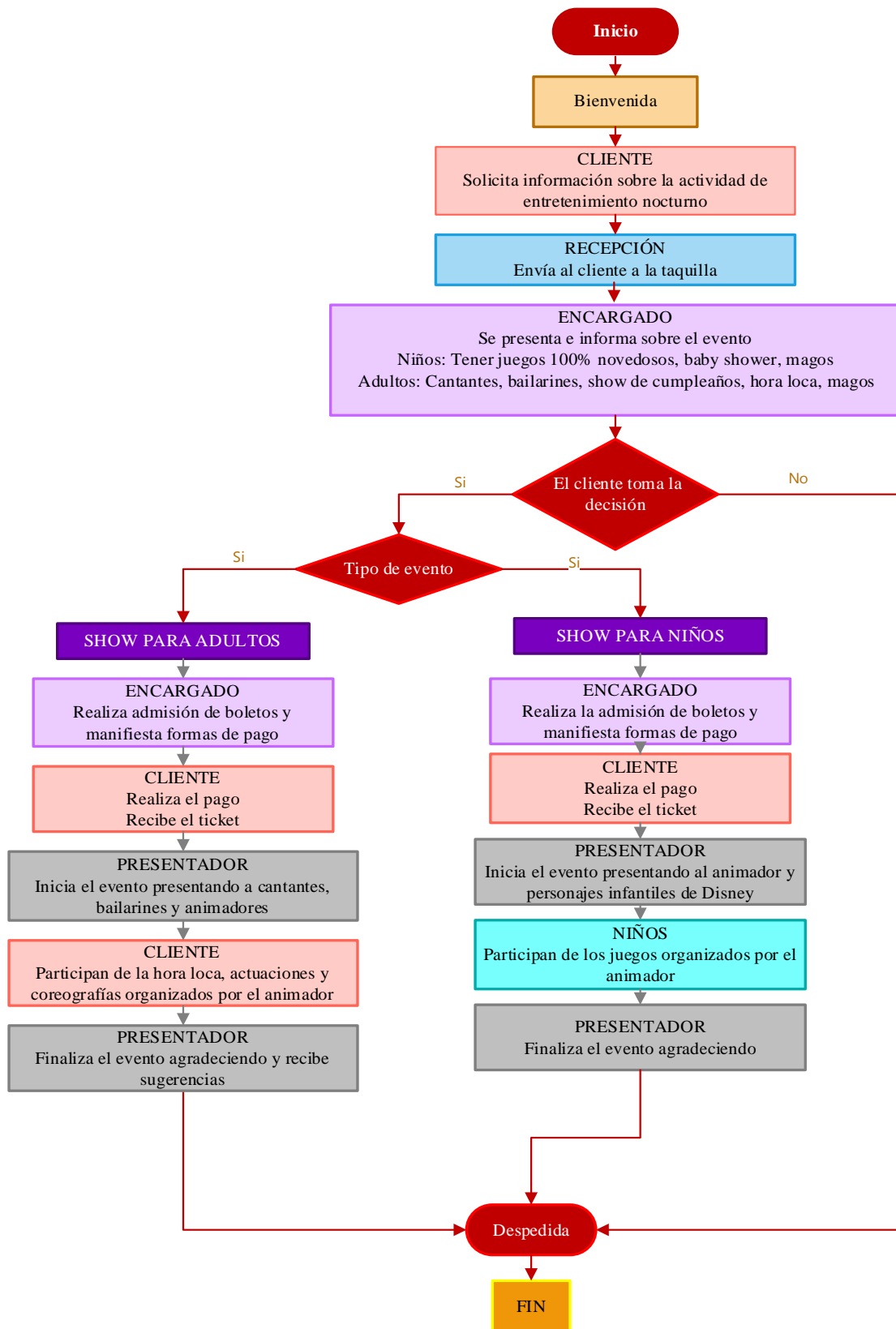


Gráfico 23-4: Flujograma de entreteniendo nocturno

Fuente: Entrevistas realizadas en el 2020

Realizado por: Bautista, D.2020

6. Flujograma de operación de la actividad cuadrones

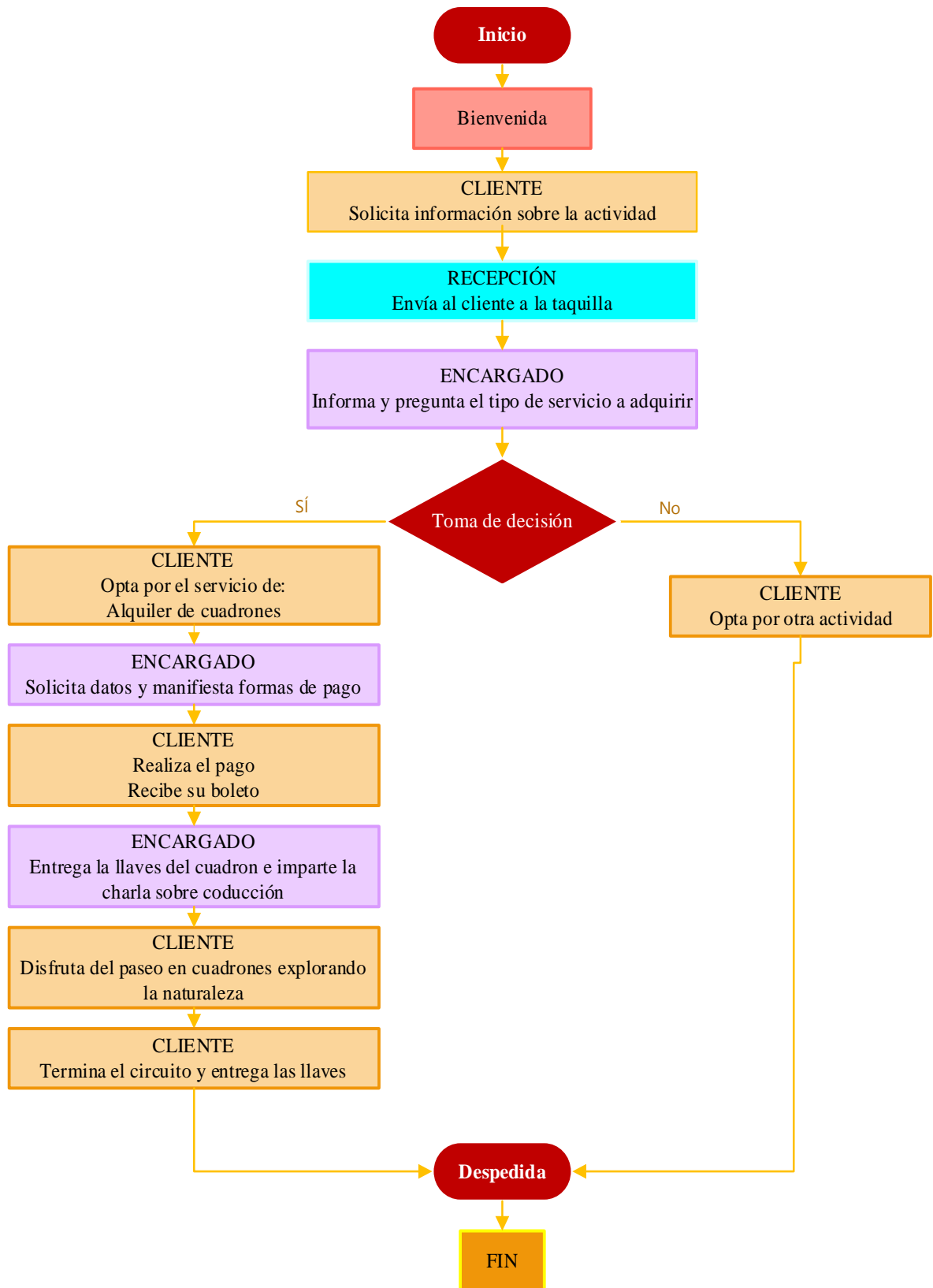
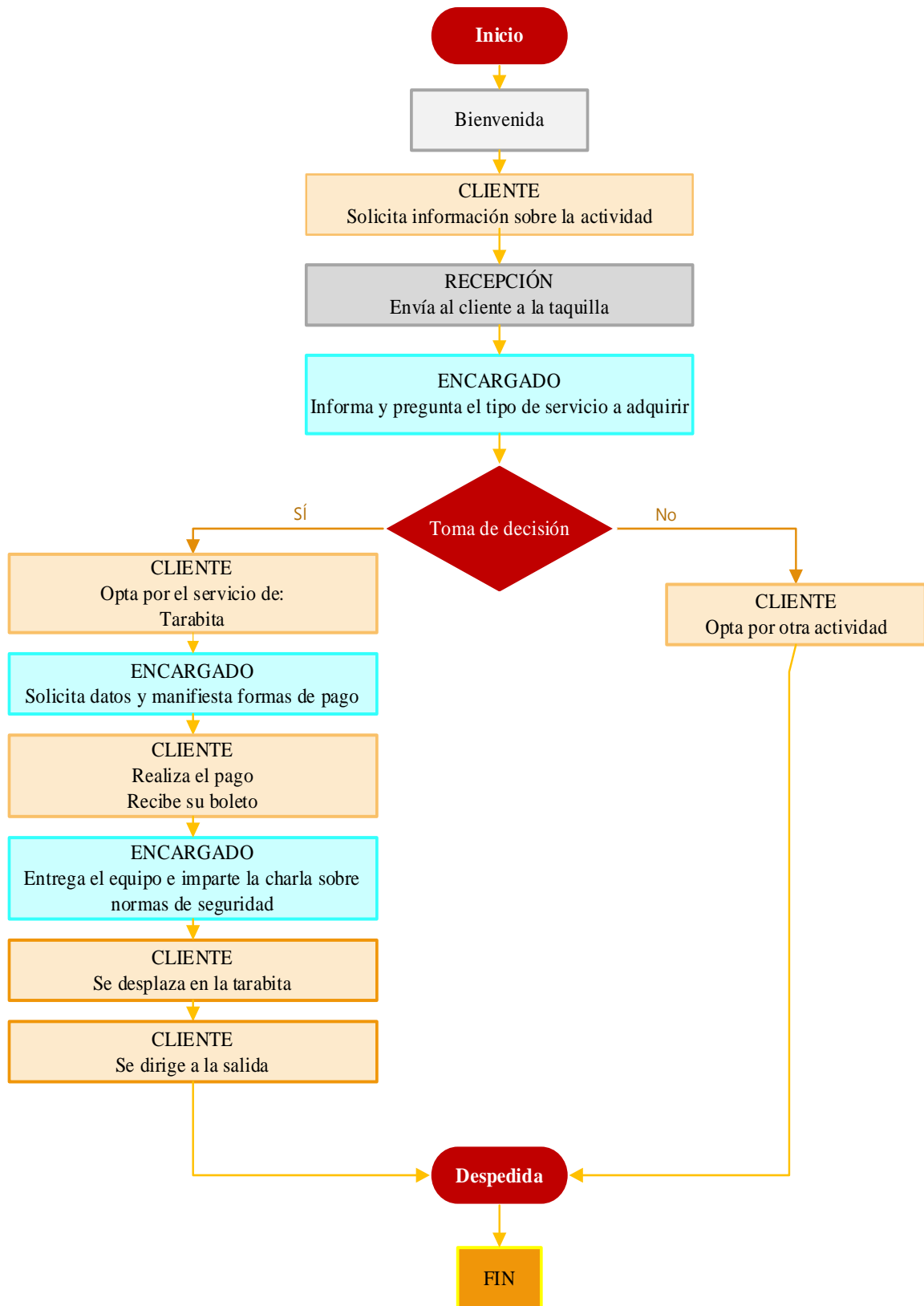


Gráfico 24-4: Flujograma de cuadrones

Fuente: Entrevistas realizadas en el 2020

Realizado por: Bautista, D.2020

## 7. Flujograma de operación de la actividad tarabita



**Gráfico 25-4:** Flujograma de tarabita

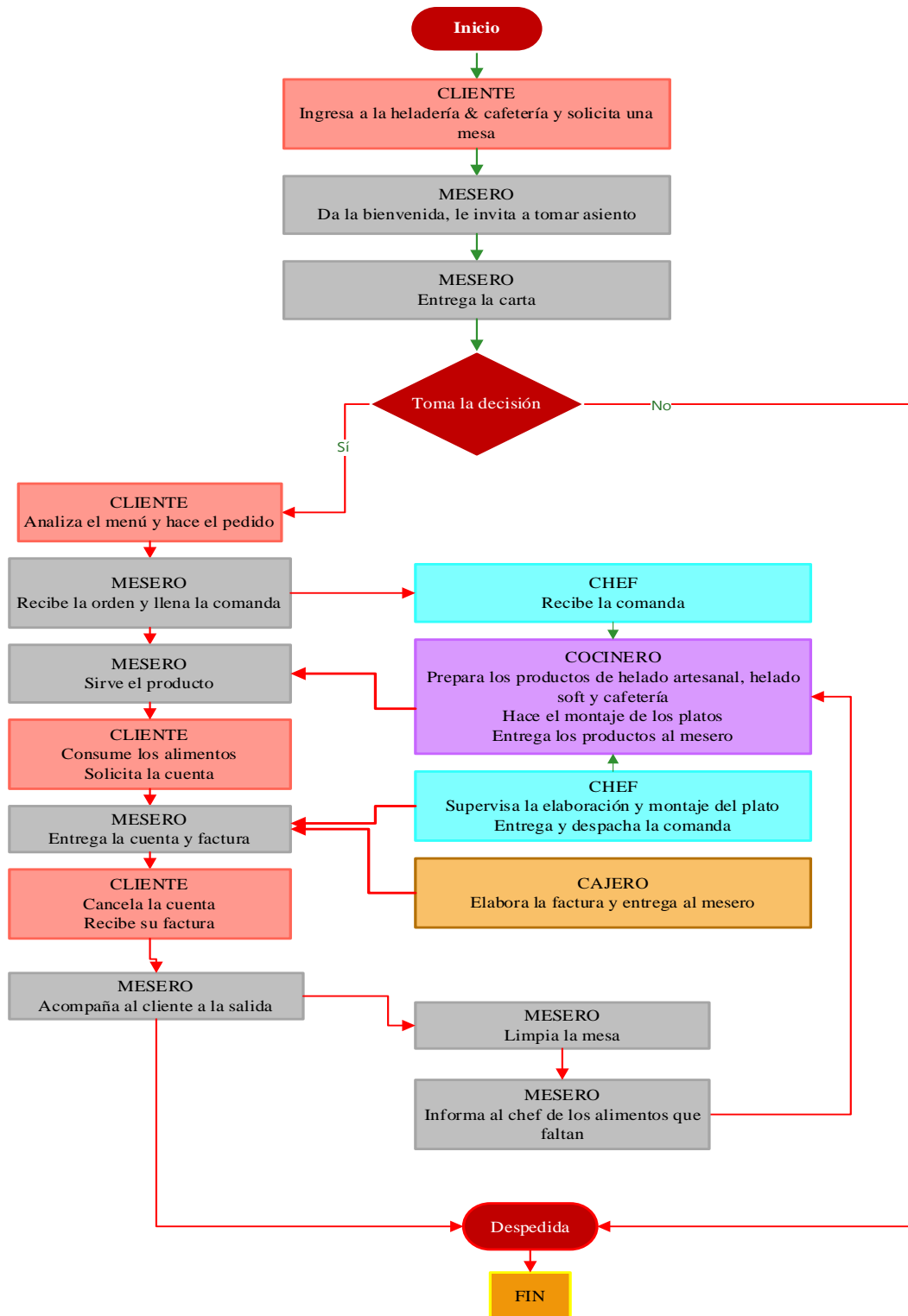
**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020



4.2.4.4. *Flujograma de contratación de los servicios complementarios*

1. Flujograma de operación del servicio de heladería y cafetería

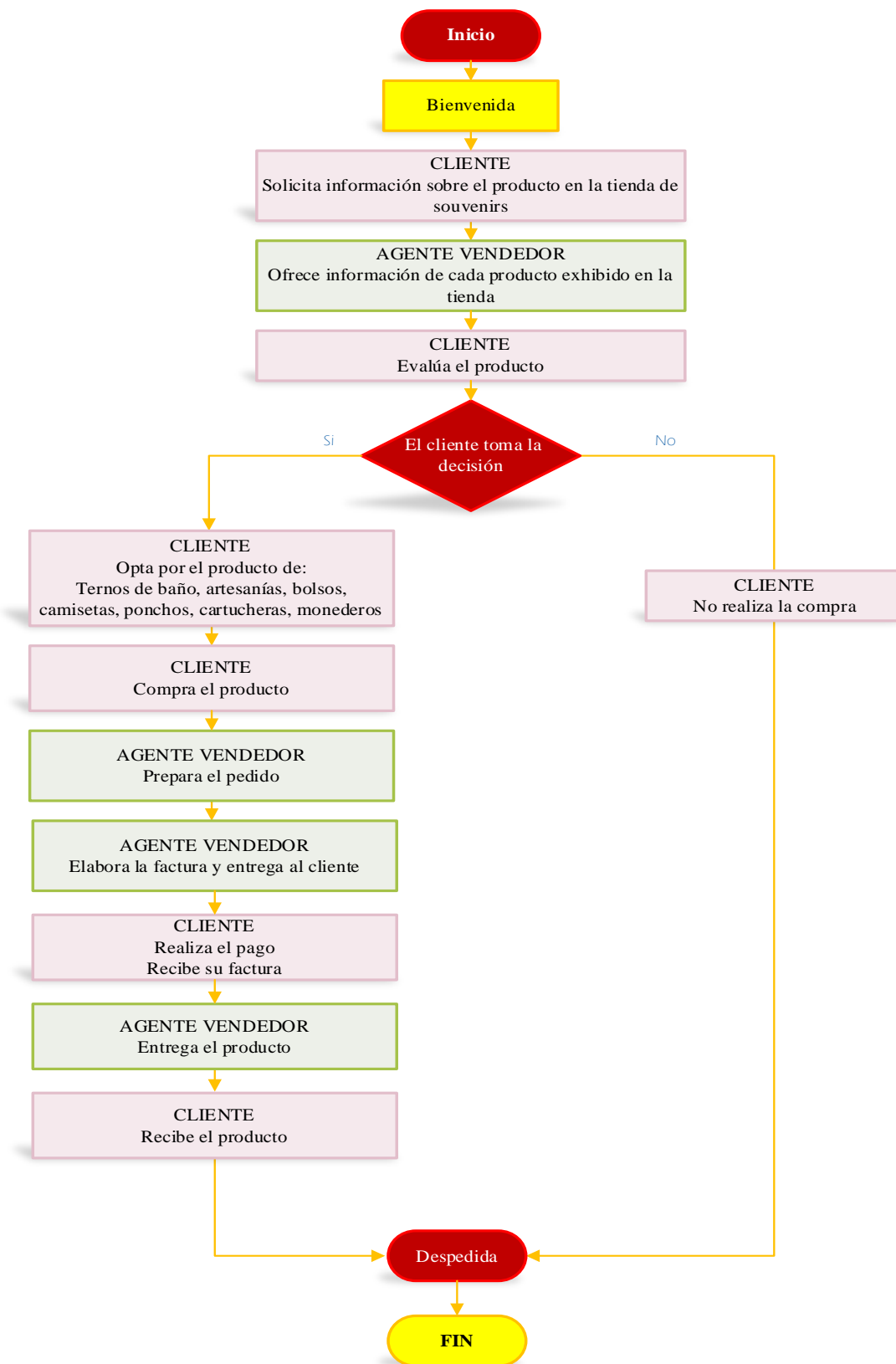


**Gráfico 26-4:** Flujograma de heladería y cafetería

Fuente: Entrevistas realizadas en el 2020

Realizado por: Bautista, D.2020

## 2. Flujograma de operación del servicio tienda de souvenirs

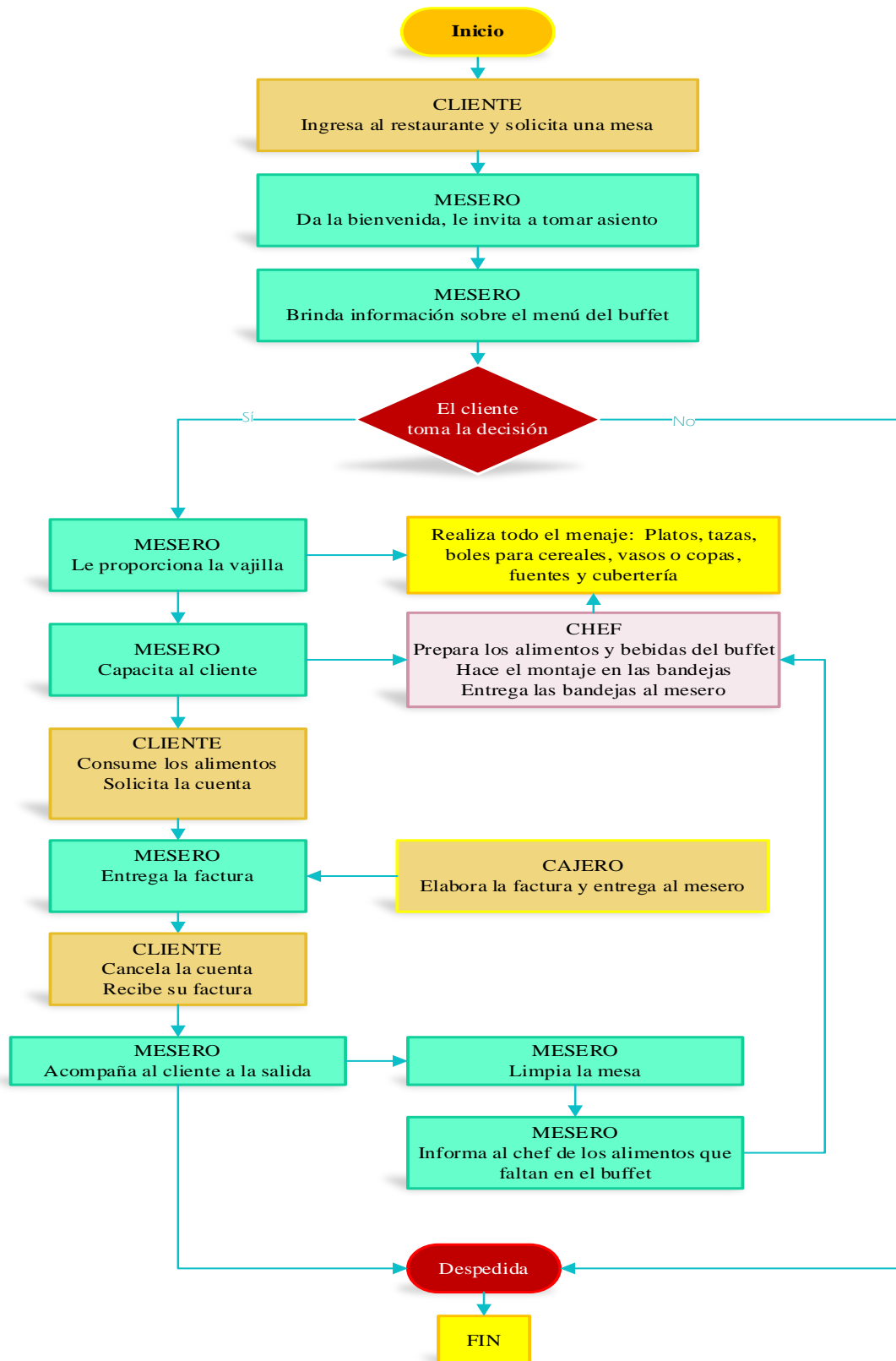


**Gráfico 27-4:** Flujograma de tienda de souvenirs

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

### 3. Flujograma de operación del servicio de alimentación

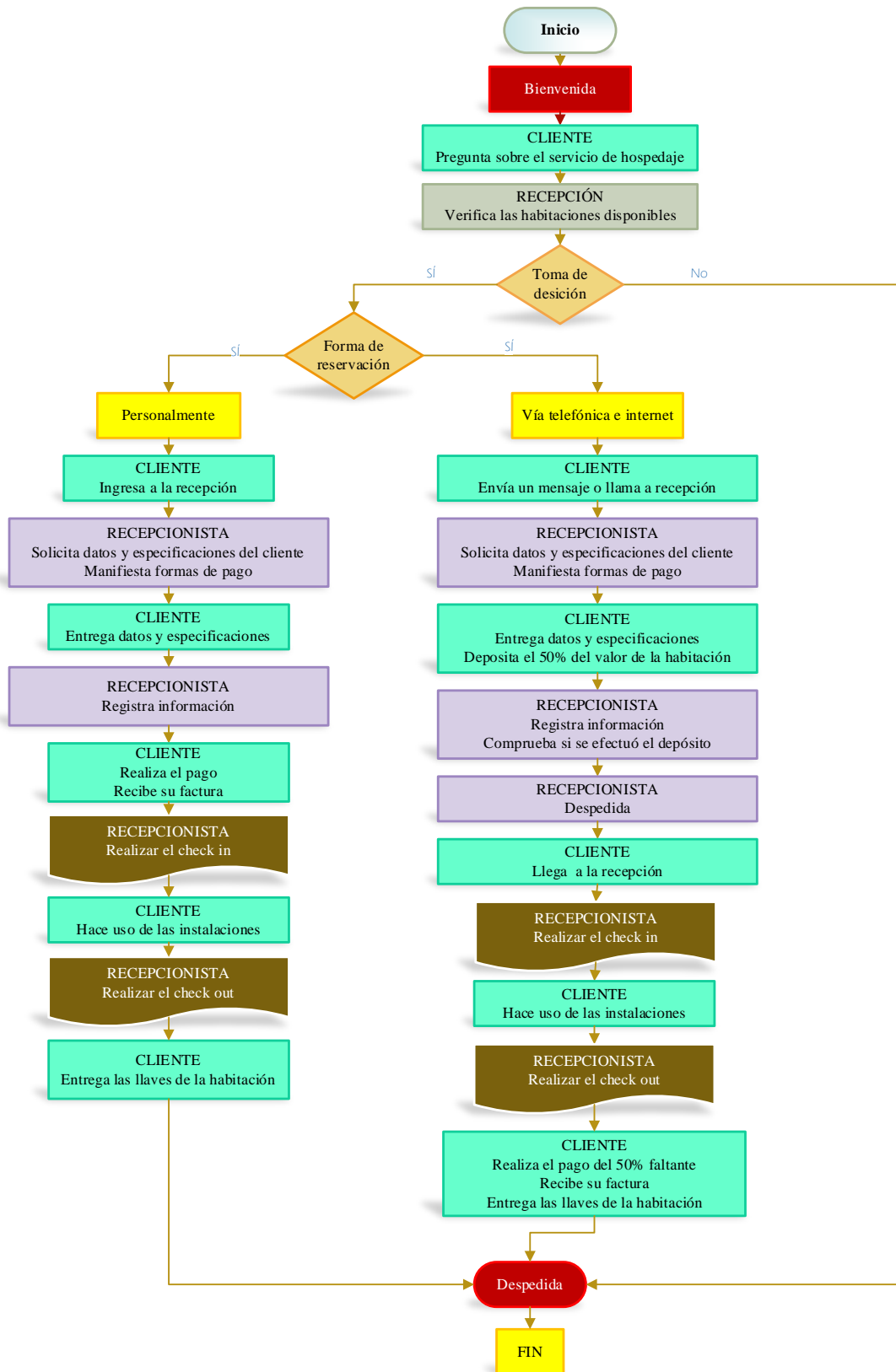


**Gráfico 28-4:** Flujograma de comidas típicas o buffet

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

#### 4. Flujograma de operación del servicio de hospedaje

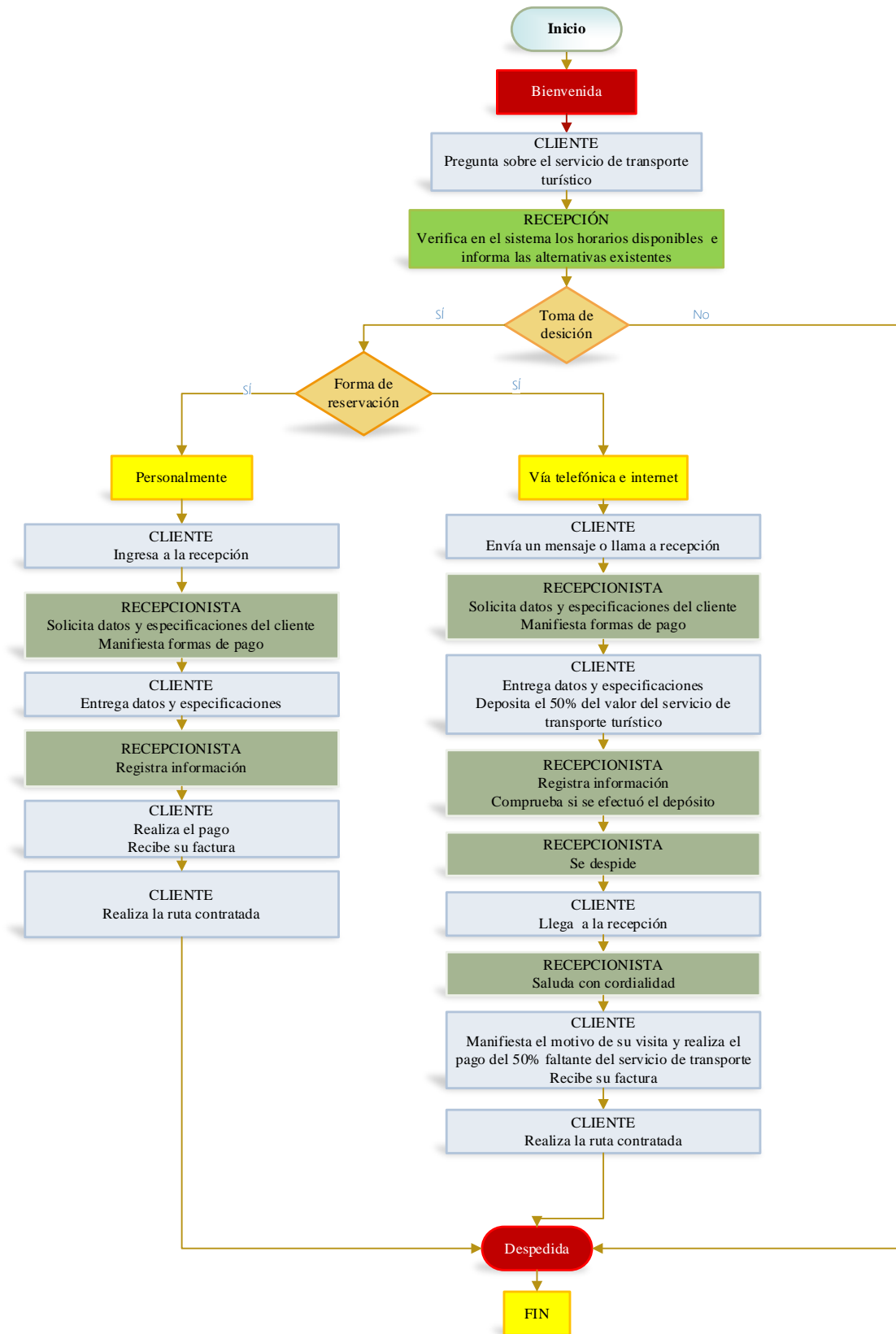


**Gráfico 29-4:** Flujograma de hospedaje

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

## 5. Flujograma de operación del servicio de transporte turístico



**Gráfico 30-4:** Flujograma de transporte turístico

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2020

6. Flujograma de operación del servicio de cursos vacacionales

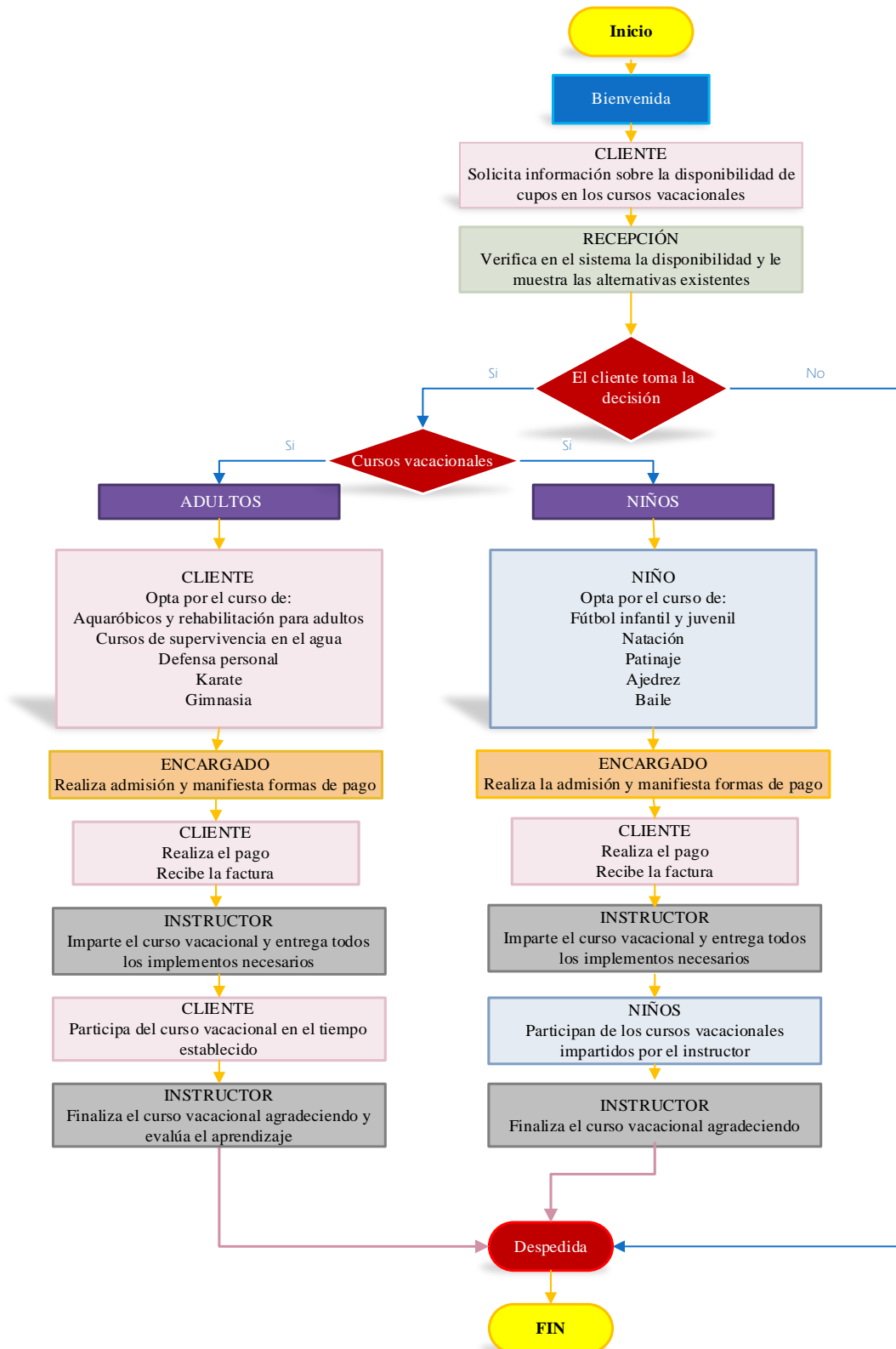


Gráfico 31-4: Flujograma de cursos vacacionales

Fuente: Entrevistas realizadas en el 2020

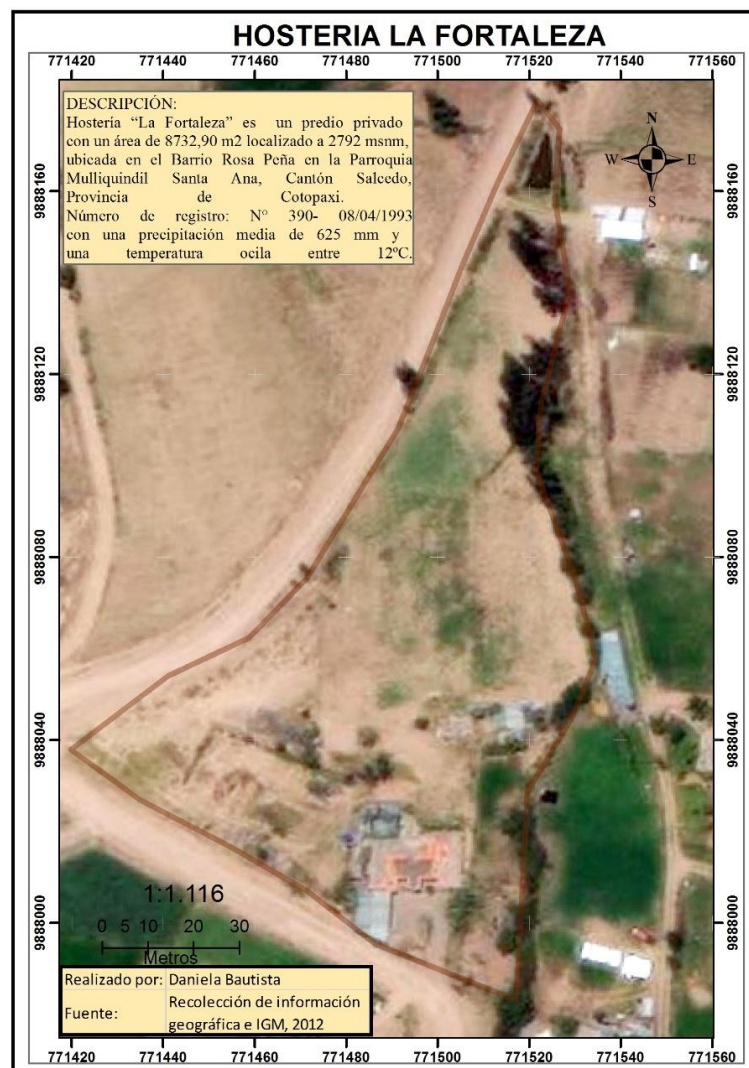
Realizado por: Bautista, D.2020

#### 4.2.5. Localización del proyecto

##### 4.2.5.1. Caracterización del lugar

Hostería "La Fortaleza" es un predio privado con un área de 8,732.90 m<sup>2</sup>, una altitud de 2,792 msnm, ubicada en el barrio Rosa Peña, a 1800m del centro de la parroquia Mulliquindil Santa Ana, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

**Número y fecha de registro:** N° 390- 08/04/1993



**Gráfico 32-4:** Mapa de la Hostería "La Fortaleza"

Realizado por: Bautista, D.2020

#### 4.2.5.2. Ruta de acceso a la hostería “La Fortaleza”

El inicio de la ruta de acceso a la hostería es el terminal terrestre del cantón Salcedo, teniendo como vía principal la que se dirige a la parroquia Mulliquindil Santa Ana y secundaria la vía que cruza el barrio los Pinos, hasta llegar a la intersección del barrio San José Obrero; teniendo como referencia el Kedima Supermercado, tomar la vía principal asfaltada a mano derecha o seguir por la secundaria a mano izquierda hasta llegar al barrio Rosa Peña.



**Gráfico 33-4:** Ruta de acceso 1

Realizado por: Bautista, D.2020



**Gráfico 34-4:** Ruta de acceso 2

Realizado por: Bautista, D.2020



#### 4.2.5.3. *Límites jurisdiccionales*

Norte, Sur y Oeste con la carretera pública vía a Churuloma y Este, quebrada del barrio Rosa Peña.

#### 4.2.5.4. *Clima*

El conjunto de condiciones atmosféricas que caracteriza a la parroquia, hace que se identifique como un clima Templado Mesotérmico Seco.

#### 4.2.5.5. *Características climáticas*

- **Humedad relativa**

La distribución de la humedad atmosférica según Jiménez (2017) corresponde al 70% pudiendo reducirse hasta un 5% en los meses de agosto y septiembre en las que se producen fenómenos como las heladas. La humedad tiende a aumentar en los meses invernales de febrero y marzo, y a disminuir en los meses veraniegos de septiembre y octubre; esto demuestra que la humedad atmosférica en el sector está íntimamente ligada a pluviosidad y altitud.

- **Heliofanía**

Las horas de brillo de sol varían promediadamente durante el año, peor en general en el cantón Salcedo tenemos aproximadamente 12 horas/día.

- **Precipitación**

De acuerdo a la base de datos gvSIG la precipitación de la parroquia, corresponde a 625 mm promedio.

- **Temperatura promedio**

Se establece que la temperatura se encuentra en 12 grados centígrados.

#### 4.2.6. *Tamaño de la empresa*

##### 4.2.6.1. *Número de clientes proyectados*

Para determinar el tamaño del proyecto se tomó en consideración el número de clientes proyectados en la capacidad operativa descrita en el estudio técnico, para el servicio de hospedaje

y que se los ha clasificado por días, semanas, meses y cuatrimestre como se describe a continuación.

**Tabla 87-4:** Número de clientes proyectados para el servicio de hospedaje

Año	Capacidad operativa	Consumo aparente cabañas para hospedaje			
		Cuatrimestre (4)	Mes (12)	Semana (48)	Diario (360)
2021	1,916	479	160	40	5
2022	1,960	490	163	41	5
2023	2,005	501	167	42	6
2024	2,051	513	171	43	6
2025	2,098	525	175	44	6

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

La capacidad operativa se definió en base a lo que dictamina el Reglamentó de Alojamiento Turístico 2018 (MINTUR, 2018)

#### 4.2.6.2. Terreno

El terreno es un predio privado con un área de 8,732.90 m<sup>2</sup> disponible para su implementación, ubicada en el barrio Rosa Peña; a 1,800 m del centro de la parroquia Mulliquindil Santa Ana, cantón Salcedo, provincia de Cotopaxi.

#### 4.2.6.3. Tipología de construcción

Para la construcción se utilizarán materiales de fabricación propia de la zona, la estructura de las edificaciones será principalmente de ladrillo y piedra vista; y se dispondrá de ventanas a base de madera para conservar la temperatura en las instalaciones ya que se cuenta con una baja temperatura.

#### 4.2.6.4. Tipo de materiales

Los materiales para la construcción según Jose Luis (2021) deberán ser analizados detenidamente para contrarrestar en parte los impactos que se puedan causar.

- Barro y arcilla

- Ladrillo (mezcla de arcillas)
- Madera y sus derivados
- Bambú (se usa como una madera, pero con fines ornamentales y decorativos)
- Piedra, grava, arena
- Granito (compuesta principalmente por cuarzo)
- Materiales procesados: Cemento, hormigón, vidrio, aluminio, acero, cerámica, cobre (es el preferido para instalaciones eléctricas), pintura

#### 4.2.6.5. Diseño técnico arquitectónico

**Tabla 88-4:** Programación de los espacios de la hostería

Áreas	Descripción	Cantidad	Superficie (m2)
Área comercial	Recepción	1	90
Área productiva	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parqueadero</li> <li>• Cabañas para hospedaje</li> <li>• Piscinas</li> <li>• Uso de baño turco-sauna e hidromasaje</li> <li>• Granja de aves</li> <li>• Huertos orgánicos</li> <li>• Pesca deportiva</li> <li>• Tarabita</li> <li>• Heladería y cafetería</li> <li>• Alimentación</li> <li>• Gimnasio</li> <li>• Tienda de souvenirs</li> <li>• Discoteca</li> <li>• Transporte turístico</li> </ul>	1	2,000 construcción 6,582.9 áreas verdes, jardines, canchas múltiples, parqueadero
Área administrativa	Gerencia	1	60

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2020

4.2.6.6. Planos arquitectónicos

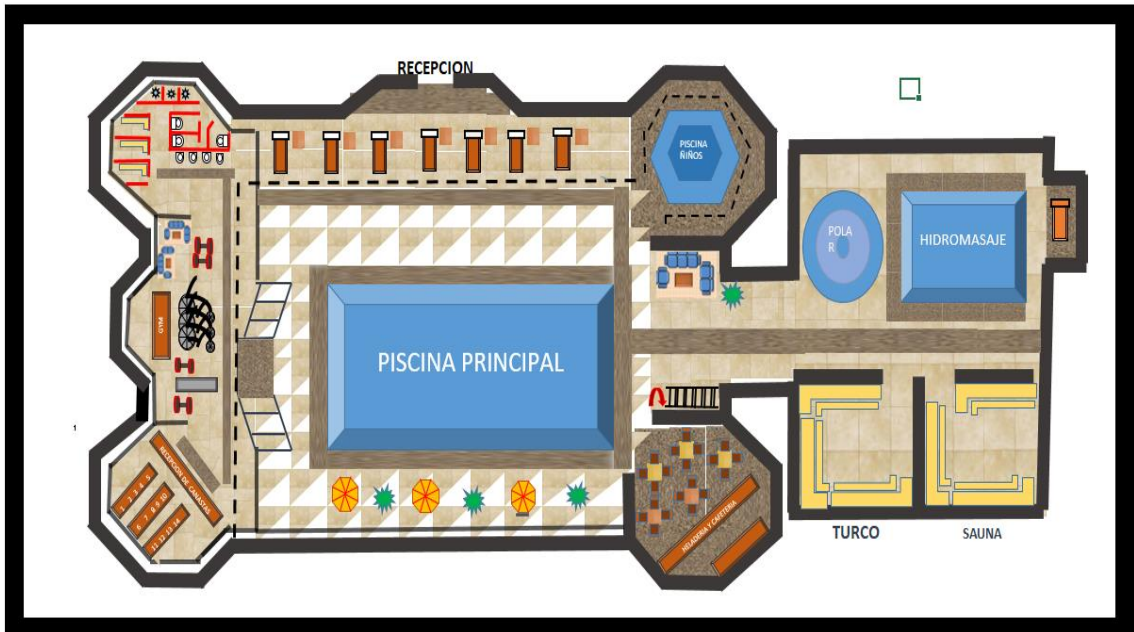


Gráfico 35-4: Primera planta

Realizado por: Bautista, D.2021

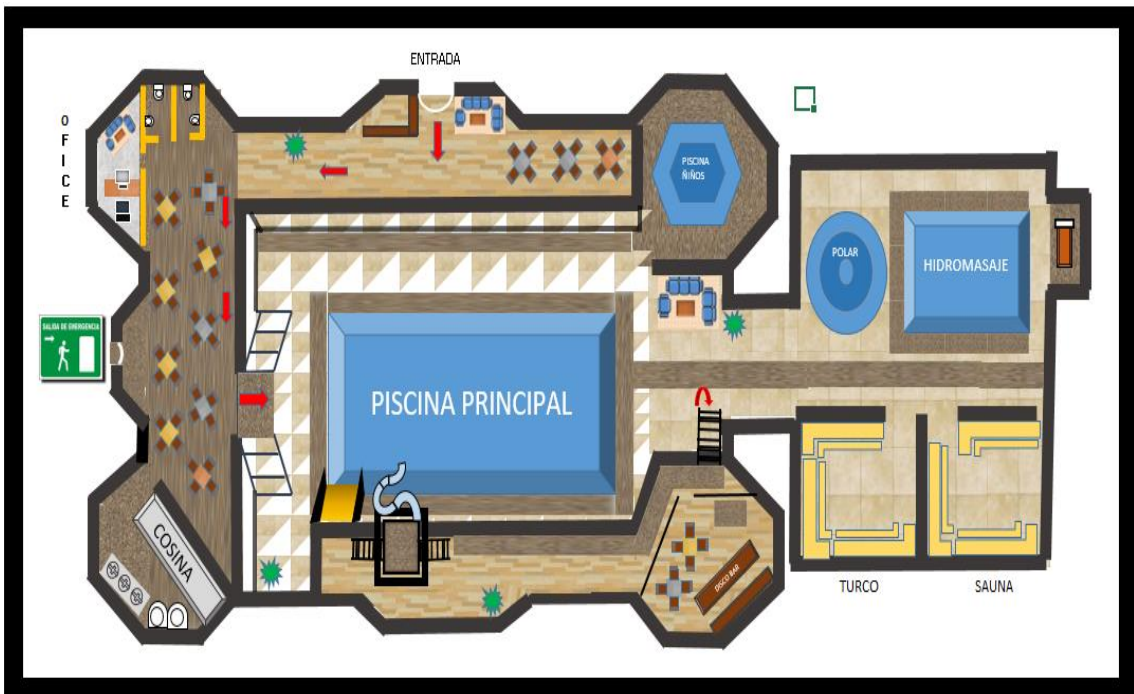
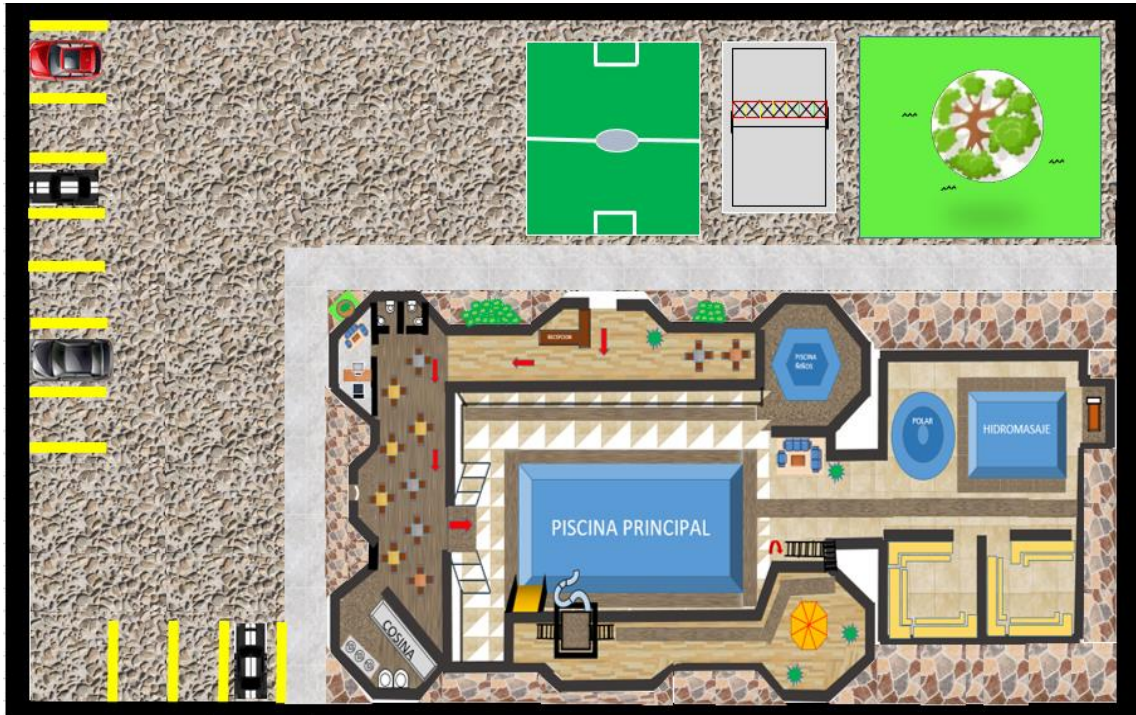


Gráfico 36-4: Segunda planta

Realizado por: Bautista, D.2021



**Gráfico 37-4:** Estacionamiento y área recreativa

Realizado por: Bautista, D.2021



**Gráfico 38-4:** Tarabita, huertos orgánicos, granja de aves y pesca deportiva

Realizado por: Bautista, D.2021



**Gráfico 39-4:** Área de cabañas y pista de cuadrones

Realizado por: Bautista, D.2021



**Gráfico 40-4:** Plano interno de las cabañas

Realizado por: Bautista, D.2021



**Gráfico 41-4:** Parte frontal de la cabaña

Realizado por: Bautista, D.2021



**Gráfico 42-4:** Vista posterior de la cabaña

Realizado por: Bautista, D.2021



**Gráfico 43-4:** Vista frontal de la fachada

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.2.7. *Requerimiento para el área productiva*

##### 4.2.7.1. *Talento humano mano de obra directa (MOD)*

**Tabla 89-4:** Mano de obra directa

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Remuneración mensual unificada</b>	<b>Costo anual (2021)</b>	<b>Responsabilidad</b>
Ama de llaves	1	\$ 534.46	\$ 6,413.50	Encargada de la limpieza y mantener en buen estado de funcionamiento y servicio las habitaciones del hotel.
Mesero /salonero	1	\$ 525.38	\$ 6,304.53	Atender al cliente, procesar pedidos y servirlos en la mesa, administrar quejas y cumplidos, procesar pagos y facturación.



Asistente de servicios	2	\$	531.54	\$	12,757.07	Atender al cliente en actividades de pesca deportiva, huertos orgánicos, alquiler de cuadrones y visita a granja de aves
Chofer	1	\$	806.07	\$	9,672.79	Servicio de pasajero (Intercantonal, interprovincial, interprovincial).
Barista	1	\$	525.38	\$	6,304.53	Atención al cliente y preparación de bebidas en la discoteca.
Instructor cursos vacacionales	1	\$	528.19	\$	6,338.24	Encargado de la dirección, instrucción y entrenamiento de una persona o grupo.
Organizador de eventos	1	\$	535.52	\$	6,426.19	Diseñar, organizar e implementar diferentes actividades o juegos dirigidos a personas de todas las edades.
<b>Total</b>				<b>\$</b>	<b>54,216.86</b>	

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.2.7.2. Rol de pagos

**Tabla 90-4:** Rol de pagos del primer año para la mano de obra directa del área productiva

ROL DE PAGOS							
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IESS		Sueldo mensual	10MO tercero	10MO cuarto	Remuneración mensual unificada Gasto anual
		Aporte patronal	Aporte personal				
		11.15%	9.45%				

Ama de llaves	\$406.95	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		45.37	38.46	490.78	490.78	33.33	534.46	6,413.50
<b>Total</b>					\$	\$		\$
					40.90	2.78		6,413.50
Mesero /salonero	\$400.00	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		44.60	37.80	482.40	482.40	33.33	525.38	6,304.53
<b>Total</b>					\$	\$		\$
					40.20	2.78		6,304.53
Asistente de servicios	\$404.72	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		45.13	38.25	488.09	488.09	33.33	531.54	6,378.53
<b>Total</b>					\$	\$		\$
					40.67	2.78		6,378.53
Asistente de servicios	\$404.72	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		45.13	38.25	488.09	488.09	33.33	531.54	6,378.53
<b>Total</b>					\$	\$		\$
					40.67	2.78		6,378.53
Chofer	\$614.84	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		68.55	58.10	741.50	741.50	33.33	806.07	9,672.79
<b>Total</b>					\$	\$		\$
					61.79	2.78		9,672.79
Barista	\$400.00	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		44.60	37.80	482.40	482.40	33.33	525.38	6,304.53
<b>Total</b>					\$	\$		\$
					40.20	2.78		6,304.53
Instructor cursos vacacionales	\$402.15	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		44.84	38.00	484.99	484.99	33.33	528.19	6,338.24
<b>Total</b>					\$	\$		\$
					40.42	2.78		6,338.24
Organizador de eventos	\$ 407.76	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		45.47	38.53	491.76	491.76	33.33	535.52	6,426.19
<b>Total</b>					\$	\$		\$
					40.98	2.78		6,426.19

**Fuente:** Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 91-4:** Rol de pagos para la mano de obra directa del área productiva a partir del segundo año de actividad

ROL DE PAGOS									
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IESS		Sueldo mensual	10MO tercero	10MO cuarto	Fondos de reserva	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte patronal 11.15 %	Aporte personal 9.45%						
Ama de llaves	\$406.95	\$ 45.37	\$ 38.46	\$ 490.78	\$ 490.78	\$ 33.33	\$ 40.88	\$ 537.86	\$ 6,454.38
<b>Total</b>					\$ 40.90	\$ 2.78	\$ 3.41		\$ 6,454.38
Mesero /saloner o	\$400.00	\$ 44.60	\$ 37.80	\$ 482.40	\$ 482.40	\$ 33.33	\$ 40.18	\$ 528.73	\$ 6,344.72
<b>Total</b>					\$ 40.20	\$ 2.78	\$ 3.35		\$ 6,344.72
Asistente de servicios	\$404.72	\$ 45.13	\$ 38.25	\$ 488.09	\$ 488.09	\$ 33.33	\$ 40.66	\$ 534.93	\$ 6,419.19
<b>Total</b>					\$ 40.67	\$ 2.78	\$ 3.39		\$ 6,419.19
Asistente de servicios	\$404.72	\$ 45.13	\$ 38.25	\$ 488.09	\$ 488.09	\$ 33.33	\$ 40.66	\$ 534.93	\$ 6,419.19
<b>Total</b>					\$ 40.67	\$ 2.78	\$ 3.39		\$ 6,419.19
Chofer	\$614.84	\$ 68.55	\$ 58.10	\$ 741.50	\$ 741.50	\$ 33.33	\$ 61.77	\$ 811.21	\$ 9,734.56
<b>Total</b>					\$ 61.79	\$ 2.78	\$ 5.15		\$ 9,734.56
Barista	\$400.00	\$ 44.60	\$ 37.80	\$ 482.40	\$ 482.40	\$ 33.33	\$ 40.18	\$ 528.73	\$ 6,344.72
<b>Total</b>					\$ 40.20	\$ 2.78	\$ 3.35		\$ 6,344.72
Instructor cursos	\$402.15	\$ 44.84	\$ 38.00	\$ 484.99	\$ 484.99	\$ 33.33	\$ 40.40	\$ 531.55	\$ 6,378.64

vacaciones									
<b>Total</b>					\$	\$	\$	\$	\$
					40.42	2.78	3.37		6,378.64
Organizador de eventos	\$407.76	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		45.47	38.53	491.76	491.76	33.33	40.96	538.93	6,467.16
<b>Total</b>					\$	\$	\$	\$	\$
					40.98	2.78	3.41		6,467.16

**Fuente:** Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

**Realizado por:** Bautista, D.2021

El rol de pagos se calculó a partir de la tabla de salarios mínimos sectoriales del Ministerio de Trabajo (2020) bajo relación de dependencia, tomando en cuenta para el primer año el aporte personal calculado al 9.45%, el aporte patronal al 11.15%, el 10 MO tercer sueldo y 10MO cuarto sueldo calculados según (Banco Pichincha 2020) con datos contemplado en el Código de Trabajo; así también se calculó el rol de pagos a partir del segundo año de actividad en el cual se tomó en cuenta el fondo de reserva a una tasa de aportaciones de 8.33% establecido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS 2021).

#### 4.2.7.3. Mano de obra indirecta (MOI)

**Tabla 92-4:** Mano de obra indirecta

Denominación	Cantidad	Remuneración mensual unificada	Costo anual (2021)	Responsabilidad
Chef de cocina	1	\$ 533.11	\$ 6,397.35	Planifica el menú, elabora los platos, supervisa la preparación, cocción de alimentos y comidas para empresas.
Ayudante de cocina	1	\$ 528.93	\$ 6,347.18	Ayudan al chef en tareas básicas como picar, limpiar la cocina y utensilios, mezclar

						ingredientes, cortar verduras.
Técnico en mantenimiento	1	\$	532.59	\$	6,391.08	Mantenimiento de piscina, uso de baño turco-sauna-hidromasaje, recreación en toboganes acuáticos.
Guardia de seguridad	1	\$	530.81	\$	6,369.75	Vigila y protege bienes del establecimiento; así como la seguridad de las personas que hacen uso de las instalaciones.
<b>Total</b>				<b>\$</b>	<b>25,505.35</b>	

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.2.7.4. Rol de pagos

**Tabla 93-4:** Rol de pagos del primer año para la mano de obra indirecta del área productiva

ROL DE PAGOS								
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IESS		Sueldo mensual	10MO tercero	10MO cuarto	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte patron al 11.15%	Aporte persona 19.45%					
Chef de cocina	\$ 405.92	\$ 45.26	\$ 38.36	\$ 489.54	\$ 489.54	\$ 33.33	\$ 533.11	\$ 6,397.35
<b>Total</b>					\$ 40.79	\$ 2.78		\$ 6,397.35
Ayudante de cocina	\$ 402.72	\$ 44.90	\$ 38.06	\$ 485.68	\$ 485.68	\$ 33.33	\$ 528.93	\$ 6,347.18
<b>Total</b>					\$ 40.47	\$ 2.78		\$ 6,347.18
Técnico en	\$ 405.52	\$ 45.22	\$ 38.32	\$ 489.06	\$ 489.06	\$ 33.33	\$ 532.59	\$ 6,391.08

mantenimiento								
<b>Total</b>								
					\$	\$		\$
					40.75	2.78		6,391.08
Guardia de seguridad	\$ 404.16	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		45.06	38.19	487.42	487.42	33.33	530.81	6,369.75
<b>Total</b>								
					\$	\$		\$
					40.62	2.78		6,369.75

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2021

**Tabla 94-4:** Rol de pagos para la mano de obra indirecta del área productiva a partir del segundo año de actividad

ROL DE PAGOS									
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IESS		Sueldo mensual	10MO tercero	10MO cuarto	Fondos de reserva	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte patron al 11.15%	Aporte person al 9.45%						
Personal de limpieza	\$403.52	\$ 44.99	\$ 38.13	\$ 486.65	\$ 486.65	\$ 33.33	\$ 40.54	\$ 533.35	\$ 6,400.26
<b>Total</b>					\$ 40.55	\$ 2.78	\$ 3.38		\$ 6,400.26
Ayudante de cocina	\$402.72	\$ 44.90	\$ 38.06	\$ 485.68	\$ 485.68	\$ 33.33	\$ 40.46	\$ 532.30	\$ 6,387.63
<b>Total</b>					\$ 40.47	\$ 2.78	\$ 3.37		\$ 6,387.63
Técnico en mantenimiento	\$405.52	\$ 45.22	\$ 38.32	\$ 489.06	\$ 489.06	\$ 33.33	\$ 40.74	\$ 535.98	\$ 6,431.81
<b>Total</b>					\$ 40.75	\$ 2.78	\$ 3.39		\$ 6,431.81
Guardia de seguridad	\$404.16	\$ 45.06	\$ 38.19	\$ 487.42	\$ 487.42	\$ 33.33	\$ 40.60	\$ 534.20	\$ 6,410.36
<b>Total</b>					\$ 40.62	\$ 2.78	\$ 3.38		\$ 6,410.36

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2021

El rol de pagos se calculó a partir de la tabla de salarios mínimos sectoriales del Ministerio de Trabajo (2020) bajo relación de dependencia, tomando en cuenta para el primer año el aporte personal calculado al 9.45%, el aporte patronal al 11.15%, el 10 MO tercer sueldo y 10MO cuarto sueldo calculados según (Banco Pichincha 2020) con datos contemplado en el Código de Trabajo; así también se calculó el rol de pagos a partir del segundo año de actividad en el cual se tomó en cuenta el fondo de reserva a una tasa de aportaciones de 8.33% establecido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS 2021).

#### 4.2.7.5. Activos fijos

**Tabla 95-4:** Activos fijos

Activo	Cantidad	Costo unitario	Total, inversión
<b>Activo</b>			<b>\$ 391,387.53</b>
Terreno	8552.9 m2	\$ 12.38	\$ 5,884.90
Construcción y edificaciones	2000 m2	\$ 80.00	\$ 160,000.00
<b>Vehículo</b>			<b>\$ 42,400.00</b>
Mini Bus de 25 pasajeros	1	\$ 40,000.00	\$ 40,000.00
Cuadrones	2	\$ 1,200.00	\$ 2,400.00
<b>Equipo de computo</b>			<b>\$ 963.99</b>
Router	4	\$ 20.00	\$ 80.00
Kit de seguridad vizzion	1	\$ 463.99	\$ 463.99
Transmisores o receptor portátil	2	\$ 180.00	\$ 360.00
Calculadora	1	\$ 60.00	\$ 60.00
<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$ 54,594.08</b>
Cabañas para hospedaje			\$ 33,319.18
Cama 3 plazas	1	\$ 580.00	\$ 580.00
Cama 2 plazas	21	\$ 320.00	\$ 6,720.00
Cama 1 plaza y media	12	\$ 150.00	\$ 1,800.00
Colchón 3 plazas	1	\$ 250.00	\$ 250.00
colchón 2 plazas	21	\$ 120.00	\$ 2,520.00

colchón 1 plaza y media	12	\$	85.00	\$	1,020.00
Cuadro de decoración	20	\$	20.00	\$	400.00
Veladores	68	\$	40.00	\$	2,720.00
Sillón	20	\$	180.00	\$	3,600.00
Peinadora	20	\$	290.00	\$	5,800.00
Tabla de planchar	2	\$	54.89	\$	109.78
Espejos	20	\$	49.99	\$	999.80
Cortina de baño	20	\$	9.98	\$	199.60
Alfombra	40	\$	25.00	\$	1,000.00
Lámparas	68	\$	18.00	\$	1,224.00
Armario	20	\$	100.00	\$	2,000.00
Edredones	34	\$	35.00	\$	1,190.00
Juego de sábanas	34	\$	9.00	\$	306.00
Toallas	60	\$	9.00	\$	540.00
Almohadas	68	\$	5.00	\$	340.00
Restaurante, heladería y cafetería				\$	15,650.95
Mesón metálico	1	\$	300.00	\$	300.00
Mesa de madera	2	\$	80.00	\$	160.00
Juego de muebles para cafetería	1	\$	1,000.00	\$	1,000.00
Juego de comedor de 10 personas	12	\$	600.00	\$	7,200.00
Juego de comedor de 8 personas	12	\$	450.00	\$	5,400.00
Freidora industrial de papas	1	\$	195.00	\$	195.00
Tanque de gas	4	\$	50.00	\$	200.00
Juego de ollas	2	\$	75.99	\$	151.98
Organizador de cubiertos	1	\$	6.50	\$	6.50
Reposero cuadrado	10	\$	1.04	\$	10.40
Reposero iris pica	6	\$	0.94	\$	5.64
Molde cuadrado	2	\$	5.50	\$	11.00



Juego de cuchillos oster	2	\$	68.99	\$	137.98
Pimiento acrílico	1	\$	13.99	\$	13.99
Rayador multiuso	1	\$	12.98	\$	12.98
Cubiertos	12	\$	7.00	\$	84.00
Cucharas grandes	5	\$	11.00	\$	55.00
Cucharas medianas	5	\$	6.00	\$	30.00
Platos grandes	60	\$	2.50	\$	150.00
Platos medianos	60	\$	1.99	\$	119.40
Platos pequeños	60	\$	1.75	\$	105.00
Plato transparente	24	\$	0.70	\$	16.80
Plato blanco	24	\$	0.95	\$	22.80
Tasas cafés transparente vidrio	24	\$	0.90	\$	21.60
Tasas café blanca china	24	\$	1.15	\$	27.60
Vasos pequeños vidrio	24	\$	0.60	\$	14.40
Vasos batido vidrio	24	\$	1.47	\$	35.28
Vaso milshake vidrio	24	\$	1.20	\$	28.80
Copa amore vidrio	24	\$	1.20	\$	28.80
Copa oreo vidrio	24	\$	0.60	\$	14.40
Copa payaso vidrio	24	\$	0.90	\$	21.60
Copa mediana plástico	100	\$	0.06	\$	6.00
Copa grande plástico	100	\$	0.12	\$	12.00
Copa oreo plástico	100	\$	0.04	\$	4.00
Loncheras grandes plástico	100	\$	0.05	\$	5.00
Loncheras pequeñas plástico	100	\$	0.04	\$	4.00
Vasos de cappuccino plástico	100	\$	0.10	\$	10.00
Vasos milshake plástico	100	\$	0.11	\$	11.00
Vasos del batido plástico	100	\$	0.06	\$	6.00
Vaso de cola plástico	100	\$	0.01	\$	1.00

Vaso pequeño plástico	100	\$	0.01	\$	1.00
Plato banana Split plástico	100	\$	0.04	\$	4.00
Tarrina ensalada plástico	100	\$	0.05	\$	5.00
Paletas	100	\$	0.01	\$	1.00
Piscinas				\$	887.85
Parasol	5	\$	28.78	\$	143.90
Perezosas	10	\$	40.00	\$	400.00
Aquatik tabla flotante	15	\$	8.33	\$	124.95
Pelotas	10	\$	10.00	\$	100.00
Chaleco salvavidas	7	\$	17.00	\$	119.00
Juegos de tenis de mesa y billar				\$	2,499.98
Mesas de billar	2	\$	950.00	\$	1,900.00
Tacos para jugar billar	20	\$	1.00	\$	20.00
Mesas de tenis de mesa	2	\$	289.99	\$	579.98
Entretenimiento nocturno y discoteca				\$	2,218.62
Jarro cervecero cooler 420ml	24	\$	5.50	\$	132.00
Vaso mezclador	2	\$	18.99	\$	37.98
Jigger o medidor para cócteles	2	\$	2.74	\$	5.48
Filtro colador para cócteles	2	\$	15.00	\$	30.00
Bar spoon o cucharilla de bar	2	\$	7.58	\$	15.16
Muddler o mano de mortero	2	\$	5.00	\$	10.00
Exprimidor	2	\$	55.00	\$	110.00
Cubitera o hielera	5	\$	25.00	\$	125.00
Copas champagne	200	\$	1.67	\$	334.00
Copas para vino blanco	200	\$	0.55	\$	110.00
Copas para vino tinto	200	\$	1.66	\$	332.00

Copa gin 19 onzas	100	\$	2.98	\$	298.00
Copa draft cerveza	100	\$	2.98	\$	298.00
Copa para margarita	50	\$	1.99	\$	99.50
Vaso para wiski	50	\$	0.75	\$	37.50
Vasos para mojitos	50	\$	0.50	\$	25.00
Copa falco	50	\$	2.09	\$	104.50
Copa cervecera toscana	50	\$	1.59	\$	79.50
Huerto orgánico				\$	17.50
Bandeja de germinación	10	\$	1.75	17.5	
<b>Maquinaria y equipo</b>				\$	<b>27,544.56</b>
Restaurante, heladería y cafetería				\$	10,117.96
Licuada	4	\$	75.00	\$	300.00
Tostadora	1	\$	40.00	\$	40.00
Cafetera	1	\$	280.00	\$	280.00
Olla cafetera	1	\$	38.00	\$	38.00
Freidora eléctrica	1	\$	45.00	\$	45.00
Congelador grande	1	\$	480.00	\$	480.00
Congelador pequeño	2	\$	145.00	\$	290.00
Nevera	2	\$	200.00	\$	400.00
Maquinaria de helado	1	\$	3,000.00	\$	3,000.00
Exhibidor	2	\$	1,250.00	\$	2,500.00
Microondas indurama	1	\$	128.99	\$	128.99
Horno eléctrico	1	\$	679.00	\$	679.00
Batidora	1	\$	44.99	\$	44.99
Cocina a gas whirlpool	1	\$	1,248.99	\$	1,248.99
Exprimidor de jugo	1	\$	42.99	\$	42.99
Televisión	2	\$	300.00	\$	600.00
Cabañas para hospedaje				\$	10,880.77
Calefactor	20	\$	52.00	\$	1,040.00
Televisión	20	\$	300.00	\$	6,000.00
Teléfono inalámbrico	20	\$	32.49	\$	649.80
Secadora eléctrica	2	\$	659.00	\$	1,318.00

Lavadora semiautomática	3	\$	338.99	\$	1,016.97
Aspiradora multiuso	1	\$	284.00	\$	284.00
Podador de césped a gasolina	1	\$	572.00	\$	572.00
Entretenimiento nocturno y discoteca				\$	1,596.93
Micrófono inalámbrico	2	\$	89.98	\$	179.96
Proyector epon power lite S39	1	\$	768.99	\$	768.99
Parlante bazzuka negro 80.000 watt	2	\$	323.99	\$	647.98
Gimnasio				\$	4,696.50
Ejercitador zeitboxer	1	\$	390.00	\$	390.00
Ejercitador multifuerza weider pro	1	\$	685.00	\$	685.00
Ejercitador AB tomic	1	\$	124.90	\$	124.90
Ejercitador AB coaster	1	\$	293.00	\$	293.00
Ejercitador 12 en 1 energym	1	\$	179.00	\$	179.00
Ejercitador banco para pesas weider	1	\$	359.00	\$	359.00
Ejercitador speed abs iron gym	1	\$	49.90	\$	49.90
Ejercitador slim cycle	1	\$	399.00	\$	399.00
Ejercitador multifuerza athletic m 170	1	\$	699.00	\$	699.00
Ejercitador B body toner	1	\$	319.00	\$	319.00
Ejercitador iron gym express	1	\$	29.90	\$	29.90
Pesas 20kg con barra iron gym	1	\$	69.00	\$	69.00
Caminadora I walk	1	\$	490.00	\$	490.00
Spinning bike weslo wlex	1	\$	585.00	\$	585.00

Pesa rusa 8 kg	1	\$	19.90	\$	19.90
Pesa rusa 2 kg	1	\$	4.90	\$	4.90
Pesca deportiva				\$	168.90
Caña de pescar con accesorios de pesca	10	\$	15.89	\$	158.90
Cestos	5	\$	2.00	\$	10.00
Huerto orgánico				\$	83.50
Azadón	5	\$	10.00	\$	50.00
Rastrillo	3	\$	5.50	\$	16.50
Pala	2	\$	6.00	\$	12.00
Tijera podadora	1	\$	5.00	\$	5.00

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.2.7.6. *Materia prima, materiales e insumos*

**Tabla 96-4:** Materia prima, materiales e insumos

Denominación	Cantidad	Costo Unitario	Total, Inversión
<b>materiales e insumos</b>			
<b>Materiales e insumos</b>			<b>\$ 17,658.65</b>
Restaurante, heladería y cafetería			\$ 6,203.65
Cono de galleta	1000	\$ 0.05	\$ 50.00
Tulipán un sabor	600	\$ 0.13	\$ 78.00
Tulipán dos sabores	600	\$ 0.17	\$ 102.00
Durazno enlatado	15	\$ 2.20	\$ 33.00
Piazza	200	\$ 0.11	\$ 22.00
Chocolate en barra	24	\$ 11.00	\$ 264.00
Helado de maquina chocolate	12	\$ 8.00	\$ 96.00
Helado de maquina vainilla	12	\$ 6.60	\$ 79.20
Helado artesanal valde	20	\$ 21.00	\$ 420.00
Pan de hamburguesa funda	84	\$ 1.90	\$ 159.60

Queso	84	\$	1.00	\$	84.00
Jamón	84	\$	1.00	\$	84.00
Trucha libra	60	\$	1.50	\$	90.00
Leches	280	\$	0.75	\$	210.00
Crema de leche	3	\$	1.65	\$	4.95
Chocolate	2	\$	10.00	\$	20.00
Café	2	\$	11.00	\$	22.00
Pollo	48	\$	7.00	\$	336.00
Papas	24	\$	15.00	\$	360.00
Gas	48	\$	3.50	\$	168.00
Carne molida libra	40	\$	1.50	\$	60.00
Salchicha	40	\$	1.20	\$	48.00
Arroz qq	12	\$	45.00	\$	540.00
Sal arroba	4	\$	12.00	\$	48.00
Azúcar arroba	6	\$	9.65	\$	57.90
Cartón de aceite	10	\$	15.00	\$	150.00
Especias	12	\$	10.00	\$	120.00
Cabeza de verde	12	\$	4.00	\$	48.00
Pulpa de frutas	96	\$	2.00	\$	192.00
Verduras	12	\$	50.00	\$	600.00
Cubeta de huevos	48	\$	2.90	\$	139.20
Champiñones	24	\$	1.85	\$	44.40
Espagueti don vitoreo	60	\$	2.89	\$	173.40
Gaseosas 300ml	48	\$	3.00	\$	144.00
Snack	400	\$	1.00	\$	400.00
Harina de castilla qq	12	\$	42.00	\$	504.00
Camarón libra	36	\$	7.00	\$	252.00
Tienda de souvenirs				\$	3,184.00
Artesanías	300	\$	2.00	\$	600.00
Bisutería	300	\$	2.00	\$	600.00
Camisetas	75	\$	10.00	\$	750.00
Bolsos	48	\$	8.00	\$	384.00
Llaveros	100	\$	1.00	\$	100.00
Ternos de baño	50	\$	15.00	\$	750.00
Hospedaje				\$	1,757.00

Amenities (caja de 600)	5	\$	40.00	\$	200.00
Papel Higiénico 100 unidades	3	\$	19.00	\$	57.00
Productos de aseo	100	\$	15.00	\$	1,500.00
Pesca deportiva				\$	6,336.00
Trucha para crianza (Tandada de 5000)	12	\$	500.00	\$	6,000.00
Carnada libra	24	\$	4.00	\$	96.00
Comida para trucha qq	12	\$	20.00	\$	240.00
Huerto orgánico				\$	178.00
Lechuga	600	\$	0.02	\$	12.00
Lechuga crespa	300	\$	0.08	\$	24.00
Rábano	500	\$	0.03	\$	15.00
Col	600	\$	0.02	\$	12.00
Col morada	400	\$	0.02	\$	8.00
Cebolla	550	\$	0.04	\$	22.00
Brócoli	600	\$	0.02	\$	12.00
Acelga	500	\$	0.02	\$	10.00
Apio	600	\$	0.03	\$	18.00
Hierbas de dulce	250	\$	0.10	\$	25.00
Papa nabo	400	\$	0.05	\$	20.00

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.2.7.7. Activos diferidos

**Tabla 97-4:** Activos diferidos

Activos diferidos	Cantidad	Costo unitario	Total, inversión
<b>Activo</b>			<b>\$ 2,304.75</b>
Capacitación para el personal	2	\$ 750.00	\$ 1,500.00
Diesel	650 galones	\$ 1.36	\$ 804.75

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

### 4.3. Estudio ambiental

Tabla 98-4: Matriz de Leopold proceso de construcción de la hostería

COMPONENTES		FACTORES AMBIENTALES		ACCIONES		MATRIZ DE LEOPOLD																AFECTACIONES POSITIVAS +	AFECTACIONES NEGATIVAS -	AGREGACIÓN DE IMPACTOS	IMPACTO POR SUBCOMPONENTE		
						Construcción Hostería "La Fortaleza"																					
A. Características Físicas y Químicas		A1. Tierra		A. Modificación del régimen					B. Transformación del terreno y construcción			C. Explotación de recursos		D. Modificación del terreno		E. Renovación de recursos		F. Cambios en el tráfico		G. Emplazamiento y tratamiento de residuos		H. Tratamientos químicos					
				a) Introducción de flora y fauna exótica	b) Modificación de hábitat	c) Alteración de la cobertura vegetal del suelo	d) Pavimentación	e) Ruido y vibraciones	a) Caminos y senderos	b) Barreras, incluyendo sercos	c) Estructura de recreación	a) Excavación de la superficie	a) Control de erosión y terrazas	b) Paisajismo	a) Reforestación	b) Reciclaje de residuos	a) Senderos	b) Tuberías y conductos forzados	a) Agua servidas municipales, incluyendo irrigación	b) Eliminación de basura	a) Fertilización	b) Control de maleza					
A. Características Físicas y Químicas	A1. Tierra	a) Materiales de construcción	2	2	-3	-2	-6	3	1	6	-4	6	4	6	2	-1	-2	-2	-1	-1	9	6	10	-1			
		b) Suelos	1	1	-1	-1	-2	1	1	2	2	2	2	2	1	-1	-1	-1	-2	-2	9	6	10	-1			
		c) Forma del terreno	2	2	-3	-2	-6	3	1	6	-4	6	4	6	2	-1	-2	-2	-1	-1	9	6	10	-1			
	A2. Agua	a) Calidad del agua	-1	-2	-6	-1	-1	-2	2	12	-10	6	6	8	-2	-1	6	-2	-6	-8	9	6	10	-18			
		a) Calidad del aire	-1	-1	-2	3	1	1	-1	2	3	4	2	3	1	2	2	2	2	3	4	3	4	10	-18		
	A3. Atmósfera	a) Calidad del aire	-1	-1	-1	-2	-2	-2	-1	3	3	-2	2	2	2	3	-1	-1	2	2	1	2	2	3	9	-9	
		a) Erosión	-1	-1	-1	-2	-2	-1	2	2	3	2	3	3	3	-1	2	2	3	2	3	4	10	-18			
	A4. Procesos	b) Deposición (sedimentación)	-1	-1	-1	-2	-2	-1	2	2	3	2	3	3	3	-1	2	2	3	2	3	4	10	-18			
		c) Estabilidad de taludes (deslizamientos)	-2	2	-6	2	-2	3	1	-2	-12	-2	16	2	-1	-2	20	-6	-3	-2	1	3	6	-35			
		a) Erosión	-1	-1	-1	-2	-2	1	1	-1	-3	-4	4	4	-1	-1	4	4	-1	-1	2	2	3	5	-12		

Fuente: Entrevistas realizadas en el 2020

Realizado por: Bautista, D.2021



**Tabla 99-4:** Matriz de Leopold proceso de construcción de la hostería

B. Condiciones biológicas	A5. Flora	a) Árboles	-2	-2	-1	-2	-2	-1	4	2	6	12	6	-2	-2	6	-3				-23		
			-1	-1	-1	-1	-1	-1	2	1	2	3	2	-1	-1	2	-1						
		b) Pasto	-2	-1	-1	-1	-3	-1	6	-24	2	4	2	-2	-1	-6	-2	6	-6				
		-1	-1	-1	-1	-1	-1	2	-4	1	2	1	-1	-1	-2	-1	2	-2					
	c) Productos agrícolas	-1		-2		-2	-1	6	-2	1	4	1	-3		-12	-2	9	-6					
		-1		-1		-1	-1	2	-1	1	2	1	-1		-3	-1	3	-2					
A6. Fauna	a) Pájaros	-2	-1	-1	-9	-3	-1	12		2	6	2	-6	-1	-6	-3	-4					-15	
		-1	-1	-1	-3	-1	-1	3		1	2	1	-2	-1	-2	-1	-2						
C. Factores culturales	A7. Interés estético y humano	a) Calidad de espacio abierto	-1	-6	-1	-2	-1	12	-3	20	2	2	-4		-1	-6	-2					19	
			-1	-2	-1	-1	-1	3	-1	4	1	1	-2		-1	-2	-1						
		b) Diseño del paisaje	-3	2	-4	-1	-2	-1	20	-6	12	9	2	-2	-1	-3	-2	2					
		-1	1	-2	-1	-1	-1	4	-2	3	3	1	-1	-1	-1	-1	1						
	c) Calidad de la vida silvestre	-6	-2		-1	-1	-1	-9	-2		6	12	-2		-2	-2	-1	-1					
		-2	-1		-1	-1	-1	-3	-1		2	3	-1		-1	-1	-1	-1					
A8. Aspectos culturales	a) Empleo	4	20	2	12	6	90	12	2	15	2	12	2	6	2	12	24				223		
		2	4	1	3	2	9	3	1	5	1	3	1	2	1	3	4						
D. Relaciones ecológicas	A12. Facilidades y actividades	a) Aumento del area arbustiva	-2	-6	-2	-6	20			24	2	-6		-6	-2	12	-15				10		
			-1	-2	-1	-2	4			4	1	-2		-2	-1	3	-3						
			2	3	2	3	5			6	2	3		3	2	4	5						
		AFECTACIONES POSITIVAS +	1	2	2	1	3	4	11	2	9	6	16	14	2	1	4	1	6	2	87		
		AFECTACIONES NEGATIVAS -	8	9	14	7	9	13	12	6	12	1			14	10	11	14	6	11	157		
		AGREGACIÓN DE IMPACTOS	-17	-6	-45	9	-27	-9	-8	165	-95	49	44	136	63	-24	-14	-24	-41	23	-28	151	

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 100-4:** Matriz de Leopold funcionamiento de la hostería

		MATRIZ DE LEOPOLD																									
		Funcionamiento Hostería "La Fortaleza"																									
COMPONENTES	FACTORES AMBIENTALES	ACCIONES																									
		A. ACTIVIDADES												B. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS													
		a) Piscinas	b) Visita a granja de aves	c) Pesca deportiva	d) Uso de baño turco-sauna-hidromasaje	e) Juegos recreacionales	f) Visita a huertos orgánicos	g) Recreación en toboganes acuáticos	h) Juegos de tenis de mesa y billar	i) Entretenimiento nocturno	j) Cuadrones	k) Tarabita	a) Servicio de tours la fortaleza	b) Guianza	c) Servicio de heladería y cafetería	d) Tienda de souvenirs	e) Comidas típicas o buffet	f) Cabanas para hospedaje	g) Transporte turístico	h) Gimnasio	i) Cursos vacacionales	j) Discoteca	K) Internet gratuito en el lobby	AFECCIONES POSITIVAS +	AFECCIONES NEGATIVAS -	AGREGACIÓN DE IMPACTOS	IMPACTO POR SUBCOMPONENTE
A. Características Físicas y Químicas	A1. Tierra	b) Suelos	4	-1			-8			-2	6	-1	-10	6			-2	6									
	A2. Agua	a) Calidad del agua	-6	-6	-1		-2	-3					-2	4	-1		-2	-6		-1	-6	-1					
		a) Calidad del aire	-2	-2	-2	-6	-2	-3					-1	2	2	1	-1	-2	-2	-1	-2	-1					
	A4. Procesos	a) Erosión	-2	-2			-6						-2	4			-2	-6			-1						
		b) Deposición (sedimentación)	-1	-1	2		-2	3					-2	2	2		-2	-2	3		-1						
						1			2	2					3	-1	-2	3	2	2	2	2					
	B. Condiciones biológicas	A5. Flora	a) Árboles	-2	-1			-2				-6	-1	-6	6			-2	-6			-1					
b) Pasto			-2	-1			-6				-6	-1	-6	6			-2	-4			-1						
A6. Fauna		a) Pájaros	-1	-1	1		-2	3			-2	3	-1	2	3	3		-1	-2	2	-1						
		b) Insectos	-2	-1			-2				-1	-2	-1	-3	2	3		-1	-1	2		-1	-3				

Fuente: Entrevistas realizadas en el 2020

Realizado por: Bautista, D.2021



#### 4.3.1. Resumen de la matriz de Leopold

**Tabla 102-4:** Resumen de la matriz de Leopold

	Matriz de Leopold		
	HOSTERÍA "La Fortaleza"		
	AFECCIONES POSITIVAS +	AFECCIONES NEGATIVAS -	AGREGACIÓN DE IMPACTOS
Construcción	87	82	151
Funcionamiento	157	143	29
<b>Total</b>	<b>244</b>	<b>225</b>	<b>180</b>

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.3.2. Interpretación de la matriz de Leopold

Según el análisis de la matriz de Leopold, la asignación de magnitud se basó en información de hecho y la asignación de importancia dejó cierto margen para la opinión subjetiva del evaluador; considerando al proyecto viable ambientalmente, ya que se obtiene en el total de agregación de impactos 180 puntos siendo esto positiva, lo que muestra que las acciones en su mayoría son impactos positivos, como es en el aspecto socioeconómico siendo el empleo con 438 puntos la mayor oportunidad de desarrollo local, seguido de la salud y seguridad con 94 puntos; y centros de vacaciones y placer con 91 puntos. La mayor ponderación negativa es en el factor ambiental suelos con -54, natación con -35, pasto con -30 y erosión con -29 puntos debido al impacto que generara la excavación para la construcción y durante el funcionamiento de la hostería. Para lo cual se establecen medidas de mitigación que ayudará a contrarrestar los impactos negativos de las actividades y servicios complementarios planificadas en el proyecto.

### 4.3.3. Medidas de mitigación

**Tabla 103-4:** Medidas de mitigación

<b>Componente</b>	<b>Factor ambiental</b>	<b>Actividades que provocan daños al ambiente</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Efecto</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Recursos</b>
<b>Tierra</b>	<b>Suelo</b>	Recorridos por granja de aves y huertos orgánicos	Durante la actividad	Acumulación de basura en las áreas de recorrido	- Controlar la acumulación de turistas en el sendero - Recoger, reciclar residuos y limpiar los senderos	- Implementar basureros ecológicos para la recolección -Materiales para la limpieza
		Cultivo de hortalizas en huertos orgánicos	Durante la actividad	Contaminación por el uso de fertilizantes químicos en el cultivo	- Capacitar al personal sobre la elaboración de fertilizantes y compost orgánico	-Cursos cortos de elaboración de fertilizantes y compost orgánico - Adquisición de materiales para su elaboración
<b>Flora</b>	<b>Árboles y pasto</b>	Excavación y modificación de áreas con materiales inadecuados	Durante la construcción	Deforestación de espacios verdes	-Reforestar con especies de la localidad -Impartir charlas sobre el cuidado, manejo y	-Adquirir especies nativas de flora y fauna local

<b>Fauna</b>	<b>Aves</b>	Crianza de aves para la granja	Durante la actividad	Extinción y migración de especies	preservación de especies de flora y fauna local	
<b>Recreación</b>	<b>Pesca deportiva</b>	Pesca excesiva de truchas	Durante la actividad	Contaminación de las pozas de agua de truchas	- Controlar la acumulación de turistas para la pesca -Recoger, reciclar residuos y limpiar las pozas -Desinfectar y purificar las pozas de trucha	- Materiales para purificar las pozas de truchas
	<b>Natación</b>	Recreación en toboganes acuáticos  Cursos vacacionales	Durante la actividad	Contaminación del agua	-Sistema de filtración y oxigenación - Capacitación sobre el mantenimiento de sistema	-Equipo del sistema de filtración y oxigenación  n
<b>Aire</b>	<b>Transporte turístico</b>	Servicio de transporte turístico	Durante la construcción	Emanación de dióxido de carbono hacia el ambiente	-Acudir a chequeos constates del motor del bus e implementar filtros de disminución del dióxido de carbono	-Comprar e instalar el filtro en el bus

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.3.4. Presupuesto para las medidas de mitigación

##### 4.3.4.1. Activos fijos

**Tabla 104-4:** Activos fijos

Denominación activo fijos	cantidad	Costo unitario	Total, inversión
<b>Activo</b>			<b>\$ 1,956.00</b>
<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$ 107.00</b>
Filtro	1	\$ 29.00	\$ 29.00
Tubería de 1 pulgada x 6 metros	6	\$ 13.00	\$ 78.00
<b>Maquinaria y equipo</b>			<b>\$ 1,849.00</b>
Bomba sumergible	1	\$ 149.00	\$ 149.00
Bomba monofásica de 7 Hp	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Bomba monofásica de 3 Hp	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Filtros de reducción del CO <sub>2</sub>	1	\$ 250.00	\$ 250.00

Fuente: Entrevistas realizadas en el 2020

Realizado por: Bautista, D.2021

##### 4.3.4.2. Materiales e insumos

**Tabla 105-4:** Materiales e insumos

Denominación	Cantidad	Valor unitario	Inversión Anual
<b>materiales e insumos</b>			<b>\$ 501.51</b>
Plantas lechuga - hojitas de lenteja (cristian stratiotis)	100	\$ 1.50	\$ 150.00
Basureros ecológicos	15	\$ 9.99	\$ 149.85
Escobas	4	\$ 2.50	\$ 10.00

Recogedor de basura	4	\$	2.98	\$	11.92
Balde	4	\$	2.00	\$	8.00
Melaza caneca	1	\$	35.00	\$	35.00
Levadura kilo	1	\$	7.99	\$	7.99
Abono de cuy	10	\$	2.00	\$	20.00
Polilepis	50	\$	1.00	\$	50.00
Cucarda	25	\$	0.70	\$	17.50
Pino	25	\$	1.25	\$	31.25
Molle	25	\$	0.40	\$	10.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.3.4.3. Activos diferidos

**Tabla 106-4:** Activos diferidos

Activos diferidos	Cantidad		Costo unitario		Total, inversión
<b>Activo</b>				<b>\$</b>	<b>2,500.00</b>
Capacitación para al personal medidas de mitigación	2	\$	750.00	\$	1,500.00
Estudio ambiental	1	\$	1,000.00	\$	1,000.00

**Fuente:** Entrevistas realizadas en el 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2021



#### 4.4. Estudio legal administrativo

##### 4.4.1. Marco legal

Con respecto al marco legal que ampara el funcionamiento de mi empresa, en Ecuador se establecen leyes y reglamentos que permiten la protección del turista y los recursos naturales; mediante normativas en la Constitución de la República del Ecuador, del Ministerio de Turismo, ley de turismo y reglamento de actividades turísticas; además la ley de régimen tributario interno que regulan la actividad y sus obligaciones en su funcionamiento.

##### 4.4.1.1. Constitución de la República del Ecuador

**Tabla 107-4:** Ley de la Constitución de la república del Ecuador

Artículo	Descripción	Lo que le compete a la hostería
<b>Art.66</b>	Derecho a desarrollar actividades económicas, ya sea en forma individual o colectiva; conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.	Reconoce el derecho de participación de socios de forma individual o colectiva, considerando principios de responsabilidad para su funcionamiento.
<b>Art.83</b>	El estado promoverá las maneras de producción, asegurando el buen vivir de la población y de aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; además alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una participación del Ecuador en el contexto internacional.	La creación de la hostería debe ir enfocada al desarrollo social para satisfacción de la demanda; permitiendo la reactivación del mercado turístico en crisis por pandemia.

**Fuente:** Constitución de la República del Ecuador 2008

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.4.1.2. Ley de turismo

**Tabla 108-4:** Ley de turismo

<b>Artículo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Lo que le compete a la hostería</b>
<b>Art.5</b>	Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de actividades.	La hostería al ser persona jurídica que prestara servicios de alimentos y bebidas, alojamiento, transporte turístico, operación; agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos, convenciones etc. Siendo considerada una actividad económica dentro del sector turístico.
<b>Art.9</b>	El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.	Dentro de la Republica de Ecuador al ejercer la actividad turística la hostería tiene la obligación de registrarse en al Ministerio de Turismo, cumpliendo con los estándares mínimos para su catalogación.
<b>Art.10</b>	El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento.	Al contar con la licencia anual de funcionamiento la hostería accederá a los beneficios tributarios que contempla la ley, dar publicidad a su categoría y que su información oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario, instalación o establecimiento.

**Fuente:** Ley de turismo última modificación 2020

**Realizado por:** Bautista, D.2021

4.4.1.3. *Reglamento general de actividades turísticas*

**Tabla 109-4:** Reglamento general de actividades turísticas

<b>Artículo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Lo que le compete a la hostería</b>
<b>Art.1</b>	Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.	La hostería debe contar con servicios complementarios para considerarse establecimiento de alojamiento
<b>Art.3</b>	Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:  <b>Grupo 1: Alojamientos hoteleros.</b> Subgrupo 1: Hoteles Subgrupo 2: Hostales y pensiones Subgrupo 3: Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas  <b>Grupo 1: Alojamientos extrahoteleros.</b> Subgrupo 1: Complejos vacacionales Subgrupo 2: Campamentos Subgrupo 3: Apartamentos	La hostería puede categorizarse de 3 a 1 estrella planteada.  La publicidad, correspondencia, facturas y demás documentos de la hostería deberá indicarse en forma que no introduzca a confusión de la clasificación de los alojamientos.  De acuerdo al manual de aplicación del reglamento de alojamiento turístico, la hostería para considerarse como tal debe contar con los siguientes servicios/actividades:
<b>Art.23</b>	Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Piscina;</li> <li>2. Hidromasaje;</li> <li>3. Baño turco;</li> <li>4. Sauna;</li> <li>5. SPA;</li> <li>6. Local comercial afín a la actividad. Ej. Agencia de viajes, artesanías, etc., se considerará como un solo servicio a uno o más locales comerciales;</li> <li>7. Salones y/o áreas para eventos;</li> <li>8. Vinculación a una actividad agropecuaria;</li> <li>9. Realizar caminatas;</li> </ol>

---

menor de seis habitaciones.

**10.** Realizar cabalgatas;

**11.** Realizar rodeos;

**12.** Vinculación de la comunidad local en las actividades turísticas realizadas por el establecimiento;

**13.** Equipo de uso diario para actividades del establecimiento (al menos botas de caucho y poncho de aguas);

**14.** Juegos de salón (mesas de billa y/o billar, mesas de ping pong);

**15.** Áreas deportivas;

**16.** Establecimiento ubicado en un edificio patrimonial que cuente con la respectiva declaratoria por parte de la autoridad competente.

---

**Fuente:** Reglamento general de actividades turísticas última modificación 2011

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.4.1.4. *Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno*

Según el tipo de contribuyente son personas naturales ya sean nacionales o extranjeras aquellas que realizan actividades económicas lícitas y pueden o no estar obligados a llevar contabilidad. Siendo así importante considerar quienes están obligados a llevar contabilidad de acuerdo al tamaño de la organización en los siguientes casos según el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno (Servicio de Rentas Internas, 2020).

**Tabla 110-4:** Tipo de contribuyentes

<b>Personas naturales</b>	<b>Ley de Régimen Tributario Interno</b>
<b>Contribuyentes obligados a llevar contabilidad</b>	<b>Art.37:</b> Todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la ley, igualmente las personas naturales y las sucesiones indivisas que obtengan rentas objeto de este impuesto incluidas las actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares; así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes,

---

---

representantes, otros trabajadores autónomos; y demás personas que obtengan rentas de capital distintas de las mencionadas en el siguiente inciso y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan sido superiores a ciento ochenta mil (USD 180,000) dólares de los Estados Unidos de América o cuyos ingresos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a trescientos mil (USD 300,000) dólares de los Estados Unidos de América o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad económica, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a doscientos cuarenta mil (USD 240,000) dólares de los Estados Unidos de América. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta.

---

<b>Contribuyentes obligados a llevar cuentas de ingresos y egresos</b>	<b>Art.38:</b> Las personas naturales y sucesiones indivisas que operen con un capital, obtengan ingresos y efectúen gastos inferiores a los previstos en el artículo anterior, deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos que servirá de base para declarar sus impuestos. <ul style="list-style-type: none"><li>• La cuenta de ingresos y egresos deberá contener la fecha de la transacción, el concepto o detalle, el número de comprobante de venta, el valor de la misma y las observaciones que sean del caso y deberá estar debidamente respaldada por los correspondientes comprobantes de venta y demás documentos pertinentes.</li><li>• Los documentos sustentatorios de los registros de ingresos y egresos deberán conservarse por siete años de acuerdo a lo establecido en el Código Tributario, sin perjuicio de los plazos establecidos en otras disposiciones legales.</li></ul>
--	--

---

**Fuente:** Ley de Régimen Tributario Interno

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### **4.4.2. Tipo de organización o empresa**

Al realizar un análisis minucioso del marco legal antes mencionado, que ampara tanto los derechos como obligaciones del emprendedor es importante hablar de la constitución legal de mi empresa.

Según Ferreyra Páez, (2015) afirma en Ecuador los tipos de empresas se clasifican de acuerdo a diversos criterios; los mismos que:

##### *4.4.2.1. Según el sector de actividad*

La hostería podría constituirse como empresa del sector primario o también denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza; agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica.

##### *4.4.2.2. Según el tamaño*

Aunque existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas; podemos decir que la hostería es una microempresa cuya propiedad y empresa son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y reducidos; los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos; y el propietario puede atenderlos personalmente.

##### *4.4.2.3. Según la propiedad del capital*

La propiedad del capital de la hostería está en manos privadas.

##### *4.4.2.4. Según el destino de los beneficios*

Es donde se decide otorgar a los beneficios económicos que se obtengan, en este caso la hostería es una empresa con ánimo de lucro; cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc.

#### **4.4.3. Constitución legal**

Según el criterio de la forma jurídica podemos mencionar que la constitución legal de la Hostería “La Fortaleza” para su funcionamiento será de persona natural; al decidir realizar el trámite como persona natural, el nombre de la persona que haga el proceso en este caso Rafael Bautista y su cedula de identidad serán tomados para formar la identidad de la empresa; esta persona deberá responder con su patrimonio y bienes en caso de que la empresa tenga problemas.

Al querer ser un emprendedor según el manual de emprendedores Mora, P (s /f) la figura legal menciona que como persona natural asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa; así como los requisitos tributarios, requisitos municipales, permisos de funcionamiento y registro de marca. Dentro de la figura legal también podemos mencionar los pasos para operar como persona natural; la hostería deberá disponer de un establecimiento físico, obtener el RUC de la persona natural en el SRI, obtener la patente de la persona natural en el Municipio del cantón Salcedo e imprimir facturas.

La Hostería “La Fortaleza” en primer lugar debe cumplir los requisitos tributarios conforme la ley; siendo así el registro único de contribuyentes, RUC, en el SRI la primera obligación tributaria si se pretende ejercer actividades económicas en el país; la función de este documento es registrar e identificar a los contribuyentes naturales frente a la administración tributaria; a efectos del pago de impuestos por el ejercicio de alguna actividad económica permanente o temporal.

Para la obtención del RUC deberá cumplir los siguientes requisitos: llenar el formulario 01-A y suscribirle por el contribuyente, original y copia de la cedula de identidad y certificado de votación del contribuyente; planilla de servicios básicos de los últimos tres meses, del lugar en donde operará el establecimiento, a nombre del contribuyente, conyugue, padres, hermanos o hijos; copia de cedula y certificado de votación del propietario del inmueble.

Al mismo tiempo la hostería obtendrá los requisitos municipales; La primera obligación para el emprendedor es el registro de patente, mediante la inscripción del Registro de actividades económicas tributarias (RAET), que no es más que el número de patente otorgado por el municipio del cantón Salcedo al contribuyente natural; para efectos de cumplir con las declaraciones del sistema impositivo municipal; para ello llenara el formulario de declaraciones de patentes para persona natural con su respectiva firma; copia de cedula y certificado de votación; copia de RUC y acuerdo de responsabilidad de uso de medios electrónicos.

Además la hostería deberá también contar con los permisos de funcionamiento; uno de ellos es la LUAE en el cual se autoriza al emprendedor el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en dicha jurisdicción, esta licencia se obtiene mediante tres procesos administrativos: simplificado, ordinario y especial; y de forma anual hasta el 30 de Abril donde autoriza el uso y ocupación del suelo, sanidad, prevención de incendios, publicidad exterior,

ambiental, turismo y ministerio del interior. Para lo cual la persona natural deberá llenar el formulario único de solicitud de LUAE y suscrito por el titular del RUC; copia del RUC y copia de la cedula y certificado de votación de la persona natural. Otro permiso de funcionamiento viene emitido por el ministerio de salud a través de la Agencia de Regulación y Control Sanitario (ARCSA); el proceso de obtención de este permiso se lo hace mediante el sistema automatizado de ARCS <http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/> e, enviando la solicitud que consta en el mismo sistema y los requisitos escaneados y avalados por el solicitante.

De acuerdo a lo antes mencionado convendría también realizar el registro de la marca ya que este distingue a nuestro producto o servicio de otros que subsisten en el mismo mercado, el registro de esta marca se lo realiza en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI); el cual concederá al emprendedor titular una serie de derechos y beneficios. Para registrar la marca es recomendable que previo a la presentación de la solicitud de registro, el interesado realice una búsqueda fonética, la cual permite verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impiden su registro. Luego se procederá el registro en la plataforma virtual del IEPI <https://registro.propiedadintelectual.gob.ec/solicitudes/> creando un casillero virtual (que requiere el patrocinio de un abogado), cargado de una documentación requerida por el sistema y generando el número de expediente para dar seguimiento al trámite; el proceso concluye con la emisión de una resolución que acepta o rechaza el registro.

#### *4.4.3.1. Como se conforma el RUC*

Está conformado por 13 dígitos y se divide de la siguiente manera:

Para personas naturales ecuatorianas y extranjeras residentes debe contar con la cedula de ciudadanía del propietario más el 001 que conformara el Ruc.

Además, la persona natural a cargo de la hostería deberá declarar sus impuestos bajo el régimen general según el SRI, 2020 el cual emite y entrega comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica. Se podrá realizar sus declaraciones a través de la opción servicio en línea en la página web del SRI [www.sri.gob.ec](http://www.sri.gob.ec). Este servicio está habilitado las 24 horas durante los 365 días del año.

#### **4.4.4. Requisitos para formar la organización**

##### *4.4.4.1. Requisitos para formar la organización y permisos de funcionamiento*



**Tabla 111-4:** Requisitos y permisos de funcionamiento

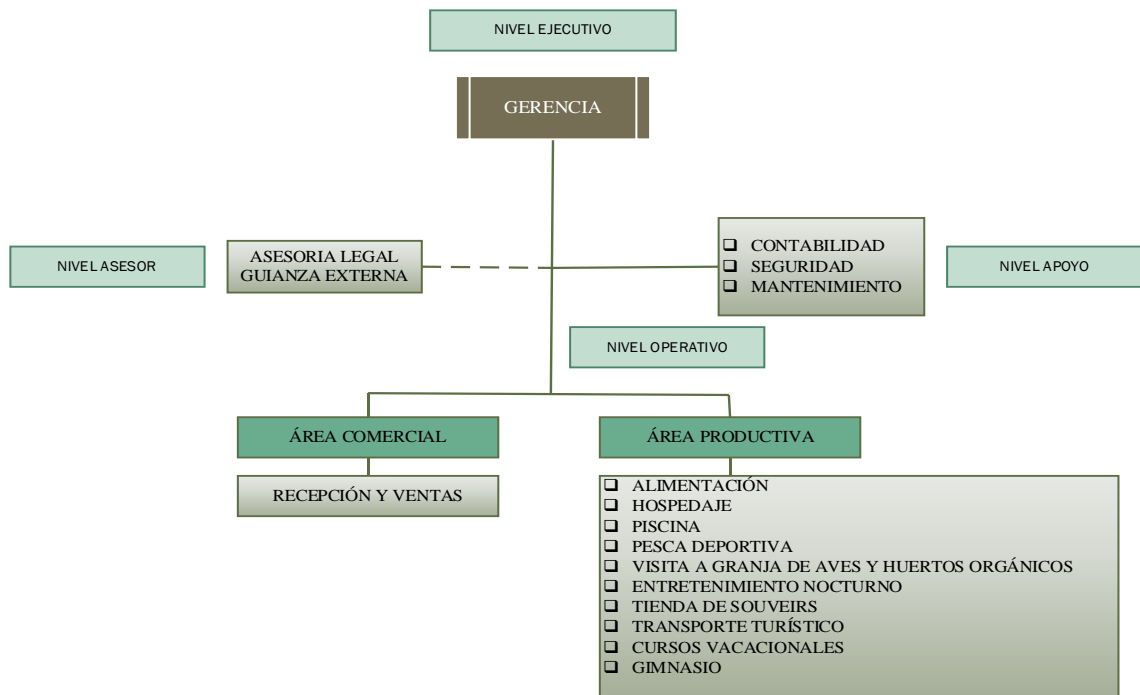
<b>Concepto</b>	<b>Permisos</b>	<b>Inversión</b>
<b>Gastos de constitución</b>		<b>\$ 876.00</b>
Gastos notariales		\$ 500.00
	Constitucional	\$ 500.00
Cuenta bancaria		\$ 100.00
	Apertura de cuenta banco del Pichincha	\$ 100.00
Requisitos tributarios		\$ 52.00
	Servicio de Rentas Internas (SRI) (facturas, registro único de contribuyentes)	\$ 40.00
	Talonario de facturas	\$ 12.00
<b>Registro de marca</b>		<b>\$ 224.00</b>
	Tasa de verificación o búsqueda de similitud de marca	\$ 16.00
	Tasa administrativa pago en el banco del Pacífico	\$ 208.00
<b>Registros municipales</b>		<b>\$ 40.00</b>
	Registro de la patente	\$ 40.00
<b>Permisos de funcionamiento</b>		<b>\$ 241.57</b>
	GAD municipal del cantón Salcedo (licencia anual de funcionamiento)	\$ 34.00
	Ministerio de salud	\$ 25.00
	Impuesto predial	\$ 38.57
	Bomberos del cantón Salcedo (permiso de funcionamiento seguridad)	\$ 60.00
	Registro del MINTUR	\$ 84.00
<b>Total</b>		<b>\$ 1,157.57</b>

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.4.5. Organización empresarial

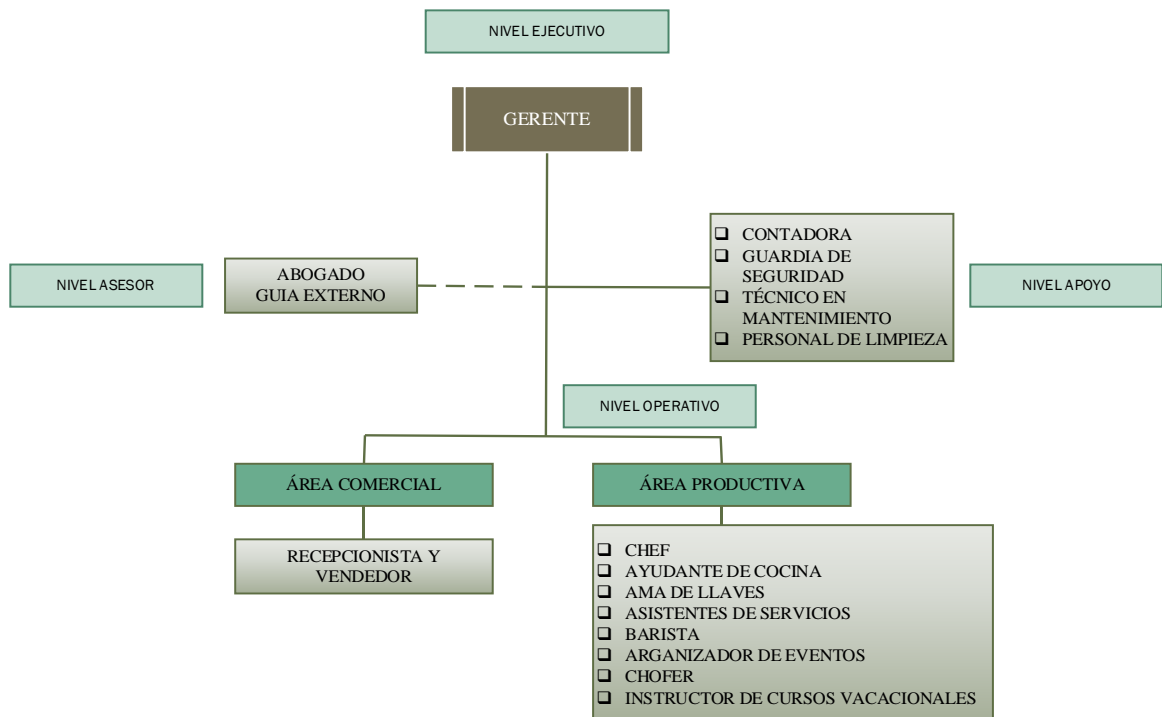
##### 4.4.5.1. Organigrama estructural



Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2020

##### 4.4.5.2. Organigrama funcional



Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.4.6. Profesiograma

**Tabla 112-4:** Manual de cargos y funciones del gerente

<b>Cargo</b>	Gerente /administrador			
<b>Perfil</b>	<b>Formación</b>	<b>Conocimientos</b>	<b>Idiomas</b>	<b>Experiencia</b>
Capacidad de liderazgo	académica	adicionales	necesarios	laboral
	Título de tercer nivel Licencia tipo C	-Computación -Conocimientos tributarios y administración de empresas -Manejo de recursos humanos	Inglés: Nivel medio	1 año
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar y administrar la organización.</li> </ul>			
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar es la prima función que debe cumplir el gerente, en ella se establecen los objetivos de largo, mediano y corto plazo; y especifican los cursos de acción que se seguirán para conseguirlos.</li> <li>• Determinar funciones y tareas, establecer unidades operativas, departamentos y divisiones. Departamento comercial: Fijar los precios según la temporada, negociar y firmar acuerdos con operadoras de turismo, acudir a diferentes reuniones, diseño y posicionamiento de la marca en el mercado. Departamento de recursos humanos: Controlar las políticas a seguir organizativamente con respecto a los recursos humanos, coordinar programas de capacitación para empleados, mantener un ambiente laboral adecuado, interceder por la buena marcha en contratos laborales, dirigir el sistema de carrera administrativa en la organización.</li> <li>• Dirigir los esfuerzos de todos los empleados, inclusive los directivos, hacia la obtención de las finalidades organizativas.</li> <li>• Selección del personal que desempeñara los cargos, de la orientación de su trabajo, capacitación y motivación.</li> <li>• Gestión de los recursos humanos.</li> <li>• Monitoreo y evaluación del desempeño organizacional.</li> <li>• Mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la hostería.</li> </ul>			

**Fuente:** Investigación documental (Calle Iñiguez et al., 2017)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 113-4:** Manual de cargos y funciones de la recepcionista/contadora

<b>Cargo</b>	Recepcionista/contadora			
<b>Perfil</b>	<b>Formación académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Experiencia laboral</b>
Confidencialidad de información de la empresa -Respetar los horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa	Título de tercer nivel Administración de empresas	-Computación -Conocimientos contables, tributarios y administración de empresas -Atención al cliente -Manejo de grupos	Inglés: Nivel alto Kichwa: Nivel medio	1 año
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar los trámites respectivos, atención al cliente, organizar documentos.</li> <li>• Llevar la contabilidad de la organización y dar informes mensuales.</li> <li>• Orientar al cliente al momento de solicitar información.</li> <li>• Atención al cliente vía telefónica o de manera directa mediante un registro diario de ingreso y llamadas de larga distancia.</li> <li>• Entrega al propietario y departamentos la correspondencia recibida.</li> <li>• Conserva el orden de su ambiente laboral y responde a cualquier anomalía.</li> </ul>			
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente e información de todos los servicios a ofertar.</li> <li>• Confirmar la disponibilidad de los servicios y cierre de caja chica.</li> <li>• Desarrollar informes del proceso diario de atención al cliente.</li> <li>• Llevar la contabilidad de la empresa.</li> <li>• Verificar la disponibilidad de materias primas y autorización de las adquisiciones.</li> <li>• Inspección del inventario de las áreas.</li> <li>• Elaborar la proforma presupuestaria</li> <li>• Facturar todas las adquisiciones de la empresa y entregar una copia de ellas a cada departamento.</li> <li>• Gestiones bancarias y cuestiones legales.</li> </ul>			

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 114-4:** Manual de cargos y funciones del vendedor

<b>Cargo</b>	<b>Vendedor</b>			
<b>Perfil</b>	<b>Formación</b>	<b>Conocimientos</b>	<b>Idiomas</b>	<b>Experiencia</b>
-Experto en atraer clientes a través de nuestro sistema de marketing digital	-Título de ingeniería en mercadotecnia	- Conocimiento en diseño de páginas web, marketing digital, estrategias comerciales, creación y campañas en redes sociales, resultados en tiempo real, analítica web	Inglés: Nivel medio	2 años de experiencia en ventas online
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar estrategias y decidir con anticipación las actividades que realizará y los recursos que utilizará.</li> <li>• Vender el producto a través del marketing digital.</li> <li>• Establecer un nexo entre el cliente y la empresa.</li> <li>• Contribuir a la solución de problemas.</li> <li>• Administrar su territorio o zona de ventas.</li> <li>• Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que representa.</li> </ul>			
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicar adecuadamente a los clientes la información que la empresa preparó para ellos acerca de los productos y/o servicios que comercializa, como: mensajes promocionales, eslogan, información técnica entre otros.</li> <li>• Asesorar a los clientes acerca de cómo los productos o servicios que ofrece pueden satisfacer sus necesidades y deseos.</li> <li>• Retroalimentar a la empresa informando a los canales adecuados (como el departamento de ventas y el de mercadotecnia) todo lo que sucede en el mercado.</li> <li>• Conocer los problemas que tiene en el mercado la empresa que representa.</li> <li>• Implementar su plan.</li> </ul>			

**Fuente:** Investigación documental (Thompson, 2021)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 115-4:** Manual de cargos y funciones del abogado

<b>Cargo</b>	Abogado			
<b>Perfil</b>	<b>Formación académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Experiencia laboral</b>
-Asesor legal	Título de tercer nivel Abogado	-Computación -Conocimiento general en normas legales -Control del proceso administrativo y judicial -Manejo de información y trámites legales	Inglés: Nivel alto	2 años de experiencia en normas y leyes ecuatorianas
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar y negociar todos los contratos comerciales de la empresa.</li> <li>• Prestarles asesoramiento con respecto a sus derechos y obligaciones</li> <li>• Representar a la empresa en asuntos legales de diversa índole.</li> <li>• Garantizar el cumplimiento de las obligaciones de acuerdo a los reglamentos y normas legales.</li> <li>• Resolver problemas de muy diversa índole (fiscal, mercantil, propiedad intelectual e industrial, laboral, medio ambiente, competencia, etc.).</li> <li>• Llegar acuerdos con clientes, empleados y proveedores en algún inconveniente suscitado.</li> </ul>			
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Velar realmente en todo momento por los intereses de sus clientes.</li> <li>• Analizar trámites administrativos, notificaciones judiciales y documentos de los diferentes procesos.</li> <li>• Concurrir a las diferentes instituciones y juzgados, entrega documentos, agiliza y revisa en el estado que se encuentran los diferentes procesos.</li> <li>• Recopilar información para los diferentes procesos administrativos y jurídicos que requiera la institución.</li> <li>• Actualiza el proceso de archivo administrativo.</li> </ul>			

**Fuente:** Investigación documental (SENRES, 2017)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 116-4:** Manual de cargos y funciones del guía externo

Cargo	Guía externo			
<p><b>Perfil</b></p> <p>-Habilidades de comunicación</p> <p>- Una buena capacidad de planificación y organización</p> <p>- Interés por la historia, la cultura y el conocimiento en general</p>	<p><b>Formación académica</b></p> <p>Título de tercer nivel</p> <p>Ecoturismo y turismo</p>	<p><b>Conocimientos adicionales</b></p> <p>-Diseño de guion interpretativo</p> <p>-Manejo de grupos</p>	<p><b>Idiomas necesarios</b></p> <p>Inglés: Nivel 1</p> <p>alto</p>	<p><b>Experiencia laboral</b></p> <p>1 año de experiencia en alojamiento, recreación, transporte y excursionismo, agencias de viajes</p>
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar en programar el servicio.</li> <li>• Organizar el itinerario y/o visitas a los lugares del patrimonio turístico.</li> <li>• Reprogramar un servicio ante situaciones emergentes, reconociendo los intereses de los pasajeros.</li> <li>• Coordinar la prestación de los servicios en el destino y verificar el cumplimiento de los servicios contratados en el plan de viaje.</li> <li>• Brindar asistencia durante en el viaje.</li> <li>• Facilitar el vínculo de los visitantes con los recursos naturales y culturales.</li> <li>• Informar, motivar, orientar y acercar al pasajero con el recurso natural y cultural, favoreciendo vivencias que promuevan un uso creativo del ocio y del tiempo libre, la conservación y el cuidado ambiental.</li> <li>• Promocionar productos, servicios, recursos naturales, culturales y eventos, que mejoren la experiencia de viaje, reconociendo sus intereses y motivando la permanencia en el destino.</li> </ul>			
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recopilar y procesar información.</li> <li>• Reconocer los sitios y se evalúa el potencial en el marco del circuito, itinerario o visita.</li> </ul>			

- 
- Identificar en el lugar, área y/o itinerario, servicios de emergencia, apoyo y seguridad, rutas alternativas de acceso.
  - Programar el servicio de guiado.
  - Seleccionar en el itinerario sitios reconociendo el potencial turístico, interpretativo y recreativo, objeto de la visita.
  - Estimar tiempos y duración de recorridos entre localidades, tiempos de descenso y ascenso, actividades, visitas, paradas técnicas.
  - Elaborar un guion de referencia del itinerario con información cierta y oportuna sobre el lugar y atractivos.
  - Recibir al turista.
  - Facilitar el servicio de check in de los servicios de transporte y hospedaje.
  - Asistir durante el viaje al turista.
  - Facilitar el proceso de ingreso y distribución de los pasajeros en los servicios de alojamiento.
  - Controlar el cumplimiento de las prestaciones contratadas.
  - Motivar al turista para la visita.
  - Guiar al turista durante un recorrido.
  - Vincular al pasajero con los recursos naturales y culturales.
  - Asesorar sobre productos y servicios que mejoren la experiencia de viaje.

---

**Fuente:** Investigación documental (Ministerio de educación, [s .f.])

**Realizado por:** Bautista, D.2021



**Tabla 117-4:** Manual de cargos y funciones del guardia

<b>Cargo</b>	<b>Guardia</b>				
<b>Perfil</b>	<b>Formación</b>	<b>Conocimientos</b>	<b>Idiomas</b>	<b>Experiencia</b>	
-Transmite seguridad	<b>académica</b>	<b>adicionales</b>	<b>necesarios</b>	<b>laboral</b>	
-No realiza ninguna actividad sin consultar antes con su jefe inmediato	-Título de bachiller del curso de guardia de seguridad -Certificado de seguridad -Licencia tipo C	de defensa personal de -Manejo de armas -Utilización de sistemas de alarmas	de de de	Inglés: Nivel básico	3 año
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigilar y proteger bienes del establecimiento; así como la seguridad de las personas que hacen uso de las instalaciones.</li> <li>• Verificar la información previamente ingresada en la bitácora de seguridad.</li> <li>• Utilizar videocámaras para monitorear el área.</li> <li>• Patrullar el área para detectar actividades sospechosas.</li> <li>• Dar acceso a áreas restringidas al personal y a visitantes autorizados.</li> <li>• Guiar a las personas fuera de las instalaciones cuando sea necesario.</li> <li>• Detener a los infractores y comunicarse con las autoridades competentes cuando sea necesario.</li> <li>• Reportar cualquier irregularidad en la bitácora de seguridad.</li> <li>• Custodiar los bienes de valor cuando sea requerido.</li> <li>• Brindar asistencia durante las emergencias.</li> </ul>				
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Custodiar un lugar determinado para prevenir cualquier tipo de inconveniente.</li> <li>• Patrullar el área para detectar actitudes sospechosas.</li> <li>• Vigilar el área mediante la observación de sistemas de videocámaras y circuitos cerrados de televisión (CCTV).</li> <li>• Reportar todos los incidentes acontecidos en su turno de trabajo.</li> <li>• Brindar protección las 24 horas del día de ser necesario.</li> <li>• Programar patrullajes y recorridos al azar para descartar las posibilidades de predictibilidad.</li> </ul>				

- 
- Reportar cualquier actividad inusual.
  - Contactar a las autoridades locales.
  - Verificar la identificación del visitante cuando sea necesario.
  - Conducir vehículos blindados cuando sea necesario.
  - Planificar rutas.
  - Realizar acciones evasivas cuando sea necesario.
  - Utilizar sistemas de monitoreo como alarmas, cámaras de video y sensores de movimiento.
  - Utilizar armas no letales.
  - Utilizar armas letales.

---

**Fuente:** Investigación documental (NEUVCO, 2017)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 118-4:** Manual de cargos y funciones del técnico en mantenimiento

<b>Cargo</b>	<b>Técnico en mantenimiento</b>			
<b>Perfil</b>	<b>Formación</b>	<b>Conocimientos</b>	<b>Idiomas</b>	<b>Experiencia laboral</b>
-Comprensión de cómo funcionan las maquinas	Título de tercer nivel	-Conocimiento y aplicación de técnicas de planificación	Inglés: Nivel alto de ingles técnico y hablado	3 años de experienci
	-Formación en Mantenimiento de Piscinas	-Conocimiento técnico de equipos mecánicos, eléctricos, electrónicos y electromecánicos		a en manteni
	-Técnico Superior en Mecatrónica Industrial	-Administración y control de inventarios para el abastecimiento de los repuestos		entos de piscinas
	-Técnico en Mantenimiento Electromecánico			
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantenimiento de piscina, uso de baño turco-sauna-hidromasaje, recreación en toboganes acuáticos.</li> <li>• Asegurarse de que los equipos utilizados en las industrias manufactureras y de procesamiento funcionan correctamente y de manera eficiente.</li> <li>• Supervisar los procesos de mantenimiento realizados por el personal técnico en los equipos.</li> <li>• Organizar los procesos de capacitación del personal técnico.</li> <li>• Administrar el suministro y stock de los repuestos ya sean de uso común o de tipo especializado.</li> </ul>			
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planear, controlar, organizar y coordinar el plan de mantenimiento mediante la ejecución de órdenes de trabajo para los diferentes tipos de mantenimiento a realizar.</li> <li>• Mantener y promover el mejoramiento continuo de los procesos de mantenimiento, como respuesta a las políticas de calidad.</li> <li>• Generar reportes actualizados del historial y condición de cada uno de los equipos que así lo requieran.</li> <li>• Llevan a cabo revisiones periódicas de mantenimiento.</li> </ul>			

**Fuente:** Investigación documental (Ortiz, 2015)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 119-4:** Manual de cargos y funciones del personal de limpieza

<b>Cargo</b>	Personal de limpieza			
<b>Perfil</b>	<b>Formación</b>	<b>Conocimientos</b>	<b>Idiomas</b>	<b>Experiencia</b>
- Disposición y facilidad de adaptación a nuevas tecnologías de limpieza.	<b>académica</b>	<b>adicionales</b>	<b>necesarios</b>	<b>laboral</b>
	Título de bachiller	-Mantenimiento de instalaciones	Ninguno	2 años de experiencia en cargos similares
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener en condiciones de perfecta limpieza las instalaciones de la empresa.</li> <li>• Responsabilidad al momento de seguir un plan de limpieza y mantenimiento.</li> <li>• Limpiar, almacenaje, y suministro de áreas designadas de las instalaciones.</li> <li>• Utilizar la aspiradora en los espacios que conserven o almacenen polvillo.</li> <li>• Ubicar las bolsas de con los residuos en el sitio de recolección.</li> </ul>			
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpieza de suelos, muebles y cristales. Generalmente esto se basa en barrer, fregar, quitar el polvo, entre otros.</li> <li>• Vaciado de papeleras o eliminación de residuos.</li> <li>• Reposición de materiales, como papel higiénico o servilletas.</li> <li>• Mantenimiento de equipos.</li> <li>• Mover y ordenar cada uno de los objetos que forman parte del mobiliario, en especial de sillas, mesas o muebles.</li> <li>• Limpiar en general de áreas, como comedores o escaleras.</li> <li>• Mantener la organización, atención, control y pulcritud en todo momento.</li> </ul>			

**Fuente:** Investigación documental (LIMTEK, 2020)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 120-4:** Manual de cargos y funciones del chef de cocina

<b>Cargo</b>	<b>Chef de cocina</b>			
<b>Perfil</b>	<b>Formación</b>	<b>Conocimientos</b>	<b>Idiomas</b>	<b>Experiencia</b>
- El cocinero necesita tomar decisiones, conocer los principios básicos de higiene, tratamiento para la manipulación de alimentos	<b>académica</b>	<b>adicionales</b>	<b>necesarios</b>	<b>laboral</b>
	-Título de licenciado en gastronomía	- Conocimiento del equipo, útiles y materiales utilizados en la preparación de alimentos	Inglés: Nivel medio	3 años de experiencia en cargos de cocinero
	-Cursos certificados de chef	-Conocimientos de la normatividad y disposiciones sanitarias para cocinas comerciales.		
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar el menú, elabora los platos, supervisa la preparación, cocción de alimentos y comidas para la empresa.</li> <li>• Dirigir todas las funciones del mesero y ayudante del chef.</li> <li>• Preparar alimentos de acuerdo a la carta o menú.</li> <li>• Mantiene su área de trabajo limpio y ordenado según reglas higiénicas.</li> <li>• Cumplir con la preparación de los alimentos en el horario establecido.</li> </ul>			
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear y elaborar alimentos en óptimas condiciones con productos frescos.</li> <li>• Verifica la existencia de los diferentes alimentos.</li> <li>• Prepara los alimentos con la ayuda del auxiliar de cocina.</li> <li>• Cocina los alimentos según tiempo y cantidad.</li> <li>• Verifica el buen estado de los alimentos y las existencias necesarias para cumplir con la venta diaria.</li> <li>• Revisa diariamente la conservación de los alimentos.</li> <li>• Verifica que se cumpla las normas de higiene y que el personal a su cargo desempeñe correctamente sus funciones.</li> <li>• Recibe la solicitud del pedido.</li> </ul>			

**Fuente:** Investigación documental (Dirección general de empleo, 2016)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 121-4:** Manual de cargos y funciones del ayudante de cocina

<b>Cargo</b>		Ayudante de cocina			
<b>Perfil</b>	<b>Formación</b>	<b>Conocimientos</b>	<b>Idiomas</b>	<b>Experiencia</b>	
-Manejo y mantenimiento de utensilios de cocina	<b>académica</b>	<b>adicionales</b>	<b>necesarios</b>	<b>laboral</b>	
-Manipulación de alimentos	-Título de bachiller	-Nutrición y dietética de alimentos -Conservación de alimentos -Normas de higiene y seguridad integral	Inglés: Nivel medio	1 año de experiencia básica de cocina.	
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudar al chef en tareas básicas como picar, limpiar la cocina y utensilios, mezclar ingredientes, cortar verduras.</li> <li>• Brindar apoyo a los chefs o cocineros en la preparación de alimentos sencillos.</li> <li>• Mantener la cocina y todos los utensilios de cocina limpios y ordenados.</li> </ul>				
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar, pelar y cortar las verduras.</li> <li>• Mezclar los ingredientes juntos.</li> <li>• Desplumar de aves de corral.</li> <li>• Picar carne.</li> <li>• Desescamar pescado.</li> <li>• Lavar la vajilla y los cubiertos utilizados por los clientes.</li> </ul>				

**Fuente:** Investigación documental (Dirección general de empleo, 2016)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 122-4:** Manual de cargos y funciones del ama de llaves

<b>Cargo</b>	Ama de llaves						
<b>Perfil</b>	<b>Formación académica</b>	<b>Conocimientos adicionales</b>	<b>Idiomas necesarios</b>	<b>Experiencia laboral</b>			
	-Título de bachiller	-Conocimiento de criterios de calidad, productividad, seguridad, impacto ambiental, y relaciones humanas	en Ninguno		1 año de experiencia en grandes como medianas y pequeñas empresas de alojamiento		
<b>Responsabilidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar el área de habitaciones.</li> <li>• Planificar el trabajo en base al reporte que muestra el estado de las habitaciones a limpiar.</li> <li>• Organizar el servicio de lavandería y lencería, prestando asistencia técnica y operativa.</li> <li>• Controlar el servicio de pisos, áreas públicas, prestando asistencia técnica y operativa.</li> </ul>						
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificar y distribuir las habitaciones a cada personal a cargo, mucamas.</li> <li>• Mantener las habitaciones limpias, ordenadas y en buen estado como para que sean ocupadas por los huéspedes.</li> <li>• Verificar el estado de la limpieza de las habitaciones.</li> <li>• Verificar el estado de la limpieza del baño de las habitaciones.</li> <li>• Planificar el programa de mantenimiento y reparación de las anomalías.</li> <li>• Distribuir las tareas y actividades a cada personal a cargo, lenceras, costureras, lavanderas, planchadoras.</li> <li>• Supervisar el trabajo en base al tratamiento de la ropa del personal del establecimiento.</li> <li>• Inspeccionar el trabajo en base al tratamiento de la ropa de los huéspedes.</li> <li>• Control del stock de la ropa del departamento de lencería.</li> <li>• Supervisar el estado de la limpieza de los pisos, áreas públicas.</li> </ul>						

**Fuente:** Investigación documental (INET, 2010)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 123-4:** Manual de cargos y funciones del asistente de servicios

Cargo	Asistente de servicios			
Perfil	Formación académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Experiencia laboral
	-Título de bachiller	-Conocimiento en criterios de calidad, productividad, seguridad y relaciones humanas.	Inglés: Nivel alto	1 año de experiencia en atención al cliente
Responsabilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Mantener los materiales y equipos en óptimas condiciones para su uso.</li> <li>• Mantener las áreas en condiciones de limpieza adecuadas para su utilización.</li> </ul>			
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender al cliente en actividades de pesca deportiva, huertos orgánicos, alquiler de cuadrones y visita a granja de aves.</li> <li>• Impulsar las ventas.</li> <li>• Informar a los clientes sobre el costo de los productos que se comercializan dentro de las actividades de pesca deportiva, huertos orgánicos, alquiler de cuadrones y visita a granja de aves.</li> <li>• Disipar cualquier duda e inquietud sobre el producto a ofertar.</li> <li>• Solucionar problemas o quejas del cliente.</li> <li>• Tramitar y autorizar la atención de las quejas, con el fin de que el cliente se vaya satisfecho.</li> <li>• Verificar los datos de ventas de los clientes y abastecimiento con el fin de efectuar las ventas de acuerdo con la norma establecida.</li> <li>• Verificar el producto y realizar las gestiones de empaque para la venta directa al público.</li> <li>• Realizar cualquiera otra actividad inherente al cargo que sean asignadas por su superior inmediato.</li> </ul>			

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021



#### 4.4.7. Requerimiento para el área administrativa

##### 4.4.7.1. Talento humano

**Tabla 124-4:** Talento humano para el área administrativa

Denominación	Cantidad	Remuneración mensual unificada	Costo anual (2021)	Responsabilidad
Gerente	1	\$ 535.20	\$ 6,422.43	Representar y administrar la organización.
Personal de limpieza	1	\$ 529.98	\$ 6,359.72	Limpieza, almacenaje, y suministro de áreas designadas de las instalaciones.
Abogado	1		\$ 1,000.00	Asesorar, orientar y representar a la empresa en asuntos legales
<b>Total</b>			<b>\$ 13,782.15</b>	

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2021

##### 4.4.7.2. Rol de pagos

**Tabla 125-4:** Rol de pagos del primer año para el talento humano del área administrativa

ROL DE PAGOS								
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IEISS		Sueldo mensual I	10MO tercero	10MO cuarto	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte patronal 11.15%	Aporte personal 9.45%					
Gerente	\$ 407.52	\$ 45.44	\$ 38.51	\$ 491.47	\$ 491.47	\$ 33.33	\$ 535.20	\$ 6,422.43
<b>Total</b>					\$ 40.96	\$ 2.78		\$ 6,422.43
Personal de limpieza	\$ 403.52	\$ 44.99	\$ 38.13	\$ 486.65	\$ 486.65	\$ 33.33	\$ 529.98	\$ 6,359.72
<b>Total</b>					\$ 40.55	\$ 2.78		\$ 6,359.72

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2021

**Tabla 126-4:** Rol de pagos para el talento humano del área administrativa a partir del segundo año de actividad

ROL DE PAGOS									
Denominación	Sueldo básico	APORTE AL IESS		Sueldo mensual	10MO tercero	10MO cuarto	Fondos de reserva	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte patronal 11.15%	Aporte persona 19.45%						
Gerente	\$ 407.52	\$ 45.44	\$ 38.51	\$ 491.47	\$ 491.47	\$ 33.33	\$ 40.94	\$ 538.61	\$ 6,463.37
<b>Total</b>					\$ 40.96	\$ 2.78	\$ 3.41		\$ 6,463.37
Personal de limpieza	\$ 403.52	\$ 44.99	\$ 38.13	\$ 486.65	\$ 486.65	\$ 33.33	\$ 40.54	\$ 533.35	\$ 6,400.26
<b>Total</b>					\$ 40.55	\$ 2.78	\$ 3.38		\$ 6,400.26

Fuente: Salarios mínimos sectoriales 2020 del ministerio de trabajo

Realizado por: Bautista, D.2021

El rol de pagos se calculó a partir de la tabla de salarios mínimos sectoriales del Ministerio de Trabajo (2020) bajo relación de dependencia, tomando en cuenta para el primer año el aporte personal calculado al 9.45%, el aporte patronal al 11.15%, el 10 MO tercer sueldo y 10MO cuarto sueldo calculados según (Banco Pichincha 2020) con datos contemplado en el Código de Trabajo; así también se calculó el rol de pagos a partir del segundo año de actividad en el cual se tomó en cuenta el fondo de reserva a una tasa de aportaciones de 8.33% establecido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS 2021).

#### 4.4.7.3. Requerimiento de inversiones fijas para el área administrativa

**Tabla 127-4:** Activos fijos

Denominación activos fijos	Cantidad	Costo unitario	Total, inversión
<b>Activo</b>			<b>\$ 7,731.50</b>
Terreno	60 m2	\$ 12.38	\$ 742.80
Construcción y edificaciones	60 m2	\$ 80.00	\$ 4,800.00
<b>Equipo de computo</b>		<b>\$ 1,600.00</b>	<b>\$ 1,600.00</b>
Computadora	1	\$ 900.00	\$ 900.00

Impresora	1	\$	200.00	\$	200.00
Tv	1	\$	500.00	\$	500.00
<b>Muebles y enseres</b>		<b>\$</b>	<b>423.00</b>	<b>\$</b>	<b>488.00</b>
Escritorio	1	\$	27.00	\$	27.00
Estantes	1	\$	35.00	\$	35.00
Silla para computadoras	1	\$	36.00	\$	36.00
Silla de espera tripersonal	1	\$	170.00	\$	170.00
Sillas ejecutivas	3	\$	10.00	\$	30.00
Perchas metálicas	2	\$	45.00	\$	90.00
Cuadro de decoración	1	\$	20.00	\$	20.00
Archivadores verticales	1	\$	80.00	\$	80.00
<b>Maquinaria y equipo</b>		<b>\$</b>	<b>82.90</b>	<b>\$</b>	<b>100.70</b>
Teléfono	1	\$	45.00	\$	45.00
Perforadora	3	\$	3.90	\$	11.70
Reloj	1	\$	9.00	\$	9.00
Calculadora	1	\$	20.00	\$	20.00
Quita grapas	1	\$	2.50	\$	2.50
Grapadora	5	\$	2.50	\$	12.50

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.4.7.4. Materiales e insumos

**Tabla 128-4:** Materiales e insumos

Denominación/materiales e insumos	Cantidad	Costo unitario	Gasto Anual
<b>Materiales e insumos</b>		<b>\$</b>	<b>132.65</b>
Papel bond	15 resmas	\$ 3.50	\$ 52.25
Esferos	2 caja	\$ 2.50	\$ 5.00
Lápices	3 caja	\$ 2.00	\$ 6.00
Carpeta archivadora	10 unidades	\$ 2.10	\$ 21.00
Borradores	1 caja	\$ 3.00	\$ 3.00
Clips	2 cajas	\$ 0.80	\$ 1.60
Cartuchos impresora	4 unidades	\$ 8.00	\$ 32.00
Memory Flash	1 unidad	\$ 10.00	\$ 10.00

Grapas	2 caja	\$	0.90	\$	1.80
--------	--------	----	------	----	------

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.4.7.5. Activos diferidos

**Tabla 129-4:** Activos diferidos

Denominación activos diferidos	Cantidad	Gasto Unitario		Gasto Anual	
<b>Activos</b>				<b>\$</b>	<b>1,000.00</b>
Estudio de investigación	1	\$	1,000.00	\$	1,000.00

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.4.7.6. Servicios básicos

**Tabla 130-4:** Servicios básicos

Denominación servicios básicos	Cantidad	Gasto Unitario		Gasto Anual	
<b>Servicios básicos</b>				<b>\$</b>	<b>939.01</b>
Teléfono	Uso de teléfono	\$	6.94	\$	83.28
Agua	m3	\$	7.81	\$	93.72
Luz	kwh	\$	10.26	\$	123.12
Internet	10 megas	\$	50.00	\$	600.00
Impuesto predial	1	\$	38.89	\$	38.89

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

## 4.5. Estudio y evaluación financiera

### 4.5.1. Cuadro de resumen de inversiones

**Tabla 131-4:** Cuadro de resumen de inversiones

	Área comercial	Área productiva	Área administrativa	
<b>Activos fijos</b>				<b>\$ 415,465.33</b>
Terreno	\$ 1,485.60	\$ 105,884.90	\$ 742.80	\$ 108,113.30
Construcciones y edificaciones	\$ 7,200.00	\$ 160,000.00	\$ 4,800.00	\$ 172,000.00
Equipo de computo	\$ 3,000.00	\$ 963.99	\$ 1,600.00	\$ 5,563.99
Muebles y enseres	\$ 836.00	\$ 54,701.08	\$ 488.00	\$ 56,025.08
Maquinaria y equipo	\$ 668.70	\$ 29,393.56	\$ 100.70	\$ 30,162.96
Vehículo	\$ 1,200.00	\$ 42,400.00		\$ 43,600.00
<b>Activos diferidos</b>				<b>\$ 8,132.32</b>
Promoción y publicidad antes del funcionamiento	\$ 1,770.00			\$ 1,770.00
Capacitaciones		\$ 2,400.00		\$ 2,400.00
Estudio de investigación		\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
Gastos de constitución			\$ 876.00	\$ 876.00
Patente			\$ 40.00	\$ 40.00
Gasolina		\$ 804.75		\$ 804.75
Permisos de funcionamiento			\$ 241.57	\$ 241.57
<b>Capital de trabajo</b>				<b>\$ 136,219.96</b>
Materia prima- materiales e insumos	\$ 791.50	\$ 18,160.16	\$ 132.65	\$ 19,084.31
Mano de obra directa		\$ 54,216.86		\$ 54,216.86
Mano de obra indirecta		\$ 25,505.35		\$ 25,505.35
Sueldos y salarios	\$ 22,831.28		\$ 13,782.15	\$ 36,613.43

Contingencias	\$	800.00
<b>Gastos por comercialización de terceros</b>	<b>\$</b>	<b>7,665.60</b>
Pago de comisiones para operadoras	\$	7,665.60
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>567,483.21</b>

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.5.2. Análisis de inversiones

Tabla 132-4: Análisis de inversiones del año cero

<b>Activos fijos</b>	<b>\$</b>	<b>415,465.33</b>
Terreno	\$	108,113.30
Construcción y edificaciones	\$	172,000.00
Equipo de computo	\$	5,563.99
Muebles y enseres	\$	56,025.08
Maquinaria y equipo	\$	30,162.96
Vehículo	\$	43,600.00
<b>Activos diferidos</b>	<b>\$</b>	<b>36,848.60</b>
Promoción y publicidad antes del funcionamiento	\$	1,770.00
Capacitaciones	\$	2,400.00
Estudio de investigación	\$	2,000.00
Gastos de constitución	\$	876.00
Patente	\$	40.00
Gasolina	\$	804.75
Permisos de funcionamiento	\$	241.57
Interés antes de funcionamiento	\$	28,716.28
<b>Capital de trabajo (4 meses)</b>	<b>\$</b>	<b>34,654.99</b>
Materia prima- materiales e insumos	\$	4,771.08
Mano de obra directa	\$	13,554.21
Mano de obra indirecta	\$	6,376.34

Sueldos y salarios	\$	9,153.36
Contingencias	\$	800.00
<b>Gastos por comercialización de terceros</b>	<b>\$</b>	<b>7,665.60</b>
Pago de comisiones para operadoras	\$	7,665.60
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>494,634.52</b>

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.5.3. Usos y fuentes del proyecto

Tabla 133-4: Usos y fuentes del proyecto

Denominación	Usos	Fuentes de financiamiento	
		Recursos propios	Préstamo
<b>Activos fijos</b>	<b>\$ 415,465.33</b>	<b>\$ 154,807.32</b>	<b>\$ 260,658.01</b>
Terreno	\$ 108,113.30	\$ 108,113.30	
Construcción y edificaciones	\$ 72,000.00		\$ 172,000.00
Equipo de computo	\$ 5,563.99		\$ 5,563.99
Muebles y enseres	\$ 56,025.08	\$ 28,012.54	\$ 28,012.54
Maquinaria y equipo	\$ 30,162.96	\$ 15,081.48	\$ 15,081.48
Vehículo	\$ 43,600.00	\$ 3600.00	\$ 40,000.00
<b>Activos diferidos</b>	<b>\$ 36,848.60</b>	<b>\$ 31,678.60</b>	<b>\$ 5,170.00</b>
Promoción y publicidad antes del funcionamiento	\$ 1,770.00		\$ 1,770.00
Capacitaciones	\$ 2,400.00		\$ 2,400.00
Estudio de investigación	\$ 2,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Gastos de constitución	\$ 876.00	\$ 876.00	
Patente	\$ 40.00	\$ 40.00	
Gasolina	\$ 804.75	\$ 804.75	
Permisos de funcionamiento	\$ 241.57	\$ 241.57	

Interés antes de funcionamiento	\$	28,716.28	\$	28,716.28		
<b>Capital de trabajo (4 meses)</b>	<b>\$</b>	<b>34,654.99</b>	<b>\$</b>	<b>13,924.44</b>	<b>\$</b>	<b>20,730.55</b>
Materia prima- materiales e insumos	\$	4,771.08	\$	4,771.08		
Mano de obra directa	\$	13,554.21	\$	13,554.21		
Mano de obra indirecta	\$	6,376.34	\$	6,376.34		
Sueldos y salarios	\$	9,153.36	\$	9,153.36		
Contingencias	\$	800.00	\$	800.00		
<b>Gastos por comercialización de terceros</b>	<b>\$</b>	<b>7,665.60</b>	<b>\$</b>	<b>7,665.60</b>		
Pago de comisiones para operadoras	\$	7,665.60	\$	7,665.60		
<b>Total</b>	<b>\$</b>	<b>494,634.52</b>	<b>\$</b>	<b>200,410.35</b>	<b>\$</b>	<b>294,224.16</b>
Porcentaje		100%		40.52%		59.48%

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.5.4. Cálculo y pago de la deuda

Tabla 134-4: Cálculo y pago de la deuda

Préstamo	Plazo	Interés	
\$ 294,224.16	5	9.76%	0.0976

CÁLCULO DEL PAGO DE LA DEUDA					
Año	Préstamo	Pago del capital	Saldo	Interés	Cuota anual de pago
2021 (0)	\$ 294,224.16	\$ 58,844.83	\$235,379.33	\$ 28,716.28	\$ 87,561.11
2022(1)	\$ 235,379.33	\$ 58,844.83	\$176,534.50	\$ 22,973.02	\$ 81,817.86
2023 (2)	\$ 176,534.50	\$ 58,844.83	\$117,689.67	\$ 17,229.77	\$ 76,074.60
2024 (3)	\$ 117,689.67	\$ 58,844.83	\$ 58,844.83	\$ 11,486.51	\$ 70,331.34
2025 (4)	\$ 58,844.83	\$ 58,844.83	\$ -	\$ 5,743.26	\$ 64,588.09

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021



**Tabla 135-4:** Tasa de interés activas para préstamo BanEcuador

Entidad financiera	Tipo de crédito	Interés (tasa activa)	Fuente
BanEcuador	Crédito productivo PYMES	9.76%	<a href="https://www.banecuador.fin.ec/wp-content/uploads/2020/05/Tasas-de-Interes-MAYO-2020.pdf">https://www.banecuador.fin.ec/wp-content/uploads/2020/05/Tasas-de-Interes-MAYO-2020.pdf</a>

**Fuente:** Investigación documental (BanEcuador, 2021)

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.5.5. Depreciación de activos fijos

**Tabla 136-4:** Depreciación de activos fijos

Denominación	Valor del bien	Depreciación por ley	Depredación Anual	Duración del Proyecto	Depreciación en el uso del proyecto	Valor del salvamento
Terreno	\$ 108,113.30	0				
Construcción y edificaciones	\$ 172,000.00	20	\$ 8,600.00	5	\$ 43,000.00	\$ 129,000.00
Equipo de computo	\$ 5,563.99	3	\$ 1,854.66	5	\$ 9,273.32	\$ 3,709.33
Muebles y enseres	\$ 56,025.08	10	\$ 5,602.51	5	\$ 28,012.54	\$ 28,012.54
Maquinaria y equipo	\$ 30,162.96	10	\$ 3,016.30	5	\$ 15,081.48	\$ 15,081.48
Vehículo	\$ 43,600.00	5	\$ 8,720.00	5	\$ 43,600.00	-
			<b>\$ 27,793.47</b>		<b>\$ 138,967.34</b>	<b>\$ 168,384.69</b>

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.5.6. Amortización de activos diferidos

**Tabla 137-4:** Amortización de activos diferidos

Activos diferidos	Año				
	2021	2022	2023	2024	2025
	\$	\$	\$	\$	\$
	36,848.60	7,369.72	7,369.72	7,369.72	7,369.72

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.5.7. Estructura de costos y gastos para la vida útil del proyecto

**Tabla 138-4:** Estructura de costos y gastos

Denominación	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Costos de producción (área productiva)</b>	\$ <b>97,882.37</b>	\$ <b>98,861.20</b>	\$ <b>99,849.81</b>	\$ <b>100,848.31</b>	\$ <b>101,856.79</b>
Mano de obra directa	\$ 4,216.86	\$ 54,759.03	\$ 55,306.62	\$ 55,859.68	\$ 56,418.28
Mano de obra indirecta	\$ 5,505.35	\$ 25,760.41	\$ 26,018.01	\$ 26,278.19	\$ 26,540.97
Materia Prima	\$ 8,160.16	\$ 18,341.76	\$ 18,525.18	\$ 18,710.43	\$ 18,897.54
<b>Gastos administrativos</b>	\$ <b>42,888.85</b>	\$ <b>43,039.80</b>	\$ <b>43,192.27</b>	\$ <b>43,346.25</b>	\$ <b>43,501.78</b>
Sueldos y salarios de ad	\$ 3,782.15	\$ 13,919.97	\$ 14,059.17	\$ 14,199.76	\$ 14,341.76
Materiales e insumos	\$ 132.65	\$ 133.98	\$ 135.32	\$ 136.67	\$ 138.04
Servicios básicos	\$ 939.01	\$ 948.40	\$ 957.88	\$ 967.46	\$ 977.14
Permisos	\$ 241.57	\$ 243.99	\$ 246.43	\$ 248.89	\$ 251.38
Depreciaciones	\$ 27,793.47	\$ 27,793.47	\$ 27,793.47	\$ 27,793.47	\$ 27,793.47
<b>Gastos en ventas (área comercial)</b>	\$ <b>30,097.78</b>	\$ <b>30,398.76</b>	\$ <b>30,702.75</b>	\$ <b>31,009.78</b>	\$ <b>31,319.87</b>
Sueldos y salarios del ac	\$ 22,831.28	\$ 23,059.60	\$ 23,290.19	\$ 23,523.09	\$ 23,758.32

Materiales e insumos	\$	\$	\$	\$	\$
	791.50	799.42	807.41	815.48	823.64
Promoción y publicidad durante el funcionamiento	\$	\$	\$	\$	\$
	6,475.00	6,539.75	6,605.15	6,671.20	6,737.91
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>
	<b>22,973.02</b>	<b>17,229.77</b>	<b>11,486.51</b>	<b>5,743.26</b>	<b>-</b>
Interés durante el funcionamiento	\$	\$	\$	\$	\$
	22,973.02	17,229.77	11,486.51	5,743.26	-
Total	\$	\$	\$	\$	\$
	193,842.03	189,529.53	185,231.34	180,947.59	176,678.45

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.5.8. Presupuesto de ingresos

**Tabla 139-4:** Presupuesto de ingresos

	AÑO				
	2021	2022	2023	2024	2025
<b>DEMANDA</b>	12776	13068	13367	13674	13987
<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>	26	26	26	26	26
<b>INGRESOS</b>	\$	\$	\$	\$	\$
	332,176.00	339,768.00	347,542.00	355,524.00	363,662.00

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.5.9. Punto de equilibrio

**Tabla 140-4:** Punto de equilibrio

	2021			2022			2023			2024			2025		
	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT
<b>Costos de producción (área productiva)</b>	<b>\$ 25,505.35</b>	<b>\$ 72,377.02</b>	<b>\$ 97,882.37</b>	<b>\$ 25,760.41</b>	<b>\$ 73,100.79</b>	<b>\$ 98,861.20</b>	<b>\$ 26,018.01</b>	<b>\$ 73,831.80</b>	<b>\$ 99,849.81</b>	<b>\$ 26,278.19</b>	<b>\$ 74,570.12</b>	<b>\$ 100,848.31</b>	<b>\$ 26,540.97</b>	<b>\$ 75,315.82</b>	<b>\$ 101,856.79</b>
Mano de obra directa		\$ 54,216.86	\$ 54,216.86		\$ 54,759.03	\$ 54,759.03		\$ 55,306.62	\$ 55,306.62		\$ 55,859.68	\$ 55,859.68		\$ 56,418.28	\$ 56,418.28
Mano de obra indirecta	\$ 25,505.35		\$ 25,505.35	\$ 25,760.41		\$ 25,760.41	\$ 26,018.01		\$ 26,018.01	\$ 26,278.19		\$ 26,278.19	\$ 26,540.97		\$ 26,540.97
Materia Prima		\$ 18,160.16	\$ 18,160.16		\$ 18,341.76	\$ 18,341.76		\$ 18,525.18	\$ 18,525.18		\$ 18,710.43	\$ 18,710.43		\$ 18,897.54	\$ 18,897.54
<b>Gastos administrativos</b>	<b>\$ 14,211.52</b>	<b>\$ 28,677.33</b>	<b>\$ 42,888.85</b>	<b>\$ 42,147.11</b>	<b>\$ 892.70</b>	<b>\$ 43,039.80</b>	<b>\$ 42,290.65</b>	<b>\$ 901.62</b>	<b>\$ 43,192.26</b>	<b>\$ 42,435.61</b>	<b>\$ 910.64</b>	<b>\$ 43,346.25</b>	<b>\$ 42,582.04</b>	<b>\$ 919.75</b>	<b>\$ 43,501.78</b>
Sueldos y salarios de ad	\$ 13,782.15		\$ 13,782.15	\$ 13,919.97		\$ 13,919.97	\$ 14,059.17		\$ 14,059.17	\$ 14,199.76		\$ 14,199.76	\$ 14,341.76		\$ 14,341.76
Materiales e insumos		\$ 132.65	\$ 132.65		\$ 133.98	\$ 133.98		\$ 135.32	\$ 135.32		\$ 136.67	\$ 136.67		\$ 138.04	\$ 138.04
Servicios básicos	\$ 187.80	\$ 751.21	\$ 939.01	\$ 189.68	\$ 758.72	\$ 948.40	\$ 191.58	\$ 766.30	\$ 957.88	\$ 193.49	\$ 773.97	\$ 967.46	\$ 195.43	\$ 781.71	\$ 977.14
Permisos	\$ 241.57		\$ 241.57	\$ 243.99		\$ 243.99	\$ 246.43		\$ 246.43	\$ 248.89		\$ 248.89	\$ 251.38		\$ 251.38
Depreciaciones		\$ 27,793.47	\$ 27,793.47	\$ 27,793.47		\$ 27,793.47	\$ 27,793.47		\$ 27,793.47	\$ 27,793.47		\$ 27,793.47	\$ 27,793.47		\$ 27,793.47
<b>Gastos en ventas (área comercial)</b>	<b>\$ 30,097.78</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 30,097.78</b>	<b>\$ 30,398.76</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 30,398.76</b>	<b>\$ 30,702.75</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 30,702.75</b>	<b>\$ 31,009.78</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 31,009.78</b>	<b>\$ 31,319.87</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 31,319.87</b>
Sueldos y salarios del ac	\$ 22,831.28		\$ 22,831.28	\$ 23,059.60		\$ 23,059.60	\$ 23,290.19		\$ 23,290.19	\$ 23,523.09		\$ 23,523.09	\$ 23,758.32		\$ 23,758.32
Materiales e insumos	\$ 791.50		\$ 791.50	\$ 799.42		\$ 799.42	\$ 807.41		\$ 807.41	\$ 815.48		\$ 815.48	\$ 823.64		\$ 823.64
Promoción y publicidad durante el funcionamiento	6475.00		\$ 6,475.00	6539.75		\$ 6,539.75	6605.15		\$ 6,605.15	6671.20		\$ 6,671.20	6737.910965		\$ 6,737.91
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$ 22,973.02</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 22,973.02</b>	<b>\$ 17,229.77</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 17,229.77</b>	<b>\$ 11,486.51</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 11,486.51</b>	<b>\$ 5,743.26</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 5,743.26</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Interes durante el funcionamiento	\$ 22,973.02		\$ 22,973.02	\$ 17,229.77		\$ 17,229.77	\$ 11,486.51		\$ 11,486.51	\$ 5,743.26		\$ 5,743.26	\$ -		\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 92,787.68</b>	<b>\$ 101,054.35</b>	<b>\$ 193,842.03</b>	<b>\$ 115,536.04</b>	<b>\$ 73,993.49</b>	<b>\$ 189,529.53</b>	<b>\$ 110,497.92</b>	<b>\$ 74,733.41</b>	<b>\$ 185,231.33</b>	<b>\$ 105,466.84</b>	<b>\$ 75,480.76</b>	<b>\$ 180,947.59</b>	<b>\$ 100,442.89</b>	<b>\$ 76,235.56</b>	<b>\$ 176,678.45</b>

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

**Tabla 141-4:** Resumen del punto de equilibrio

RUBRO	2021			2022			2023			2024			2023		
	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT	CF	CV	CT
Costos de producción (área productiva)	\$ 25,505.35	\$ 72,377.02	\$ 97,882.37	\$ 25,760.41	\$ 73,100.79	\$ 98,861.20	\$ 26,018.01	\$ 73,831.80	\$ 99,849.81	\$ 26,278.19	\$ 74,570.12	\$ 100,848.31	\$ 26,540.97	\$ 75,315.82	\$ 101,856.79
Gastos administrativos	\$ 14,211.52	\$ 28,677.33	\$ 42,888.85	\$ 42,147.11	\$ 892.70	\$ 43,039.80	\$ 42,290.65	\$ 901.62	\$ 43,192.26	\$ 42,435.61	\$ 910.64	\$ 43,346.25	\$ 42,582.04	\$ 919.75	\$ 43,501.78
Gastos en ventas (área comercial)	\$ 30,097.78	\$ -	\$ 30,097.78	\$ 30,398.76	\$ -	\$ 30,398.76	\$ 30,702.75	\$ -	\$ 30,702.75	\$ 31,009.78	\$ -	\$ 31,009.78	\$ 31,319.87	\$ -	\$ 31,319.87
Gastos Financieros	\$ 22,973.02	\$ -	\$ 22,973.02	\$ 17,229.77	\$ -	\$ 17,229.77	\$ 11,486.51	\$ -	\$ 11,486.51	\$ 5,743.26	\$ -	\$ 5,743.26	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 92,787.68</b>	<b>\$ 101,054.35</b>	<b>\$ 193,842.03</b>	<b>\$ 115,536.04</b>	<b>\$ 73,993.49</b>	<b>\$ 189,529.53</b>	<b>\$ 110,497.92</b>	<b>\$ 74,733.41</b>	<b>\$ 185,231.33</b>	<b>\$ 105,466.84</b>	<b>\$ 75,480.76</b>	<b>\$ 180,947.59</b>	<b>\$ 100,442.89</b>	<b>\$ 76,235.56</b>	<b>\$ 176,678.45</b>

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

**Tabla 142-4:** Rubro

RUBRO	2019
costos fijos totales	\$ 524,731.36
costos variables totales	\$ 401,497.57
Turistas	66872
PM Precio de mercado	\$ 40.00
QE= Punto de equilibrio para las unidades a producir	37,879
YE= Punto de equilibrio para los ingresos	524,733.17
PVP Precio de venta al publico	26
MGPE Margen de ganancia con relación al precio de equilibrio	12.15
PE= Precio de equilibrio	13.85
MGPM= Margen de ganancia con relación al precio de mercado	26.15
U = Porcentaje de ganancias	34.72
Ingresos	1738672
Costo variable unitario	6.00

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

#### 4.5.10. Balance de pérdidas y ganancias /estado de resultados

**Tabla 143-4:** Balance de pérdidas y ganancias /estado de resultados

Denominación	Año				
	2021	2022	2023	2024	2025
Ventas	\$ 332,176.00	\$ 339,768.00	\$ 347,542.00	\$ 355,524.00	\$ 363,662.00
(-) Costos de producción	\$ 97,882.37	\$ 98,861.20	\$ 99,849.81	\$ 100,848.31	\$ 101,856.79
<b>(=) Utilidad bruta</b>	\$ 234,293.63	\$ 240,906.80	\$ 247,692.19	\$ 254,675.69	\$ 261,805.21
(-) Gastos de administración	\$ 42,888.85	\$ 43,039.80	\$ 43,192.27	\$ 43,346.25	\$ 43,501.78
(-) Gastos de ventas	\$ 30,097.78	\$ 30,398.76	\$ 30,702.75	\$ 31,009.78	\$ 31,319.87
<b>(=) Utilidad operativa</b>	\$ 161,306.99	\$ 167,468.24	\$ 173,797.18	\$ 180,319.66	\$ 186,983.55
(-) Gastos financieros	\$ 22,973.02	\$ 17,229.77	\$ 11,486.51	\$ 5,743.26	\$ -
<b>(=) Utilidad antes de repartición de utilidades</b>	\$ 138,333.97	\$ 150,238.47	\$ 162,310.66	\$ 174,576.41	\$ 186,983.55
(-) Repartición de utilidad (15%)	\$ 20,750.10	\$ 22,535.77	\$ 24,346.60	\$ 26,186.46	\$ 28,047.53
<b>(=) Utilidad antes de pago de impuestos</b>	\$ 117,583.88	\$ 127,702.70	\$ 137,964.06	\$ 148,389.95	\$ 158,936.02
(-) Impuestos (25%)	\$ 29,395.97	\$ 31,925.68	\$ 34,491.02	\$ 37,097.49	\$ 39,734.01
<b>(=) Utilidad neta</b>	\$ 88,187.91	\$ 95,777.03	\$ 103,473.05	\$ 111,292.46	\$ 119,202.02

**Fuente:** Investigación documental

**Realizado por:** Bautista, D.2021

#### 4.5.11. Flujo de caja

**Tabla 144-4:** Flujo de caja

Denominación	2020	2021	2022	2023	2024	2025
<b>Inversiones</b>	\$ 494,634.52					

<b>Utilidad Neta</b>		\$	\$	\$	\$	\$
		88,187.91	95,777.03	103,473.05	111,292.46	119,202.02
<b>Valor de Salvaguarda</b>						\$ 168,384.69
<b>Capital de Trabajo</b>						\$ 34,654.99
<b>Depreciaciones</b>		\$	\$	\$	\$	\$
		27,793.47	27,793.47	27,793.47	27,793.47	27,793.47
<b>Flujo de caja</b>	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-494,634.52	115,981.37	123,570.49	131,266.52	139,085.93	350,035.17
<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	1	0.94366330	0.89420943	0.84558811	0.79299100	0.79961051
		1	5	8	8	4
<b>Flujo de caja actualizado</b>	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-494,634.52	109,447.37	110,497.90	110,997.41	110,293.89	279,891.80
<b>Flujo de caja acumulado</b>			\$	\$	\$	\$
			219,945.27	330,942.67	441,236.56	721,128.36

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

Para el factor de actualización se consideró una tasa pasiva del 5.75% de la entidad financiera (BanEcuador, 2021).

#### 4.5.12. Evaluación financiera

**Tabla 145-4:** VAN-TIR, relación beneficio costo y período de recuperación del capital

<b>VAN</b>	<b>\$ 212,423.51</b>
<b>TIR</b>	18%
<b>RBC</b>	\$ 1.46
<b>PRC</b>	4-5 año

Fuente: Investigación documental

Realizado por: Bautista, D.2021

Según la tabla 145-4 de evaluación financiera, la relación beneficio costo es de \$ 1.46 dólares, es decir por cada dólar invertido se gana cuarenta y seis centavos de dólar, la tasa interna de retorno es de 18 % que representa el costo de oportunidad del dinero y el periodo de recuperación del capital será entre el cuarto y quinto año de vida del proyecto, por ende; el proyecto es viable financieramente.

## CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio de mercado el proyecto para la hostería “la Fortaleza” es viable comercialmente, ya que el 80.88% de jefes de familia, turistas nacionales y extranjeros están de acuerdo con su implementación; el estudio también presenta el plan mercadotécnico con dos canales de distribución productor - consumidor final y productor – distribuidores - consumidor final y sus medios de difusión; además el requerimiento para el área comercial.
- La capacidad operativa de la hostería se determinó en función de la oferta que la misma haría en cuanto a hospedaje, siendo igual al 17.78 % definida en base a la inversión prevista por los propietarios para dar inicio al emprendimiento en estudio con capacidad para 40 personas, considerando que la rotación de este servicio y los complementarios se venden más los fines de semana; además se presenta el proceso productivo para las actividades y servicios complementarios que ofrece la hostería con su respectivo presupuesto.
- El proyecto es viable ambientalmente ya que de acuerdo al análisis de la matriz de Leopold el total de agregación de impactos es de 180 puntos positivos; además se presentan las correspondientes medidas de mitigación para contrarrestar los impactos negativos de las actividades planificadas en la hostería durante su construcción y funcionamiento.
- Para el funcionamiento de la hostería “La Fortaleza” se determinó su constitución como persona natural, debiendo cumplirse los requisitos tributarios (RUC), el propietario deberá asumir la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa; además deberá declarar sus impuestos bajo el régimen general según el SRI 2020 por todas sus transacciones y presentar sus declaraciones de acuerdo a su actividad económica. Se determino también que para el funcionamiento de la hostería se requiere contratar a 17 personas, de las cuáles 2 de ellas no dependen directamente de la empresa ya que son temporales.
- El proyecto es viable financieramente, pues el valor actual neto (VAN) es positivo \$212,423.51; la tasa interna de retorno (TIR) es del 18% mayor al costo de oportunidad del dinero, que corresponde al 4,57%; el periodo de recuperación del capital se dará entre el cuarto y quinto año de iniciado el proyecto; la relación beneficio costo (RBC) es de \$ 1.46, esto quiere decir que por cada dólar invertido se recuperara el dólar y se ganara \$ 0.46 centavos de dólar.
- Habiéndose determinado que el proyecto es viable comercial, técnica, ambiental, legal, administrativa y financieramente entonces es factible.



## **RECOMENDACIONES**

- A los propietarios gestionar el financiamiento para la inversión en los recursos necesarios para su implementación.
- El proyecto significa una gran oportunidad para el desarrollo de la parroquia, se recomienda por lo tanto considerar como principales proveedores de talento humano, materias primas, materiales, insumos, activos fijos a los existentes en la localidad.
- Ejecutar el proyecto en base a la planificación de las áreas de acuerdo al presente estudio.

## GLOSARIO

**Proyecto:** Proceso único que conlleva un conjunto de actividades planificadas, ejecutadas y evaluadas que, con recursos humanos, técnicos y financieros trata de obtener unos objetivos en un plazo determinado, con un comienzo y un fin claramente identificables (Carrión y Berasategi, 2010: p.11).

**Prefactibilidad:** Es un análisis preliminar de una idea de proyecto, para determinar si es viable convertirla en un proyecto, el propósito de esta etapa es no avanzar con una idea insostenible (Guerrero, 2018, p.4).

**Factibilidad:** Establece el cierre de los análisis de preinversión, que involucra el desarrollo de actividades que comprenden el diseño, evaluación y aceptación de las inversiones, garantizando que su implementación sea efectivamente justificada y que las soluciones que propone a nivel técnico y económico sea el más beneficioso (Santos, 2008, p.55).

**Viabilidad:** Análisis de la coherencia lógica de la información dispuesta en el proyecto, a través de la herramienta de marco lógico, de la preparación de alternativas enmarcadas en la identificación de la cadena de valor (Mejía, 2019, p.38).

**Estudio de mercado:** Es la recopilación y análisis de antecedentes que permiten determinar la conveniencia o no de ofrecer un bien o servicio para atender una necesidad, además es conveniente tener una noción amplia del mercado incluyendo todo el entorno que rodeara a la empresa (Pesántez, 2012, p.16).

**Demanda:** La demanda por cualquier mercancía está dada, no por los deseos y necesidades (todos los seres humanos tenemos deseo y necesidad, pero sin dinero no puede ejercitarse ninguna demanda), sino por el ingreso de que disponemos para comprar (Huerta, 2016, p.14).

## BIBLIOGRAFÍA

**AGENCY, C.** "Participación de mercado: qué es y cómo se logra" - *Revista Mercado. Copyringt publicitaria del sur S:A* [en línea], 2001. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://mercado.com.ar/management-marketing/participacion-de-mercado-que-es-y-como-se-logra/>

**ANCIFEM.** Definición de valores Honestidad. S.l.: 2013 pp: 1-21 pdf

**ARELLANO VÁZQUEZ, C.** Teoría comunicación visual, Subtema: códigos visuales [en línea] ( Trabajo de titulación) (Maestría) Universidad Autónoma del Estado de México, Estado de México. 2015. pp. 1-36 Disponible en <https://mercado.com.ar/management-marketing/participacion-de-mercado-que-es-y-como-se-logra/>

**ARIAS, D.Z; & VELA, H.J.** Aplicación de la teoría del color y técnicas responsive web design en el desarrollo [en línea]. 2015. pp. 1.60 [Consulta: 18 marzo 2021]. Disponible en: [https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8416/1/trabajo de grado Diny Zulay Arias %26 Hernando Jose Vela.pdf](https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8416/1/trabajo%20de%20grado%20Diny%20Zulay%20Arias%20Hernando%20Jose%20Vela.pdf).

**ARIAS TORRES, N; & CIFUENTES SALAMANCA, C.D.** Semántica de las imágenes a través de la psicología del color «semco» [en línea] ( Trabajo de titulación) (Ingeniería en Multimedia) Universidad Militar Nueva Granada, Facultad de ingeniería, Ingeniería en multimedia, Bogota D.C. 2015. pp. 1-57 pdf

**BANCO PICHINCHA.** Qué es el décimo tercer sueldo y cómo calcular el tuyo. *Página banco pichincha* [en línea]. 2020 .[Consulta: 7 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/decimo-tercer-sueldo-que-es>.

**BANECUADOR.** Tasas de interés. *Página BanEcuador* [en línea]. 2021. [Consulta: 19 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.banecuador.fin.ec/informacion-general/tasas-de-interes/>.

**BARCENAS MALDONADO, J.V; et al.** Análisis financiero para la mejor toma de decisiones [en línea] (Trabajo final) (Contador Público Presentan. . S.l.) Instituto Politecnico Nacional, Escuela Superior de Comercio y Administracion. San Tomas. Mexico D.F. 2008. pp. 1-286 pdf

**BOULLÓN, R.** *Planificación del espacio Turístico.* [en línea], 2003,3ra Edició. S.l.: s.n.

**CALLE IÑIGUEZ, M.; et al.** Gestión del Sector Alojamiento-Hotel. [en línea], 2017, *Editorial UTMACH*, pp. 3-34.

**CARDENAS FERNADEZ, D.R.** Levantamiento y propuesta de mejora de procesos y elaboración del manual de perfiles de cargos para la fundación HE [en línea] ( Trabajo de titulación). (Psicólogo organizacional) Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de

Psicología .Quito – Ecuador, 2014. [Consulta: 16 enero 2021]. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7839/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

**CARRASCO RUANO, Y.T.** Estadísticas de turistas en laguna de Quilotoa. *Ciencia Digital* [en línea], 2019, Ecuador. pp. 24-34. Disponible en: <file:///E:/descargas/927-Texto del artículo-4014-4-10-20191219.pdf>.

**CARRIÓN, R; & BERASATEGI, V.** *Guía para la elaboración de proyectos* [en línea]. País Vasco: Editorial TRESDETRES, s.l, 2010. [Consulta: 24 noviembre 2021]. Disponible en [https://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia\\_elaboracion\\_proyectos\\_c.pdf](https://www.pluralismoyconvivencia.es/upload/19/71/guia_elaboracion_proyectos_c.pdf)

**CASTRO HERNÁNDEZ, E.** “Análisis de las capacidades operativas en empresas manufactureras”. *Revista internacional administración & finanzas* [en línea], 2017, (Universidad Autónoma de Coahuila) vol. 10 (no. 6), pp. 17–28. [consulta: 29 septiembre 2020]. Issn 2157-3182. Disponible en: [www.theibfr.com](http://www.theibfr.com).

**CHINCHÓN, J.** Amabilidad [en línea], 2015, [Consulta: 19 marzo 2021]. Disponible en: [www.waece.org](http://www.waece.org).

**COLMONT VILLACRES, M.F; & LANDABURU TUFÍÑO, E.B.** Plan estratégico de marketing para el mejoramiento de las ventas de la empresa MIZPA S.A. distribuidora de tableros para la construcción y acabados [en línea] ( trabajo de titulación) ( Ingeniería comercial con mención en marketing y comercio exterior) Universidad Politécnica Salesiana, Quito -Ecuador. 2014 . pp. 1-115 [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6149/1/UPS-GT000528.pdf>.

**CÓRDOVA PADILLA, M.** *Formulación y evaluación de proyectos - Google Libros* [en línea]. Segunda Ed Bogota: Eco ediciones. 2011. [Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=1drDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=evaluacion+de+proyectos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjLtJbSrJPsAhWNmlkKHZYSBUUQ6AEwA3oECAYQAg#v=onepage&q&f=false>.

**CORIA, I.D.** “El estudio de impacto ambiental: características y metodologías”. *Invenio* [en línea], 2008, Universidad del Centro Educativo Latinoamericano (Rosario Argentina) volumen 11 (núm 20), pp. 125-135. Número ISSN 0329-3475. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87702010>

**CUERVO DIEZ, S.** El poder del color. [en línea]. 2012. [Consulta: 18 marzo 2021]. Disponible en: [https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/1904/71554167V\\_GADE\\_septiembre12.pdf?sequence=1](https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/1904/71554167V_GADE_septiembre12.pdf?sequence=1).

**DE LA CRUZ SANTAMARÍA, N.** Viabilidad comercial para la creación de una tienda agrícola en el centro poblado San Isidro [en línea] (Trabajo de titulación) (Licenciado en Administración) S.I.: Universidad Señor de Sipán, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración. Pimental – Perú. 2019. pp.1-97 [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: [http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5747/De la Cruz Santamaría Natalio.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5747/De%20la%20Cruz%20Santamar%C3%ADa%20Natalio.pdf?sequence=1&isAllowed=y).

**DIARIO LA HORA.** 9.035 turistas visitaron las áreas protegidas : Noticias Cotopaxi : La Hora Noticias de Ecuador, sus provincias y el mundo. [en línea]. 2019. [Consulta: 23 noviembre 2020]. Disponible en: <https://lahora.com.ec/cotopaxi/noticia/1102246404/9035-turistas-visitaron-las-areas-protegidas>.

**DIRECCIÓN GENERAL DE EMPLEO.** Cocinero: funciones-responsabilidades-condiciones de trabajo. Teta rekuyia gobierno nacional [en línea]. 2016. [Consulta: 14 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.mtess.gov.py/application/files/8315/5834/8899/COCINERO.pdf>.

**ESPINEL MONTERO, Y.A.** Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría de servicios profesionales especializados [en línea] (Trabajo especial de grado) (Estudio de postgrado) S.I.: Universidad Católica Andrés Bello. 2011.[Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS2082.pdf>.

**ESPIÑOZA PEÑA, E.A.** Módulo de formulación y evaluación de proyectos de desarrollo [en línea] (Trabajo especial de grado) Programa administración pública territorial. Escuela superior de administración pública. Bogotá D.C. 2009. pp. 1-247 [Consulta: 29 septiembre 2020]. Disponible en: <http://www.esap.edu.co/portal/wp-content/uploads/2017/10/3-Proyectos-de-Desarrollo.pdf>.

**FERREYRA PÁEZ, M.** Tipos de Empresa Clasificados Según Diversos Criterios - ppt descargar. [en línea]. 2015. [Consulta: 23 diciembre 2020]. Disponible en: <https://slideplayer.es/slide/4427560/>.

**FIERENS, L.** Marketing del color. [en línea] (Trabajo de grado) (Ingeniero en multimedia) Universidad Militar Nueva Granada. Facultad de Ingeniería. Bogotá D.C. 2012. pp.1-57 [Consulta: 17 marzo 2021]. Disponible en: [https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/6796/Documento Trabajo de Grado.pdf?sequence=1](https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/6796/Documento%20Trabajo%20de%20Grado.pdf?sequence=1).

**FORMICHELLA, M.** La evolución del concepto de innovación y su relación con el desarrollo [en línea]. Estación experimental Agropecuaria Integrada Barrow. Convenio MMAyP-INTA. Tres Arroyos. 2005. pp. 1-49 [consulta: 19 marzo 2021]. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/48031881.pdf>.

**GAD PARROQUIAL MULLIQUINDIL SANTA ANA.** Festividades [en línea]. 2019. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://mulliquindil.gob.ec/cotopaxi/festividades/>.

**GARCIA GONZALEZ, F.** Conceptos sobre innovación [en línea] (Plan estratégico 2013-2020). Asociación Colombiana de Facultades de Ingeniería. 2012. pp. 1-57 [Consulta: 19 marzo 2021]. Disponible en: [https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC\\_PE\\_Conceptos\\_Innovacion.pdf](https://www.acofi.edu.co/wp-content/uploads/2013/08/DOC_PE_Conceptos_Innovacion.pdf).

**GARZÓN CALDERÓN, J.P; et al.** 2018. El valor de la honestidad organizacional en una empresa comercializadora de llantas [en línea] (Especialización en gestión humana de las organizaciones) Universidad Piloto de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas. Bogota. 2018. pp. 1-146 pdf

**GUERRERO, D.** Prefactibilidad de un proyecto [en línea] (trabajo de titulación). Facultad de ingeniería, Área Departamental de Ingeniería Industrial y de Sistemas. 2018. pp. 1-8. [Consulta: 24 noviembre 2021]. Disponible en <https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3524/bcdb7e51fab4988cb082f3f5f022cfcc161a98dfd7ab80bd00b3ca69005c1c38.pdf?sequence=1>

**HUERTA, R.** “Brevisimocurso de microeconomía”. Ciencia Economica revista electronica de la Facultad de Economía [en línea], 2016, (Mexico) 5 (8). Universidad Nacional Autónoma de Mexico. pp. 1-28.[Consulta: 24 noviembre 2021]. Disponible en: <http://www.economia.unam.mx/cienciaeco/pdfs/num8/03HUERTA.pdf>

**IESS.** Afiliado - IESS. [en línea]. 2021. [Consulta: 4 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.iess.gob.ec/en/web/afiliado/servicios-y-prestaciones>.

**INEC.** *Población y demografía.* [blog]. Ecuador. 2010. [Consulta: 23 noviembre 2020]. Disponible en: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>.

**INET.** Perfil Profesional-Ama de llaves. (Sector hotelería). S.l.: Ministerio de educación. 2010. pp. 1-16

**JIMÉNEZ, E.** Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial periodo 2019-2023 [en línea] GADS Parroquial rural de Mulliquindil. Presidente de la Parroquia. Actualización PDOT. 2017. pp. 1-439 Disponible en: <https://mulliquindil.gob.ec/cotopaxi/wp-content/uploads/2020/05/PDOT-MULLIQUINDIL-2019-20231.pdf>.

**JOSE LUIS, R.** Materiales de Construcción | 30 ejemplos, tipos, propiedades. [en línea]. 2021. [Consulta: 17 marzo 2021]. Disponible en: <https://como-funciona.co/materiales-de-la-construccion/>.

**LEAL QUEVEDO, F.J.** Calidad y calidez en la atención pediátrica. *Arch.argent.pediatr.* (Pediatria. Filosofo). Bogota -Colombia. 2004. pp. 1-4 pdf

**LIMTEK.** Qué perfil y habilidades necesitan un personal de limpieza de oficinas. [en línea]. 2020. [Consulta: 13 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.limtek.pe/blog/perfil-habilidades-personal-de-limpieza-oficinas>.

**LODI, R.N.** Estudio de viabilidad comercial de un producto de la empresa ICHNOS 19 basada en los lineamientos de bio-arquitectura y ahorro de energía [en línea] S.l.: Universidad F.A.S.T.A, Escuela de Administración Pública. Bogota. 2014. pp. 1- 247. Disponible en: <http://www.esap.edu.co/portal/wp-content/uploads/2017/10/3-Proyectos-de-Desarrollo.pdf>.

**LUNA, R.** Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos [en línea] PROARCA. Guatemala. 2001. pp.1-35 [Consulta: 4 octubre 2020] pdf Disponible en: [www.capas.org](http://www.capas.org).

**MARTILLO.** La organización en la empresa [en línea] [sin fecha]. Disponible en: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448146859.pdf>.

**MAYORGA, C; et al.** Procesos de producción y productividad en la industria de calzado Ecuatoriano. *Revista Eca Sinergia* [en línea]. 2015. pp. 91-93. Disponible en: [file:///E:/descargas/Dialnet-ProcesosDeProduccionYProductividadEnLaIndustriaDeC-6197632\(5\).pdf](file:///E:/descargas/Dialnet-ProcesosDeProduccionYProductividadEnLaIndustriaDeC-6197632(5).pdf).

**MEJÍA, L.** ABC de la viabilidad [en línea] Subdirección de proyectos e información para la inversión pública, Dirección de inversiones y finanzas públicas, Agencia de Estados Unidos para el desarrollo internacional (USAID). Estados Unidos. 2019. pp. 1-60. [Consulta: 24 noviembre 2021] Disponible en: [https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblcas/MGA\\_WEB/1%20ABC%20de%20la%20viabilidad.pdf](https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Inversiones%20y%20finanzas%20pblcas/MGA_WEB/1%20ABC%20de%20la%20viabilidad.pdf)

**MENA HERRERA, P.F.** Análisis del sistema turístico de la ciudad de Latacunga provincia de Cotopaxi [en línea] (Trabajo de grado) ( Título de ingeniera en ecoturismo). Universidad técnica de cotopaxi. Unidad académica de ciencias Agropecuarias y recursos Naturales. Cotopaxi. 2017. pp. 1-135 pdf

**MINISTERIO DE TRABAJO.** Tabla de Salarios Mínimos Sectoriales 2020 - Ministerio del trabajo - EcuadorLegalOnline. [en línea]. 2020.[Consulta: 4 marzo 2021]. Disponible en: <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/tabla-de-salarios-minimos-sectoriales/#>.

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN.** *Perfil Profesional Sector Turismo guía de turismo* [en línea]. [sin fecha]. Disponible en: [file:///E:/descargas/Perfil Profesional Guia de Turismo.pdf](file:///E:/descargas/Perfil%20Profesional%20Guia%20de%20Turismo.pdf).

**MINISTERIO DE TURISMO.** Reglamento de alojamiento turístico. [en línea]. 2018. [Consulta: 8 octubre 2020]. Disponible en: [www.lexis.com.ec](http://www.lexis.com.ec).

**MINTUR.** Manual de aplicación del reglamento de alojamiento turístico [en línea]. Acuerdo

ministerial 102. Quito. 2015. pp. 1-10 Disponible en: <file:///C:/Users/HP/Desktop/Plan de integraci3n curricular daniela bautista/10 plan de integraci3n curricular daniela bautista/manual-del-reglamento-de-alojamiento-turistico-final-firmado.pdf>.

**MINTUR.** Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creci3 4% en 2019 – Ministerio de Turismo [en lnea]. 2019. [Consulta: 4 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>.

**MORA MORENO, V.** Psicolog3a del color y la forma [en lnea] (Tesis de grado) (Licenciatura en diseo grfico) Universidad de Londres. 2015. pp. 1-49 pdf

**MORA, P.** Figura legal para emprendimientos [en lnea] Manual prctico para emprendedores. Camara de comercio Quito. [sin fecha]. pp. 1-13 [Consulta: 23 diciembre 2020]. Disponible en: [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec).

**MORILLO MORENO, M.C.** “Turismo y producto turistico evoluci3n, conceptos, componentes y clasificaci3n” . *Visi3n general* [en lnea], 2011, M3rida Venezuela. num 1 (Universidad de los Andes). pp. 1.25. ISSN: 1317-8822. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>.

**NACIONES UNIDAS.** Objetivos de Desarrollo Sostenible | PNUD. *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo* [en lnea]. 2019. [Consulta: 3 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>.

**NAVAS, M.G; & GARC3A GARC3A, F.** El color como recurso expresivo: An3lisis de las series de televisi3n Mad Men y Breaking Bad (Memoria para optar el grado de doctor) (Tesis doctoral) Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Informaci3n, secci3n departamental de comunicaci3n audiovisual, Madrid. 2016. pp. 1-339 pdf

**NAVAS, O.** Diagn3stico por componentes datos generales. [en lnea]. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial. Salcedo- Cotopaxi. 2011. pp. 1-516 S.l.: [Consulta: 4 diciembre 2020]. Disponible en: [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdiagnostico/0560000620001\\_DIAGNOSTICO POR COMPONENTES\\_15-04-2016\\_15-56-19.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0560000620001_DIAGNOSTICO POR COMPONENTES_15-04-2016_15-56-19.pdf).

**NAVARRO CH3VEZ, J.C.** *El metodo cientifico*. [en lnea]. 6ta edici3n. Ribamba – Ecuador: Grupo editorial Patria, 2014, pp. 1-28. Disponible en : [file:///E:/descargas/M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico%20\(1\).pdf](file:///E:/descargas/M%C3%A9todo%20Cient%C3%ADfico%20(1).pdf)

**NEUVCO.** *¿Qu3 hace un Guardia de Seguridad?* [blog]. 2017. [Consulta: 13 marzo 2021]. Disponible en: <https://neuvoo.com.mx/neuvooPedia/es/guardia-de-seguridad/>.

**OJEDA PINTO, J.A.** Estudio de factibilidad econ3mica y financiera de una soluci3n de



administración delegada para el sector financiero venezolano [en línea] (Trabajo especial de grado). (Postgrado en Gerencia de proyectos) Universidad Católica Andrés Bello, Vicerectorado Académico, Dirección General de los Estudios de Postgrados, Área de Ingeniería. Caracas. 2005. pp. 1-95. Disponible en: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ4807.pdf>.

**OMT.** “*Panorama del turismo internacional*” [en línea], edición 2019, (Madrid -España), pp. 1-24. [Consulta: 30 septiembre 2020]. Número ISSN edición impresa 978-92-844-2122-0 Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421237>

**ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO.** “UNWTO Tourism Highlights”. *International Tourism Trends* [en línea], 2018 Edition, (Madrid), pp. 1-20 ISBN electronic version: 978-92-844-1987-6 DOI: 10.18111/9789284419685 TheWorld Tourism Organization (UNWTO) pdf

**ORTÍZ, J.** *Finanzas y proyectos* [en línea]. 2015. S.l.: s.n. Disponible en: <http://finanzasproyectos.net>.

**PÉREZ GUANOLUISA, L.A.** Análisis de la planta turística, oferta alojamiento en el Cantón Salcedo [en línea] (Trabajo de titulación) (Carrera de ecoturismo). [ proyecto de investigación] Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC), Facultad de ciencias Agropecuarias y Recursos Naturales, Carrera de Ingeniería en Ecoturismo, Provincia de Cotopaxi- Latacunga. 2019. pp. 1-93. [Consulta: 29 septiembre 2020]. Disponible en: <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/5788>

**PÉREZ ROBLES, B.C.** Formulación de proyectos [en línea] (Trabajo de titulación) (Licenciatura en Economía). Universidad Autónoma, Facultad de economía. México. 2015. pp. 1-33 pdf.

**PESÁNTEZ, V.** Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de entretenimiento con vehículos Monoplaza [en línea] (Trabajo de titulación) (Carrera de Administración de empresas). [ Ingeniero comercial] Universidad Politécnica Salesiana SEDE QUITO, 2012. pp. 1-208. [Consulta: 24 noviembre 2021] Disponible en <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3303/1/UPS-QT02932.pdf>

**REYES CRUZ, L.** Proyectos de Inversión [en línea] Universidad Autónoma del Estado Hidalgo, Área Académica Administración, Hidalgo. [sin fecha]. pp.1-91. [Consulta: 05 octubre 2020]. pdf

**RODRÍGUEZ ARANDAY, F.** *Formulación y evaluación de proyectos de inversión.: Una propuesta metodológica*, Google Libros [en línea]. Primera edición. Ciudad de México: Gerencia Editorial, 2018 [Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=evaluacio>

n+de+proyectos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjLtJbSrJPtAhWNmlkKHZYsBUUQ6AEwAX  
oECAUQA#v=onepage&q&f=false.

**ROUSSEAU, J.J.** *El respeto* [blog]. Edición 1. (2005). [Consulta: 18 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.grupoice.com/wps/wcm/connect/29e3a524-2b61-4228-afea-ea858bc4ee87/33.pdf?MOD=AJPERES&CVID=11Ew55E>.

**SALAZAR, R.** Estudio de viabilidad comercial para la inversión privada en el sector en la ciudad de Chiclayo [en línea] (Trabajo de titulación) (Magister en Administración y dirección de empresas) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Escuela de Postgrado. Chiclayo – Perú. 2014. pp. 1-148. Disponible en: [http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/861/TM\\_Salazar\\_Cabrera\\_Rudy.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.usat.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/20.500.12423/861/TM_Salazar_Cabrera_Rudy.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

**SANTOS, T.** Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. Contribuciones a la economía, electrónico [en línea] (Trabajo de titulación) Universidad Católica Santiago de Guayaquil, Facultad de ciencias económicas y administrativas, Carrera de Administración de Empresas. Guayaquil-Ecuador. 2008. p.55. [Consulta: 24 noviembre 2021]. Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10412/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-460.pdf>

**SOLANA MARTÍNEZ, L; & MONTAÑANA AVIÑÓ, A.** La percepción del confort. Análisis de los parámetros de diseño y ambientales mediante Ingeniería Kansei: Aplicación a la biblioteca de Ingeniería del Diseño (UPV) [en línea] (Trabajo de titulación) (PFG Científico-Técnico Tutor) Universidad Politécnica de Valencia. Valencia -España. 2011. pp. 1-83 pdf

**SRI,** Registro Único de Contribuyentes (RUC) - Servicio de Rentas Internas del Ecuador. [en línea]. 2020. [Consulta: 16 diciembre 2020]. Disponible en: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>.

**THOMPSON, I.** *La función del vendedor* [blog]. Editorial Diana, promonegocios.net. Portal de Mercadotecnia con artículos, 2021, [Consulta: 14 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.promonegocios.net/venta/funcion-vendedor.html>.

**UNEFECO.** *Fortalecemos valores, principios y virtudes* [libro electrónico]. Cuaderno de formación continua N° 1. Bolivia: Oficina de las Naciones Unidas Contra la Droga y el Delito, 2020. [Consulta: 18 marzo 2021]. Disponible en: [www.minedu.gob.bo](http://www.minedu.gob.bo).

**UNISALLE, C.** Evaluación de la contaminación por cadmio y plomo en agua, suelo, y sedimento y análisis de impactos ambientales en la subcuenca del río Balsillas afluente del río Bogotá [en línea] (Trabajo de Grado). (Título de Ingeniero Ambiental y Sanitaria ) Universidad de la Salle, Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería Ambiental y Sanitaria. Bogotá D.C. 2011. pp. 1-

158. [Consulta: 30 septiembre 2020]. Disponible en:  
[https://ciencia.lasalle.edu.co/ing\\_ambiental\\_sanitaria](https://ciencia.lasalle.edu.co/ing_ambiental_sanitaria).

**VALLEJO ROJAS, L.J.** Estudio de Factibilidad para la creación de establecimientos prestadores de servicios de telefonía e Internet en Bogotá, en los barrios Centenario, Santa Isabel y Álamos Norte [en línea] (Trabajo de Grado). (Título de Ingeniero Industrial) Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ingeniería, Carrera de Ingeniería Industrial. Bogota D.C. 2004. pp. 1-155 pdf

**VEGA, M.** Propuesta para una metodología de investigación de mercado a través de internet [en línea] (Trabajo de Grado). (Administrador de Empresas) Pontificia Universidad Javeriana, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Carrera de Administración de Empresas. Bogota. 2008. pp. 1-86. Disponible en:  
<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9067/tesis150.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

**VERDUGO PADILLA, L.** Práctica de valores en el cuarto año de educación general básica de la escuela “francisco moscoso” para mejorar la convivencia en el aula [en línea] (Trabajo de Grado). (Título de Licenciada en Educación Primaria) Universidad de Cuenca. Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación. Cuenca – Ecuador. 2011. pp.1-69 [Consulta: 18 marzo 2021]. Disponible en:  
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1849/1/teb82.pdf>.

**VIÑALS, M.J: et al.** Confort psicológico y experiencia turística. Casos de estudio de espacios Naturales Protegidos de la Comunidad Valenciana [en línea]. (Trabajo de Grado). Universidad Politecnica de Valencia, Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles. España. 2014. pp. 1-24. I.S.S.N.: 0212-9426 Disponible en: <file:///E:/descargas/Dialnet-ConfortPsicologicoYExperienciaTuristicaCasosDeEstu-4757143.pdf>.

**WEINBERGER, K.** *Plan de negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio* [en línea] [libro electrónico]. Perú: Nathan Associates Inc, 2009. pp. 1-152. Disponible en:  
<http://www.uss.edu.pe>.



Firmado electrónicamente por:  
**CRISTHIAN  
FERNANDO  
CASTILLO RUIZ**

## ANEXO

### ANEXO A: CUESTIONARIO



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**CARRERA DE TURISMO**



**Objetivo:** Realizar un estudio sobre la aceptación de servicios y actividades recreacionales que va a ofrecer la hostería en el cantón Salcedo. Le agradeceríamos que nos respondiera a las siguientes preguntas con la mayor sinceridad posible. La información que nos facilite es únicamente con fines académicos.

**Edad:**

15 - 20  21 - 25  26 - 30  31 - 35  36 - 40  41 - 50  Más de

**Sexo:** Masculino  Femenino

**1. ¿Usted es de Salcedo?**

Si  No

Si su respuesta es Sí, pase a la pregunta 5

**2. ¿Por qué motivos visita este Cantón y con qué frecuencia?**

Negocio:	<input type="checkbox"/>	Cada fin de semana	<input type="checkbox"/>
Familia:	<input type="checkbox"/>	1 vez al mes	<input type="checkbox"/>
Amigos:	<input type="checkbox"/>	2 veces al mes	<input type="checkbox"/>
Paseos:	<input type="checkbox"/>	Cada 3 meses	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	Cada 6 meses	<input type="checkbox"/>
		1 vez al año	<input type="checkbox"/>

**3. ¿En qué período del año visita usted el Cantón Salcedo?**

Enero – Abril	<input type="checkbox"/>
Mayo – Agosto	<input type="checkbox"/>
Octubre – Diciembre	<input type="checkbox"/>

**4. ¿Cuál es su lugar de procedencia?**

Costa	
Sierra	
Oriente	
Insular	
Extranjero	

**5. ¿Califica usted a Salcedo, como un lugar donde se puede hacer turismo?**

Si  No

Si su respuesta es Sí, pase a la 7. Caso contrario continúe con la encuesta.

**6. ¿Por qué considera usted que Salcedo no es un lugar Turístico? Marque sólo una opción.**

Falta de lugares para hospedarse

Falta de lugares de recreación

Falta de balnearios

No existe una guía turística

No existe señalización de los lugares turísticos.

Otros:

Indique \_\_\_\_\_

-

**7. ¿Considera usted que la parroquia Mulliquindil debe tener una hostería?**

Si  No

Si su respuesta es No, se termina la encuesta.

**8. ¿Con quién realiza sus paseos?**

Solo

Familia

Grupo organizado

Amigos

**9. ¿Qué lugares turísticos visita usted con mayor frecuencia dentro del cantón Salcedo?**

**Marque sólo una opción.**

<b>Lugares Turísticos</b>	
Hostería Rumipamba de Las Rosas	
Complejo El Paraíso de María	
Hostería El Surillal	
Balneario Virgen del Cisne	
Balneario Municipal	
Hostería Imperio Real	
Centro recreacional Nagsiche	
Parque de La Familia	
OTRO	

Si su respuesta fue Otro. Indique ¿cuál?: \_\_\_\_\_

**10. ¿Cuáles de estas características considera importante al momento de escoger una hostería? Marque solo una opción.**

<b>Características</b>	
Comodidad	
Diversión	
Limpieza	
Precio	
Comida	
Seguridad	

**11. ¿Qué actividades cree usted que debe ofrecer una hostería? Marque sólo una opción.**

Canchas múltiples	
Piscinas	
Heladería y cafetería	
Granja de aves	
Baño turco-sauna-hidromasaje	
Juegos de recreación infantiles	
Comidas típicas	
Cabañas para hospedarse	
Huertos orgánicos	
Pesca deportiva	
OTRO	

Si su respuesta fue Otro. Describa la actividad aquí: \_\_\_\_\_

**12.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la entrada a la hostería? (Elegir una opción para cada alternativa)**

**ADULTOS**

\$3.50       \$4.00

\$4.50       \$5.00

**NIÑOS**

Edades en años	Precio		
	\$ 2.00	\$ 2.50	\$ 3.00
5 - 8			
9- 12			
13 - 16			

**13.¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre la hostería? Elija sólo una opción.**

Radio       Televisión

Trípticos       Prensa Escrita

Internet       Vallas Publicitarias

**Gracias por su colaboración**