

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TEMÁTICO COLONIAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

MARÍA JOSÉ YÉPEZ PRIETO

TRABAJO DE TITULACIÓN

PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OBTENER EL TÍTULO DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO.



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

RIOBAMBA – ECUADOR

2014

HOJA DE CERTIFICACIÓN

EL TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN CERTIFICA QUE: el trabajo de investigación titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TEMÁTICO COLONIAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**, de responsabilidad de la señorita egresada María José Yépez Prieto, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Verónica Yépez

DIRECTOR

Eco. Flor Quinchuela

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Riobamba, 2014

DEDICATORIA

A Dios y la Virgen por darme la luz en el camino.

Para mi pedacito de cielo mi hijo Johan Josue que su sonrisa toda las mañanas me dio el ánimo que necesite.

A mis padres que fueron quienes me apoyaron siempre y eso lo menos que puedo hacer por ellos darles la alegría de verme profesional.

A mi hermano Santiago que me apoyo siempre dándome palabras de aliento.

A mi querido esposo Jasson Iturralde, este es un triunfo a tu lado y estoy segura que vendrán muchos más.

A mis abuelitos José Yépez que con su carácter de un abuelo ejemplar y un gran orador hizo que esto se volviera una realidad y en estos momentos está junto a Dios iluminándome cada día, a mi abuelita Lucila Merino retribuyo el esfuerzo que hizo por mi padre; A mi abuelita mami Esthelita Montalvo que siempre estuvo a mi lado hasta que su pronta partida se fuera mi segunda madre, a mi abuelito José Prieto que desde el cielo se que se siente orgulloso.

A todas las amigas y amigos que siempre estuvieron a lado de está negrita muchas gracias.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios y a la Virgen por darme esa luz durante todo el camino estudiantil y no dejarme sola.

Como no agradecer a mis padres Ing Tomas Yépez y la Ing Rosita Prieto que sin el apoyo de ellos no hubiera llegado a donde estoy que a pesar de mis tropiezos ellos fueron quienes me levantaron y me dieron el ánimo de seguir, a mi niño Santiago Yépez por su apoyo incondicional.

A mí querido esposo Jasson Iturralde agradezco de su apoyo incondicional y ser mi fuerza cada día.

A todos mis profesores que me formaron académicamente durante la carrera, especialmente a la Ing. Verónica Yépez y la Eco. Flor Quinchuela por guiarme en este trabajo con sabiduría.

No por estar al ultimo son menos importantes a todos mis amigos y compañeros que con las locuras las peleas hicieron que valiera la pena el haber llegado a este peldaño más de mi carrera.

INDICE

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TEMÁTICO COLONIAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.....	1
II. INTRODUCCION.....	1
A. JUSTIFICACION	3
III. OBJETIVOS	4
1. OBJETIVO GENERAL.....	4
2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
IV. HIPOTESIS	5
V. REVISION LITERARIA	6
A. HOSPEDAJE	6
1. Clasificación del tipo de Hospedaje.....	6
2. Departamentos de Alojamiento.....	7
B. RESTAURANTE.....	8
1. Clasificación de Restaurantes	9
C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	13
1. Las inversiones Productivas pueden clasificarse en:.....	15
2. Desarrollo	16
D. ESTUDIO DE MERCADO	17
1. Análisis de la demanda.....	18
2. Análisis de la oferta.....	19
E. ESTUDIO TÉCNICO	20
1. Determinación del tamaño óptimo de la planta.....	20
2. Localización óptima del proyecto.	20
3. Ingeniería del proyecto.....	21
F. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	21
1. Estudio administrativo.....	21
G. ESTUDIO LEGAL	22
1. Aspecto legal.....	22
H. ESTUDIO FINANCIERO	22
1. El marco financiero y el entorno	22

2. Análisis económico	24
3. Análisis financiero	24
VI. MATERIALES Y EQUIPOS	27
A. CARACTERIAZACIÓN DEL LUGAR.....	27
1. Localización	27
2. Ubicación Geográfica.....	27
3. Características Climáticas	28
VII. METODOLOGIA.....	29
1. PARA CUMPLIR CON EL PRIMER OBJETIVO	29
2. PARA CUMPLIR CON EL SEGUNDO OBJETIVO.....	31
3. PARA CUMPLIR EL TERCER OBJETIVO.	31
4. PARA DETERMINAR EL CUARTO OBJETIVO.....	32
VIII.RESULTADOS.....	33
A. ANALIZAR LA VIABILIDAD COMERCIAL	33
1. Estudio del Mercado	33
2. Análisis de la demanda.....	37
3. Proyección de la oferta y demanda	57
B. ESTUDIO TECNICO	63
1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística.....	63
2. Diseño técnico arquitectónico	67
3. Definición del proceso productivo	70
4. Estudio de mercadotecnia	111
C. DETERMINAR LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL	122
1. Plan estratégico de la empresa	122
2. Estudio Administrativo	128
3. Estudio Legal.....	167
D. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO.....	179
1. Viabilidad económica.....	179
IX. CONCLUSIONES.....	195
X. RECOMENDACIONES.....	196
XI. RESUMEN.....	197
XII.SUMMARY	198
XII.BIBLIOGRAFÍA.....	199
XII. ANEXOS.....	202

CUADROS

Cuadro N° 1. Resumen de los atractivos turísticos.....	35
Cuadro N°2. Establecimientos de alojamiento del cantón Riobamba.	36
Cuadro N°3. Demanda de los turistas.....	39
Cuadro N°4. Edad de turistas nacionales.....	39
Cuadro N° 5. Género de turistas nacionales	40
Cuadro N°6. Lugar de Procedencia de turistas nacionales	40
Cuadro N° 7. Ocupación de los turistas nacionales	41
Cuadro N° 8. Nivel de educación de turistas nacionales	41
Cuadro N°9. Motivo de viaje de los turistas nacionales.....	42
Cuadro N°10. Días de permanencia de los turistas nacionales.....	42
Cuadro N°11. Acompañados de quien visitan la ciudad de Riobamba	43
Cuadro N°12. Creación del establecimiento de alojamiento temático	43
Cuadro N°13. Servicio de alimentación que ofrece el establecimiento.....	44
Cuadro N°14. Comida que ofrezca el establecimiento	44
Cuadro N°15. Cuantas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento.....	45
Cuadro N°16. Frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en el establecimiento	45
Cuadro N°17. Estaría dispuesto a gastar por día en el servicio de hospedaje	46
Cuadro N° 18. Cuando viajan lo hace a través de	46
Cuadro N°19. Forma de pago	47
Cuadro N° 20. Que medios de comunicación utiliza.....	47
Cuadro N°21. Edad de turistas extranjeros.....	48
Cuadro N°22. Género de turistas extranjeros	48
Cuadro N°23. Lugar de procedencia de turistas extranjeros	49
Cuadro N°24. Ocupación de turistas extranjeros.....	49
Cuadro N°25. Nivel de educación de turistas extranjeros	50
Cuadro N°26. Motivo de viaje de turistas extranjeros.....	50
Cuadro N°27. Días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba	51
Cuadro N°28. Acompañado de quien visita la ciudad de Riobamba.....	51
Cuadro N°29. Creación del establecimiento de alojamiento temático	52
Cuadro N° 30. Servicio de alimentación que ofrece el establecimiento.....	52

Cuadro N° 31. Comida que le gustaría que ofrezca el establecimiento.....	53
Cuadro N°32. Cuantas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento.....	53
Cuadro N°33. Frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en el establecimiento	54
Cuadro N°34. Estaría dispuesto a gastar por día en el servicio de hospedaje	54
Cuadro N°35. Cuando viajan lo hace a través de	55
Cuadro N° 36. Forma de pago	55
Cuadro N°37. Que medios de comunicación utiliza.....	56
Cuadro N°38. Proyección de la demanda potencial del establecimiento de alojamiento.....	58
Cuadro N°39. Proyección de la demanda potencial del restaurante.....	58
Cuadro N°40. Proyección de la oferta potencial para el alojamiento.....	59
Cuadro N°41. Proyección de la oferta potencial para el Restaurante.....	59
Cuadro N°42. Proyección de la demanda insatisfecha para el alojamiento.	60
Cuadro N°43. Proyección de la demanda insatisfecha para el restaurante.....	60
Cuadro N°44. Demanda objetivo proyectado para el alojamiento.	61
Cuadro N°45. Demanda objetivo proyectado para el restaurante.....	61
Cuadro N°46. Número de clientes proyectados para el alojamiento	62
Cuadro N°47. Número de clientes proyectados para el restaurante	62
Cuadro N°48. Número de clientes proyectados para el alojamiento	64
Cuadro N°49. Número de clientes proyectados para el restaurante	65
Cuadro N°50. Los materiales de la construcción.....	66
Cuadro N°51. Programación del Hostal	67
Cuadro N°52. Avalúo de la infraestructura	68
Cuadro N°53. Valor de reposición.....	68
Cuadro N°54. Valor con depreciación.....	69
Cuadro N° 55. Valores del bien inmueble	70
Cuadro N°56. Rubro de los baños	70
Cuadro N°57. Procedimiento administrativo.....	74
Cuadro N°58. Procedimiento para realizar una reservación.....	74
Cuadro N°59. Procedimiento para realizar la preparación de una habitación.	75
Cuadro N°60. Procedimiento para realizar la preparación de los alimentos	76
Cuadro N°61. Procedimiento para realizar la preparación de la mesa	77

Cuadro N°62. Menú del restaurante	78
Cuadro N°63. Receta de Quimbolitos	79
Cuadro N°64. Receta de Tamales	80
Cuadro N°65. Receta de sopa de quinoa con queso	81
Cuadro N°66. Receta de loco de cuero reventado	82
Cuadro N°67. Receta de choclos cocidos	84
Cuadro N°68. Receta de habas con queso	85
Cuadro N°69. Receta de la Fritada	86
Cuadro N°70. Receta de cuy con papas	87
Cuadro N°71. Receta del dulce de higos	88
Cuadro N°72. Batidos de babacos	89
Cuadro N°73. Manzanas al horno con arropo de mora.....	90
Cuadro N°74. Receta de batidos	91
Cuadro N°75. Receta de jugos	92
Cuadro N°76. Precios de las bebidas	93
Cuadro N°77. Equipamiento y mobiliario para la sub – área de hospedaje.	93
Cuadro N°78. Equipamiento para los baños	95
Cuadro N°79. Rubro del equipo necesario para el alojamiento.....	96
Cuadro N°80. Presupuesto del equipamiento del restaurante.....	97
Cuadro N°81. Presupuesto del equipamiento en el baño de la restaurante.	97
Cuadro N°82. Presupuesto del área de cocina	98
Cuadro N°83. Requerimientos en el área de cocina	100
Cuadro N°84. Requerimiento de materia prima	101
Cuadro N°85. Equipamiento de la cafetería	103
Cuadro N° 86. Equipamiento necesario para el área de lavandería y bodega	103
Cuadro N° 87. Equipo y mobiliario para la sub – área de recepción y gerencia	104
Cuadro N° 88. Sala de las primicias	106
Cuadro N°89. Servicios Básicos	110
Cuadro N°90. Precio final de los productos de hospedaje.....	116
Cuadro N° 91. Precios producto restaurante.....	117
Cuadro N°92. Gastos y costos del área comercial	120
Cuadro N°93. Plan de comercialización	121
Cuadro N° 94. Manual de funciones.....	130

Cuadro N° 95. Manual de cargo del Gerente General	132
Cuadro N°96. Manual de cargo del Guardia	136
Cuadro N°97. Manual de cargo del Recepcionista	140
Cuadro N° 98. Manual de cargo del Botones	144
Cuadro N°99. Manual de cargo del Chef.....	147
Cuadro N° 100. Manual de cargo del Mesero	151
Cuadro N°101. Manual de cargo del Ayudante de cocina.....	154
Cuadro N°102. Manual de cargo del Personal de Limpieza.....	158
Cuadro N°103. Talento humano y remuneración de la empresa	167
Cuadro N°104. Talento Humano subcontratado.....	167
Cuadro N°105. Gastos de constitución, patentes y licencias del hostel.	178
Cuadro N°106. Inversiones del proyecto.....	179
Cuadro N°107. Fuentes y usos del proyecto.	180
Cuadro N°108. Clasificación de las inversiones.	181
Cuadro N°109. Financiamiento del proyecto.	182
Cuadro N°110. Depreciación de los activos fijos.....	183
Cuadro N°111. Amortización de activos diferidos.....	184
Cuadro N°112. Cálculo del pago de la deuda.....	185
Cuadro N°113. Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto.....	185
Cuadro N°114. Estructura ingresos totales.....	186
Cuadro N°115. Estado proforma de resultados.	187
Cuadro N°116. Balance general.	188
Cuadro N°117. Cálculo del flujo de caja del proyecto (cash flow).....	189
Cuadro N°118. Costos y gastos	191
Cuadro N°119. Resumen de los costos y gastos.....	192
Cuadro N°120. Punto de Equilibrio	193
Cuadro N°121. Evaluación financiera.	194
Cuadro N° 122. Costo por persona.....	222
Cuadro N° 123. Análisis FODA.....	223

GRAFICOS

Gráfico N°1. Departamentos- Alojamiento.....	8
Gráfico N°2. Macro localización de la ciudad de Riobamba.....	63
Gráfico N°3. Micro localización de la empresa	64
Gráfico N°4. Flujograma de reservaciones	71
Gráfico N°5. Flujograma de hospedaje	72
Gráfico N° 6. Flujograma de alimentación	73
Gráfico N°7. Isólogo de la empresa	112
Gráfico N° 8. Tarjeta de presentación.....	113
Gráfico N°9. Diseño de las hojas membretadas	113
Gráfico N° 10. Carpetas de presentación	114
Gráfico N° 11. Servilletas con el isólogo.....	114
Gráfico N°12. Camisetas distintivas	114
Gráfico N°13. Jarro distintivo	115
Gráfico N°14. Bolígrafo distintivo.....	115
Gráfico N° 15. Página web.....	119
Gráfico N°16. Organigrama estructural de la empresa	129
Gráfico N°17. Edad.....	238
Gráfico N°18. Género	238
Gráfico N°19. Procedencia.....	239
Gráfico N°20. Ocupación.....	239
Gráfico N°21. Nivel de educación	240
Gráfico N°22. Motivo del viaje.....	240
Gráfico N°23. Días de permanencia en Riobamba	241
Gráfico N°24. Acompañado de quien visitan la ciudad de Riobamba.....	241
Gráfico N°25. La creación del establecimiento temático colonial.....	242
Gráfico N°26. Servicio de alimentación	242
Gráfico N°27. Tipo de comida	243
Gráfico N°28. Cuantas personas visitaría el establecimiento	243
Gráfico N°29. Con que frecuencia visitaría Riobamba.....	244
Gráfico N°30. Dispuesto a gastar.....	244
Gráfico N°31. Cuando viajan a través de que lo hacen.....	245

Gráfico N°32. Forma de pago	245
Gráfico N°33. Medios de comunicación utilizados	246
Gráfico N°34. Edad	246
Gráfico N°35. Género	247
Gráfico N°36. Procedencia.....	247
Gráfico N°37. Ocupación.....	248
Gráfico N°38. Nivel de educación	248
Gráfico N°39. Motivo del viaje.....	249
Gráfico N° 40. Días de permanencia en Riobamba	249
Gráfico N°41. Acompañado de quien visitan la ciudad de Riobamba.....	250
Gráfico N°42. La creación del establecimiento temático colonial.....	250
Gráfico N°43. Servicio de alimentación	251
Gráfico N°44. Tipo de comida	251
Gráfico N°45. Cuantas personas visitaría el establecimiento	252
Gráfico N° 46. Con que frecuencia visitaría Riobamba.....	252
Gráfico N°47. Dispuesto a gastar	253
Gráfico N°48. Cuando viajan a través de que lo hacen.....	253
Gráfico N°49. Forma de pago	254
Gráfico N°50. Medios de comunicación utilizados	254
Gráfico N°51. Fachada.....	257
Gráfico N°52. Planta alta	257
Gráfico N°53. Planta baja	258

FOTOGRAFIAS

Foto N°1. Establecimiento hospedaje.....	34
Foto N°2. Ciudadela Bellavista	107
Foto N°3. Radio el Prado.....	107
Foto N°4. Primera Constituyente- Colegio Maldonado	108
Foto N°5. Colegio San Felipe Neri.....	108
Foto N°6. Estadio Olímpico.	109
Foto N°7. Primer equipo de fútbol	109
Foto N°8. Imprenta braille.....	110

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UN ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO TEMÁTICO COLONIAL EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

II. INTRODUCCION

Según la OMT (2009) cita que: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.”

El Turismo en el Ecuador no está aprovechado el 100% apenas el 15%, es por eso que se requiere de la participación y apoyo del Gobierno Nacional e inversiones extranjeras y privadas para mejorar los servicios que se presta al turista Nacional y Extranjero, a pesar que el Ecuador en los últimos años se ha convertido en “una de las economías más estables en América Latina, con una tasa de crecimiento sostenible y una ubicación estratégica en el Pacífico”, es importante el innovar nuevas propuestas de turismo con diferentes tipos de inversiones.

La provincia Chimborazo está ubicada en la región interandina llamada también sierra, está ubicada en la parte central del territorio ecuatoriano, su capital es Riobamba llamada "La Sultana de los Andes". La provincia está rodeada por los cuatro costados por sendas cadenas montañosas en el centro del cual se encuentra nuestro majestuoso Rey Chimborazo con su imponente altura de 6.310 metros sobre el nivel del mar y su corona blanca de tres picos, siendo el nevado más alto del Ecuador. Chimborazo, es un pueblo rico en tradiciones, folklor, música, danza, creencia y medicina.

Desde Riobamba capital de la Provincia de Chimborazo, se puede realizar diferentes visitas al Parque Nacional Sangay, los volcanes: Chimborazo, Tungurahua, el Altar y Carihuairazo, al visitar la ciudad muestra varias joyas arquitectónicas del siglo XIX y XX, se puede realizar compras cerca de Riobamba alfombras en Guano o visitar algunas lagunas que se encuentran en la provincia, además de los viajes en ferrocarril.

A partir del año 2008 en Ecuador se planteó un proyecto denominado “Proyecto Emblemático Ciudades Patrimoniales del Ecuador (PCPE)”, el cual, es un proyecto demostrativo de la política integral que impulsa el Ministerio Coordinador de Patrimonio. El ámbito de acción del Proyecto es nacional con énfasis en las ciudades que albergan espacios urbanos declarados como patrimonio cultural de la nación, o con posibilidad de serlo, éstas ciudades son: Alausí, Azogues, Baeza, Bahía de Caráquez, Bolívar, Catacocha, Cuenca, Esmeraldas, Girón, Gualaceo, Guaranda, Guayaquil, Ibarra – Caranqui, Latacunga, Loja, Manta, Montecristi, Nabón, Portoviejo, Quito, Riobamba, Sangolquí, Santa Elena, Saraguro, Sicalpa - Cajabamba, Sig sig, Zaruma.

La ciudad de Riobamba al estar dentro de la lista de ciudades patrimoniales es considerada una urbe importante en cuanto a turismo en el centro del país está en un lugar estratégico, desde el cual se puede dirigir a cualquiera de los atractivos majestuosos que posee a su alrededor complementando con todos los atractivos culturales y patrimoniales que tiene la ciudad de Riobamba.

A. JUSTIFICACION

La industria turística se ha demostrado dinámica durante el último tiempo. Pese a la crisis internacional, el sector creció, y por consiguiente el tema de promocionar los servicios ofertados por empresas turísticas se ha tornado prioritario para el sector.

En el centro de la ciudad de Riobamba existe baja oferta de alojamiento turístico y la necesidad de conservar los bienes patrimoniales para evitar la destrucción de los mismos con proyectos de desarrollo para el turismo en Riobamba.

La implementación de un establecimiento de alojamiento temático colonial en el centro de la ciudad de Riobamba responde a la iniciativa privada. Socialmente es un proyecto que pretende promover y generar nuevos puestos de trabajo y la activación de la economía local para abrir nuevos mercados.

Es así que el presente trabajo de investigación se convierte en un aporte fundamental para satisfacer las necesidades de los turistas y la población local.

La planificación y la ejecución de este proyecto se pretende fomentar en el sector turístico la creación de nuevas empresas complementarias a la nuestra. Además contribuiría a mejorar la imagen turística de la ciudad y una mayor valoración de su riqueza patrimonial y el entorno natural que posee la Ciudad de Riobamba y también la Provincia de Chimborazo.

III. OBJETIVOS

1. OBJETIVO GENERAL

Elaborar el estudio de factibilidad para la implementación de un establecimiento de alojamiento temático en el centro de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Analizar la viabilidad comercial del proyecto.
- b. Determinar el estudio técnico
- c. Determinar la viabilidad administrativa legal
- d. Determinar la viabilidad económica y financiera.

IV. HIPOTESIS

Existe la factibilidad para implementar un sitio de hospedaje temático en el Centro Histórico de la ciudad de Riobamba.

V. REVISION LITERARIA

A. HOSPEDAJE

Se entiende por alojamiento turístico todo edificio o inmueble destinado a servir para vivienda durante el periodo de ocio que se pasa fuera de tu domicilio habitual, mediante el alquiler a una empresa que oferta sus instalaciones y servicios a cambio del pago de una cantidad económica. Estas empresas estarán legalmente autorizadas para la prestación del servicio y los precios del alojamiento turístico deberán estar visitados por el organismo competente de la comunidad autónoma en que se encuentre ubicado el negocio. (Casachon.com, 2012)

Actualmente nos encontramos ante la variedad de alojamientos turísticos que se hace necesario definirlos primero, para intentar calificarlos y clasificarlos después, siempre con la intención de que se pueda entender cuál es su objetivo dentro del ámbito turístico; porque la existencia de tal variedad de empresas no es fruto de la casualidad ni del capricho de los empresarios, sino que responde a una demanda de cambiante que día a día impulsa al sector a la innovación y diferenciación. (Blasco 2010:21).

1. Clasificación del tipo de Hospedaje.

- a) **Hoteles urbanos o de ciudad:** estos están ubicados en los centros históricos de las ciudades, al igual que en los negocios y en las zonas comerciales. Estos se orientan tanto al turismo como al alojamiento en los desplazamientos de negocios.
- b) **Hoteles de posada:** estas son muy antiguas, su clientela son viajeros que prestan servicios de alojamiento y restauración.
- c) **Hoteles monumentos:** estos están ubicados en lugares de interés cultural.
- d) **Moteles:** están cerca de las carreteras, tienen sus propios garajes y su estancia es corta.
- e) **Hoteles gastronómicos:** aquí ofrecen oferta gastronómica exclusiva.

f) Hoteles de temporada: estos desarrollan su actividad solamente durante parte del año.

g) Hoteles rústicos: estos están situados en terrenos rurales o rústicos.

h) Hoteles boutique: estos ofrecen unos servicios excepcionales de alojamiento y de instalación. Son ampliamente más pequeños que los hoteles convencionales, tienen de 3 a 100 habitaciones. Las mayorías de estos hoteles poseen instalaciones para cenas, bares y salas que suelen estar abiertos al público en general. (Arquhys.com)

2. Departamentos de Alojamiento

El modelo de organización predominante en el sector hotelero es el denominado “línea con staff”. Se trata de un mix entre los dos sistemas implantados de forma mayoritaria en el tejido empresarial: el lineal o jerárquico, y el funcional. El primero se basa en el mantenimiento de la unidad de mando, mientras que el segundo se asienta en el principio de la especialización del trabajo. Básicamente encontramos tres tipos de departamento, los de staff, operacionales y de servicio.

Los departamentos de staff surgen a partir de la implantación del sistema funcional y tiene como misión principal asesorar a la dirección. Cabe citar Recursos Humanos, Asesoría Jurídica, Marketing, Telecomunicaciones.

No es necesario que sea departamentos propios, puede tratarse de empresas externas contratadas por el hotel.

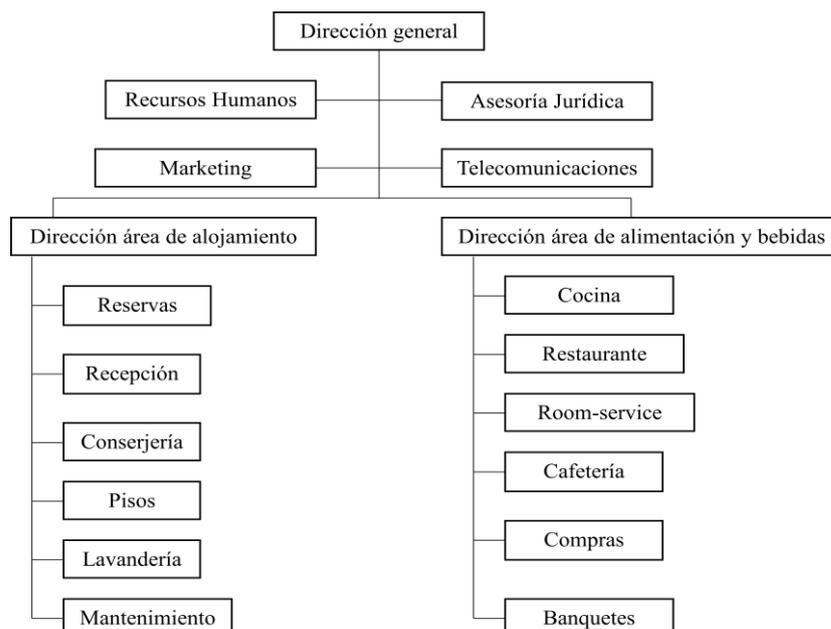
Los departamentos operacionales desarrollan la actividad principal de hotel, por lo que deben ser internos. Cabe citar Reservas, Recepción, Conserjería, Pisos, Cocina, Restaurante y Room- service.

Los departamentos de servicio no desarrollan las actividades típicas de una empresa de alojamiento, pero son necesarios para el buen funcionamiento de está. Puede ser

departamentos internos o tratarse de empresas externas; Destacan Almacén, Compras, Lavandería y Mantenimiento.

Puede verse un ejemplo de organigrama en la figura 1(Blasco2010:66-67)

Gráfico N°1. Departamentos- Alojamiento



B. RESTAURANTE

Vamos a definirlo en principio como un establecimiento donde se sirven alimentos y bebidas. Los llamados como tal, funcionan generalmente en las horas de almuerzo y cena, mientras que los que se especializan en el servicio del desayuno se les califican como cafeterías.

Los precios de los alimentos son de acuerdo a la categoría del establecimiento, que varía según el lugar donde se halle situado, la comodidad de sus instalaciones y la calidad de suservicio. Existen una serie de categorías intermedias, desde la más modesta fonda que sirve un menú, o sea, una serie de alimentos únicos por un precio fijo y en mesas comunes, hasta el más lujoso restaurante a la carta, donde el cliente elige su menú y paga de acuerdo con el servicio y la calidad de los platos que consume.

El clásico restaurante está atendido por un equipo de mozos o camareros, a las órdenes de un Maître, que es el oficial o jefe. Este recibe a los clientes, está atento a todo lo que pasa en las mesas, dirige el servicio y en ocasiones especiales sirve él mismo. A diferencia de éste restaurante veremos más adelante las diferentes modalidades y categorías. (Islascanarias-restaurante.com)

1. Clasificación de Restaurantes

Al igual que los hoteles, los restaurantes también reciben una clasificación basada en varios conceptos: Instalaciones, servicios, menú, etc., siendo el servicio de los camareros en las mesas uno de los criterios más valorados. Muchos países no cuentan con reglamentos ni estándares de clasificación para los restaurantes, a continuación señalaremos un resumen de los requisitos básicos tomados como parámetros para clasificar los restaurantes a nivel internacional.

a) Restaurantes de lujo (cinco tenedores)

Este tipo de establecimientos debe tener una organización eficaz, regidas por normas y procedimientos y, contar con políticas internas y externas para su manejo. Los restaurantes de este tipo son adornados generalmente con maderas muy finas, las mesas y las sillas deben estar acordes a la decoración; alfombras de muy buena calidad, la música (viva o ambiental) debe ser suave, las luces (focos y lámparas) deben ser graduables y el aire acondicionado debe ser controlado por termostato. Los alimentos y las bebidas tienen obligatoriamente que ser de la más alta calidad, la higiene debe reinar en todas las áreas: frente, salón, cocina, baños y, por último, el personal debe estar debidamente uniformado. El personal de servicio además de estar capacitado para cada función debe ser entrenado periódicamente para garantizar un servicio eficiente y elegante. Además se deberá contar con:

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio.
- Guardarropa y vestíbulo o sala de espera.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.

- Teléfono en cabinas aisladas y teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- Aire acondicionado.
- Servicios sanitarios con instalaciones de lujo, independientes para damas y caballeros.
- Decoración en armonía con el rango del establecimiento.
- Buffet frío a la vista, en el comedor (opcional).
- Accesorios diversos: carros para flamear, mesas auxiliares, cubre fuentes.
- Cocina equipada con almacén, bodega, cámara frigorífica, despensa, oficina, hornos, gratinador, parrilla para pescados y carnes, fregaderos, extractores de humos y olores.
- Carta con variedad de platos de la cocina nacional e internacional y carta de vinos amplia modificada periódicamente.
- Personales debidamente uniformados.
- Cubertería de acero inoxidable o de plata.

Restaurantes de primera (cuatro tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la del personal.
- Sala de espera.
- Guardarropa (en países fríos).
- Teléfono inalámbrico.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.

- Aire acondicionado, calefacción y refrigeración.
- Mobiliario y decoración de primera calidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros.
- Cocina con cámara frigorífica separada para pescados y carnes, horno, despensa, almacén, bodega, fregaderos y ventilación exterior.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Cubertería de acero inoxidable.

b) Restaurantes de segunda (tres tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio.
- Guardarropa.
- Teléfono inalámbrico para el servicio al cliente.
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Mobiliario de calidad.
- Servicios sanitarios independientes para damas (incluye niños) y caballeros.
- Cocina con cámara frigorífica, despensa, almacén fregaderos, ventilación al exterior.
- Carta en consonancia con la categoría del establecimiento.
- Personal de servicio debidamente uniformado.
- Cubertería de acero inoxidable.

c) Restaurantes de tercera (dos tenedores)

- Comedor con superficie adecuada a su capacidad.
- Teléfono inalámbrico.
- Mobiliario adecuado.
- Cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio, cristalería sencilla y mantelería con servilletas de tela o papel.
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros.
- Cocina con fregadero con agua caliente, cámara frigorífica o nevera, despensa y extractor de humos.
- Personal de servicio uniformado al menos con chaqueta blanca.
- Carta sencilla.

d) Restaurantes de cuarta (un tenedor)

- Comedor independiente de la cocina.
- Cubertería inoxidable, vajilla de loza y vidrio, cristalería sencilla, servilletas de tela o papel.
- Servicios sanitarios decorosos.
- Personal perfectamente aseado.
- Carta sencilla. (Islascanarias-restaurante, 2013:)

C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver.

Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

Estudio de factibilidad, Etapas en el estudio de un proyecto de inversión, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Económico-Financiero.

La formulación de Proyectos de Inversión, constituye un objeto de estudio bastante amplio y sumamente complejo, que demanda la participación de diversos especialistas, es decir, requiere de un enfoque multivariado e interdisciplinario.

Dentro de este proceso de formulación se debe considerar en primer lugar las etapas que conforman un proyecto de inversión, ya que estas constituyen un orden cronológico de desarrollo del proyecto en las cuales se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo. Y en segundo lugar, los documentos proyectados que brindarán la información primaria básica que se necesita para que el proyecto pueda ser evaluado, proveniente de la estimación de los principales estados financieros.

Un proyecto de Inversión se puede entender como: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo. (Colinet al. 1982: 46).

Según la Guía Metodológica General para la Preparación y Evaluación de Proyectos del Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, ILPES, “un proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados”.

El Manual titulado “Los proyectos, la racionalización de inversiones y el control de gestión” define como inversión, el bienestar que la sociedad posterga a cambio de la expectativa de obtener más adelante un nivel de bienestar superior, convirtiendo en inversión el valor retirado del consumo”.

Teniendo en cuenta estos conceptos, se puede definir un Proyecto de Inversión, como la propuesta por el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

De esta forma un proyecto surge de la identificación de unas necesidades. Consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos (incluyendo mercado) y financieros que permiten juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa. Su bondad depende, por tanto, de su eficiencia y efectividad en la satisfacción de estas necesidades, teniendo en cuenta el contexto social, económico, cultural y político.

En este proceso de la toma de la decisión de inversión intervienen tres niveles de análisis. Son estos: el mercado, el sistema financiero y la evaluación de inversiones. El primero de estos niveles, el mercado, explica los beneficios de la empresa, su crecimiento, en función de su posición en el mercado, posición esta que no depende sólo de hechos financieros, sino también de su desarrollo tecnológico, de la capacidad y experiencia de su equipo de dirección, de la calidad y aceptación de sus productos o servicios por los consumidores, de sus servicios de posventa, entre otros

Los proyectos nacen, se evalúan y eventualmente se realizan en la medida que respondan a una necesidad humana. Así, el proyecto se puede entender como el elemento básico de la implementación de políticas de desarrollo. Y forma parte de programas o planes más amplios, contribuyendo a un objetivo global de desarrollo. Es una forma de lograr los propósitos y objetivos generales.

La definición más general que se puede dar de inversión, es que consiste en la renuncia a una satisfacción inmediata y cierta, a cambio de la esperanza de una ganancia futura, de la que el bien o el derecho adquirido es el soporte de dicha esperanza.

La inversión básicamente, es un proceso de acumulación de capital con la esperanza de obtener unos beneficios futuros. La condición necesaria para realizar una inversión es la existencia de una demanda insatisfecha, mientras que la condición suficiente es que su rendimiento supere el costo de acometerla. En virtud de la naturaleza del capital adquirido es posible diferenciar entre inversiones productivas e inversiones financieras.

Existe multitud de clasificación de las inversiones. Sin embargo, es de destacar que todas ellas se refieren a inversiones productivas que tiene lugar en el seno de la empresa.

Así una inversión productiva consistirá en la adquisición de bienes con vocación productiva –activos productivos, esto es, bienes cuya utilidad es la producción de otros bienes. Un mismo elemento podrá ser considerado como inversión productiva o no según el fin que se destine.

1. Las inversiones Productivas pueden clasificarse en:

- a) Inversiones de mantenimiento, que son las necesarias para sustituir, o reparar, los equipos desgastados o estropeados y que son necesarias para que el ritmo de la producción se mantenga.
- b) Inversiones de reemplazamiento, cuyo objetivo consiste en sustituir equipos obsoletos por otros de nuevo cuño tecnológicamente superiores, que permiten más a un menor coste.
- c) Inversiones de crecimiento, que se dirigen a aumentar la producción de la empresa o a ampliar los canales de distribución de sus productos de cara a hacer crecer la empresa. Esto implica tanto el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos como la mejora de los antiguos.
- d) Las Inversiones estratégicas, que persiguen el reafirmar la empresa en el mercado cubriéndola de los riesgos potenciales que pudieran poner en peligro su permanencia en aquel.

e) Inversiones impuestas, son las que no se realizan por motivos económicos, sino por motivos legales, acuerdos sindicales, por ejemplo, las inversiones tendentes a proteger el ecosistema que circunda a las fábricas de la empresa, o las inversiones en la seguridad e higiene en el trabajo de los empleados.

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo. Puede suceder que del resultado del trabajo pudiera aconsejarse una revisión del proyecto original, que se postergue su iniciación considerando el momento óptimo de inicio e incluso lo anterior no debe servir de excusa para no evaluar proyectos. Por el contrario, con la preparación y evaluación será posible la reducción de la incertidumbre que provocarían las variaciones de los factores. (Uct.edu, 2011)

2. Desarrollo

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

- Idea
- Pre inversión
- Inversión
- Operación.

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto. De aquí que se pueda afirmar que la idea de un proyecto, más que una ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.

La etapa de pre inversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Ella está compuesta por tres niveles: perfil, pre factibilidad y factibilidad.

El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia.

En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

En el nivel pre factibilidad se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de factibilidad y constituye la culminación de los estudios de pre factibilidad, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económica sean las más ventajosas para el país.

Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero. (Orozco 2011: 9)

D. ESTUDIO DE MERCADO

“El estudio de mercado o determinación y análisis de mercados turísticos es el conjunto de variables que permiten precisar cuantitativa y cualitativamente los mercados hacia los cuales deben dirigirse las políticas de comercialización. El Estudio de Mercado forma parte integral de la Estrategia de Mercadeo de cualquier proyecto o servicio (ver Área Temática: Manejo Administrativo, Herramienta: Mercadeo para una explicación

detallada del término). En forma más amplia, el Estudio de Mercado es la recopilación, clasificación, análisis e interpretación de las variables que se deben utilizar, para una adecuada solución de los problemas relacionados con la transferencia y venta del producto turístico, del oferente al demandante o consumidor, en este caso denominado turista, con el fin satisfacer las expectativas del cliente al tiempo que aumentar las utilidades netas de la empresa u organización.

Finalmente, cabe acotar que la determinación y análisis de mercados (estudio de mercado) es una de las tantas funciones de la investigación de mercados, actividad que se ocupa del estudio de las características, causa y efectos de diversos problemas mercadológicos, entre ellos, ¿a quién vender un producto o servicio? Como resultado de una investigación de este tipo, se obtienen los mercados meta y los perfiles de los consumidores, que son una descripción detallada de las características generales de los grupos de consumidores que se han identificado.” (Báez 2003: 159)

1. Análisis de la demanda

La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. En este punto interviene la variación que se da por efecto de los volúmenes consumidos.

A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

Se entiende por Análisis de la Demanda la identificación cuantitativa, a partir de análisis históricos y previsiones de evolución, del tamaño de mercado que requiera la tipología de producto o servicio objeto de su idea. En definitiva hay que entender cuál es el tamaño y volumen de la demanda, la capacidad de compra de nuestros clientes objetivos, el consumo medio por cliente, las pautas de comportamiento de la demanda (monografias.com, 2012)

2. Análisis de la oferta

“La oferta complementaria la constituyen los bienes y servicios que pueden servir de apoyo y atracción a nuestro proyecto. Es importante conocer la capacidades, precios y relaciones de cercanía al proyecto”. (Meneses 1998: 215)

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. El propósito que se persigue en el análisis de la oferta es determinar la cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio”. (Baca 2001: 32)

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado.

Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes (monografias.com, 2012)

a. Análisis de la competencia

Meneses (1998) señala:” El análisis de la competencia es fundamental para variar razones, entre otras, la estrategia comercial que se defina para el proyecto puede ser indiferente a ella. Es preciso reconocer la estrategia que persigue la competencia para aprovechar sus ventajas y evitar sus desventajas. Al mismo tiempo, se constituye en buena parte fuente de información para calcular las posibilidades de captarle mercado y también para el cálculo de los costos probables involucrados.”

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto, para realizar un estudio de la competencia, es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. (Monografias.com. 2012)

b. Balance oferta –demanda

Se determina las oportunidades cuantitativas del mercado. En esta parte se confronta los datos estadísticos de la demanda frente a la oferta (Capacidad ocupacional mensual, anual) y se determina la demanda insatisfecha, que ayuda a realizar una aproximación de la demanda que será cubierta con el proyecto. (Yucta 2002:25)

E. ESTUDIO TÉCNICO

Su importancia radica que este estudio guía a la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende. Además de que también se puede analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción del proyecto deseado.

Pretenden resolver las preguntas referentes a dónde, cuando, como y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico- operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto. El estudio técnico puede subdividirse en cuatro partes que son:

1. Determinación del tamaño óptimo de la planta.

Esta parte del estudio es de gran importancia, ya que se debe aclarar que las técnicas para su determinación son de repetidas y no existe un método preciso y directo para hacer el cálculo. El tamaño también depende de los turnos trabajados, que para un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabaje.

2. Localización óptima del proyecto.

En esta etapa es necesario no solo tener en cuenta factores cuantitativos, como pueden ser los costos de transporte de materia prima y el producto terminado, sino también los factores cualitativos tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad y otros.

3. Ingeniería del proyecto

Esta parte nos ayudará a decidir entre los diversos procesos productivos opcionales, que son básicamente los muy automatizados y los manuales. La elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital. En esta parte también se toma en cuenta el análisis y la selección de los equipos necesarios. (Orozco 2011: 20-21)

F. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

1. Estudio administrativo

En una empresa, la administración consiste en el a manera cómo se alcanzan las metas u objetivos con la ayuda de personas y recursos, mediante el desempeño de ciertas funciones, esenciales como planeación (determina los objetivos), organización (coordina funciones y recursos), dirección (ejecuta lo planeado) y control (compara los resultados con los planeados), llamando en su conjunto “Proceso administrativo”. (Valdivieso 2000:34-35)

“Es importante analizar y justificar las decisiones que ayudan a definir cómo funcionará el proyecto, es decir que se definirán las áreas para que se cumpla el proceso administrativo en: planear la instalación y ejecución del proyecto, organizar el trabajo, integrar el personal a cada función, dirigir la instalación y operación del proyecto, controlar el desempeño personal, rendimiento, resultados contabilidad, finanzas, innovación, información a la comunidad, relación con colaboradores y otros”. (Luna 2001:33)

Este aspecto no se toma mucho en cuenta en esta parte ya que merece ser tratado a fondo en la etapa de proyecto definitivo, esto es por su importancia y delicadeza dentro del proyecto. (Orozco 2011: 21)

G. ESTUDIO LEGAL

1. Aspecto legal.

Se tienen que investigar todas las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la diaria operación de la empresa, ya sea la Ley del Trabajo, La Ley del Impuesto Sobre La Renta y demás leyes que pudieran afectar su operación.

Dentro de cualquier actividad en la que se quiera participar existen ciertas normas que se deben seguir para poder operar. Las mismas que son obligatorias y equitativas. (Orozco 2011: 22)

Se debe aplicar todos los aspectos legales para la creación de empresas de hospedaje tanto en lo establecido en el MINTUR (Ministerio de Turismo del Ecuador) como en la constitución del Estado y lo establecido con reglamentos internos de la ciudad en donde se cite el establecimiento.

H. ESTUDIO FINANCIERO

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?.. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier “cambio” en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será “no viable” y es necesario encontrar otra idea de inversión. (Graterol 1997: 15)

1. El marco financiero y el entorno

La actividad empresarial como integración de actividades funcionales, que vemos más adelante, no puede existir sin el apoyo del recurso financiero público o privado. El financiamiento diario de toda la organización requiere de un flujo necesario que facilite

las diversas transacciones internas y externas de la misma. La disponibilidad de factor dinero propicia una limitante a la dinámica empresarial, constituyendo un marco de referencia en el cual actúan y evolucionan las actividades funcionales. Entre el marco financiero y las actividades funcionales surge una interacción de poder, traducida por una presión recíproca según la situación. Así, por ejemplo, la aplicación y el desarrollo de las actividades funcionales ejercerán presión hacia afuera sobre el marco financiero; así éste es lo suficientemente fuerte y flexible, la expansión será posible; si no lo es, la situación no prosperará y se necesitará mayores recursos. Por otra parte, dicha presión se realiza en cadena.

Por ejemplo, la expansión de la producción puede ser sostenida por el marco financiero, pero la misma requiere de un apoyo a los abastecimientos, comercialización y distribución, todo lo cual entraña un incremento de gastos que, probablemente, el marco financiero no puede sostener. Por otro lado, el incremento de la actividad empresarial no necesariamente puede llevarnos a un incremento del marco financiero; sencillamente el nivel o incremento de fondos se puede obtener:

- a) Eliminando los productos o servicios que no rinden beneficios.
- b) Mejorando y racionalizando los procesos y procedimientos de trabajo.
- c) Incrementando la productividad en general en cada una de las actividades funcionales.
- d) Aumentando al máximo la productividad de los demás recursos de la empresa.

Todos estos aspectos, sumados al robustecimiento del marco financiero, facilitarán la expansión de la empresa. En caso contrario, la falta de recursos financieros trae como consecuencia la contracción de las actividades funcionales. Sin embargo, no siempre el recurso financiero es factor directo de portación, escasez de recursos, mal manejo de las empresas y personal poco preparado a todos los niveles de la actividad turística.

El marco financiero no es rígido, más bien es fluctuante, o sea, que debe mantenerse dentro de ciertos límites de capacidad de apoyo.

Podemos conocer la importancia del marco financiero a través del balance anual, en el que puede apreciar mejor, en su magnitud media, dicha fluctuación. (Ramírez2007: 97-98)

2. Análisis económico

Uno de los elementos fundamentales a la hora de decidir la viabilidad de los proyectos es su análisis económico. En todos los proyectos, determinados desde una perspectiva económica, se tienen tres elementos monetarios importantes:

a. Inversiones: se refieren a los gastos en material que son amortizables a lo largo de los años. Su sentido es el de gastos de cuantía importante, en elementos que son realmente un patrimonio.

b. Gastos: se refieren a las salidas de dinero en que se incurren a lo largo de los años para dar un servicio o crear un producto. Estos gastos se suelen dividir entre recurrentes (los que se producen aunque no exista actividad en la empresa) y los operativos (en los que se incurre por el hecho de que la empresa fabrique, venda, etc).

c. Ingresos: se refieren a las entradas de dinero referidas a los resultados del proyecto.(paginaspersonales.deusto.es 2006)

3. Análisis financiero

Permite conocer la rentabilidad del proyecto a largo plazo, se realiza a partir del estudio financiero. En base al cálculo del flujo de caja, valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio - costo y el período de recuperación de la inversión.

Mientras en el análisis económico consideramos ventas y gastos (transacciones económicas), en el análisis financiero consideramos ingresos y egresos (flujos reales de dinero hacia y desde la empresa). (igenieria.uba.ar 2009)

a. Flujo de caja

El flujo de caja es cuando genera un movimiento permanente de entradas y salidas de recursos económicos, representa la previsión, el control o el registro de este movimiento durante un periodo determinado. En si es una proyección de liquidez del negocio que registra las entradas y salidas de efectivo, antes y después del inicio de operaciones.

Se obtiene de la suma de los ingresos totales actualizados menos los egresos totales actualizados.

$$\text{Factor de actualización} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Flujo de caja = ingresos actualizados – egresos actualizados.

b. Valor actual neto (VAN)

Se define como el valor actualizado de todos los flujos de caja esperados (positivos o negativos, si son negativos existe necesidad de financiación, pero esto en la formula se obvia asumiendo que se dispone de dinero desde el principio para cubrir los posibles negativos), es decir la diferencia entre los cobros y los pagos originados, en valor actual.

Se valora también sobre los flujos de caja y mide en el momento de hoy la cantidad de dinero actualizada (excluida la cantidad invertida) que se recibe por el dinero que en su día se invirtió. Precisa de un dato, que es la tasa de descuento o el tipo de interés considerado por la empresa para sus inversiones, de modo que se pueda valorar con realismo el dinero “generado o ganado” por el negocio, mas allá de una posible inversión alternativa (en un banco por ejemplo).(paginaspersonales.deusto.es 2006)

VAN = Sumatoria de ingresos descontados – sumatoria de desembolsos descontados.

c. Tasa interna de retorno o rendimiento (TIR)

Se define como el tipo de rendimiento que anula el VAN, de modo que evaluando este TIR frente a los criterios de rendimiento financiero de la empresa, podamos determinar si la inversión merece o no la pena. El TIR es un concepto teórico que busca la tasa que iguala la inversión puesta a un tipo de interés desde el momento cero, con los resultados año a año, puestos a ese mismo tipo de inversión. Este cálculo requiere otras consideraciones, sencillas si todos los márgenes de los años son positivos, y que deben tener en cuenta otras consideraciones si son negativas (necesidades financieras). (paginaspersonales.deusto.es 2006)

$$TIR = i_1 + (i_1 - i_2) \frac{VAN_1}{VAN_1 - VAN_2}$$

d. Período de recuperación o payback

Se define de forma simple como el tiempo que debe pasar para que el resultado de ingresos y gastos a lo largo de los años, compense la inversión realizada. En este periodo primar el criterio de liquidez (no de rentabilidad, es decir, el beneficio que se logra una vez que la inversión ha sido recuperada) y no considera la depreciación del dinero con el tiempo.

Además viene marcado por el punto concreto en que la “caja” se pone en cero, es decir cuando comenzamos a “ganar dinero”, más allá de lo que diga el beneficio (que tiene en cuenta las amortizaciones).(paginaspersonales.deusto.es 2006)

Para obtener el período de recuperación del capital, se divide 100 para la tasa interna de retorno. Así, el periodo de recuperación del capital se manifiesta en periodo de años y meses.

$$Payback = 100/TIR$$

e. Relación Costo/Beneficio

Cuando los resultados y costos del proyecto pueden traducirse en unidades monetarias, su evaluación se realiza utilizando la técnica del análisis costo-beneficio (ACB). Así sucede en los proyectos económicos.(paginaspersonales.deusto.es 2006)

$$B / C = \frac{\text{Sumatoria de ingresos descontados + valor de salvamento descontado}}{\text{Sumatoria de egresos descontados + inversiones descontados}}$$

VI. MATERIALES Y EQUIPOS

A. CARACTERIAZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El presente trabajo de investigación se llevará a cabo en la provincia de Chimborazo, cantón Riobamba, la cual está ubicada en las calles Espejo 21-26 entre Guayaquil y 10 de Agosto, en el centro Histórico de la ciudad.

2. Ubicación Geográfica

Riobamba capital de la provincia de Chimborazo, se encuentra en el centro geográfico del país, en la cordillera de los Andes, a 2.754 m.s.n.m, en el centro de la hoya del Chambo, en el cual varios volcanes lo acompañan: el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.

a. Coordenadas Geográficas

Coordenadas proyectadas UTM – WGS – 84 – Zona 17S.

X: 9'815.600

Y: 778.170

b. Población

Según el censo realizado en el 2010 (INEC), los datos oficiales dan como resultado que el área urbana del cantón Riobamba, tiene en su totalidad 225.741 habitantes.

e. Límites

Norte: Cantones Guano y Penipe.

Sur: Cantón Colta y Guamote.

Este: Cantón Chambo y la Provincia de Morona Santiago.

Oeste: Cantón Colta y la Provincia de Bolívar.

3. Características Climáticas

Temperatura: 14° C.

Precipitación: 500 a 1.000 mm³

a. Materiales

Libreta de campo

Esferográficos

Resma de papel bond

CDs, pilas,

Cartuchos de impresora

Copias, entre otros.

b. Equipos

Computadora portátil

Impresora

GPS
 Grabadora
 Cámara digital
 Flash memory
 Proyector multimedia, entre otros

VII. METODOLOGIA

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se utilizarán técnicas de investigación bibliográfica y de campo.

1. Para cumplir con el primer objetivo

a. Análisis de la demanda

Para la caracterización de la demanda se considerará a dos segmentos de mercado, turistas Nacionales y Extranjeros que arribaron a la ciudad de Riobamba, se tomará la información de los datos del 2011; Reserva de Producción de Fauna Chimborazo (42.825), y Estación del Tren (22.000).

Posteriormente se determinará el universo de estudio y el tamaño de la muestra para lo cual se utilizará la fórmula estadística de CANAVOS (1998).

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (8%)

z: nivel de confianza (1.75)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

b. Caracterización de la demanda

La técnica que se utilizará para recolectar la información de los grupos primordiales para determinar la demanda turística será la encuesta se utilizará un cuestionario en inglés y español donde se tendrá en cuenta las variables socio-demográficas y psicográficas.

c. Definición del perfil de la demanda.

Después de la aplicación de las encuestas se determinará cuales son gustos y preferencias de los turistas, lo cual se enfocará para el estudio de la empresa de alojamiento hotelero.

Lo cual ayudara al enfoque que se le dará a la empresa de alojamiento hotelero el cual conste con todos los requerimientos pedidos por el Turista para su confort y la satisfacción del cliente.

d. Confrontación de oferta - demanda

Se realizará la confrontación de la oferta – demanda, para lo cual se proyectará tanto la oferta como la demanda a través de la fórmula del incremento compuesto, posteriormente se calculará la demanda potencial, insatisfecha y objetivo de mercado.

Fórmula del incremento compuesto:

$$Co= Cn (1+i)^n$$

Donde:

Co = año a proyectar

Cn = demanda actual

I = incremento del turismo nacional y extranjero

N = año a proyectarse

e. Análisis de la oferta

Este análisis se realizará mediante el estudio de la oferta actual, complementaria y sustitutiva.

- La oferta actual se refiere al análisis de los servicios turísticos que ofrece la ciudad
- La oferta complementaria se refiere al análisis de todos los prestadores de bienes y servicios vinculados a la zona de estudio.
- La oferta sustitutiva se refiere a la competencia.

2. Para cumplir con el segundo objetivo.

Para determinar el estudio técnico se utilizará estos parámetros:

Se determinará el equipamiento, mano de obra y costo de la inversión que se tendrá que realizar, para la prestación de servicios de hospedaje y alimentación.

Mediante el cálculo de costos de la producción, administración y operación se definirá el precio de cada uno de los servicios a prestarse en el establecimiento turístico y con ello se ofrecerá el hospedaje y la alimentación requerida por los turistas.

3. Para cumplir el tercer objetivo.

Para analizar la viabilidad administrativa legal se tomará los siguientes parámetros:

La constitución Política del Ecuador y la Ley del Turismo las cuales ayudarán a encaminar la empresa de alojamiento hotelero con todas las reglamentaciones debidas para el funcionamiento.

Respecto a lo administrativo se elaborará la estructura orgánica y funcional (organigramas y definición de áreas), identificación del personal necesario para la operación del centro, el manual de funciones y procedimientos.

4. Para determinar el cuarto objetivo.

Para elaborar el estudio económico financiero se tomará en consideración de los siguientes parámetros:

- 1) Presupuesto de inversiones
- 2) Fuentes y uso.
- 3) Clasificación de las inversiones
- 4) Depreciación de activos fijos.
- 5) Amortización de diferidos.
- 6) Cálculo de pago de la deuda o amortización.
- 7) Estructura de costos.
- 8) Estructura de ingresos.
- 9) Estado de proformas de resultados.
- 10) Balance general.
- 11) Flujo de caja.
- 12) Ingresos y egresos.

La rentabilidad del proyecto se mostrará mediante el cálculo de los indicadores de rentabilidad, relación costo/beneficio, VAN/ TIR y tiempo de recuperación del capital.

VIII. RESULTADOS

A. ANALIZAR LA VIABILIDAD COMERCIAL

1. Estudio del Mercado

a. Análisis de la Oferta

1) Oferta Actual

La ciudad de Riobamba conocida como la Sultana de los Andes, ubicada en el corazón del Ecuador a 2754m.s.n. capital de la Provincia de Chimboraz rodeada de varios volcanes, como el Chimborazo, el Tungurahua, el Altar y el Carihuairazo.

En la ciudad de Riobamba en el centro histórico de la misma existe poca oferta de establecimiento de alojamiento especialmente temático a pesar que el entorno es un atractivo turístico de quienes nos visitan la rodea lugares históricos como el edificio el correo del Ecuador, el palacio Municipal, el parque Maldonado, el parque Sucre y a pocas calles la Estación del Tren con sus distintos tours en sus viajes.

Además cerca de la ciudad de Riobamba se encuentra la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, el cantón Guano con la gastronomía y artesanía.

La gastronomía del riobambeño es diversa el hornado, la fritada, los llapingachos entre otros.

El centro histórico es valioso de 435 inmuebles que están inventariados, a esto se suma la nueva lista que se agregó en la administración que terminó en el 2014 de 191 bienes que están en un pre inventario para ver si luego de la investigación se ratifica en el listado de bienes patrimoniales. Sin embargo, creo que existen bienes inmuebles que faltan por incluir en la lista.

Al visitar el centro de la ciudad de Riobamba llenó de historia de hombres y mujeres emblemáticas, los edificios cuentan sus historias al pasar por ellos como por ejemplo el

Teatro León con el parque Sucre, el colegio Maldonado, la botica antigua de Riobamba Bristol, al seguir su camino los bienes inmuebles de casas particulares bien conservadas hace que este sea un camino de reflexión porque no hacerlo que más turistas vengan y conozcan Riobamba al llegar al parque Maldonado se aprecia la fachada de la Catedral con el palacio Municipal, la casa museo a pocas cuadras el edificio el Correo y entre otros edificios patrimoniales de la Sultana de los Andes.

A pocas cuadras en las calles espejo 21-26 entre Guayaquil y 10 de agosto, se encuentra un bien inmueble construido más o menos en 1920 con la tipología republicana, una casa de herederos Familia Prieto allí se encontró una de las primeras librerías; Librería “Los Andes” más conocida como la librería del Sr Prieto, la distribución de ésta casa se desarrolla en un solar de proporciones simétricas, además se halla en una zona de topografía muy regular, los detalles en ésta casa se resaltan en los tumbados de los diferentes cuartos se observa en la fachada es especialmente en un detalle en el balcón el vuelto del soporte del mismo, por sus proporciones se trata de una cartela muy bien trabajada, elegante la misma que es acompañada por varias molduras que corren a todo el largo de la fachada y que se funde con diferentes elementos. Está construcción es de dos pisos tiene 14 cuartos, 1 patio (51,87m²), el total de ésta es de 1390,41 m²

Los bienes patrimoniales merecen ser mantenidos, son una muestra de una época donde la arquitectura dominada por el eclecticismo fue bien acogida por toda la ciudadanía del mundo, y todo detalle bien trabajado era una muestra de la importancia de la casa y de sus propietarios.

Foto N°1.Establecimiento hospedaje.



Fuente: María José Yépez 2014.

2) Oferta Complementaria

Atractivos Turísticos

Para este estudio se tomó como referencia los atractivos que tiene gran importancia dentro del mercado turístico cuales están dentro de la categoría sitios naturales y manifestaciones culturales de la siguiente manera:

Cuadro N°1.Resumen de los atractivos turísticos

Nombre del atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía
Chimborazo	Sitio Natural	Montañas	Volcán	IV
Laguna de Colta	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna	II
Nariz del Diablo	Sitio Natural	Montaña	Cordillera	III
Tren	Manifestación Cultural	Históricas	Zonas Históricas	II
Iglesia de Balbanera	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	III
Ruinas del Monasterio de la Asunción	Manifestación Cultural	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Museo de Guano	Manifestación Cultural	Históricas	Museo	II
Artesanías de Guano	Manifestación Cultural	Etnografía	Artesanías en cuero/tejidos	II
Iglesia La Catedral	Manifestaciones Culturales	Históricas	Arquitectura Religiosa	II
Parque Sucre	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Artísticas	Parques	II

		Contemporáneas		
Parque Maldonado	Manifestaciones Culturales	Realizaciones Artísticas Contemporáneas	Parques	II
Gastronomía	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y Bebidas Típicas	II
Artesanías en Riobamba	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Artesanías	II

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Gabriela Quinde

3) Oferta sustitutiva

Establecimientos de la competencia.

CuadroN°2. Establecimientos de alojamiento del cantón Riobamba.

Establecimiento de Alojamiento	Categoría	Dirección	Teléfono	Clientes Anuales Hospedaje	Clientes Anuales Alimentación
Hotel Boutique San Pedro de Riobamba	Primera	Av. Daniel León Borja 29-50 entre Carabobo y Juan Montalvo , Riobamba	(03) 294-0586	2456	8640 6 mesas para 24 paxs
Hotel Montecarlo	Primera	10 de Agosto 25 41 entre García Moreno y	03 2953-204 / 03 2961-577	2164	21615 10mesas para 60 paxs

		España			
Hotel Mansión Santa Isabela	Primera	Jose Veloz 2848, entre Carabobo y Magdalena Davalos,	03 296-2947	3632	8640 6 mesas para 24 paxs
Total				8252	38880

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

2. Análisis de la demanda

a. Segmentación

La segmentación se obtuvo de la demanda de turistas nacionales que visitan la Reserva de Producción faunística del Chimborazo en el 2012 y los turistas extranjeros que visitan la estación del tren en 2013. En el cuadro N° 3 se encuentra detallado el resultado de cada uno de estas.

b. Universo

- Turistas Nacionales 63603 fueron tomados del Ministerio del Ambiente en la reserva de producción faunística el Chimborazo 2012.
- Turistas Extranjeros 46564 fueron tomados de los turistas que llegaron a la estación del tren datos del 2013.

c. Cálculo de la Muestra para el estudio de mercado.

La muestra se obtuvo mediante la fórmula de Cannavos.

$$n = \frac{N \cdot p \cdot q}{(N - 1) \left(\frac{e}{z}\right)^2 + (p \cdot q)}$$

Detalle de la fórmula de Cannavos

Dónde:

n: tamaño de la muestra

N: universo de estudio

e: margen de error o precisión admisible (8%)

z: nivel de confianza (1.75)

p: probabilidad de ocurrencia (0.5)

q: probabilidad de no ocurrencia (0.5)

Demanda de Turistas Nacionales

Para este estudio se aplicó el muestreo aleatorio, y para determinar la muestra se utilizó la fórmula de CANAVOS de la siguiente manera:

$$n = (63603) (0,05*0,05) / (63603-1) (0,08/1,75)^2 + (0,5*0,05)$$

$$n = (63603) (0,25) / 113,17$$

$$n = 15900,75/113,03$$

$$n = 119$$

Demanda de Turistas Internacionales

Para este estudio se aplicó el muestreo aleatorio, y para determinar la muestra se utilizó la fórmula de CANAVOS de la siguiente manera:

$$n = (46564) (0,05*0,05) / (46564-1) (0,08/1,75)^2 + (0,5*0,05)$$

$$n = (46564) (0,25) / 97,31 + 0,25$$

$$n = 11647/ 97,56$$

$$n = 119$$

Cuadro N°3. Demanda de los turistas

SECTOR	UNIVERSO	MUESTRA
Demanda de Turistas Nacionales	63603	119
Demanda de Turistas Internacionales	46564	119

Fuente: MAE 2012 ENFE 2013

Elaborado por: María José Yépez.

d. Tabulación de Resultados

i. TURISTAS NACIONALES

1. Edad

Cuadro N°4. Edad de turistas nacionales

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
16-20	11	9%
21-25	13	11%
26-30	50	42%
31-35	8	7%
36-40	19	16%
41-45	10	8%
46-50	2	2%
51-55	6	5%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

El mayor porcentaje de turistas nacionales, es el 42% de 26-30 años siguiendo el 16% de 36-40 años de edad, de 21-25 años con el 11%, y los porcentajes de menor visitan son del 9% las edades que oxidan de 16-20 siguiendo muy de cerca con el 8% de 41-45, el 5% de 51-55 y con el menor porcentaje de 46-50 años con el 2%.

2. Género

Cuadro N° 5.Género de turistas nacionales

Género	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	58	49%
Femenino	61	51%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los turistas Nacionales en su mayoría con de Género Femenino con el 51% y Masculino con el 49%.

3. Lugar de Procedencia

Cuadro N°6.Lugar de Procedencia de turistas nacionales

Lugar de Procedencia	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Riobamba	41	35%
Quito	22	19%
Guayaquil	11	9%
Cuenca	8	7%
Ambato	12	10%
Bucay	4	3%
Latacunga	6	5%
Guaranda	10	8%
Manta	5	4%
Total	119	100

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los turistas Nacionales en su mayoría son oriundos de Riobamba con el 35%, siguiéndole Quito con el 19%, seguido de Ambato con el 10%, seguido de cerca

Guayaquil con el 9%, 8% Guaranda, Cuenca con el 7%, 5% Latacunga, 4% Manta y con el menor porcentaje Bucay con el 3%.

4. Ocupación

Cuadro N° 7.Ocupación de los turistas nacionales

Ocupación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Profesional	77	65%
Estudiante	40	33%
Otro	2	2%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Nacionales el porcentaje mayor es de Profesional con el 65%, seguido de Estudiantes con el 33% y en otros el 2%.

5. Nivel de Educación

Cuadro N° 8.Nivel de educación de turistas nacionales

Nivel de Educación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	15	13%
Secundaria	41	34%
Superior	61	51%
Otros	2	2%
Total	119	100

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

El nivel de educación de los Turistas Nacionales son en la Primaria con el 13%, en la Secundaria con el 34%, el mayor porcentaje que tenemos es a nivel Superior con el 51% y otros el 2%.

6.Cuál es el principal motivo de su viaje?

Cuadro N°9.Motivo de viaje de los turistas nacionales

Motivo de viaje	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Recreación	119	100%
Compras	-	-
Congreso/ Convención	-	-
Trabajo	-	-
Otro	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

El motivo de viaje de los Turistas Nacionales con el 100% es la Recreación.

7. Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba?

Cuadro N°10.Días de permanencia de los turistas nacionales

Días dispuestos a permanecer en Riobamba	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Día	58	49%
De 2 a 3 Días	61	51%
Más de 3 Días	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Nacionales que están dispuestos a pernoctar de dos a tres días con el 51% y el 49% tan solo quieren pasar un día.

8. Acompañando de quien visita la Ciudad de Riobamba?

Cuadro N°11. Acompañados de quien visitan la ciudad de Riobamba

Acompañado de quien visita la ciudad de Riobamba	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Amigos	62	52%
Familia	49	41%
Solo	8	7%
Otros	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Nacionales visitan la Ciudad de Riobamba acompañados en su mayoría con Amigos con el 52%, seguido por Familia el 41% y Solos con el 7%.

9. Considera usted necesario la creación de un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba, que satisfaga sus necesidades de descanso?

Cuadro N°12. Creación del establecimiento de alojamiento temático

Es necesaria la creación para implementar el establecimiento de Alojamiento	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	119	100%
NO	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Nacionales consideran con el 100% que sí es necesario la creación de un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba para satisfacer las necesidades del turista.

10. Le gustaría que ofreciera el servicio de alimentos el establecimiento?

Cuadro N°13. Servicio de alimentación que ofrece el establecimiento.

Le gustaría que ofrezca el servicio de alimentación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	119	100%
No	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

El 100% de los turistas nacionales ven la necesidad que el establecimiento oferte el servicio de alimentación.

11. Qué comida le gustaría que ofrezca el establecimiento?

Cuadro N°14. Comida que ofrezca el establecimiento

Comida que le gustaría que ofrezcan	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Típica	96	81%
Nacional	13	11%
Internacional	10	8%
Todas las anteriores	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Nacionales quisieran degustar la gastronomía Típica con el 81%, la Nacional tan solo con un 11% e Internacional con el 8%.

12. Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento de Alojamiento?

Cuadro N°15. Cuantas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento

Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
2 a 3	20	17%
3 a 5	90	76%
Más de 5 personas	9	7%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Nacionales estarían dispuestos a visitar el establecimiento de Alojamiento de 3-5 con el 76%, siguiendo de 2-3 con el 17% y más de cinco personas estarían dispuestos tan solo con un 7%.

13. Con que frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en nuestro sitio?

Cuadro N°16. Frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en el establecimiento

Frecuencia de visita a Riobamba y alojamiento en nuestro sitio	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Casi nunca (anualmente)	71	60%
Pocas veces (mensualmente)	48	40%
Frecuentemente (semanalmente)	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

La frecuencia de visita que estarían dispuestos los Turistas Nacionales es Anualmente con el 60% y mensualmente con el 40%.

14. Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día en el servicio de Hospedaje?

Cuadro N°17. Estaría dispuesto a gastar por día en el servicio de hospedaje

Dispuesto a gastar por día	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$27- \$ 37	39	33%
\$38- \$ 48	80	67%
\$49 o más	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Nacionales estarían dispuestos a pagar la mayoría con el 67% de \$38-\$48, y solo con el 33% estarían dispuestos a pagar de \$27-\$37.

15. Cuándo viajan lo hace a través de ___?

Cuadro N° 18. Cuando viajan lo hace a través de

Cuándo viajan lo hacen a través de	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencia de viajes	47	39%
Independiente	72	61%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los viajes que los turistas nacionales lo hacen Independiente la mayoría de ellos con el 61% y a través de agencias de viajes solo lo hacen un 39%.

16. Cuál es su forma de pago?

Cuadro N°19. Forma de pago

Forma de pago	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Efectivo	76	64%
Tarjeta de crédito	43	36%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

La forma de pago de los Turistas Nacionales es en efectivo con el 64%, y con tarjeta de crédito es el 36%.

17. Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

Cuadro N° 20. Que medios de comunicación utiliza

Medios de comunicación utilizados	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Radio	-	-
Televisión	9	8%
Internet	110	92%
Prensa	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

El medio utilizado por los turistas nacionales para informarse en un 92% es Internet seguido por la Televisión con el 8%.

ii. TURISTAS EXTRANJEROS

1. Edad

Cuadro N°21. Edad de turistas extranjeros

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
21-25	35	29%
26-30	39	33%
31-35	19	16%
36-40	9	8%
41-45	5	4%
46-50	-	-
51-55	12	10%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

La mayoría de turistas extranjeros en su mayoría de 26-30 años de edad con el 33%, seguido de 21-25 años con el 29%, seguido de los turistas que son de 31-35 años de edad con el 16%, con el 10% de 51-55, 8% de 36-40 años de edad y tan solo con un 4% de 41-45 años de edad.

2. Género

Cuadro N°22. Género de turistas extranjeros

Género	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Masculino	53	45%
Femenino	66	55%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

El porcentaje de las personas de género Femenino son de mayor porcentaje con el 55% a diferencia del género Masculino con el 45%.

3. Lugar de Procedencia

Cuadro N°23.Lugar de procedencia de turistas extranjeros

Lugar de Procedencia	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Francia	12	10%
Alemania	19	16%
Brasil	8	7%
USA	31	26%
Reino Unido	41	34%
Colombia	8	7%
Total	119	100

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Extranjeros son del Reino Unido con el 34%, seguido por USA con el 26% luego Alemania con el 16%, Francia con el 10% y en similar porcentaje Brasil y Colombia con el 7%.

4. Ocupación

Cuadro N°24.Ocupación de turistas extranjeros

Ocupación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Profesional	74	62%
Estudiante	39	33%
Otro	6	5%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los turistas extranjeros su ocupación de ser Profesionales con el 62%, seguido de Estudiante con el 33% y otros con el 5%

5. Nivel de Educación

Cuadro N°25. Nivel de educación de turistas extranjeros

Nivel de Educación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Primaria	-	-
Secundaria	-	-
Superior	113	95%
Otros	6	5%
Total	118	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

El nivel de educación de los encuestados es de superior con el 95% y el mínimo de 5% es que tiene otro nivel de estudios.

6.Cuál es el principal motivo de su viaje?

Cuadro N°26. Motivo de viaje de turistas extranjeros

Motivo de viaje	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Recreación	86	72%
Compras	33	28%
Congreso/ Convención	-	-
Trabajo	-	-
Otro	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Extranjeros en un alto porcentaje su viaje es por recreación con el 72% y por compras que desean realizar con el 28%.

7. Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba?

Cuadro N°27.Días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba

Días dispuestos a permanecer en Riobamba	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
1 Día	11	9%
De 2 a 3 Días	96	81%
Más de 3 Días	12	10%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los turistas extranjeros que están dispuestos a pernoctar en la ciudad de Riobamba de 2 a 3 días con el 81%, un día solo el 9% y el 10% más de tres días.

8. Acompañando de quien visita la Ciudad de Riobamba?

Cuadro N°28.Acompañado de quien visita la ciudad de Riobamba

Acompañados de quien visitan	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Amigos	65	55%
Familia	38	32%
Solo	16	13%
Otros	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas visitan acompañado la ciudad de Riobamba en su mayoría son con Amigos con el 55% siguiéndole con el 32% los que visitan acompañados con la Familia y Solos el 13%.

9. Considera usted necesario la creación de un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba, que satisfaga sus necesidades de descanso?

Cuadro N°29. Creación del establecimiento de alojamiento temático

Es necesaria la creación para implementar el establecimiento de Alojamiento	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	119	100%
NO	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Extranjeros tienen la aceptación del 100%, que es necesario implementar un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba.

10. Le gustaría que ofreciera el servicio de alimentos el establecimiento?

Cuadro N° 30. Servicio de alimentación que ofrece el establecimiento.

Le gustaría que ofrezca el servicio de alimentación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	119	100%
No	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

El 100% de los turistas extranjeros ven la necesidad que el establecimiento oferte el servicio de alimentación.

11. Qué comida le gustaría que ofrezca el establecimiento?

Cuadro N° 31. Comida que le gustaría que ofrezca el establecimiento

Comida que le gustaría que ofrezcan	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Típica	82	69%
Nacional	17	14%
Internacional	9	8%
Todas las anteriores	11	9%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

La comida típica es de gran atracción para los Turistas Extranjeros con el 69%, siguiéndole con el 14% la gastronomía Nacional, la comida Internacional tiene una acogida del 8% y los turistas que desean que exista variedad en la gastronomía del local es el 9%.

12. Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento de Alojamiento?

Cuadro N°32. Cuantas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento

Con cuantas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
2 a 3	57	48%
3 a 5	49	41%
Más de 5 personas	13	11%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Las visitas al establecimiento por medio de los Turistas Extranjeros de 2 a 3 personas es el 48% siguiendo de 3 a 5 personas el 41%, y el 11% más de 5 personas.

13. Con que frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en nuestro sitio?

Cuadro N°33. Frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en el establecimiento

Frecuencia de vista a Riobamba y alojamiento en nuestro sitio	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Casi nunca (anualmente)	71	60%
Pocas veces (mensualmente)	48	40%
Frecuentemente (semanalmente)	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los turistas extranjeros les gustaría visitar la ciudad de Riobamba y alojarse anualmente el 60% y mensualmente el 40%.

14. Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día en el servicio de Hospedaje?

Cuadro N°34. Estaría dispuesto a gastar por día en el servicio de hospedaje

Dispuesto a gastar por día	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
\$27- \$ 37	26	22%
\$38- \$ 48	62	52%
\$49 o más	31	26%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Extranjeros estarían dispuestos a pagar \$38- \$ 48 con el 52%, seguido de \$49 dólares o más con el 26% y solo el 22% \$27- \$ 37.

15. Cuándo viajan lo hace a través de ___?

Cuadro N°35. Cuando viajan lo hace a través de

Viajan a través de	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Agencia de viajes	50	42%
Independiente	69	58%
Total	119	100 %

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

El viaje los Turistas Extranjeros lo hacen a través en su mayoría independiente con el 58% y el 42% por Agencia de Viajes.

16.Cuál es su forma de pago?

Cuadro N° 36. Forma de pago

Forma de pago	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Efectivo	51	43%
Tarjeta de crédito	68	57%
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los Turistas Extranjeros el pago lo realizan en su mayoría es con tarjeta de crédito con el 57% y en efectivo con el 43%.

17. Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

Cuadro N°37. Que medios de comunicación utiliza

Medios de comunicación para informarse	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Radio	-	-
Televisión	-	-
Internet	119	100%
Prensa	-	-
Total	119	100%

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Estudio de mercado – Aplicación de encuestas

Los turistas extranjeros utilizan como medio de información el Internet con el 100%.

e. Turista Nacional

Los turistas nacionales que visitan la provincia de Chimborazo tienen de 30-36 años de edad con el 42%, la visita a la reserva de producción faunística del Chimborazo son de turistas en su mayoría son de género femenino son 51%, los que realizan turismo son Riobambeños seguido por turistas de la ciudad de Quito con el 19%, de las personas encuestadas son profesionales con el 65% con una educación a nivel de Superior el 51%, el 100% del motivo de viaje de los turistas es por recreación, ellos quisieran pernoctar en la ciudad de Riobamba de dos a tres días con el 51%, sus viajes lo hacen en compañía de amigos con el 52%, piensan que es necesario e indispensable el 100% la creación de un establecimiento de alojamiento temático colonial en el centro histórico de la ciudad de Riobamba, que oferte también el servicio de alimentación, desean degustar la gastronomía típica eso nos indica el 81% de los encuestados, los turistas estarían dispuestos a visitar el establecimiento de alojamiento de 3-5 días con el 76%, el 60% de los turistas encuestados estarían dispuestos a visitar la ciudad de Riobamba anualmente y alojarse en el establecimiento de alojamiento y 67% están dispuestos a pagar de \$38-\$48, los viajes que los turistas nacionales lo realizan es de forma independiente con el 61% su forma de pago el 64% es en efectivo, el medio que utilizan para informarse es el Internet con el 92%.

f. Turista Internacional

Los turistas extranjeros que visitan la provincia de Chimborazo en su mayoría son de 26-30 años de edad con el 33%, son de sexo femenino quienes más visitan con el 55%, los turistas que más nos visitan son del Reino Unido con el 40%, seguido por USA con el 26%, la ocupación de los turistas son profesionales con el 62%, el nivel de educación de los encuestados es superior con el 95%, el motivo de su viaje es por recreación con el 72%, están interesados el 81% en pernoctar en la ciudad de Riobamba de 2 a 3 días, prefieren la compañía de sus amistades con el 55%, la aceptación de todos los encuestados fue con el 100% para implementar un establecimiento de alojamiento temático colonial en el centro histórico de la ciudad de Riobamba, les que se oferte el servicio de alimentación con el 100%, la comida típica es de gran aceptación para los turistas extranjeros con el 69%, la visita al establecimiento de alojamiento sería de 2 a 3 personas con 48%, con la posibilidad de alojarse anualmente eso nos respondió el 60% y estarían dispuestos a pagar de \$38- \$ 48 con el 52%, los contactos lo hacen a través en su mayoría independiente con el 58%, el pago usualmente lo realizan con tarjeta de crédito el 57% de los turistas encuestados, también con el 100% utilizan como medio de información el Internet.

3. Proyección de la oferta y demanda

a. Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años.

1) Proyección de la demanda potencial para el alojamiento

El 100% de los turistas nacionales manifiestan de manera positiva que desean alojarse en el establecimiento, es decir:

$63603 * 100\% = 63603$ turistas nacionales potenciales.

De igual manera el 100% en los turistas internacionales manifestaron positivamente que desean alojarse en el establecimiento de alojamiento

$46564 * 100\% = 46564$ turistas internacionales potenciales.

Para la proyección de la demanda potencial se utilizó el método del incremento compuesto, para lo cual se agrupó el valor total de los turistas nacionales e internacionales que desean alojarse en el establecimiento de alojamiento temático colonial (110.167 clientes potenciales), estos datos se tomó de la cuesta aplicada a los turistas en la pregunta nueve, en la que los turistas piensan que es necesario la creación de un establecimiento de alojamiento temático colonial, en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba, que satisfaga las necesidades de descanso. Con el índice de crecimiento del 7%.

Cuadro N°38.Proyección de la demanda potencial del establecimiento de alojamiento

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2014	110167
2015	117879
2016	126130
2017	134959
2018	144406
2019	154515

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°39.Proyección de la demanda potencial del restaurante.

AÑO	DEMANDA PROYECTADA
2014	110167
2015	117879
2016	126130
2017	134959
2018	144406
2019	154515

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

b. Proyección de la oferta potencial para los 5 próximos años.

1) Proyección de la oferta potencial para el alojamiento y restaurante.

Para la proyección de la oferta potencial del alojamiento se utilizó el método del incremento compuesto, para lo cual se calculó tomando como base el número de clientes anuales del 2012 que se hospedaron en los diferentes establecimientos competitivos, el cual es de 8252 clientes anuales hospedadas, este valor se obtuvo del análisis de la oferta, para el restaurante se obtuvo como parte de la investigación de campo en cada establecimiento de la competencia 38880.

Cuadro N°40.Proyección de la oferta potencial para el alojamiento.

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2012	8252
2013	8830
2014	9448
2015	10109
2016	10817
2017	11574

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°41.Proyección de la oferta potencial para el Restaurante

AÑO	OFERTA PROYECTADA
2012	38880
2013	41602
2014	44514
2015	47630
2016	50964
2017	54531

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

c. Demanda insatisfecha proyectada para el alojamiento.

Para calcular la demanda insatisfecha se restó entre la demanda potencial y la oferta potencial de cada año

Cuadro N°42.Proyección de la demanda insatisfecha para el alojamiento.

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA
2014	110167	8252	101915
2015	117879	8830	109049
2016	126130	9448	116682
2017	134959	10109	124850
2018	144406	10817	133590
2019	154515	11574	142941

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°43.Proyección de la demanda insatisfecha para el restaurante.

AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA
2014	110167	38880	71287
2015	117879	41602	76277
2016	126130	44514	81616
2017	134959	47630	87330
2018	144406	50964	93443
2019	154515	54531	99984

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

d. Demanda objetivo Proyectado.

Para calcular la demanda objetivo se tomó el 5,5% de la demanda insatisfecha para el alojamiento ya que con esto, se puede iniciar con el funcionamiento del proyecto turístico y tengo espacio suficiente para poder atender con calidad. Para el cálculo de la

demanda objetivo de la alimentación se tomó el 10% ya que tengo la expectativa para atender a los comensales.

1) Demanda objetivo proyectada para el establecimiento de alojamiento.

Cuadro N°44. Demanda objetivo proyectado para el alojamiento.

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVO (5,5%)
2014	101915	5605
2015	109049	5998
2016	116682	6418
2017	124850	6867
2018	133590	7347
2019	142941	7862

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

2) Demanda objetivo proyectada para el restaurante

Cuadro N°45. Demanda objetivo proyectado para el restaurante

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	DEMANDA OBJETIVO (10%)
2014	71287	7129
2015	76277	7628
2016	81616	8162
2017	87330	8733
2018	93443	9344
2019	99984	9998

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

3) Número de clientes proyectado para los 5 años.

Para conocer el número de clientes proyectados se enfocó en la demanda objetivo, la cual se calculó con el 5,5% del alojamiento y del 10% de alimentación de la demanda insatisfecha, de ahí se proyectó para los 5 años, de esta manera se conoció el número de clientes anuales, mensuales, semanales y diarios.

Cuadro N°46.Número de clientes proyectados para el alojamiento

AÑO	ANUAL	MENSUAL	SEMANTAL	DIARIO
2014	5605	467	107	15
2015	5998	500	115	16
2016	6418	535	123	18
2017	6867	572	132	19
2018	7347	612	141	20
2019	7862	655	151	22

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°47.Número de clientes proyectados para el restaurante

AÑO	ANUAL	MENSUAL	SEMANTAL	DIARIO
2014	7129	594	137	20
2015	7628	636	146	21
2016	8162	680	157	22
2017	8733	728	167	24
2018	9344	779	179	26
2019	9998	833	192	27

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

B. ESTUDIO TECNICO

1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

a. Localización del proyecto

1) Macro localización

El presente proyecto de turismo sostenible con visión de conservación patrimonial se localiza en:

País: Ecuador

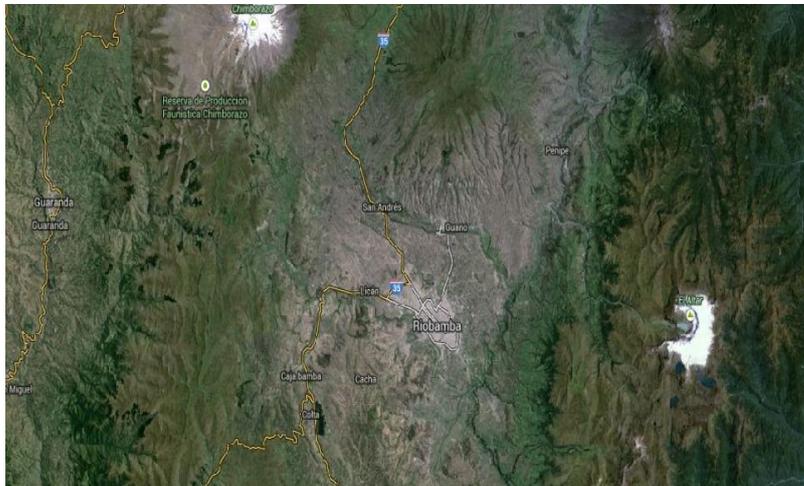
Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Parroquia: Veloz

Ubicado en el centro de la Ciudad de Riobamba.

Gráfico N°2. Macro localización de la ciudad de Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

2) Micro localización

Se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Riobamba en las coordenadas proyectadas UTM – WGS – 84 – Zona 17s.

X: 9'815.600

Y:778.170

Gráfico N°3. Micro localización de la empresa



Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

b. Tamaño del proyecto

1) Número de clientes proyectados

Para conocer el número de clientes proyectados se enfocó en la demanda objetivo, la cual se calculó con el 5% de la demanda insatisfecha, está es la expectativa de la empresa turística con la quien inicia sus actividades turísticas, de ahí se proyectó para los 5 años, de está manera se conoció el número de clientes anuales, mensuales, semanales y diarios.

Las proyecciones tuvieron un resultado de 15 pax para prever un servicio personalizado y mejorado en la empresa de alojamiento hotelero, también se conoció la proyección para el restaurante con 20 pax en alimentación.

Cuadro N°48. Número de clientes proyectados para el alojamiento

AÑO	ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIO
2014	5605	467	107	15
2015	5998	500	115	16
2016	6418	535	123	18

2017	6867	572	132	19
2018	7347	612	141	20
2019	7862	655	151	22

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°49.Número de clientes proyectados para el restaurante

AÑO	ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIO
2014	7129	594	137	20
2015	7628	636	146	21
2016	8162	680	157	22
2017	8733	728	167	24
2018	9344	779	179	26
2019	9998	833	192	27

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

2) Terreno

La adquisición de la construcción con el terreno es familiar, y será destinado para los arreglos y la adecuación para la empresa hotelera.

c. Tipología de la construcción

Como la construcción existe y las adecuaciones son pocas para la distribución de los diferentes departamentos para servir a huésped y la distribución de las habitaciones.

1) Condiciones Ambientales

a) **Temperatura:** 14 °C

b) **Altitud:** 2.754 m.s.n.m

c) **Precipitación :** 500 a 1.000 mm³

2) Tipos de materiales

Cuadro N°50. Los materiales de la construcción

Estructura	Auto portante y madera
Piso	Hormigón simple
Sobre piso	Entablado, Vinyl, Cerámica, En cementado
Paredes de Exteriores	Adobe
Paredes de Interiores	Adobe
Enlucidos	Mortero
Cubiertas	Gypsum, Estuco (carrizo-esterá), madera
Estructura de la cubierta	Madera
Tumbados	Carrizo, Esterá y Estuco
Instalaciones Eléctricas	Alambre rígido
Cerraduras	Nacional
Ventanas	Madera
Vidrios	Claro de 4mm
Pintura Exterior	Latex
Pinturas Interior	Latex
Revestimiento Interiores	Cerámica (baño)
Escaleras	Madera
Rejas	Madera
Muebles Empotrados	Bajos de cocina, Armarios / Tablero MDF
Instalaciones Sanitarias	PDV
Sanitarios	Juegos
Puertas Exteriores	Mamparas de madera
Puertas Interiores	Madera panelada
Grifería	Nacional

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Arq Julio López

2. Diseño técnico arquitectónico

1) Programación del Hostal

Cuadro N°51.Programación del Hostal

Hostal			
Nivel	Departamento	Descripción	Cantidad
Administrativo	Gerencia	Oficina	1
Comercial	Recepción	Sala de espera	1
		Baño	1
Productiva	Alimentación	Restaurante	
		Mesas para cuatro personas	9
		Mesas para seis personas	1
		Mesas para ocho personas	1
		Patio	
		Mesas para cinco personas	5
	Alojamiento	Habitación Matrimonial	2
		Habitación Simple	7
		Habitación Doble	3
	Bodega	Cuarto	1

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

2) Características de la construcción

Es una casa que desarrolla su planta arquitectónica en un solar de proporciones muy simétricas, además se halla en una zona de topografía regular, se dispone en el centro un espacio para el patio rodeado por galerías porticadas resueltas con el sistema de pilastras o columnas ensambladas con soleras. El ingreso principal se ubica en el centro de la fachada y es acompañado por un zaguán que desemboca en la galería frontera; en el ángulo derecho se desarrolla la grada que sirve al segundo nivel, lo componen varios cuartos y ambientes definidos por paredes con el tradicional espesor, paredes que son auto soportantes y soportantes de toda la estructura de madera de pisos y cubierta.

La estructura del hostel es de la época republicana, cuenta con el cimiento de piedra, paredes algunas de adobe – ladrillo la estructura de la cubierta es de madera con teja/asbesto.

Las molduras son de enmarcamientos, ménsulas, filetes, fajones, bandas, denticulos, carenados, balaustres, cornisas, claves, friso, escudetos.

3) Análisis de la infraestructura turística

a) Rubro de la infraestructura turística.

Para saber el precio real del bien inmueble se avaluó con el respectivo porcentaje de depreciación ya que es un bien inmueble histórico.

i. Avalúo

Cuadro N°52. Avalúo de la infraestructura

Costo por m² para edificación tipo medio USD \$250,00 c/m²
Factor multiplicador 1,30
Porcentaje de revaloración: 50%
Tiempo de construcción 90 años
Vida técnica útil: 65 años

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Arq. Julio López.

ii. Valor de Reposición

Cuadro N°53. Valor de reposición

Concepto	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Construcción				
Tipo 1- Planta Baja-				
Locales Comerciales	m ²	182,00	325,00	59.150,00
Tipo 2	m ²			
P.B. Vivienda	m ²	164,05	325,00	53.316,25
P.B. Corredores – Gradadas	m ²	87,03	146,25	12.728,14

P.B. Patio	m ²	51,87	26,00	1.348,62
P.B. Viviendas	m ²	361,74	325,00	117.565,50
P.A. Corredores	m ²	58,07	146,25	8.492,74
Terreno	m ²	485,65	448,00	217.571,20
TOTAL				470.172,45

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Arq Julio López

Valor de Reposición: 470172,45

iii. Valor con depreciación

Cuadro N°54. Valor con depreciación

Concepto	Unidad	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Construcción				
Tipo 1- Planta Baja-				
Locales Comerciales	m ²	182,00	157,30	28.628,60
Tipo 2	m ²			
P.B. Vivienda	m ²	164,05	136,50	22.392,83
P.B. Corredores – Gradadas	m ²	87,03	61,43	5.345,82
P.B. Patio	m ²	51,87	9,88	512,48
P.B. Viviendas	m ²	361,74	143,00	51.728,82
P.A. Corredores	m ²	58,07	55,57	3.227,25
Terreno	m ²	485,65	448,00	217.571,20
TOTAL				329.406,20

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Arq Julio López

Valor Depreciado: 329.406,99

iv. Valores del bien inmueble

Cuadro N° 55.Valores del bien inmueble

Terreno	428,65 m ²
Construcción	904,76 m ²
Precio total del avalúo de la construcción con el terreno	\$ USD 307.039,83

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Arq Julio López

b) Rubro del baño

Cuadro N°56.Rubro de los baños

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Lavabo y taza	13	160,00	2080,00
Ducha con puerta e instalaciones	13	130,00	1690,00
Planchas de gypsum	26	100,00	2600,00
TOTAL			6370,00

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

3. Definición del proceso productivo

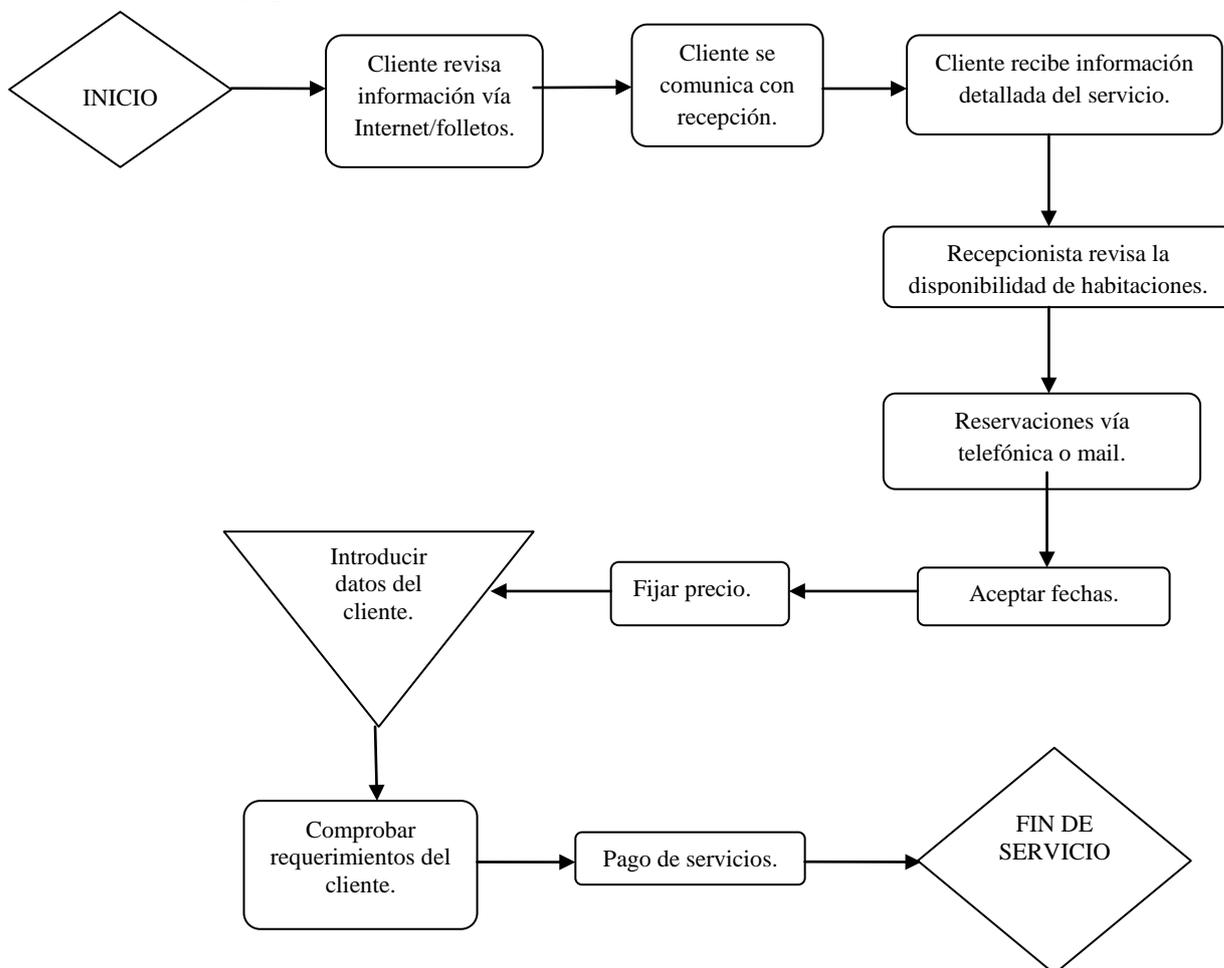
1) Flujogramas de proceso productivo.

La producción del hostel depende de varios departamentos que deben ir orientados para dar un buen servicio que satisfaga las necesidades de cada cliente o huésped, así brindando un buen servicio de calidad para así llegar ha ser uno de los principales sitios de alojamiento y alimentación recomendados en la ciudad de Riobamba.

a) Servicio de Recepción

Flujograma de reservaciones

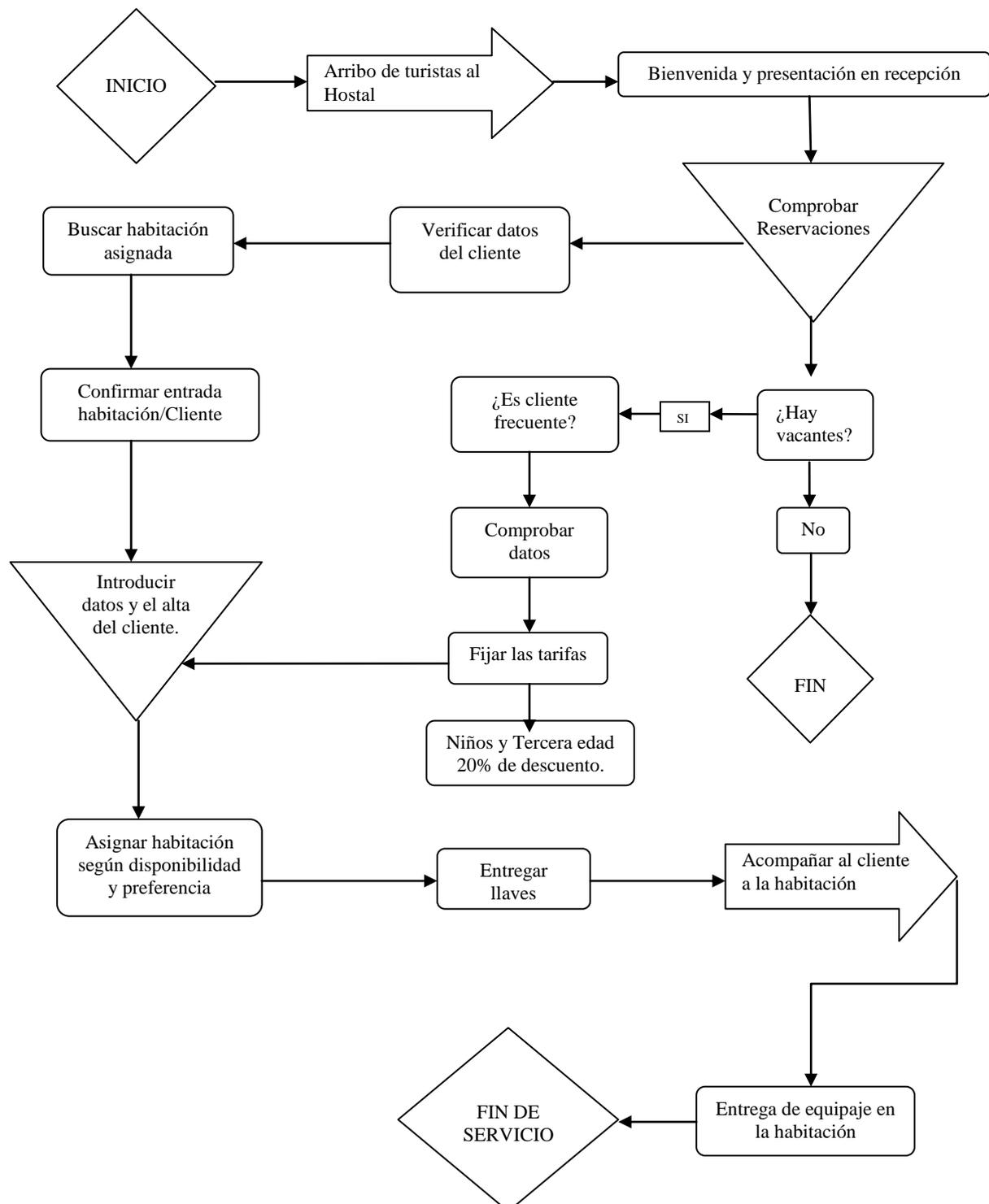
Gráfico N°4. Flujograma de reservaciones



b) Servicio de Hospedaje

Flujograma de servicio de hospedaje

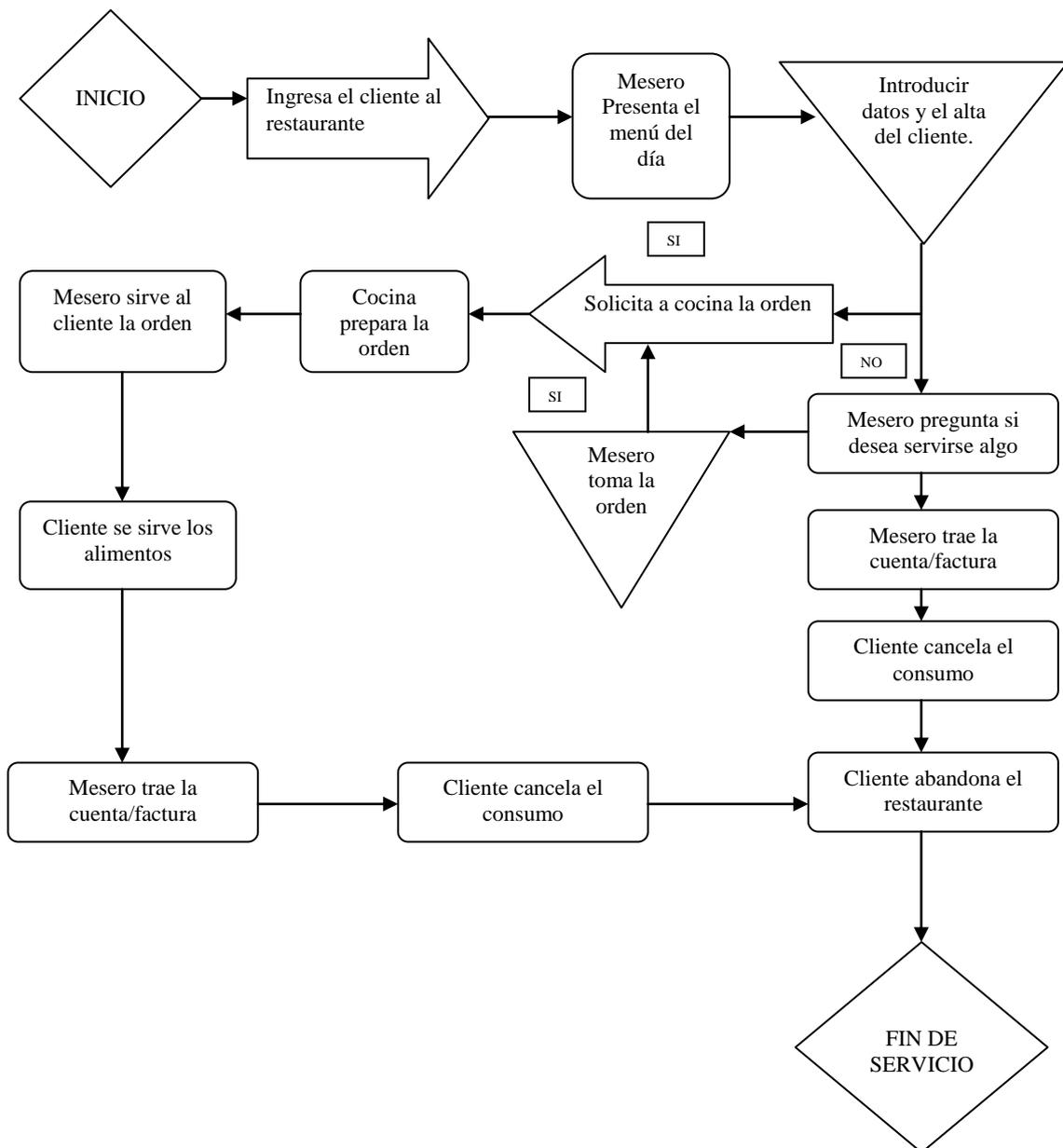
Gráfico N°5. Flujograma de hospedaje



c) Servicio de alimentación

Flujograma de servicio de alimentación

Gráfico N° 6. Flujograma de alimentación



2) Cuadros de procedimiento

Cuadro N°57.Procedimiento administrativo

PROCESO: Administrativo			
N° ACTIV	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	CRITERIO DE CALIDAD
1	Planificar y desarrollar los servicios turísticos ofertados	Gerente	Realizar investigaciones de mercado para determinar productos turísticos y servicios.
2	Registrar la venta del producto turístico.	Contador	Establecer un sistema de contabilidad.
3	Cumplir y hacer cumplir cuidados de higiene y apariencia personal.	Gerente	Supervisar la presentación del personal.
4	Asegurar la satisfacción del cliente	Gerente	Analizar los reportes de investigación de satisfacción de los clientes, sugerencias y reclamos de los servicios otorgados y aplicar las acciones correctivas necesarias.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°58.Procedimiento para realizar una reservación.

PROCESO: REALIZAR LA RESERVACIÓN.			
N° ACTIV.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	CRITERIO DE CALIDAD
1	Receptar llamadas telefónicas y revisar mails de posibles clientes.	Recepcionista.	Establecer y revisar métodos y procedimientos operacionales.

2	Brindar información acerca de las facilidades que ofrece el hostel y los precios.	Recepcionista.	Establecer estándares de tiempo y calidad para servicios y productos.
3	Receptar confirmación de la compra del servicio.	Recepcionista.	Confirmación del depósito de dinero.
4	Orientar al equipo sobre atenciones especiales, privacidad del huésped, seguridad y emergencias.	Recepcionista.	Asegurar que el servicio sea ejecutado conforme a las políticas y estándares mínimos de calidad.
5	Asegurar la satisfacción del cliente.	Recepcionista.	Aplicar métodos de evaluación de satisfacción del cliente.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°59. Procedimiento para realizar la preparación de una habitación.

PROCESO: PREPARAR UNA HABITACIÓN.			
N° ACTIV.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	CRITERIO DE CALIDAD
1	Limpiar, asear y ordenar las habitaciones y elementos de la habitación aplicando procedimientos o estándares mínimos.	Camarera de habitaciones.	Hacer inspección visual de la apariencia y calidad después de la finalización del servicio del ordenamiento y limpieza.
2	Realizar el montaje de cama.	Camarera de habitaciones.	Disponible para el uso.
3	Arreglar y ordenar menaje de acuerdo con los requerimientos del huésped.	Camarera de habitaciones.	Verificar la integridad de las instalaciones y la ausencia de algún elemento que perjudique la prestación final de la

			habitación.
4	Entrega de habitación al huésped.	Camarera de habitaciones.	Comprobar al satisfacción del cliente.
5	Hacer la cama, reponer toallas, sábanas y otros elementos del menaje de la habitación ocupada.	Camarera de habitaciones	Hacer inventario de cada habitación y la bodega de piso.
6	Retirar el menaje de servicio a la habitación.	Camarera de habitaciones	Limpieza de habitación para uso de un nuevo huésped.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°60. Procedimiento para realizar la preparación de los alimentos

PROCESO: Preparación de alimentos			
N° ACTIV.	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	CRITERIO DE CALIDAD
1	Presentar sugerencia de menú y precio.	Chef de cocina.	Verificar el contenido nutricional del menú y sus respectivas cantidades.
2	Recibir y analizar la orden de servicio.	Chef de cocina.	Verificar la aplicación de procedimientos de higiene y seguridad de alimentos.
3	Preparación y cocción de los alimentos.	Chef de cocina.	Verificar la limpieza de máquinas, instrumentos y utensilios.
4	Disposición de montaje del plato.	Chef de cocina.	Verificar si está en buena presentación el plato a servirse.
5	Entregar orden de servicio al mesero	Chef de cocina.	Verificar si está completo el pedido.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°61.Procedimiento para realizar la preparación de la mesa

PROCESO: PREPARACIÓN DE LA MESA			
N° ACTIV	DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD	RESPONSABLE	CRITERIO DE CALIDAD
1	Limpiar la mesa	Mesero	Verificar la limpieza de la mesa.
2	Marcar la ubicación de los puestos con la servilleta.	Mesero	Utilizar el criterio de no realizar mayores dobleces en la servilleta para mantener los niveles de higiene exigidos.
3	Se marca petite menage, que estará comprendido por sal, pimienta, azúcar regular y dietética y tintura.	Mesero	Procurar mantener limpios los recipientes y frescos sus contenidos.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

3) Tarifas y Plan de alojamiento

a) Plan

El plan es Europeo comprende en que el huésped paga solamente el alojamiento y no se incluye ningún tipo de alimento ni bebidas. Si utiliza algún servicio del establecimiento, le será cargado en su cuenta de extras.

b) Tarifas

i. Alojamiento

El servicio de alojamiento es de \$36,00 por persona; Para personas de la tercera edad y niños es menos el 20%.

ii. Alimentación

En el restaurante existe varios platos entre ellos encontramos:

Cuadro N°62.Menú del restaurante.

MENU		
Entradas	Quimbolitos	0,89
	Tamales	1,07
Sopa	Quinoa con queso	1,15
	Locro de cuero	2,93
Platos fuertes	Fritada	6,37
	Cuy con papas	15,87
Postres	Dulce de higos	3,75
	Batido de babacos	1,15
	Manzanas al horno con arropo de mora	2,62
Bebidas	Agua con gas	1,30
	Agua sin gas	1,00
	Gaseosa	1,00
	Té helado	1,12
	Limonadas	0,75
	Batidos	1,87
	Jugos	1,69
	Cerveza	2,00
Extras	Hagas con queso	1,75
	Choclos con queso	1,59

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

4) Recetas del menú a ofrecer

Las recetas se han realizado de acuerdo a las necesidades de los clientes con gastronomía variada con platos típicos e internacionales así distinguiéndose del resto empresas de alojamiento en la ciudad de Riobamba dando un toque exquisito con un lugar acogedor para saborear los manjares que se ofrece.

Cuadro N°63. Receta de Quimbolitos

Receta de Quimbolitos (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Harina de Maíz	4	Onzas	0,72
Huevos	4	Unidad	0,6
Mantequilla	4	Onzas	0,56
Queso	4	Onzas	1,2
Azúcar	4	Onzas	0,32
Achira	14	Unidad	1,35
Materia prima			4,75
Costos Varios (20%)			0,95
Costo Total de la Preparación			5,70
Costo por pax			0,41
Utilidad (35%)			0,14
Precio potencial de la venta			0,55
IVA (12%)			0,07
Servicio (25%)			0,14
Mano de Obra (25%)			0,14
Total por Porción			0,89
Preparación			

Bata la mantequilla junto con el azúcar hasta lograr una crema suave. Agregue de una en una las yemas y bata después de cada adición. Luego añada poco a poco la harina de maíz cernida, después el queso rallado y por último, sin batir y sólo revolviendo suavemente las claras a punto de nieve.

Limpie bien las hojas de achira por los dos lados con un paño húmedo, póngalas sobre una tabla con el revés hacia arriba y, comenzando desde la punta hacia el lado donde termina la vena, páseles el rodillo; con esa presión conseguirá cortar la vena.

Voltee las hojas hacia arriba, doble primero un costado, luego el otro, en seguida una punta y finalmente la otra. Coloque los Quimbolitos en una tamalera en la cual habrá puesto a hervir agua hasta el nivel de la tapa agujerada. Como el agua no debe tocar los quimbolitos, para mayor seguridad ponga unas hojas de achira debajo de ellos. Colóquelos en forma alterna para que el vapor suba con facilidad. Tape la tamalera y deje cocinar durante 30 minutos.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°64. Receta de Tamales

Receta de Tamales (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Harina de Maíz	10	Onzas	1,8
Huevos	7	Unidad	1,05
Mantequilla	10	Onzas	1,4
Queso	10	Onzas	1,1
Azúcar	2	Onzas	0,16
Sal	2	Onzas	0,18
Materia prima			5,69

Costos Varios (20%)	1,14
Costo Total de la Preparación	6,83
Costo por pax	0,49
Utilidad (35%)	0,17
Precio potencial de la venta	0,66
IVA (12%)	0,08
Servicio (25%)	0,16
Mano de Obra (25%)	0,16
Total por Porción	1,07

Preparación:

Bata la mantequilla, la sal y el azúcar hasta obtener una textura cremosa. Agregue huevos, uno tras otro, batiendo bien después de cada adición; agregue la harina de maíz; mezcle bien y, por último. Incorpore el queso. Arme los tamales, en la decoración utilice queso. Cocínelos al vapor durante 30 minutos, en una tamalera.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°65. Receta de sopa de quinoa con queso

Sopa de Quinoa con queso (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Quinoa	2	Libras	2,56
Papas	2	Libras	0,8
Cebolla Blanca	4	Onzas	0,6
Mantequilla	4	Onzas	0,56
Leche	2	Tazas	0,5
Queso	4	Onzas	0,44
Perejil	4	Onzas	0,3

Sal	4	Onzas	0,36
Materia prima			6,12
Costos Varios (20%)			1,224
Costo Total de la Preparación			7,344
Costo por pax			0,52
Utilidad (35%)			0,18
Precio potencial de la venta			0,71
IVA (12%)			0,08
Servicio (25%)			0,18
Mano de Obra (25%)			0,18
Total por Porción			1,15
Preparación:			
Ponga en una olla la quinoa; cúbrala con agua y cocínela hasta que el grano esté suave. Aparte haga un refrito al caldo, además de las papas. Sazone con sal. Cundo las papas estén bien cocidas, agregue la leche y el queso. Para servir, agregue el perjil picado.			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°66. Receta de locro de cuero reventado

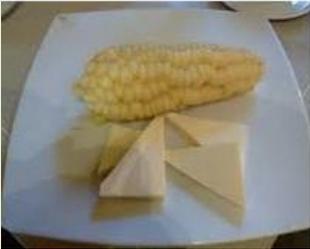
Locro de cuero reventado (PAX20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Cuero reventado	2	Libra	4
Papas	4	Libra	1,6
Col	9	Onzas	1
Cebolla blanca	7	Onzas	1,05
Aceite	4	mililitros	0,8

Maní tostado	4	Onzas	0,5
Leche	1	Taza	0,25
Perejil	2	Onzas	0,1
Achiote	2	Onzas	0,5
Sal	2	Onzas	0,18
Aguacate	7	Unidad	5,25
Comino	2	Onzas	0,4
Materia prima			15,63
Costos Varios (20%)			3,13
Costo Total de la Preparación			18,76
Costo por pax			1,34
35% Utilidad			0,47
Precio potencial de la venta			1,81
IVA			0,22
22% de servicio			0,45
mano de obra 25%			0,45
Total por Porción			2,93
Preparación:			
En una olla, haga un refrito con la cebolla, el aceite, achiote, sal y comino. Agregue las papas y sofría un poco. Añada el maní y la leche. Deje hervir durante 10 minutos. Ponga la lonja o el cuero en trozos, luego la col y 2 litros de agua hirviendo. Deje cocinar hasta que las papas estén muy suaves.			
Compruebe el nivel de sal, agregue perejil y retire del fuego.			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°67. Receta de choclos cocidos

Receta de Choclos Cocidos (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Choclos tiernos	14	Unidad	4,20
Queso	14	Tajas	4,00
Cucharita de azúcar	4	Onzas	0,08
Sal	2	Onzas	0,18
Materia prima			8,46
Costos Varios (20%)			1,69
Costo Total de la Preparación			10,15
Costo por pax			0,73
Utilidad (35%)			0,25
Precio potencial de la venta			0,98
IVA (12%)			0,12
Servicio (25%)			0,24
Mano de Obra (25%)			0,24
Total por Porción			1,59
Preparación:			
<p>Pele y lave los choclos, colóquese en una olla y cúbralos con agua. Agrégueles una cucharita de azúcar y póngales encima algunas hojas tiernas.</p> <p>Tape la olla y cocine los choclos hasta que el grano esté suave. Escúrrales el agua y sívalos con tajadas de queso y con ají.</p>			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°68. Receta de habas con queso

Receta de Habas con Queso (PAX20)			
Fotografía:			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Habas	5	Libra	5,00
Queso	14	Unidad	4,00
Sal	4	Onzas	0,36
Materia prima			9,36
Costos Varios (20%)			1,87
Costo Total de la Preparación			11,23
Costo por pax			0,80
Utilidad (35%)			0,28
Precio potencial de la venta			1,08
IVA (12%)			0,13
Servicio (25%)			0,27
Mano de Obra (25%)			0,27
Total por Porción			1,75
Preparación:			
Coloque las habas en abundante agua en una olla dejar cocinar aproximadamente de 25 a 30 minutos hasta que estén suaves para servir con una rodaja de queso.			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°69. Receta de la Fritada

Receta de la Fritada (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Carne de Cerdo	9	Libras	27,00
Cebolla blanca	10	Unidad	1,5
Ajo	4	Onzas	0,40
Cerveza	4	Mililitros	0,25
Agua	4	Mililitros	0,25
Sal	2	Onzas	0,18
Comino	2	Onzas	0,40
Mote	4	Libras	2,00
Maduro	8	Unidad	2,00
Materia prima			33,98
Costos Varios (20%)			6,80
Costo Total de la Preparación			40,78
Costo por pax			2,91
Utilidad (35%)			1,02
Precio potencial de la venta			3,93
IVA (12%)			0,47
Servicio (25%)			0,98
Mano de Obra 25%			0,98
Total por Porción			6,37
Preparación:			
Lave la carne y córtela en tozos medianos. Póngala en una paila o en un perol grueso y agregué sal, comino, la cebolla, el ajo, 2 tazas de agua y cerveza al gusto. Cocínela y dórela, revolviendo ocasionalmente.			
Nota: Es un plato muy popular en Ecuador, se sirve generalmente con maduro y mote.			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°70. Receta de cuy con papas

Receta de Cuy con Papas (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Cuy	7	Unidad	70,00
Papas	7	Libras	2,80
Lechuga	3	Unidad	3,00
Cebolla colorada	5	Unidad	1,00
Tomate	5	Unidad	1,50
Cilantro	1	Unidad	0,25
Sal	2	Onzas	0,18
Aceite	medio	Litro	1,50
Ajo	16	Onzas	1,50
Perejil	1	Unidad	0,05
Limón	7	Unidad	0,70
Achiote	medio	Litro	2,00
Materia prima			84,48
Costos Varios (20%)			16,90
Costo Total de la Preparación			101,38
Costo por pax			7,24
Utilidad (35%)			2,53
Precio potencial de la venta			9,78
IVA (12%)			1,17
Servicio (25%)			2,44
Mano de Obra (25%)			2,44
Total por Porción			15,84
Preparación:			
Lave bien el cuy y córtelo en presas. Alíñelo con sal, el ajo y el comino y			

déjelo reposar durante horas. Al día siguiente asar hasta dorarlas. Sirva el cuy acompañado de papas cocidas.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°71. Receta del dulce de higos

Receta del Dulce de Higos (PAX 20)



Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Higos	28	Unidad	2,80
Ladrillos de panela	8	Unidad	12,00
Canhela	2	Unidad	1,00
Queso	14	Unidad	4,20
Materia prima			20,00
Costos Varios (20%)			4,00
Costo Total de la Preparación			24,00
Costo por pax			1,71
Utilidad (35%)			0,60
Precio potencial de la venta			2,31
IVA (12%)			0,28
Servicio (25%)			0,58
Mano de Obra (25%)			0,58
Total por Porción			3,75

Preparación:

Corte en cruz el extremo más delgado de los higos (o sea la punta que estuvo unida al árbol), de manera que el corte no alcance a llegar a la mitad de la fruta. Lávelos en agua fría y déjelos en remojo en abundante agua; póngales un peso encima para que no floten y déjelos así toda la noche.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°72. Batidos de babacos

Batido de Babacos (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Babacos	2	Unidad	2
Azúcar	2	Libras	1,2
Huevos	7	Unidad	0,91
Chocolate	1	Unidad	2
Materia prima			6,11
Costos Varios (20%)			1,22
Costo Total de la Preparación			7,33
Costo por pax			0,52
Utilidad (35%)			0,18
Precio potencial de la venta			0,71
IVA (12%)			0,08
Servicio (25%)			0,18
Mano de Obra (25%)			0,18
Total por Porción			1,15
Preparación:			
Lave, pele y ralle el babaco. Póngalo en una paila, agréguele el azúcar y cocínelo revolviendo hasta que tome punto de bola. Retire del fuego la paila y siga batiendo hasta que la mezcla se enfríe. Sin dejar de batir agregue poco a poco las claras. Vierta el batido en una dulcera y sírvalo frío.			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°73. Manzanas al horno con arropo de mora

Manzanas al horno con arropo de Mora (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Manzanas	14	Unidad	4,2
Mantequilla	14	Onzas	1,96
Mora	3	Libras	6
Azúcar	3	Libras	1,8
Materia prima			13,96
Costos Varios (20%)			2,79
Costo Total de la Preparación			16,75
Costo por pax			1,20
Utilidad (35%)			0,42
Precio potencial de la venta			1,62
IVA (12%)			0,19
Servicio (25%)			0,40
Mano de Obra (25%)			0,40
Total por Porción			2,62
Preparación:			
Sáqueles el corazón a las manzanas. Póngale a cada fruta una cucharada de arropo; y colóquelas en un molde engrasado. Aseles en horno medio hasta que doren. Sírvalas frías o calientes.			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°74. Receta de batidos

Receta Batidos (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Pulpa de fruta	1	Unidad	4,00
Azúcar	2	Libra	2,00
leche	4	Litros	4,00
Materia prima			10,00
Costos Varios (20%)			2,00
Costo Total de la Preparación			12,00
Costo por pax			0,86
Utilidad (35%)			0,30
Precio potencial de la venta			1,16
IVA (12%)			0,14
Servicio (25%)			0,29
Mano de Obra (25%)			0,29
Total por Porción			1,87
Preparación:			
Poner en la licuadora leche la fruta y azúcar al gusto batir cernir y servir.			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°75. Receta de jugos

Receta de Jugos (PAX 20)			
			
Producto	Cantidad	Unidad	Costo
Pulpa de fruta	1	Unidad	4,00
Azúcar	2	Libra	2,00
Agua	4	Litros	3,00
Materia prima			9,00
Costos Varios (20%)			1,8
Costo Total de la Preparación			10,8
Costo por pax			0,77
Utilidad (35%)			0,27
Precio potencial de la venta			1,04
IVA (12%)			0,12
Servicio (25%)			0,26
Mano de Obra (25%)			0,26
Total por Porción			1,69
Preparación:			
Poner en la licuadora agua la fruta y azúcar al gusto batir cernir y servir.			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°76. Precios de las bebidas

Bebidas	Precio	Utilidad (35%)	Servicio (25%)	Depreciación (25%)	IVA (12%)	Precio a la venta
Agua con Gas	0,66	0,231	0,165	0,165	0,0792	1,30
Agua sin Gas	0,51	0,1785	0,1275	0,1275	0,0612	1,00
Colas	0,51	0,1785	0,1275	0,1275	0,0612	1,00
Té	0,57	0,1995	0,1425	0,1425	0,0684	1,12
Limonadas	0,38	0,133	0,095	0,095	0,0456	0,75
cerveza	0,85	0,2975	0,2125	0,2125	0,102	1,67

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

5) Equipamiento necesario para el área productiva

a) Equipamiento y mobiliario para la sub- área de hospedaje

El cálculo realizado a continuación detalla el equipamiento necesario para amoblar el servicio de hospedaje

i. En el dormitorio

Cuadro N°77. Equipamiento y mobiliario para la sub – área de hospedaje.

Habitaciones Matrimoniales (2)	Cantidad	Costo unitario	Costo de la Habitación
Juego de dormitorio dos plazas, dos veladores y colchón.	2	650,00	1300,00
Lámparas	4	17,00	68,00
Closet	2	120,00	240,00
Televisores 32’’ con soporte de televisión	2	420,00	840,00
Juego de sábanas para dos plazas	6	30,00	180,00

Cobijas	8	36,00	288,00
Armadores juego de 8	2	5,20	10,40
Edredón	4	45,00	180,00
Rodapiés	2	40,00	80,00
Alfombra	2	25,00	50,00
Cómoda	2	150,00	300,00
Silla	2	40,00	80,00
TOTAL			3616,40
Habitaciones simples 7	Cantidad	Costo unitario	Costo por Habitación
Juego de dormitorio una plazas, dos veladores y colchón.	7	403,00	2821,00
Lámparas	14	17,00	238,00
Closet	7	120,00	840,00
Televisores 32'' con soporte de televisión	7	420,00	2940,00
Juego de sábanas para una plazas	21	20,00	420,00
Cobijas	28	36,00	1008,00
Armadores juego de 8	7	5,20	36,40
Edredón	21	40,00	840,00
Rodapiés	7	45,00	315,00
Alfombra	7	25,00	175,00
TOTAL			9633,40
Habitaciones dobles (3)	Cantidad	Costo unitario	Costo por Habitación
Juego de dormitorio dos camas una plaza, cuatro veladores y dos colchones.	3	1100,00	3300,00
Lámparas	12	17,00	204,00
Closet	3	120,00	360,00
Televisores 32'' con soporte de televisión	3	420,00	1260,00
Juego de sábanas para una plazas	12	20,00	240,00
Cobijas	24	36,00	864,00
Armadores juego de 8	3	5,20	15,60

Edredón	12	45,00	540,00
Rodapiés	3	40,00	120,00
Alfombra	3	25,00	75,00
TOTAL			6978,60

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

ii.En el baño

En el baño deberá constar de toallas grandes y pequeñas, espejos, basureros, insumos de limpieza, piso de baldosa, agua caliente, el shampoo y el jabón recargable.

Cuadro N°78. Equipamiento para los baños

Baño Habitaciones Matrimoniales (2)	Cantidad	Costo unitario	Costo de la Habitación
Toallas grandes	8	6,50	52,00
Toallas pequeñas	8	3,00	24,00
Jabón liquido	2	1,00	2,00
Shampoo liquido	2	1,00	2,00
Juego de Baño	2	25,00	50,00
Dispensador del Baño Jabón	2	15,00	30,00
Menage con jabón y shampoo	2	5,00	10,00
Rodapiés	2	50,00	100,00
Espejo	2	66,00	132,00
Basurero	2	15,00	30,00
TOTAL			432,00
Baño Habitaciones Simples (7)	Cantidad	Costo unitario	Costo de la habitación
Toallas grandes	14	6,50	91,00
Toallas pequeñas	14	3,00	42,00
Jabón liquido	7	1,00	7,00
Shampoo liquido	7	1,00	7,00
Juego de Baño	7	25,00	175,00
Dispensador del Baño Jabón	7	15,00	105,00

Menage con jabón y shampoo	7	5,00	35,00
Rodapiés	7	50,00	350,00
Espejo	7	66,00	462,00
Basurero	7	15,00	105,00
TOTAL			1379,00
Baño Dobles (3)	Cantidad	Costo unitario	Costo por Habitación
Toallas grandes	12	6,50	78,00
Toallas pequeñas	12	3,00	36,00
Jabón liquido	3	1,00	3,00
Shampoo liquido	3	1,00	3,00
Juego de Baño	3	25,00	75,00
Dispensador del Baño Jabón	3	15,00	45,00
Menage con jabón y shampoo	3	5,00	15,00
Rodapiés	3	50,00	150,00
Espejo	3	66,00	198,00
Basurero	3	15,00	45,00
TOTAL			648,00

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N°79. Rubro del equipo necesario para el alojamiento.

	Detalle	Valor total de los dormitorios	Valor total de los baños	Valor Total
2	Matrimoniales	3616,40	432,00	4048,40
7	Simple	9633,40	1379,00	11012,4
3	Dobles	6978,60	648,00	7626,60

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

b) Equipamiento para el área de alimentación

i. Presupuesto del equipamiento del restaurante

El restaurante del establecimiento de alojamiento existe hace quince años el cual le queremos potencializar con comida típica ya está debidamente equipado con todos los muebles y menaje que se necesita, el cuadro a continuación detalla lo que ya está en el establecimiento.

Cuadro N°80. Presupuesto del equipamiento del restaurante

Detalle	Cantidad	Valor	Valor Total
Muebles y Enseres			
Mesas	11	150,00	1650,00
Sillas	54	30,00	1620,00
Caja con el mueble	1	460,00	460,00
Vitrina	1	230,00	230,00
Decoración	25	25,00	625,00
Menaje			
Mantel	66	22,00	1452,00
Cubre mantel	66	12,00	792,00
Ajiceros	11	0,35	3,85
Saleros	11	1,00	11,00
TOTAL			6843,85

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

ii. Presupuesto del equipamiento del baño en la restaurante.

Cuadro N°81. Presupuesto del equipamiento en el baño de la restaurante.

Detalle	Cantidad	Valor	Valor Total
Dispensador de jabón	1	25,00	25,00
Dispensador de papel	1	30,00	30,00
Secador de Manos	1	35,00	35,00

Basurero	1	20,00	20,00
Espejo	1	15,00	15,00
TOTAL			125,00

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

iii. Presupuesto del área de cocina

En restaurante como ya está desde hace 15 años tiene en su cocina los equipos, utensilios que en el cuadro a continuación se detallará cada uno y se presupuestara el área de cocina.

Cuadro N°82.Presupuesto del área de cocina

Detalle	Cantidad	Valor	Valor Total
Equipos de cocina			
Cocina industrial de tres quemadores	1	300,00	300,00
Cocina pequeña con horno	1	200,00	200,00
Horno industrial	2	200,00	400,00
Licuada industrial	1	350,00	350,00
Horno microondas	1	150,00	150,00
Sanduchera	1	65,00	65,00
Campana con extractor de olores	1	1000,00	1000,00
Refrigeradora	2	750,00	1500,00
Mesón de trabajo	1	500,00	500,00
Mesa de despacho de pedidos	1	200,00	200,00
Aparador	1	150,00	150,00
Batidor	1	60,00	60,00
Extractor de jugo	1	35,00	35,00
Extintor	1	100,00	100,00
Televisión 30''	1	100,00	100,00
Total de equipos de cocina			5110,00
Utensilios de cocina			

Ollas industriales grandes	4	180,00	720,00
Ollas industriales medianas	2	80,00	160,00
Ollas pequeñas	4	42,00	168,00
Sartén industrial	1	25,00	25,00
Sartén	3	15,00	45,00
Tablas de picar	2	8,00	16,00
Tabla de picar de acero	1	75,00	75,00
Juego de cedazos	2	35,00	70,00
Jarra de jugo	2	15,00	30,00
Tazones	6	5,00	30,00
Jarras medianas	4	10,00	40,00
Achioteras	1	2,00	2,00
Abrelatas	1	2,50	2,50
Charoles	2	18,00	36,00
Destapador vinos	1	7,25	7,25
Ralladores	2	3,25	6,50
Legumbreras	1	5,30	5,30
Bandejas para hornear	1	7,00	7,00
Docena de platos soperos	4	20,00	80,00
Docena de platos fuerte	4	20,00	80,00
Docena de platos base	4	20,00	80,00
Docena de platos postre	4	16,50	66,00
Docena de cucharas	4	11,00	44,00
Docena de tenedores	4	18,00	72,00
Docena de cucharitas	4	16,00	64,00
Docena de vasos jugo	4	22,00	88,00
Docena de vasos agua	4	22,00	88,00
Docena de vasos de cerveza	4	22,00	88,00
Docena de copas	4	16,00	64,00
Docena de taza	4	14,00	56,00

Azucareros	12	2,00	24,00
Pimenteros	20	2,00	40,00
Frascos para mostaza	1	1,50	1,50
Frascos para salsa de tomate	6	1,50	9,00
Canastas	20	2,30	46,00
Salseras	20	1,20	24,00
Espumaderas	6	1,00	6,00
Pizas	2	1,00	2,00
Varios			
Cortadora de papas	1	70,00	70,00
Cilindro gas industrial	4	65,00	260,00
Total de utensilios de cocina			2798,05
TOTAL			2908,05

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

iv. Requerimientos para el área de cocina

Cuadro N°83.Requerimientos en el área de cocina

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo anual
Servilletas con la marca de la empresa paquete de 200	3	15,00	540,00
Sorbete 100 unidades	4	1,75	84,00
Palillos (caja)	3	0,50	18,00
Carta de menú	20	2,75	660
Paquete de cucharas desechables	3	1,00	36,00
Paquete de porta comidas	4	3,25	156,00
Paquete de tarinas de medio litro	4	2,50	120,00
Paquete de fundas número siete	4	2,00	96
Paquetes de fundas número diez	4	2,80	134,40
Paquetes de fundas 5x8	4	1,50	72,00

TOTAL	1916,40
--------------	----------------

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

v. Requerimiento de materia prima para la alimentación

Cuadro N°84. Requerimiento de materia prima

Materia prima	Cantidad	Costo unitario	Costo anual
Cuero reventado	2lb	4,00	208,00
Cuy	7 u	70	3640,00
Carne de cerdo	9 lb	27,00	1404,00
Quinua	2lb	2,56	133,12
Papas	2 sacos	7,00	364,00
Leche	4 litros	3,00	156,00
Huevos	2 cubetas	7,00	364,00
Harina de maíz	1 lb	0,90	46,80
Maní	6 onz	1,00	52,00
Maduro	8 u	2,00	104,00
Mote	4lb	2,00	104,00
Ajo	1lb 4 onz	1,90	98,80
Habas	5 lb	5,00	260,00
Choclos tiernos	14 u	4,20	218,40
Lechuga	3 u	3	156,00
Tomate	5	1,50	78,00
Cilantro	2u	0,50	26,00
Limón	7 u	0,80	41,60
Cebolla blanca	10u	1,00	52,00
Perejil	6 u	0,60	31,20
Col	1 u	1,00	52,00
Aguacate	7 u	5,25	273,00
Babacos	2 u	2,00	104,00

Manzanas	14 u	4,20	218,40
Mora	3lb	6,00	312,00
Total materia prima			8497,32
Insumos			
Mantequilla	5 lb	6,00	312,00
Queso	4 u	16,00	832,00
Azúcar	8 lb	4,80	249,60
Sal	2 lb	1,50	78,00
Aceite	5 litros	15,00	780,00
Achiote	1 litro	4,00	208,00
Cerveza	1 jaba	10,25	533,00
Agua	120 litros	30,00	1560,00
Pulpa de frutas	20 u	80,00	4160,00
Agua con gas	20 u	9,20	478,40
Agua sin gas	20 u	5,20	270,40
Gaseosas	50 u	14,50	754,00
Té helado	50 u	28,50	1482,00
Limonadas	50 u	15,50	806,00
Recarga de gas	6 u	132,00	6864,00
Total insumos			19367,40
Insumos de limpieza			
Jabón de cocina	1 u	5,00	260,00
Escoba	1 u	2,50	130,00
Recogedor	1 u	1,20	62,40
Trapeador	1 u	1,50	78,00
Desinféctate	1u	2,00	104,00
Total de insumos de limpieza			634,40
TOTAL			28499,12

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

vi. Rubro del equipamiento de la cafetería

Cuadro N°85. Equipamiento de la cafetería

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Presupuesto del equipo de cocina	1	6843,85	6843,85
Presupuesto del baño en la cafetería	1	125,00	125,00
Presupuesto área de cocina	1	2908,05	2908,05
Requerimiento del área de cocina	1	1916,40	1916,40
Requerimiento de materia prima	1	28499,12	28499,12
TOTAL			40292,42

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

c) Departamento de lavandería y bodega

En los cuadros a continuación se detallará los materiales y equipos para un buen funcionamiento.

i. Equipamientos necesarios para el área de lavandería y bodega

Cuadro N° 86. Equipamiento necesario para el área de lavandería y bodega

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Lavadora semi industrial Wirpool 17kg.	1	822,00	822,00
Secadora semi industrial Wirpool 7mwgdl	1	650,00	650,00
Plancha Oster	1	50,00	50,00
Estantería	3	170,00	510,00
Armadores	3	4,00	12,00
Aspiradora	1	195,00	195,00
Total de equipamiento de lavandería			2239,00
Insumos de limpieza	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Escoba de cerda fina	6	2,50	15,00

Escoba de cerda gruesa	4	3,00	12,00
Trapeador	5	1,50	7,50
Recogedor	4	1,20	4,80
Guantes	5	1,50	7,50
Cepillos de plástico	4	1,50	6,00
Fundas de basura	5	1,00	5,00
Jabón líquido para lavadora caneca	1	55,00	55,00
Suavizante de ropa galón	2	4,80	9,60
Desinfectante	2	3,00	6,00
Cera de piso	2	5,75	11,50
Aromatizante	2	3,00	6,00
Cloro galón	1	2,38	2,38
Franela	3	1,20	3,60
Total de equipamiento de bodega			151,88
TOTAL			2390,88

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

d) Equipo y mobiliario para la sub – área de recepción y gerencia

Cuadro N° 87.Equipo y mobiliario para la sub – área de recepción y gerencia

Artículo	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Recepción Gerencia y Sala de espera			
Counter	1	450,00	450,00
Archivador aéreo	2	55,00	110,00
Archivador cuatro gabinetes	2	60,00	120,00
Escritorio	1	320,00	320,00
Silla giratoria	2	20,00	40,00
Silla	4	15,00	60,00
Juego de muebles	1	450,00	450,00

Computadora	2	510,00	1020,00
Impresora	1	120,00	120,00
Calculadora	2	9,00	18,00
Teléfono fax	2	200,00	400,00
Botiquín	1	60,00	60,00
Resma de papel	4	3,50	14,00
Esfero (caja) logtipo	4	3,00	12,00
Lápices	3	1,75	5,25
Borradores	1	1,50	1,50
Resaltadores	8	0,80	6,40
Corrector (caja)	1	2,30	2,30
Grapadora	2	1,75	3,50
Caja de grapas	10	0,45	4,50
Data Fast	1	100,00	100,00
<u>Total del equipo de recepción Gerencia y Sala de espera</u>			3317,45
Artículos	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Servicio Higiénicos de la Recepción			
Toalla pequeña	1	6,00	6,00
Basurero	2	5,00	10,00
Espejo	1	10,00	10,00
Roda pies	1	7,50	7,50
Dispensador de papel	1	25,00	25,00
Dispensador de jabón líquido	1	15,00	15,00
<u>Total de artículos para el servicio higiénico en la Gerencia y recepción</u>			73,50
TOTAL			3390,95

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

e) Sala de las primicias

Esta sala constara de varias fotografías de la ciudad, en un recorrido por el pasado y también se dará una breve reseña histórica sobre las primicias de la ciudad de Riobamba. El cuarto mide 9.20 x 5,80 m².

Cuadro N° 88.Sala de las primicias

Detalle	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Fotografías antigua Riobamba			
Fotografías 30x20	27	35,00	945,00
Fotografías 50x35	27	40,00	1080,00
Fotografías 95x70	5	80,00	400,00
Placas de identificación	59	22,00	1298,00
Panel interpretativo			
Primicias			
Paneles de tipo exhibición en pared alto 1,68m ancho 0,5m	7	200,00	1400,00
Mantenimiento una vez por mes	1	12,25	147,00
TOTAL			5270,00

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

i. Primera Ciudadela del país: “Bellavista”.1925

Foto N°2. Ciudadela Bellavista



Fuente: Cepeda Franklin,2008

La pequeña ciudad estaba rodeada de haciendas y fincas agrícolas y ganaderas. Los riobambeños tenían fama de terratenientes nobles. Una de esas haciendas, hacia el suroriente, se llamaba "LA TRINIDAD".

ii. Primera Radiodifusora: “Radio El Prado”.1925

Foto N°3.Radio el Prado



Fuente: Cartolini Nathali,2011.

Estación Radiodifusora “El Prado”, el protagonista fue el Ing. Carlos Cordovez Borja. Según el investigador Mario Godoy, la fecha de la primera emisión de prueba fue el 27 de febrero de 1925, y la de la primera emisión normal fue el 13 de junio de 1929.

iii. Primera Constituyente

Foto N°4.Primera Constituyente- Colegio Maldonado



La Primera Asamblea Constituyente que se instaló en la ciudad de Riobamba en el lugar en donde ahora es el colegio Maldonado y fue convocada por el Ayuntamiento que presidía el Dr. José Joaquín Olmedo- se reunió en esa ciudad el 8 de noviembre de 1820. Ese día, mediante expresión libre y democrática, los 57 diputados representantes de todos los pueblos del nuevo estado eligieron a Olmedo como Presidente.

iv. Primer Colegio de la república: “San Felipe Neri”

Foto N°5.Colegio San Felipe Neri



Fuente: Ex alumnos San Felipe Neri.

El Sacerdote P. José Veloz y Suárez que de tiempo atrás venía esforzándose por implementar en su ciudad nueva alguna obra que fuese en gran manera provechosa a sus conciudadanos, presentándose por primera vez ante los tribunales en 1822 e hizo pública cesión de sus bienes

a fin de que, con ellos, se abriese un 158 Colegio-Seminario dirigido por los Padres de la Compañía de Jesús.

v. Primer Estadio Olímpico

Foto N°6. Estadio Olímpico.



Fuente: Cepeda Franklin,2008

El Deporte Una Primicia Republicana.

El Estadio Olímpico de Riobamba (oficialmente conocido como Primer Estadio Olímpico), está ubicado. Su capacidad es para 18.000 espectadores. Fue el primer estadio profesional de fútbol construido en Ecuador.

vi. Primer Equipo de fútbol:

Foto N°7. Primer equipo de fútbol



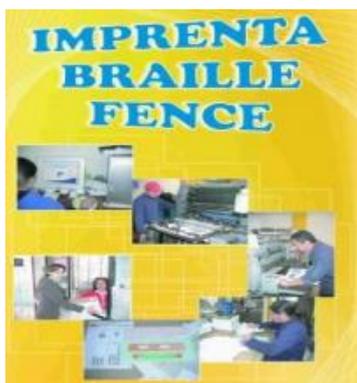
Fuente: Cepeda Franklin,2008

El Centro Deportivo Olmedo es un equipo de fútbol ecuatoriano, fundado el 11 de noviembre de 1919 en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo es el equipo de fútbol profesional más añejo y más antiguo en existencia ininterrumpida en la Liga profesional de fútbol del Ecuador (cuarto en el país) y se constituye como el decano del fútbol ecuatoriano.

Además, el día 5 de diciembre de 2011, fue nombrado como Patrimonio Intangible de Riobamba y Ecuador, como una manera de ratificar de forma oficial el vínculo cultural que posee con la ciudad riobambeña.

vii. Primera imprenta braille

Foto N°8. Imprenta braille



Fuente: INPC, 2011.

Riobamba ciudad de primicias y de hombres notables en 1993 se cubre de gloria al instalar y poner en funcionamiento la primera Imprenta Braille de Ecuador.

f) Servicios Básicos

Por lo que el proyecto se encuentra en zona urbana tiene todos los servicios básicos agua, luz, teléfono e internet y como servicio adicional televisión satelital.

Cuadro N°89. Servicios Básicos

Servicio	Proveedor	Costo de Instalación	Costo Mensual	Costo Anual
Luz	EERSA	-	50,00	600,00
Agua	EMAPAR	-	50,00	600,00
Teléfono	CNT	-	35,00	420,00
Internet	CNT	35,00	30,00	360,00

Televisión	DIRECTV	140,00	25,50	306,00
Satelital				
TOTAL				2286,00

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

4. Estudio de mercadotecnia

a. Identificación del nicho del mercado

Gracias al estudio de mercado se identificó a los futuros turistas que desean alojarse y degustar de la gastronomía que les ofrece el hostel.

El servicio que oferta está enfocado a turistas nacionales y turistas extranjeros con la visión de darles un paseo por la historia de Riobamba.

A partir del perfil de los turistas nacionales e internacionales se identificaron los siguientes target.

1) Target nacional

Los turistas nacionales que visitan la ciudad de Riobamba de entre los 30-36 años (42%), son profesionales.

2) Target internacional

Turistas extranjeros como: Reino unido (40%), USA (26%), con edades de 26-30 años con nivel de educación superior (95%).

b. Marketing Mix

1) Producto

a) **Nombre:** Por encontrarse en el centro de la ciudad de Riobamba y siendo un bien inmueble conservado dentro de la lista de bienes patrimoniales el nombre que se puso al establecimiento es: POSADA LAS PRIMICIAS hostel, el cual hace énfasis el nombre por el cual se le conoce a la ciudad de Riobamba; Riobamba ciudad de las primicias.

b) **Slogan:** POSADA LAS PRIMICIAS HOSTAL, *“un paseo a lo largo de la historia”*.

El cual habla de los hechos representativos históricos de la ciudad, el porque se le conoce Riobamba ciudad de las primicias, es muy importante resaltar la historia de las primeras veces que Riobamba tuvo ese primer puesto en todas las cosas.

c) Isologo de la empresa:

El isologo fue creado con una pequeña parte del bien patrimonial para resaltar la belleza del bien inmueble así creando un espacio de confort de relax en medio de la ciudad de Riobamba.

Gráfico N°7. Isólogo de la empresa



d) Colores de identificación de la empresa



Palo de rosa: Es un color suave el cual ayuda a la relajación de las personas.

 **Vino:** Este color indica un lugar serio y antiguo, que con el palo de rosa contrasta y así sentir un relax.

e) Identidad corporativa

Se ha elaborado diferentes productos para la identificación de la empresa la cual ayudará a diferencia entre otros lugares de hospedaje y de alimentación.

Gráfico N° 8. Tarjeta de presentación



Gráfico N°9. Diseño de las hojas membretadas

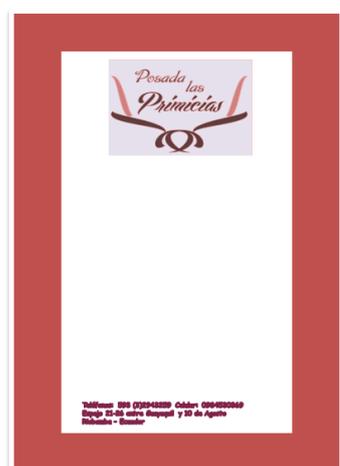


Gráfico N° 10. Carpetas de presentación



f) Material Pop

Gráfico N° 11.Servilletas con el isólogo



Gráfico N°12.Camisetas distintivas



Gráfico N°13. Jarro distintivo



Gráfico N°14. Bolígrafo distintivo



g) Estrategia de diferenciación

i. Valor agregado

- Se encuentra en el centro de la ciudad.
- En la empresa de alojamiento está el Salón de las Primicias.
- Ofrece variedad gastronómica típica.
- Ofrece información sobre los lugares turísticos que tiene la ciudad de Riobmaba.

ii. Ventaja competitiva

- Tiene la visión de satisfacer las peticiones del huésped.
- La atención al huésped se la puede realizar por ejemplo: las reservaciones, comentarios, sugerencias, entre otros; así siendo un mecanismo rápido y veraz.
- El servicio tiene el objetivo ser de calidad.
- Liderara los precios con promociones especialmente en temporada alta para turistas nacionales e internacionales así siendo accesible.

2) Precio

a) Precio final de los productos

Se estableció el precio de acuerdo a la relación con la competencia, a la disposición de gasto de los turistas nacionales y extranjeros, y se determinó el costo de producción mediante el análisis de costo mensual de la habitación. (Anexo 3)

Cuadro N°90. Precio final de los productos de hospedaje

Producto	Competencia	Especificación	Precio (\$)	Precio de la demanda (\$)	Precio del Hostal Posada las Primicias
Alojamiento	Hotel Montecarlo	Simple	25,01	Turistas	\$36,00 por persona
		Doble	39,04	locales	
		Triple	47,58	\$38,00- \$48,00	
		Cuádruple	58,56		
	Mansión Santa Isabela	Individual	60,00	Turistas	
		Matrimonial	85,00	Internacionales	
		Gemelo	100,00	\$38,00 -\$48,00	
		Triple	120,00		
		Suite	160,00		
	Hotel Boutique San Pedro de Riobamba	Individual	72,00		
		Doble	98,00		
		Triple	112,00		
		Suite	138,00		
Suite Familiar		163,00			

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Cuadro N° 91.Precios producto restaurante

Producto	Especificación	Precio oficial
Entradas	Quimbolitos	0,89
	Tamales	1,07
Sopa	Quinoa con queso	1,15
	Locro de cuero	2,93
Platos fuertes	Fritada	6,37
	Cuy con papas	15,87
Postres	Dulce de higos	3,75
	Batido de babacos	1,15
	Manzanas al horno con arropo de mora	2,62
Bebidas	Agua con gas	1,30
	Agua sin gas	1,00
	Gaseosa	1,00
	Té helado	1,12
	Limonadas	0,75
	Batidos	1,87
	Jugos	1,69
	Cerveza	2,00
Extras	Hagas con queso	1,75
	Choclos con queso	1,59

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

b) Formas de pago

Los pagos por la recepción de los servicios turísticos para nuestros clientes se realizarán de la siguiente manera:

i. Contado: Se cancelará en su totalidad el 100%, cuando la reservación se hizo el mismo día que el cliente se hospeda.

ii. Vía telefónica y correo electrónico: Los pagos que se realizan bajo vía telefónica y correo electrónico es el 60% con tarjeta de crédito o depósito bancario en la cuenta de la empresa para verificar se deberá mandar por correo electrónico o por fax y el 40% se abonará en efectivo una vez concluido el servicio.

3) Plaza

a) Canal de distribución

Según las personas encuestadas utilizan de forma eventual las agencias de viajes, el hostel Posada las Primicias utilizará el internet como canal de distribución directo el cuál se vinculará a la empresa con el cliente sin intermediarios.



4) Promoción

a) Medios publicitarios

i. Página web

El medio de comunicación por el cual las personas hacen turismo es investigando o enterándose por medio del Internet es así que la empresa tiene su página Web que ayudará con la ubicación las reservaciones o las preguntas que tengan las personas.

La página de es: <http://hostalposadadasprimicias.jimdo.com>

Gráfico N° 15. Página web



b) Descuentos y Promociones

Los descuentos y promociones serán fijados por tarifas especiales que se detalla a continuación:

- i. Para las personas de tercera edad y niños menores de 12 años habrá un descuento del 20%.
- ii. Los días miércoles durante todo el primer mes de apertura se cobrará el 50% para hospedaje y 10% en alimentación.
- iii. Se regalara algún distintivo (bolígrafos) de la empresa a los huéspedes.

c) Gastos y costos del área comercial**Cuadro N°92.**Gastos y costos del área comercial

Detalle	Costo
Medios publicitarios	2997,00
Personal contratado para promocionar	250,00
Medios radiales (cuñas publicitarias y menciones en programas)	3600,00
Total	6847,00

Elaborado por: María José Yépez**Fuente:** Información secundaria

d) Plan de comercialización

Cuadro N°93. Plan de comercialización

PLAN DE COMERCIALIZACION						
Target	Canal	Táctica	Medios Publicitarios	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Los turistas nacionales que visitan la ciudad de Riobamba de entre los 30-36 años (42%), son profesionales.	Directo	Venta directa de los servicios que ofrece “Posada las primicias”, a turistas nacionales e internacionales a través de medios publicitarios	Diseño de la página Web	1	530,00	530,00
Turistas extranjeros como: Reino unido (40%), USA (26%), con edades de 26-30 años con nivel de educación superior (95%).		Participación en eventos y ferias turísticas como: AME. FITE. BITE.	Tarjetas de presentación.	1000	0,10	100,00
		Hojas volantes		1000	0,25	250,00
		Entrega de publicidad a lugares de visita de turistas como la estación del tren y museos así también como afiches en el itur y mitur	Tarjetas de presentación.	1000	0,10	100,00
			Carpetas.	1000	0,50	500,00
			Hojas volantes.	1000	0,25	250,00
			Material Pop:			
			Bolígrafos	200	0,95	190,00
			Jarros	60	2,95	177,00
			Camisetas	60	15,00	900,00
TOTAL						2997,00

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

C. DETERMINAR LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL

1. Plan estratégico de la empresa

a. Misión

Ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros un lugar acogedor con todas las comodidades en medio de la ciudad de Riobamba, brindando un servicio de calidad confort y potencializando los lugares naturales, culturales que rodean a la localidad. ´

b. Visión

Ser una empresa innovadora líder en el mercado de la ciudad de Riobamba brindando servicios de alojamiento y alimentación que satisfaga las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros.

c. Objetivo

Ofrecer servicios de hospedaje y alimentación mediante el cual brinde productos locales promoviendo la cultura que encierra las tradiciones de la zona en un ambiente que retrocede a la historia de Riobamba y por qué la llaman la ciudad de las Primicias.

d. Estrategias

Las estrategias se han definido de acuerdo a la realidad local con conceptos encontrados en el análisis de la matriz FODA(ANEXO 4), a continuación detallamos las siguientes.

- 1) Implementar una empresa de alojamiento y alimentación en el centro de la Ciudad que brinde servicios de calidad en un ambiente colonial.
- 2) Contratar a profesionales afines en el área de Turismo para la atención al cliente.

- 3) Realizar convenios con agencias publicitarias ofreciendo un puesto en nuestra empresa así completando paquetes que puedan ayudar al cliente a conocer zona.
- 4) Se destinará un rubro específico mensual para gastos varios de la empresa.
- 5) Se realizará normas de atención al cliente y así que sea personalizada, eficiente y oportuna el establecimiento de alojamiento.
- 6) Atención eficiente y oportuna.
- 7) Realizar convenios con agencias y operadoras de turismo a nivel local e internacional.

e. Políticas

1) Ventas

- a) Se establece un sistema de reservaciones sistematizado.
- b) La forma de pago se efectúa en dólares americanos de la siguiente manera; Efectivo y tarjeta de crédito.
- c) El pago en cualquiera de las modalidades se puede realizar de la siguiente manera: 100% al momento del ingreso al establecimiento turístico o el 60% por anticipo el día que se realice la reserva y lo restante que sería el 40% el día que se ingrese al establecimiento.

2) Generales.

- a) El lugar donde se dará servicio siempre estará limpio.
- b) La atención al cliente será igual para todos.

- c) Se guardara derecho de admisión a personas con bebidas alcohólicas o que se encuentran en estado etílico.
- d) Se pedirá la cedula de identidad para completar la reservación.
- e) La atención al cliente será gestionada de acuerdo a la llegada y reservación previa.
- f) Las sugerencias realizadas serán tomadas en cuenta.
- g) Se deberá realizar evaluaciones periódicas a todos los procesos de producción y prestación de servicios.

3) Servicio.

- a) La atención al cliente será personalizada y será atendida por orden de llegada o por reservación.
- b) Se tendrá en cuenta por la Gerencia los reclamos o las observaciones de nuestros clientes.
- c) El servicio será limpio ordenado.
- d) Todo trabajo se realizará con excelencia.

4) Calidad.

- a) Presentación del personal implacable y debidamente uniformado dependiendo a que área le corresponda.
- b) El personal deberá ser responsable en la limpieza de las instalaciones de acuerdo al área específica de cada uno.

- c) El personal deberá tener un trato adecuado atento cordial a los clientes o personas que visitan.

5) Alimentación

- a) Verificar condiciones del menaje.
- b) Control de calidad en alimentos y registros sanitarios de los alimentos empacados.
- c) Limpieza en el menaje.
- d) Manejo adecuado en los desechos orgánicos e inorgánicos.
- e) Presentación impecable.
- f) Atención personalizada y cordial.
- g) Lista de requerimientos diarios.

6) Hospedaje

- a) Revisión del menaje diario en cada habitación.
- b) Cambio regular de la lencería de cada habitación.
- c) Limpieza diaria de las habitaciones.
- d) Cambio diario de los suministros de cada habitación.
- e) Revisión diaria de los servicios básicos estén en funcionamiento.

7) Personal.

- a) Los puestos de trabajo en la empresa están reglamentados en el manual de funciones, por lo que ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad especificada.
- b) La remuneración al personal será cancelada con puntualidad de acuerdo con los salarios establecidos en las leyes laborales vigentes.
- c) El personal deberá conocer las metas y objetivos de la empresa para que se realice un trabajo en conjunto.
- d) El personal deberá tratar al cliente con educación y cordial. Si un cliente recibe mala atención, el gerente afrontará y solucionará el problema y el personal que infringió deberá responder por lo actuado.
- e) El personal a contrata deberá tener experiencia en el área requerida.
- f) El personal nuevo será debidamente capacitado para la atención al público.
- g) Se inculcará al personal valores como honestidad, puntualidad y buen trato.
- h) Para la planificación el personal será llamado a participar en las reuniones.

f. Valores.

1) De la empresa

- a) Transparencia:** Manejo de personal, recursos, materiales e información de forma transparente.
- b) Igualdad:** Garantizar a todos los actores un tratamiento equitativo por parte de la empresa en todas sus actuaciones sin discriminación alguna.

- c) **Imparcialidad:** Se refleja en las actuaciones de la empresa y sus funcionarios en asuntos bajo su responsabilidad para que sus clientes tengan un tratamiento objetivo e independiente.
- d) **Innovación:** Reconocer a nuestros clientes como nuestros principales actores de la empresa y comprometidos con su satisfacción, desarrollar conjuntamente servicios de alta calidad.
- e) **Eficiencia:** La máxima productividad de los recursos asignados y confiados para el logro de los propósitos, en procura de la generación de valor y la utilidad de los servicios entregados a la comunidad.

2) De la persona

- a) **Puntualidad:** Cumplir con el horario y requerimientos establecidos por la empresa.
- b) **Moralidad:** Actuar bajo las normas de la empresa contribuyendo al bienestar de todos al logro de los objetivos de la misma.
- c) **Justicia:** Tratar a todos de forma equitativa, de acuerdo a las normas y reglas establecidas de la empresa.
- d) **Respeto:** Tratar siempre a cada uno, a ti mismo y a los demás con el respeto que le corresponde por su dignidad y valor como persona.
- e) **Solidaridad:** Consideración del conjunto de aspectos que relacionan o unen a las personas, colaboración y ayuda mutua.
- f) **Paciencia:** Solucionar cualquier contratiempo y/o dificultad con una actitud serena, evitando conflictos con los clientes y compañeros de trabajo.

g) **Honradez:** Actitud recta e íntegra con las personas y los materiales de trabajo.

2. Estudio Administrativo

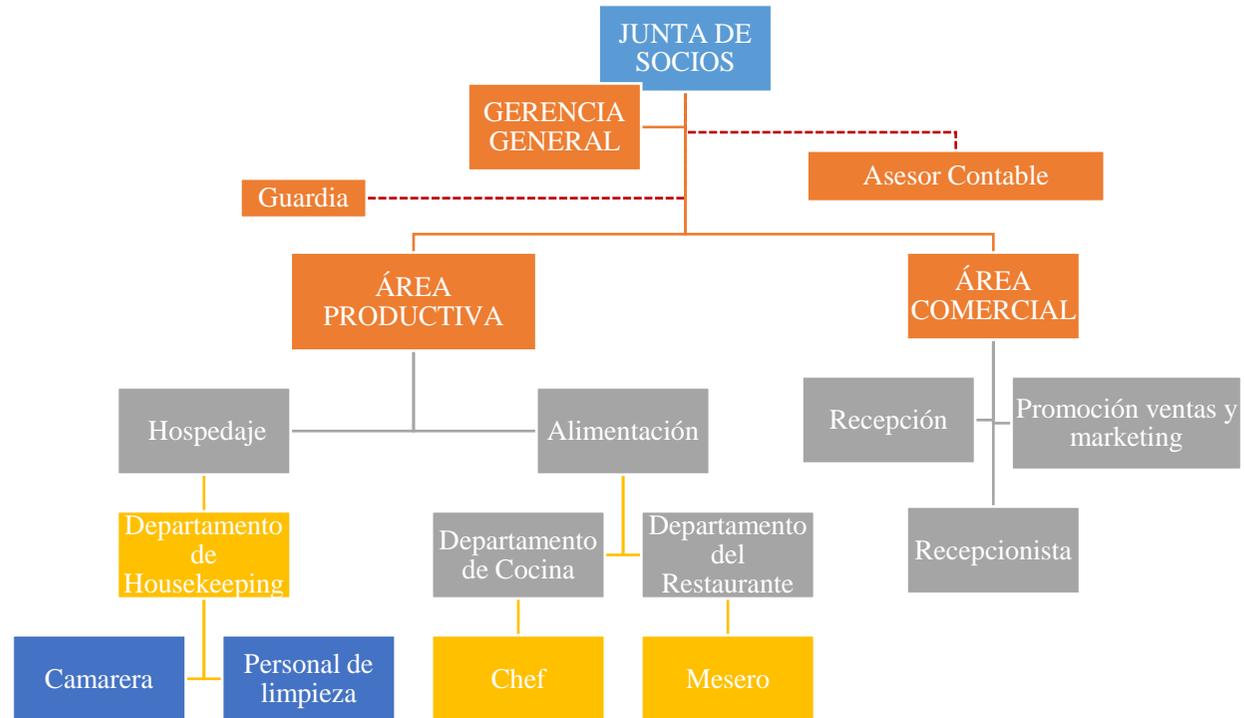
a. Estructura organizativa de la empresa.

Para la estructura organizativa de la empresa se establecieron cuatro niveles administrativos, quienes deberán coordinar, regular y sistematizar el desarrollo turístico de la empresa de alojamiento.

El organigrama estructural de la empresa va de la siguiente manera:

1) Organigrama estructural

Gráfico N°16. Organigrama estructural de la empresa



Estos son los niveles:

- a) **Nivel directivo:** Donde se encuentra conformado los socios.
- b) **Nivel gerencial:** Este nivel esta conformado por la Gerencia.
- c) **Nivel de apoyo:** Integrado por las áreas necesarias para el buen funcionamiento de la empresa.
- d) **Nivel operativo:** Se encuentra conformado por el personal el cual ayuda al desarrollo ordenado ya que cada una de las personas que conforman este nivel tienen sus funciones.

b. Manual de Funciones

Cuadro N°94. Manual de funciones

CARGO	FUNCIONES
GERENTE GENERAL	<ul style="list-style-type: none"> • Designar funciones al personal. • Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo. • Supervisar el cumplimiento de todos los departamentos. • Realizar evaluaciones periódicas. • Mantener buenas relaciones con los clientes. • Velar por el cumplimiento de las políticas de la empresa.
RECEPCIONISTA	<ul style="list-style-type: none"> • Atender al cliente. • Realizar facturas. • Atender las reservaciones. • Entregar información de todos los servicios. • Cerrar caja chica. • Actualizar diariamente las disponibilidades de las habitaciones. • Realizar informes diarios de las actividades.
CAMARERA	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar el menaje de las habitaciones. • Hacer la limpieza diaria de las habitaciones. • Preparar las habitaciones de los huéspedes.
BOTONES	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudar a llevar el equipaje del huésped a la habitación. • Mostrar la habitación que le corresponda al huésped.

PERSONAL DE LIMPIEZA	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar si las instalaciones se encuentran limpias. • Controlar todos los muebles de la Posada las Primicias. • Verificar si están en buen funcionamiento todos los equipos.
CHEF	<ul style="list-style-type: none"> • Crear estrategias gastronómicas que generen buena presentación de los platos que se sirven. • Emite los pedidos y realiza el control de los productos que van a ser utilizados en los distintos platos a preparar. • Elaboración de menús y precios establecidos por el chef. • Dirigir y orientar al ayudante de cocina y al mesero. • Realizar informes de acuerdo a la necesidad de materia prima de los alimentos.
MESERO	<ul style="list-style-type: none"> • Atención al cliente. • Se encarga de recibir los pedidos de las mesas y de la registración de los mismos. • Entregar el pedido a las mesas de acuerdo a la orden de pedido y después de que se sirva el cliente retirar dicha vajilla.
AYUDANTE DE COCINA	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener limpio el lugar de trabajo. • Ayudar con las necesidades del chef. • Realizar una lista de los productos que estén a punto de acabarse.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

c. Manual de cargos

Gerente General

Cuadro N°95. Manual de cargo del Gerente General

Datos de Identificación			
Localización		Recepción - Gerencia	
Nivel de reporte inmediato		Gerente General	
Misión del Cargo			
“Llevar un ordenado control de las actividades y servicios que oferta la empresa con una atención de calidad a los clientes”.			
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos
Gerente General		Todos los departamentos de la Compañía	Clientes Proveedores locales
Perfil	Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios
	Bachiller	Utilitarios informáticos: Microsoft Office. Conocimientos contables. Conocimiento tributario laboral. Conocimiento de administración de empresas.	Inglés Nivel: Alto
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none"> • Fijar las metas y presupuestos de la Compañía, de manera que sean coherentes con las necesidades de la empresa buscando su rentabilidad. • Liderar el proceso de ventas de la Compañía, brindando apoyo a todas las áreas comerciales de la Compañía. • Controlar el cumplimiento de la planificación estratégica de la compañía, supervisando su correcta ejecución. • Mantener las relaciones de primer nivel con socios estratégicos (principales clientes y principales proveedores). • Asegurar y velar por la obtención de la rentabilidad que se haya definido y presupuestado en la Organización. • Buscar la innovación tecnológica y mantener el liderazgo del negocio. • Liderar procesos de cambio y mejora de la compañía en recursos materiales y humanos. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Autorizar cambios de presupuestos de obras y proyectos de la Compañía. • Determinar los precios de venta y descuentos de los diferentes proyectos presupuestados y las condiciones de crédito. • Aprobar las liquidaciones de comisiones de ventas. • Manejar el flujo de caja de la Compañía y aprobar los ingresos y egresos de efectivo dentro de los lineamientos estratégicos de la Empresa. • Brindar capacitación y mantener preocupación por el desarrollo propio y de los miembros de su equipo de trabajo. • Manejar los recursos económicos, flujo de caja, ingresos y egresos de la Compañía • Alcanzar eficiencia y eficacia con los recursos humanos disponibles. • Crear, mantener y desarrollar un contingente de recursos humanos, con habilidad y motivación. 	
Condiciones de trabajo	
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en oficina con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”.	
Perfil de Competencias	
Competencias Estructurales	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad.
Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.
Respeto	Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.
Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos

	morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respeto las normas y reglas internas de la empresa.
Competencias Gerenciales	
4. Orientación al cliente y mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria.
Identificación de oportunidades de negocio	Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
Conducción efectiva de equipos	Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados
Delegación / empoderamiento	Sabe escoger a las personas más preparadas para la contratación o asignación de tareas.
Visión de largo plazo	Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción.
6. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.
Competencias Técnicas	

7. Sentido de competitividad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
8. Conocimiento del mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Inteligencia de mercado	Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen.
Exploración y curiosidad	Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos.
Implementación de acciones y estrategias	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional.
9. Orientación a la calidad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes
Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.
Competencias Técnico Funcionales	
1. Habilidad numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
2. Capacidad de análisis	Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos.
3. Manejo de información	Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación

estadística	de herramientas estadísticas.
4. Manejo del sistema de remuneración	Conocimiento del sistema de remuneración utilizado por la empresa, evaluándolo y sugiriendo modificaciones en el mismo para alinearlos a la estrategia de la empresa y a las tendencias del mercado.
5. Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.
6. Atención Telefónica	Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad.
7. Manejo de Correspondencia	Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente.
8. Control de Efectivo	Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad, realiza conciliaciones bancarias y contables, así como control de libros diarios.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Guardia

Cuadro N°96.Manual de cargo del Guardia

Datos de Identificación			
Localización		Puerta del Establecimiento	
Nivel de reporte inmediato		Gerente General	
Misión del Cargo			
“Destinado a proteger, mantener el orden, cuidar los bienes e integridad del cliente y del personal de la empresa”			
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos
Gerente General		Recepcionista Gerente General	Clientes Proveedores
Perfil	Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios
	Bachiller	Cursos en Defensa Personal Utilización y manejo de armas	Inglés Nivel: Básico
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none"> Controla y vigila el local. 			

<ul style="list-style-type: none"> • Crea planes de seguridad. • Revisa documentos para el ingreso y salida de los clientes. • Lleva el control del personal. 	
Condiciones de trabajo	
Desarrolla la totalidad de sus tareas en un ambiente agradable, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización.	
Perfil de Competencias	
Competencias Estructurales	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, da un sentido de seguridad.
Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.
Respeto	Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.
Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y q promulgue una buena relación laboral entre el personal.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respeto las normas y reglas internas de la empresa.
Competencias Gerenciales	
4. Orientación al cliente y mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan

	de manera inmediata y satisfactoria.
Identificación de oportunidades de negocio	Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
Visión de largo plazo	Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva.
6. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.
Competencias Técnicas	
7. Sentido de competitividad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
8. Conocimiento del mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Exploración y curiosidad	Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas

	tecnologías, métodos de trabajo y conceptos.
Implementación de acciones y estrategias	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional.
9. Orientación a la calidad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes
Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.
Competencias Técnico Funcionales	
1. Capacidad de análisis	Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos.
2. Manejo de información estadística	Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas.
3. Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.
4. Atención Telefónica	Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad.
5. Manejo de Correspondencia	Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Recepcionista

Cuadro N°97. Manual de cargo del Recepcionista

Datos de Identificación			
Localización		Gerencia General	
Nivel de reporte inmediato		Junta de Socios	
Misión del Cargo			
“Administrar eficaz y eficientemente los recursos de la Compañía. Velar por el cumplimiento de la misión organizacional y alcanzar la visión”.			
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos
Recepción Personal a cargo de todas las áreas productivas del proyecto		Todos los departamentos de la Compañía	Clientes Proveedores locales Cámara de Comercio y otros gremios importantes.
Perfil	Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios
	Ingeniero en Ecoturismo	Utilitarios informáticos: Microsoft Office. Conocimientos contables. Conocimiento tributario laboral. Conocimiento de administración de empresas.	Inglés Nivel: Alto
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none"> • Atender al cliente. • Realizar reservaciones. • Realizar facturas. • Entregar información de todos los servicios. • Verificar la disponibilidad de los servicios. • Cerrar caja chica. • Crear informes de las actividades diarias al gerente general. 			
Condiciones de trabajo			
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en oficina con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse”.			
Perfil de Competencias			
Competencias Estructurales			
1. Compromiso			

Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, da un sentido de seguridad.
Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.
Respeto	Respetar horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.
Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respetar las normas y reglas internas de la empresa.
Competencias Gerenciales	
4. Orientación al cliente y mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
Conducción efectiva de equipos	Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados

Visión de largo plazo	Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción.
6. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.
Competencias Técnicas	
7. Sentido de competitividad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
8. Conocimiento del mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Inteligencia de mercado	Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen.
Exploración y curiosidad	Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos.
Implementación de acciones y estrategias	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional.

9. Orientación a la calidad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes
Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.
Competencias Técnico Funcionales	
1. Habilidad numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
2. Capacidad de análisis	Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos.
3. Manejo de información estadística	Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas.
4. Manejo del sistema de remuneración	Conocimiento del sistema de remuneración utilizado por la empresa, evaluándolo y sugiriendo modificaciones en el mismo para alinearlo a la estrategia de la empresa y a las tendencias del mercado.
5. Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.
6. Atención Telefónica	Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad.
7. Manejo de Correspondencia	Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente.
8. Control de Efectivo	Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad, realiza conciliaciones bancarias y contables, así como control de libros diarios.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Botones

Cuadro N° 98. Manual de cargo del Botones

Datos de Identificación			
Localización		Recepción	
Nivel de reporte inmediato		Recepción	
Misión del Cargo			
“Brindar una atención de calidad, dirigir y transportar el equipaje al cliente”.			
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos
Recepción		Recepción Guardia	Clientes
Perfil	Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios
	Secundaria o más	Curso de atención al cliente	Inglés Nivel: Básico
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar el equipaje hasta la habitación. • Guiar al cliente hasta la habitación designada. 			
Condiciones de trabajo			
Desarrolla la totalidad de sus tareas en un ambiente agradable, con adecuada ventilación e iluminación, sin mayor probabilidad de sufrir un accidente, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización.			
Perfil de Competencias			
Competencias Estructurales			
1. Compromiso			
Atributo	Nivel ideal requerido		
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad.		
Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.		
Respeto	Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.		
2. Trabajo en equipo			
Atributo	Nivel ideal requerido		
Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.		
Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus		

	colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y q promulgue una buena relación laboral entre el personal.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respeto las normas y reglas internas de la empresa.
Competencias Gerenciales	
4. Orientación al cliente y mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria.
Identificación de oportunidades de negocio	Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
6. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han o no realizado y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores y pares la idea que las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.
Competencias Técnicas	

7. Sentido de competitividad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
8. Conocimiento del mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Implementación de acciones y estrategias	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional.
9. Orientación a la calidad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes
Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.
Competencias Técnico Funcionales	
1. Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.
2. Manejo de Correspondencia	Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Chef

Cuadro N°99.Manual de cargo del Chef

Datos de Identificación			
Localización		Restaurante	
Nivel de reporte inmediato		Gerente General	
Misión del Cargo			
“Atender al cliente de una manera eficaz verificando siempre que los procesos gastronómicos sean de calidad y generar la satisfacción alimenticia completa del cliente”.			
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos
Mesero Cocinero		Recepción	Clientes Proveedores locales
Perfil	Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios
	Licenciado en gastronomía	Utilitarios informáticos: Microsoft Office. Conocimientos contables. Conocimiento tributario laboral. Conocimiento de administración de empresas.	Inglés Nivel: Medio Francés Nivel: Medio
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y orientar las funciones del mesero y cocinero • Atención al cliente. • Coordinar acciones que permitan cumplir con las necesidades de los clientes. • Mantener el restaurant con un ambiente confortable. • Crear estrategias gastronómicas que generen la buena presentación de los alimentos. • Generar informes y necesidades de la materia prima de los alimentos. • Controlar la entrada y salida de la bodega (cocina). • Elaboración y cotización de menús. 			
Condiciones de trabajo			
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en un restaurante con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”.			
Perfil de Competencias			
Competencias Estructurales			
1. Compromiso			

Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad.
Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.
Respeto	Respetar horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.
Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respetar las normas y reglas internas de la empresa.
Competencias Gerenciales	
4. Orientación al cliente y mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria.
Identificación de oportunidades de negocio	Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
Conducción efectiva de equipos	Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados

Delegación / empoderamiento	Sabe escoger a las personas más preparadas para la contratación o asignación de tareas.
Visión de largo plazo	Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción.
6. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.
Competencias Técnicas	
7. Sentido de competitividad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
8. Conocimiento del mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Inteligencia de mercado	Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen.
Exploración y curiosidad	Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos.
Implementación de acciones y	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la

estrategias	estrategia organizacional.
9. Orientación a la calidad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes
Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.
Competencias Técnico Funcionales	
1. Habilidad numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
2. Capacidad de análisis	Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos.
3. Manejo de información estadística	Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas.
4. Manejo del sistema de remuneración	Conocimiento del sistema de remuneración utilizado por la empresa, evaluándolo y sugiriendo modificaciones en el mismo para alinearlos a la estrategia de la empresa y a las tendencias del mercado.
5. Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.
6. Atención Telefónica	Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad.
7. Manejo de Correspondencia	Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente.
8. Control de Efectivo	Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad, realiza conciliaciones bancarias y contables, así como control de libros diarios.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Mesero

Cuadro N° 100.Manual de cargo del Mesero

Datos de Identificación			
Localización		Restaurante	
Nivel de reporte inmediato		Chef	
Misión del Cargo			
“Vela por la atención rápida y amable al cliente”			
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos
Chef Cocinero		Recepción	Clientes
Perfil	Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios
	Bachiller	Curso de Atención al cliente	Inglés Nivel: Medio
Responsabilidades del cargo			
<ul style="list-style-type: none"> • Es el responsable directo de dar servicio a la mesa. • Está obligado a dar un servicio amable, eficiente y cortés. • Mantiene en práctica las normas de limpieza. • Es responsable del correcto desempeño de los trabajadores especiales o rotativos durante la preparación previa al servicio. • Es responsable de errores y omisiones en el cobro de cuentas. • Es el encargado de resolver en primera instancia las quejas del cliente, o bien reportarlas a su superior. • Da a los clientes información de interés general. • Participa en sesiones de capacitación y adiestramiento. 			
Condiciones de trabajo			
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en un restaurante con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”.			
Perfil de Competencias			
Competencias Estructurales			
1. Compromiso			
Atributo	Nivel ideal requerido		
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad.		

Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.
Respeto	Respetar horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.
Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y q promulgue una buena relación laboral entre el personal.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respetar las normas y reglas internas de la empresa.
Competencias Gerenciales	
4. Orientación al cliente y mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria.
Identificación de oportunidades de negocio	Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
Conducción efectiva de equipos	Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados
Visión de largo plazo	Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción.

6. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han o no, realiza y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores y pares la idea que las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.
Competencias Técnicas	
7. Sentido de competitividad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
8. Conocimiento del mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Exploración y curiosidad	Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos.
Implementación de acciones y estrategias	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional.
9. Orientación a la calidad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes

Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.
Competencias Técnico Funcionales	
1. Habilidad numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
2. Capacidad de análisis	Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos.
3. Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.
4. Atención Telefónica	Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad.
5. Manejo de Correspondencia	Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Ayudante de cocina

Cuadro N°101. Manual de cargo del Ayudante de cocina

Datos de Identificación			
Localización		Restaurante	
Nivel de reporte inmediato		Chef	
Misión del Cargo			
“Preparar alimentos en alto grado de salubridad y entregar un producto de calidad que satisfaga las necesidades del cliente”			
Colaboradores directos		Contactos Internos	Contactos externos
Chef Mesero		Recepción	Proveedores
Perfil	Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios
	Bachiller	Curso de alta gastronomía	No es necesario
Responsabilidades del cargo			

<ul style="list-style-type: none"> • Preparar los platillos que el cliente solicite de manera ágil y en perfectas condiciones de limpieza. • Brindar su apoyo en otras áreas en caso de así requerirlo. • Mantener limpios los utensilios y herramientas de trabajo. • Realizar las lista de insumos, materiales e ingredientes requeridos. 	
Condiciones de trabajo	
“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en un restaurante con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”.	
Perfil de Competencias	
Competencias Estructurales	
1. Compromiso	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de pertenencia	Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad.
Lealtad	Confidencialidad de información de la empresa.
Respeto	Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal.
2. Trabajo en equipo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones.
Sinergia	Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas.
Integración Organizacional	Capacidad de organizar y q promulgue una buena relación laboral entre el personal.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso.
Profesionalismo	Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos.
Respeto a la institucionalidad	Respeto las normas y reglas internas de la empresa.
Competencias Gerenciales	

4. Orientación al cliente y mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Énfasis en el servicio y cliente	Atiende al cliente y cumple con sus expectativas.
Cumplimiento de compromisos	Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria.
Identificación de oportunidades de negocio	Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar.
5. Liderazgo	
Atributo	Nivel ideal requerido
Desarrollo de personas	Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal.
Conducción efectiva de equipos	Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados
Visión de largo plazo	Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción.
6. Orientación a resultados	
Atributo	Nivel ideal requerido
Definición de objetivos	Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo.
Cumplimiento de metas	Realiza un estudio de las metas que se han o no, realiza y presenta un informe claro.
Administración de riesgos	Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados.
Generación de valor	Es consciente y transmite a sus colaboradores y pares la idea que las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario.
Competencias Técnicas	
7. Sentido de competitividad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Creación de diferencial competitivo	Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo.
Valor percibido por el cliente	Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos).

Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo.
8. Conocimiento del mercado	
Atributo	Nivel ideal requerido
Exploración y curiosidad	Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos.
Implementación de acciones y estrategias	Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional.
9. Orientación a la calidad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de excelencia	Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes
Mejora continua	Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente
Enfoque de calidad	Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios.
Competencias Técnico Funcionales	
1. Habilidad numérica	Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas.
2. Capacidad de análisis	Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos.
3. Atención al cliente	Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos.
4. Atención Telefónica	Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad.
5. Manejo de Correspondencia	Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

Personal de Limpieza

Cuadro N°102.Manual de cargo del Personal de Limpieza

Datos de Identificación				
Localización		Todas las áreas		
Nivel de reporte inmediato		Gerente		
Misión del Cargo				
Mantener en condiciones de perfecta limpieza las instalaciones de la empresa según las normas establecidas y las instrucciones que le otorgue su superior.				
Perfil	Formación Académica	Conocimientos adicionales	Idiomas necesarios	Nivel de Experiencia
	Bachiller	Mantenimiento de Instalaciones	Ninguno	Mínimo 3 años en posiciones o responsabilidades similares.
Responsabilidades del cargo				
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar el estado de todos los bienes con los que cuenta la empresa y realizar reparos en caso de ser necesario. • Realizar mantenimiento continuo de todas las áreas de la empresa. • Mostrar cordialidad en caso de que el personal de la empresa o clientes necesiten de su contingente. • Solicitar las herramientas necesarias para realizar un mantenimiento de calidad • Cumplir con el aseo de las instalaciones de manera que el cliente se lleve la mejor imagen de la empresa. 				
Indicadores de medición				
Condiciones de trabajo				
Desarrolla sus tareas la mayor parte del tiempo en las instalaciones de todas las áreas de la empresa				
Perfil de Competencias				
Competencias Estructurales				
1. Compromiso				
Atributo	Nivel ideal requerido			
Lealtad	Mantener buenos vínculos con todos los integrantes de la empresa y cumplir con las promesas y compromisos establecidos en el inicio de las relaciones laborales, procurando siempre el beneficio mutuo.			
Respeto	Promueve la tolerancia, apertura y respeto en su equipo de trabajo, da cumplimiento a las normas y principios establecidos.			
2. Trabajo en equipo				

Atributo	Nivel ideal requerido
Cooperación	Presta su contingente incondicional, para poder alcanzar los resultados esperados y brindar siempre servicios de calidad a los clientes.
3. Integridad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Ética	Actúa con una conducta intachable, promoviendo sólidos fundamentos morales y de respetabilidad dentro de su equipo de trabajo con fin de lograr el bienestar de la organización.
Respeto a la institucionalidad	Es ejemplo de cumplimiento de las normas y políticas de la compañía, establece propuestas de mejora a las mismas.
Competencias Técnicas	
4. Sentido de competitividad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Creatividad e innovación	Presenta contribuciones y respuestas inmediatas cuando ocurren daños en la estructura de la construcción, ya sean instalaciones sanitarias, eléctricas, de agua es decir soluciona problemas de esta índole en forma oportuna o reporta las daños en caso de no lograr repararlos.
9. Orientación a la calidad	
Atributo	Nivel ideal requerido
Sentido de excelencia	Eleva el nivel de calidad para maximizar los beneficios de la empresa, mejorando cada vez más sus habilidades.
Mejora continua	Mejoramiento continuo con miras a la perfección a través de replanteamientos en los procesos preestablecidos en caso de ser necesario.
Enfoque de calidad	Logra calidad en la prevención y no en la corrección de imperfecciones, no requiere de supervisión ni control para la generación de calidad.
Competencias Técnico Funcionales	
1. Conocimiento de Producto	Demuestra conocimiento y dominio de las diversas características de un evento y de las actividades que le competen.
2. Trabajo Bajo Presión	Capacidad de controlar el descontento o irritación en ambientes desfavorables, facilidad en establecer prioridades y dar soluciones a problemas suscitados en el lugar de trabajo.
3. Manejo de relaciones con clientes	Habilidad para lograr un buen relacionamiento con el cliente, en caso de ser requerido, demostrando capacidad para atender sus necesidades de manera eficiente y adecuada.
4. Capacidad de	Capacidad de establecer un plan de trabajo diario, a fin de maximizar

Planeación y Organización	recursos y minimizar riesgos, accidentes o percances que alteren nuestra oferta de servicios de calidad.
5. Conocimiento de Procesos	Capacidad de entender las secuencias del proceso en la ejecución de eventos, para conocer cuándo debe actuar.
6. Elaboración de Informes	Capacidad de generar informes con datos relevantes para la toma de decisiones, demostrando capacidad analítica y de síntesis.

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

d. Reglamento interno para clientes y funcionarios

1) Reglamento interno para funcionarios

a) Reglamento para prestación de servicios del empleado.

- Cumplir puntualmente.
- El uso de las reservaciones y también del teléfono es exclusivamente la persona que se encuentre en la recepción.
- Cumplir con todo lo ofrecido al huésped.
- Entregar un buen servicio por todo lo requerido por el cliente.
- No fumar y beber en las horas de atención al público.
- No estar con comida para atender al cliente.
- Cumplir con el horario pre establecido.
- Trabajar en equipo para que los departamentos funcionen.
- La calidad del servicio siempre debe ser de primera.

b) Horarios de trabajo

- **PRIMERA.-** Se conviene expresamente que el horario es de lunes a domingo dependiendo del servicio en dos horarios de 8:00 a 17: 00, y de 17:00 a 02:00 horas; en el primer horario contarán con una hora para tomar sus alimentos en el horario de 14:00 a 15:00 y en el segundo horario su hora de cena es de 21:00 a 22:00 horas y cualquier modificación deberá ser pre- autorizado por la administración.
- **SEGUNDA.-** Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según las necesidades de la misma siendo obligación de esta dar aviso a él o los trabajadores.
- **TERCERA.-** La empresa concede como máximo tres tolerancias a la quincena de quince minutos cada una, al incurrir en el tercer retraso de quince minutos a la quincena a la hora de entrada exclusivamente, automáticamente se le descontará medio día de salario.
- **CUARTA.-** Cada trabajador deberá timbrar la tarjeta correspondiente ubicada en la recepción y acentuar en la misma sus horarios de comida y salida de la compañía.
- **QUINTA:** El trabajador se compromete a hacer efectivo el tiempo laboral respetando sus horarios de lo contrario será descontado de su salario el tiempo faltante o se considerará como media falta completa según sea el caso.
- **SEXTA.-** Está estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo. El que incurra en este hecho será acreedor de una sanción en la que existe la posibilidad de baja definitiva.
- **SÉPTIMA.-** Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin la previa autorización de la administración.

c) Permisos y faltante.

- **OCTAVA.-** Los permisos deben ser forzosamente solicitados por escrito y con 72 horas de anticipación, el permiso que no cumpla con dichos requisitos automáticamente se anulará.
- **NOVENA.-** La gerencia estará facultada a autorizar el permiso y las condiciones bajo el que autorice. Todos los permisos serán sin goce de sueldo en el caso de que sea día completo salvo que el funcionario del área antes mencionada autorice lo contrario.
- **DÉCIMA.-** El único comprobante que justifica una incapacidad es el que explique el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), cabe hacer mención que no será válido ningún otro documento.
- **DÉCIMA PRIMERA.-** Los trabajadores que falten a sus labores por cualquiera que sea la causa, tendrán que dar aviso inmediato a la gerencia, éste aviso debe ser telefónico o por escrito y en caso de ser incapacidad tendrá que hacer llegar el comprobante el día que inicia la misma en caso contrario se aplicará como faltante injustificada.
- **DECIMA SEGUNDA.-** Al momento de acumular tres faltas injustificadas la empresa tendrá la facultad de dar la baja inmediata.

d) Restricciones.

- **DÉCIMA TERCERA.-** El personal de la compañía deberá portar su credencial en todo momento durante su estancia en la empresa.
- **DÉCIMA CUARTA.-** La política de uniformes será aplicada todos los días la falta de cumplimiento de su utilización podrá ser causa de las sanciones correspondientes.
- **DÉCIMA QUINTA.-** El personal debe estar debidamente aseado limpio y peinado, en caso de las mujeres deberá ser el cabello recogido.

- **DÉCIMA SEXTA.-** Queda prohibida a los trabajadores:

- i. Ejecutar cualquier acto que pueda poner en peligro su seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de terceras personas así como el establecimiento o en el lugar en que el trabajo se desempeñe.

- ii. Sustraer de la empresa, útiles de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.

- iii. Provocar en el interior del centro de trabajo, escándelos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada.

- iv. Suspender y ausentarse de sus labores sin autorización de la administración del área responsable.

- v. Distraerse en cualquier actividad ajena al trabajo.

- e) **Días de descanso.**

- **DÉCIMA SÉPTIMA.-** Los establecidos por el calendario cívico y festivo de la República del Ecuador o días que la empresa establezca.

- f) **Juntas y reuniones laborales.**

- **DÉCIMA NOVENA.-** En caso de que algún socio o el gerente necesiten convocar a junta, se registrará en correo electrónico con tres días de anticipación y se mencionará en dicha solicitud:

- Motivo de la junta.
- Moderador y/o responsable.
- Plan de trabajo.
- Quiénes participarán en ésta.

- Duración de la junta (el moderador deberá hacer cumplir el tiempo estimado y concretar acuerdos).
- Orden del día y fecha.

Las juntas se deberán realizar en la oficina de juntas no puede ser fuera de las instalaciones o en áreas comunes en general (comedor, pasillos, baños, etc.).

Se deberá observar disciplina y productividad a través de alcanzar acuerdos que promueven la productividad y cumplimiento de objetivos.

Será responsabilidad de cada participante la participación en las reuniones, a través de la asistencia puntual y la oportuna preparación sobre los temas a tratar.

Con la finalidad de dar seguimiento al éxito de cada reunión, será obligatoria la preparación y publicación entre los participantes, de la MINUTA correspondiente, misma que deberá observar acuerdos y compromisos que conlleven al éxito mencionado. El moderador será quién vigile este ordenamiento.

g) Actas administrativas.

- **VIGÉSIMA.**- Las actas administrativas, se aplican cuando alguien a pesar de estar enterado y saber de los reglamentos, políticas y responsabilidades de la empresa no cumple con las mismas.

El único que puede autorizar levantar un acta administrativa es el socio o en ausencia de la misma el gerente.

Al realizar la tercera junta administrativa, la empresa tiene la facultad de rescindir el contrato y la baja definitiva del mismo.

h) Sanciones disciplinarias.

• **VIGÉSIMA PRIMERA.-** La empresa podrá aplicar a los trabajadores que desacaten cualquiera de los puntos mencionados en este reglamento alguno de las sanciones que a continuación se señalan según la gravedad.

i. Rescisión de contrato.

- Por la primera falta injustificada, suspensión de un día sin goce de sueldo.
- Por la segunda falta injustificada, suspensión de dos días sin goce de sueldo.
- Por la tercera falta injustificada, suspensión de tres días sin goce de sueldo.
- Por la cuarta falta injustificada procederá la rescisión de contrato sin responsabilidad de la empresa.

ii. Cabe mencionar que es obligación del trabajador:

- Comunicar al gerente o al superior a cargo las deficiencias que adviertan en el trabajo a fin de evitar daños y perjuicios y cuando esté en riesgo la seguridad de la misma.
- Guardar escrupulosamente los secretos e información confidencial que conozcan, así como de los asuntos administrativos cuya divulgación pueda causar perjuicios a la empresa.
- Poner en conocimiento al gerente o al superior a cargo las enfermedades contagiosas que padezcan tan pronto como tengan conocimiento de las mismas.

2) Reglamento para el cliente

Según el código de la OMT los reglamentos que atiende el código de ética, con el fin de salvaguardar los recursos naturales, culturales y sociales del patrimonio cultural. El fin es que la experiencia turística sea de calidad para el visitante y en bienestar de la comunidad anfitriona, así tenemos:

- a) Para aumentar el sentido de sus viajes, recabe información con anterioridad a su salida, sobre las características de la región a visitar, su geografía, costumbres y cultura.
- b) Respete la fragilidad cultural, social y medio ambiental de la comunidad, adoptando los paquetes elaborados para esta zona.
- c) Respete la soledad y dignidad de los pobladores locales y demás visitantes de la zona.
- d) No compre productos de especies de flora y fauna amenazadas, en lo posible filme o tome fotografías.
- e) Camine siempre por los senderos definidos y señalizados para el uso turístico.
- f) Apoye los programas diseñados en la comunidad para conservar el medio ambiente y revalorizar la cultura local.
- g) En lo posible, use medios de transporte ambientalmente sanos, la propuesta de este proyecto es que usted camine hacia los atractivos más cercanos. Aporte con criterios constructivistas.
- h) Ayude a fomentar con su proceder a la conservación de energía y del medio ambiente, a la protección del agua y el aire, al reciclaje de materiales, al manejo de desechos y materiales tóxicos al control del ruido.

e. Talento Humano

Cuadro N°103. Talento humano y remuneración de la empresa

Personal	Número del personal	Salario	Décimo Cuarto	Décimo Tercero	Remuneración anual Total
Gerente	1	650	318	650	8768
Recepcionista	1	500	318	500	6818
Camarera	2	500	318	500	13636
Persona de limpieza.	2	318	318	318	8904
Chef	1	500	318	500	6818
Mesero	2	318	318	318	8904
Ayudante de Chef	2	318	318	318	8904
Botones	1	318	318	318	4452
TOTAL					67204

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundar

Cuadro N°104. Talento Humano subcontratado

Personal	Número del personal	Salario	Remuneración Total
Guardia	1	760	9120
Contador	1	180	2160
TOTAL			11280

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

3. Estudio Legal

a. Tipo de empresa

Posada las Primicias, se constituirá como una empresa privada de responsabilidad limitada fundamentada en las leyes vigentes de la república del Ecuador.

b. Constitución Política de la República del Ecuador.

Considerando la Constitución Política vigente, aprobada el 28 de septiembre del 2008 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art 66.- Se reconoce y garantiza a las personas.

a) Numeral 13. El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.

b) Numeral 15. El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

2) Art 83.- Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la constitución y la ley:

a) Numeral 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

3) Art 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

4) Art 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

c. Ley de turismo

Considerando la ley de turismo suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art 5.- 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 las siguientes actividades:

- a) Alojamiento
- b) Servicio de alimentos y bebidas;
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

2) Art 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

3) Art 9.- 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.

4) Art 10.- 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, lo que les permitirá:

- a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b) Dar publicidad a su categoría;

- c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

d. Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo

En decreto ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 el 5 de enero del 2004 se expide el Reglamento General de aplicación de la ley de Turismo, dentro del cual se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica, a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje:

2) Art 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación de remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 8 de la Ley de Turismo.

3) Del registro único de turismo.

a) Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuara por una sola vez: y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio de Turismo en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimientos y otros.

b) Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados manualmente.

4) De la licencia única anual de funcionamiento

a) Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

b) Art. 56.- Derechos para la obtención de la licencia única anual de funcionamiento: A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la ley de turismo.

c) Art. 60.- Pago de la licencia: El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

e. Reglamento general de Actividades Turísticas

Considerando el Reglamento general de Actividades Turísticas decretado en el Decreto Ejecutivo 3400 y publicado en el Registro Oficial 726 el 17 de diciembre del 2002: se ha tomado como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

2) Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

a) Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

i. Subgrupo 1.1. Hoteles.

- Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

ii. Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

- Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

iii. Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

- Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

b) Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.

i. Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).

ii. Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

iii. Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

3)Hostales y Pensiones

Art. 17.- Hostal.- Es hostal todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de veintinueve ni menor de doce habitaciones.

Art. 18.- Pensión.- Es pensión todo establecimiento hotelero que, mediante precio, preste al público en general servicios de alojamiento y alimentación y cuya capacidad no sea mayor de once habitaciones ni menor de seis.

Art. 19.- Hostales y pensiones de tres estrellas.- Los hostales y pensiones de tres estrellas deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción, permanente atendido por personal capacitado. El recepcionista, además de conocer el idioma español, tendrá conocimientos básicos de inglés. Los botones y mensajeros dependerán de la recepción;
- b) De pisos, para el mantenimiento de las habitaciones, su limpieza y preparación. Estará a cargo de camareras cuyo número guardará relación con la capacidad del establecimiento, a razón de una camarera por cada dieciséis habitaciones, debiendo contar por lo menos con una camarera, cuando la capacidad sea inferior a ese número de habitaciones;
- c) De comedor. El menú deberá permitir al cliente la elección entre tres o más especialidades dentro de cada grupo de platos;
- d) Telefónico, a través de una central atendida permanentemente, pudiendo ocuparse de este servicio el personal de recepción;
- e) De lavandería y planchado, que podrá ser propio del establecimiento o contratado; y,
- f) Botiquín de primeros auxilios.

a. Requisitos legales.

Para constituir la empresa turística se necesita realizar los siguientes trámites:

1) Registro único de contribuyentes

Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

- a) Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal
- b) Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil

- c) Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
- d) Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- e) Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- f) Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- g) Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.
- h) Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE
- i) Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

2) Patente municipal:

Cuyos requisitos son:

- a) Formulario de solicitud de patente

El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos:

- i. Fecha de presentación
- ii. Nombres completos de propietarios de la actividad económica o representante legal de la misma
- iii. Numero de cedula.

- iv. Papeleta de votación
 - v. Numero de RUC.
 - vi. Nacionalidad.
 - vii. Dirección domiciliaria del propietario o representante legal
 - viii. Actividad económica a la que se dedica.
 - ix. Razón social con que opere
 - x. Capital en operación (total activos menos pasivos corrientes)
 - xi. Ubicación del establecimiento
 - xii. Firma autorizada del declarante
-
- a) Copia de Acta de Constitución cuando la actividad tiene personería jurídica
 - b) Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
 - c) Copia de RUC
 - d) Permiso del Cuerpo de Bomberos

3) Permisos sanitarios

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- a) Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- b) Comprobante de pago de patente del año
- c) Permiso sanitario de funcionamiento
- d) Certificado(s) de salud
- e) Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad
- f) Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4) Registro Actividad Turística

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañado de los siguientes documentos:

- a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
 - b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina de Registro Mercantil.
 - c) Copia del RUC.
 - d) Copia de la cedula de identidad.
 - e) Copia de la papeleta de votación.
 - f) Certificado de instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud
 - g) Registro único de contribuyentes o cedula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante
 - h) Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
 - i) Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
 - j) Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil
- Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación.

5) Licencia Anual de Funcionamiento

Para obtener la licencia anual de funcionamiento los requerimientos son:

- a) Solicitud de Registro de Catastro Turístico dirigida al Señor Alcalde
- b) Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo.
- c) Patente municipal actualizada.
- d) Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional).
- e) Copia certificada del RUC.
- f) Lista de precios del establecimiento turístico.
- g) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

6) Afiliación a la Cámara de Turismo Provincial

Para la afiliación a la Cámara de Turismo Provincial se debe recalcar que su afiliación es opcional y se necesita los siguientes requisitos:

- a) Copia de cedula de identidad del representante legal de la empresa
- b) Copia del certificado de votación.
- c) RUC.
- d) Patente municipal.
- e) Registro del Ministerio de Turismo.
- f) Dos fotos tamaño carnet.

b. Costos de trámites pertinentes.

Cuadro N°105. Gastos de constitución, patentes y licencias del hostel.

Detalle de Gastos	Valor
• Estatutos de la Constitución	255,00
• Elevación escritura de Riesgo.	500,00
• Registro nombramiento legal.	155,00
• Apertura de Cuenta Nacional de Fomento.	60,00
• IEPI (Tramite de marca y Búsqueda de signos distintivos)	280,00
• Otras instituciones	50,00
Permisos y Patentes	
• Registro Mitur	210,00
• Permiso sanitario	204,00
• Licencia de funcionamiento	104,93
• Otras instituciones	50,00
Total	1868,93

Elaborado por: María José Yépez

Fuente: Información secundaria

La licencia de funcionamiento: (LUAF): El valor se fija en base a los siguientes factores: el valor otorgado por el Ministerio de Turismo: Número de habitaciones* 1.93USD, y número de mesas* 9.33USD.

D. VIABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

1. Viabilidad económica

a. Inversiones del proyecto

Cuadro N°106.Inversiones del proyecto.

RUBROS	INVERSION REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL INVERSION
INVERSIONES FIJAS		40437,17	40437,17
Construcciones		6370,00	6370
Maquinaria y equipos		13127	13127
Muebles y enseres		10995	10995
Equipos de computación		1140	1140
Menaje		8404,8	8404,8
Imprevistos		400,37	400,37
INVERSIONES DIFERIDAS		18903,09	18903,0893
Gastos de constitución legal de la empresa		1868,93	1868,93
Promoción y publicidad		6597,00	6597,00
Capacitación a personal		250	250
Intereses antes del funcionamiento		10000,00	10000,00
Imprevistos		187,16	187,16
CAPITAL DE TRABAJO		108369,45	108369,45
Materia prima (víveres-otros)		28499,12	28499,12
Insumos		886,33	886,33
Mano de obra directa		42714,00	42714
Mano de obra indirecta		35770,00	35770
Contingencias		500	500
TOTAL		167709,71	167709,71

Elaborado por: María José Yépez

b. Fuentes y usos del proyecto

Cuadro N°107.Fuentes y usos del proyecto.

TOTAL	Uso de fondos	Fuentes de financiamiento		
		Rec. propios	Banco	Proveedores
INVERSIONES FIJAS	40437,17			
Construcciones	6370,00	1370,00	5000,00	
Maquinaria y equipos	13127,00	3127,00	10000,00	
Muebles y enseres	10995,00	995,00	10000,00	
Equipos de computación	1140,00	1140,00		
Menaje	8404,80	3404,80	5000,00	
Imprevistos	400,37	400,37		
INVERSIONES DIFERIDAS	18903,09			
Gastos de constitución legal de la empresa	1868,93	1868,93		
Promoción y publicidad	6597,00	6597,00		
Capacitación a personal	250,00	250,00		
Intereses durante la construcción	10000,00	10000,00		
Imprevistos	187,16	187,16		
CAPITAL DE TRABAJO	108369,45			
Materia prima (víveres-otros)	28499,12	8499,12	20000,00	
Insumos	886,33	886,33		
Mano de obra directa	42714,00	17714,00	25000,00	
Mano de obra indirecta	35770,00	10770,00	25000,00	
Contingencias	500,00	500,00		
TOTAL	167709,71	67709,71	100000,00	0,00

Elaborado por: María José Yépez

c. Clasificación de las inversiones

Cuadro N°108. Clasificación de las inversiones.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Construcciones	6370,00
Maquinaria y equipo	13127,00
Muebles y enseres	10995,00
Equipos de computación	1140,00
Menaje	8404,80
Imprevistos	400,37
TOTAL ACTIVOS FIJOS	40437,17
INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
Gastos de constitución legal de la empresa	1868,93
Promoción y publicidad	6597,00
Capacitación a personal	250,00
Intereses antes del funcionamiento	10000,00
Imprevistos	187,16
TOTAL CARGOS DIFERIDOS	18903,09
CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Materia prima (víveres-otros)	28499,12
Materiales e Insumos	886,33
Mano de obra directa	42714,00
Mano de obra indirecta	35770,00
Contingencias	500,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	108369,45
TOTAL DE LA INVERSION	
DETALLE	VALOR
Inversiones fijas	40437,17
Inversiones diferidas	18903,09
Capital de trabajo	108369,45
TOTAL	167709,71

Elaborado por: María José Yépez

d. Financiamiento del proyecto

Cuadro N°109.Financiamiento del proyecto.

FINANCIAMIENTO	
PRESTAMO	100000
APORTACION SOCIO A	13541,94
APORTACION SOCIO B	13541,94
APORTACION SOCIO C	13541,94
APROTACION SOCIO D	13541,94
APORTACION SOCIO E	13541,94
TOTAL FINANCIAMIENTO	167709,71
TOTAL APORTE DE LOS SOCIOS	67709,71

Elaborado por: María José Yépez

El Ministerio de Turismo con su programa “Negocios Turísticos Productivos”, conjuntamente con el Banco del Fomento otorgan préstamos, que van de \$701,00 hasta \$300000,00 con un plazo máximo de pago de 10 años y una tasa de interés del 10%.

e. Depreciación de los activos fijos

Cuadro N°110. Depreciación de los activos fijos.

DETALLE	VALOR DEL BIEN	DEPR. ANUAL	VALOR SALVAMEN.	VALOR DE DEPRECIACION	DURACION DEL PROYECTO	% DEPR.	AÑOS LEY
Construcciones	6370,00	318,50	4777,50	1592,50	5	5%	20
Maquinaria y equipos	13127,00	1312,70	6563,50	6563,50	5	10%	10
Muebles y enseres	10995,00	1099,50	5497,50	5497,50	5	10%	10
Equipos de computación	1140,00	380,00	0	1900,00	5	33%	3
Menaje	8404,80	840,48	4202,40	4202,40	5	10%	10
TOTAL		3951,18	21040,90	19755,90			

Elaborado por: María José Yépez

f. Amortización de activos diferidos

Cuadro N°111. Amortización de activos diferidos.

DIFERIDO	VALOR	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
TOTAL	18715,93	3743,186	3743,186	3743,186	3743,186	3743,186
Gastos de constitución legal de la empresa	1868,93	373,786	373,786	373,786	373,786	373,786
Promoción y publicidad	6597	1319,4	1319,4	1319,4	1319,4	1319,4
Capacitación a personal	250	50	50	50	50	50
Intereses antes del funcionamiento	10000	2000	2000	2000	2000	2000

Elaborado por: María José Yépez

g. Cálculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:

- a. Préstamo \$100.000
- b. Plazo 5 años
- c. Capitalizable anual
- d. Interés 10%

Cuadro N°112. Cálculo del pago de la deuda.

PERIODO	CAPITAL PREST.	INTERES	CAPITAL PAGADO	CUOTA PAGO	SALDO
1	100000	10000	20000	30000	80000
2	80000	8000	20000	28000	60000
3	60000	6000	20000	26000	40000
4	40000	4000	20000	24000	20000
5	20000	2000	20000	22000	0
TOTAL		30000	100000	130000	

Elaborado por: María José Yépez

h. Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto

Cuadro N°113. Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto.

RUBROS	AÑOS				
	1	2	3	4	5
1. COSTOS DE PRODUCCION					
Materia prima	29.881,33	31.330,57	32.850,10	34.443,33	36.113,84
Materiales e Insumos	929,32	974,39	1.021,65	1.071,20	1.123,15
Mano de obra directa	46.558,26	50.748,50	55.315,87	60.294,30	65.720,78
Mano de obra indirecta	38.989,30	42.498,34	46.323,19	50.492,27	55.036,58
Subtotal	116.358,20	125.551,80	135.510,81	146.301,10	157.994,35

2. COSTOS DE ADMINISTRACION					
Servicios básicos	1194,24	1252,162	1312,89	1376,57	1443,33
Depreciaciones Ac. Fijos	4142,81	4343,739	4554,41	4775,30	5006,90
Gastos de constitución legal de la empresa	1959,57	2054,612	2154,26	2258,74	2368,29
Subtotal	7.296,63	7.650,51	8.021,56	8.410,61	8.818,52
3. GASTOS DE VENTAS					
Promoción y publicidad	6597	6597	6597	6597	6597
Subtotal	6.597,00	6.597,00	6.597,00	6.597,00	6.597,00
4. COSTOS FINANCIEROS					
Intereses bancarios	10.000,00	8.000,00	6.000,00	4.000,00	2.000,00
Subtotal	10.000,00	8.000,00	6.000,00	4.000,00	2.000,00
TOTAL	140.251,83	147.799,31	156.129,37	165.308,71	175.409,87

Elaborado por: María José Yépez

i. Estructura de ingresos

Cuadro N°114. Estructura ingresos totales.

CONCEPTO	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Hospedaje	215.917,12	231.031,32	247.203,51	264.507,76	283.023,30
Restaurante	19.876,20	21.267,54	22.756,27	24.349,20	26.053,65
TOTAL INGRESOS	235.793,32	252.298,86	269.959,78	288.856,96	309.076,95

Elaborado por: María José Yépez

j. Estado proforma de resultados

Cuadro N°115.Estado proforma de resultados.

RUBROS	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Ventas netas	235.793,32	252.298,86	269.959,78	288.856,96	309.076,95
- Costos de producción	116.358,20	125.551,80	135.510,81	146.301,10	157.994,35
Utilidad Bruta	119.435,12	126.747,05	134.448,97	142.555,86	151.082,60
-Costos de administración	7.296,63	7.650,51	8.021,56	8.410,61	8.818,52
-Costos de ventas	6.597,00	6.597,00	6.597,00	6.597,00	6.597,00
Utilidad operativa	105.541,49	112.499,54	119.830,40	127.548,25	135.667,07
-Costo financiero	10.000,00	8.000,00	6.000,00	4.000,00	2.000,00
Utilidad neta antes de rep de utilidades	95.541,49	104.499,54	113.830,40	123.548,25	133.667,07
- Reparto de utilidades 15%	14.331,22	15.674,93	17.074,56	18.532,24	20.050,06
Utilidad neta antes de impuestos	81.210,27	88.824,61	96.755,84	105.016,01	113.617,01
- Impuestos 25%	20.302,57	22.206,15	24.188,96	26.254,00	28.404,25
Utilidad neta	60.907,70	66.618,46	72.566,88	78.762,01	85.212,76

Elaborado por: María José Yépez

k. Balance general

Cuadro N°116.Balance general.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activo corriente (capital de trabajo)	108.369,45	113.625,37	119.136,20	124.914,30	130.972,65	137.324,82
Activo fijo	40.437,17	40.437,17	40.437,17	40.437,17	40.437,17	40.437,17
Depreciación acumulada		3.951,18	7.902,36	11.853,54	15.424,72	76.743,60
Ac. diferi (valor anual de amort)	18.903,09	15.122,47	11.341,85	7.561,24	3.780,62	0,00
TOTAL DE ACTIVOS	167.709,71	173.136,19	178.817,58	184.766,25	190.615,15	254.505,59
Pasiv. corr (intereses)		10.000,00	8.000,00	6.000,00	4.000,00	2.000,00
Pasiv. Largo p. (préstamo)		20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
TOTAL PASIVO	0,00	30.000,00	28.000,00	26.000,00	24.000,00	22.000,00
Patrimonio	167.709,71	167.709,71	167.709,71	167.709,71	167.709,71	167.709,71
UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta)		-24.573,52	-16.892,13	-8.943,46	-1.094,55	64.795,88
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	167.709,71	197.709,71	195.709,71	193.709,71	191.709,71	189.709,71

Elaborado por: María José Yépez

I. Cálculo del flujo de caja del proyecto (cash flow)

Cuadro N°117. Cálculo del flujo de caja del proyecto (cash flow)

	RUBROS	0	1	2	3	4	5
+	VENTAS		235.793,32	252.298,86	269.959,78	288.856,96	309.076,95
+	VALOR SALVAMENTO						21040,90
-	COST. PRODUCC.		116.358,20	125.551,80	135.510,81	146.301,10	157.994,35
-	COSTOS. ADMINIS.		7.296,63	7.650,51	8.021,56	8.410,61	8.818,52
-	COSTOS VENTAS		6.597,00	6.597,00	6.597,00	6.597,00	6.597,00
-	COSTOS FINANCIEROS		10.000,00	8.000,00	6.000,00	4.000,00	2.000,00
-	AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ)		20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
=	UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP.		75.541,49	84.499,54	93.830,40	103.548,25	134.707,97
-	REPARTO UTILIDADES		11.331,22	12.674,93	14.074,56	15.532,24	20.206,20
=	UTILIDADES ANTES DE IMP.		64.210,27	71.824,61	79.755,84	88.016,01	114.501,78
-	IMPUESTO		16.052,57	17.956,15	19.938,96	22.004,00	28.625,44
=	UTILIDAD NETA		48.157,70	53.868,46	59.816,88	66.012,01	85.876,33
+	DEPRECIACIONES		3.951,18	3.951,18	3.951,18	3.951,18	3.951,18
+	AMORT. ACT. NOMINAL		3.780,62	3.780,62	3.780,62	3.780,62	3.780,62
-	INVERSIONEN MAQ. Y EQ.	14.267,00					

-	INV. TERRENO Y OBRA FISICA	6.370,00					
-	INVERSION OTROS	19.800,17					
-	INV. ACT. NOMINAL	18.903,09					
-	INV. CAPITAL DE TRABAJO	108.369,45					
+	RECUP. CAPITAL TRABAJO						
-	AMORT. PRESTAMO		20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00	20.000,00
	FLUJO DE CAJA	-167.709,71	35.889,50	41.600,26	47.548,68	53.743,81	73.608,13

Elaborado por: María José Yépez

m. Costos y gastos

Cuadro N°118. Costos y gastos

RUBROS	AÑOS														
	1			2			3			4			5		
	CV	CF	CT	CV	CF	CT	CV	CF	CT	CV	CF	CT	CV	CF	CT
COSTOS DE PRODUCCIÓN															
Materia prima	29881,33		29881,33	31330,57		31330,57	32850,10		32850,10	34443,33		34443,33	36113,84		36113,84
Mano de obra directa		46558,26	46558,26		50748,50	50748,50		55315,87	55315,87		60294,30	60294,30		65720,78	65720,78
Mano de obra indirecta		38989,3	38989,30		42498,34	42498,34		46323,19	46323,19		50492,27	50492,27		55036,58	55036,58
Materiales e Insumos		929,32	929,32		974,39	974,39		1021,65	1021,65		1071,20	1071,20		1123,15	1123,15
	29881,33	86476,88	116358,20	31330,57	94221,23	125551,80	32850,10	102660,70	135510,81	34443,33	111857,77	146301,10	36113,84	121880,51	157994,35
COSOTS DE ADMINISTRACION															
Servicios básicos	1194,24		1194,24	1252,16		1252,16	1312,89		1312,89	1376,57		1376,57	1443,33		1443,33
Depreciaciones Act. Fijos		4142,81	4142,81		4343,74	4343,74		4554,41	4554,41		4775,30	4775,30		5006,90	5006,90
Gastos de constitución legal de la empresa		1959,57	1959,57		2054,61	2054,61		2154,26	2154,26		2258,74	2258,74		2368,29	2368,29
	1194,24	6102,39	7296,63	1252,16	6398,35	7650,51	1312,89	6708,67	8021,56	1376,57	7034,04	8410,61	1443,33	7375,19	8818,52
GASTOS DE VENTAS															
Promoción y publicidad		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00
		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00

GASTOS FINANCIEROS															
Intereses bancarios		10000,00	10000,00		8000,00	8000,00		6000,00	6000,00		4000,00	4000,00		2000,00	2000,00
		10000,00	10000,00		8000,00	8000,00		6000,00	6000,00		4000,00	4000,00		2000,00	2000,00
TOTAL	31075,57	109176,26	140251,83	32582,73	115216,58	147799,31	34163,00	121966,37	156129,37	35819,90	129488,81	165308,71	37557,17	137852,70	175409,87

Elaborado por: María José Yépez

n. Resumen costos y gastos

Cuadro N°119. Resumen de los costos y gastos

RUBROS	AÑOS														
	1			2			3			4			5		
	CV	CF	CT												
COSTOS DE PRODUCCIÓN	29881,33	86476,88	116358,20	31330,57	94221,23	125551,80	32850,10	102660,70	135510,81	34443,33	111857,77	146301,10	36113,84	121880,51	157994,35
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1194,24	6102,39	7296,63	1252,16	6398,35	7650,51	1312,89	6708,67	8021,56	1376,57	7034,04	8410,61	1443,33	7375,19	8818,52
GASTOS DE VENTAS		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00		6597,00	6597,00
GASTOS FINANCIEROS		10000,00	10000,00		8000,00	8000,00		6000,00	6000,00		4000,00	4000,00		2000,00	2000,00
TOTAL	31075,57	109176,26	140251,83	32582,73	115216,58	147799,31	34163,00	121966,37	156129,37	35819,90	129488,81	165308,71	37557,17	137852,70	175409,87

Elaborado por: María José Yépez

o. Punto de equilibrio

Cuadro N°120.Punto de Equilibrio

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Totales	235.793,32	252.298,86	269.959,78	288.856,96	309.076,95
Costos fijos totales	109176,26	115216,58	121966,37	129488,81	137852,70
Costos variables totales	31075,57	32582,73	34163,00	35819,90	37557,17
Unidades a producir	13625	14579	15600	16692	17860
Precio de mercado	38,9	38,9	38,9	38,9	38,9
CVU= Costo Variable Unitario	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4
QE= Punto de equilibrio para las unidades producidas	5615	5925	6272	6659	7089
YE= Punto de equilibrio para los ingresos	109174	115214	121964	129487	137851
PE= Precio de equilibrio	27,5	27,4	27,3	27,2	27,2
MG= Margen de Error	11,4	11,5	11,6	11,7	11,7
U= Porcentaje de producción	0,86	0,84	0,82	0,81	0,81

Elaborado por: María José Yépez

2. Evaluación financiera

Cuadro N°121. Evaluación financiera.

VAN	\$ 15.849,20
TIR	13,54%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	3 años 10 meses
RELACIÓN BENEFICIO/COSTO	\$ 1,50

Elaborado por: María José Yépez

IX. CONCLUSIONES

- A.** La viabilidad comercial determinó que se captará 7129 clientes anuales para el servicio de alimentación y 5605 clientes potenciales para hospedaje.

- B.** Técnicamente el proyecto es viable ya que contamos con el espacio adecuado para captar una capacidad de 20 clientes diarios para el servicio de alimentación y 15 clientes por día para el servicio de hospedaje. Además se determinaron los precios de los servicios que se ofertaran.

- C.** La viabilidad administrativa legal estableció la necesidad de contratar 10 personas, de quienes 8 serán dependientes y 2 serán no dependientes de la empresa, además se determinó el tipo de empresa, los derechos y obligaciones turísticas.

- D.** Se determinó que el proyecto es económico y financieramente viable por los siguientes indicadores: Valor actual neto (VAN)= \$15.849, tasa interna de retorno (TIR)=13,54 %, la relación beneficio/costo = \$1,50 lo que indica que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,50 centavos y el período de recuperación del capital tendrá un tiempo estimado de 3 años y 10 meses

X. RECOMENDACIONES

- A.** Se recomienda actualizar anualmente el estudio de mercado ya que los valores y tasas de crecimiento que están en constante cambio.
- B.** Se considera el mantenimiento del bien inmueble mensualmente para que no exista el deterioro.
- C.** Para la futura contratación del personal tener en cuenta el manual de funciones y guiarse en las competencias laborales estandarizada. Tener toda la documentación en regla y con la normativa vigente para evitar inconvenientes futuros.

Se recomienda realizar el préstamo en el Banco Nacional del Fomento a través del Ministerio de Turismo, fomentando de esta manera la idea de realizar proyectos productivos que el país solicita.

XI. RESUMEN

La presente investigación propone: realizar un estudio de factibilidad para la implementación de un establecimiento de alojamiento temático colonial en el centro histórico de la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo; se realizó mediante trabajo de campo e información primaria y secundaria; se ejecutó el estudio de mercado y mediante encuestas, se determinó el perfil de los turistas y sus necesidades. Se analizó a la oferta, tanto sustitutiva como complementaria; se estableció como potenciales clientes a los profesionales y personas que cursan educación superior. En el estudio técnico se definió la localización del proyecto, el espacio adecuado para captar una capacidad de 20 clientes diarios para el servicio de alimentación y 15 clientes para el servicio de hospedaje, se definieron los flujogramas por procesos, las recetas y preparaciones para los servicios de alimentación, además se calcularon los costos y gastos del mobiliario, equipos y materia prima para el primer año, necesarios para la operación turística, se realizó el estudio de mercadotecnia. Se estructuró el funcionamiento organizativo de la empresa con el manual de funciones y reglamentos; el extracto legal del proyecto se encuentra sustentado por las leyes ecuatorianas vigentes relacionadas con el sector turístico. Se calcularon los siguientes procesos: costos e ingresos, estado proforma de resultados, balance general, flujo de caja y el punto de equilibrio. En la evaluación financiera se calculó el VAN: \$ 15.849, la relación B/C: \$1,50, el TIR: 13,54 %y el período de recuperación del capital tendrá un tiempo estimado de 3 años y 10 meses. Se concluye que el proyecto es social y económicamente factible.

Por: María José Yépez



XII. SUMMARY

This research proposes: conducting a feasibility study for the implementation of a colonial thematic accommodation in the historic center of Riobamba city, Chimborazo province was conducted through field work and primary and secondary information ; market research through surveys, determined profile of visitors and their needs. The offers was analyzed both as complementary and alternative; was established as prospects to professionals and people who attend superior education. The location of the project, adequate space to capture a capacity of 20 customers per day for the food service was defined in the technical study and 15 customers to the hosting service, the programs were defined by flow processes, recipes and preparations for food services, the costs and expenses of furniture, equipment and raw materials for the first year, required for tourist operation were, calculated, the marking study was conducted. Organizational functioning of the company with the operating functions and regulations were structured; abstract legal project was supported by current Ecuadorian laws related to the tourism sector. The following processes were calculated: Costs and income, income statement, balance sheet, cash flow and beak even. The financial evaluation calculated NAV (Net Added Value): \$ 15.849,00 the Benefit/ Cost: \$ 1.5,00 IRR (Internal Rate Return): 13.54% and payback period of capital will be an estimated 3 years and 10 months. This research concluded that the project is socially and economically feasible.



XIII. BIBLIOGRAFIA

- A. ALOJAMIENTO TURISTICO, (en línea), (ref el 13/02/2013), disponible en Web:
http://www.casachon.com/alojamiento_turistico.html
- B. ANÁLISIS ECONÓMICO- FLUJO DE CAJA- PAYBACK – COSTO/BENEFICIO, (en línea), (ref el 10/01/2013), disponible en Web: <http://paginaspersonales.deusto.es>
- C. ANÁLISIS FINANCIERO, (en línea), (ref el 13/02/2013), disponible en Web:
<http://www.ingenieria.uba.ar>
- D. BÁEZ A.; ACUÑA A. 2003. “Guía para las mejores Prácticas de Ecoturismo en Áreas Protegidas” México. 159p.
- E. BACA, G. 2001. “Evaluación de Proyectos”. 4ta ed. México. Editorial Mc Graw Hill; México, D.F. 32 p.
- F. COLIN BRUCE, 1982. Proyectos de Factibilidad., 46 p.
- G. BLASCO, A. 2010. “Manual de gestión de producción de Alojamiento y Restauración”. Madrid. 21, 66-67pp.
- H. CLASIFICACIÓN DE RESTAURANTES, (en línea), (ref el 10/01/2013), disponible en Web: <http://www.islascanarias-restaurante.com/islascanarias/es/islascanarias/que-es-un-restaurante.html>
- I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, (en línea), (ref. el 12/10/2011), disponible en Web:
http://uct.edu.ec/files/investigacion/pregrado/ESTUDIO_FACTIBILIDAD_PARA_CREACION_HOTEL_CHUQUITOS.pdf

- J. ESTUDIO DE MERCADO, (en línea), (ref el 22/12/2012), disponible en Web:
<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.sh>
- K. GRATEROL, M. 1997. “Proyectos de Inversión”. Venezuela. 15p.
- L. HOTEL Y TIPOS DE HOTELES, (en línea), (ref el 10/01/2013), disponible en Web:
<http://www.arqhys.com/contenidos/hoteles-tipos.html>
- M. INEC, 2010. Censo Población y Vivienda Riobamba (en línea), (ref el 27/12/2012),
disponible en Web: <http://inec.gob.ec/cpv/>
- N. LUNA, R; CHAVES, D. 2001 “Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos” Guatemala. 33p.
- O. MENESES, E. 2001. “Preparación y Elaboración de Proyectos”. 3era ed. Quito- Ecuador.
215p.
- P. OROZCO, D. 2011. Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de
interpretación del patrimonio oral de la provincia de Chimborazo, Riobamba –
Ecuador.9, 20-21 pp.
- Q. RAMÍREZ, C.2007. “Gestión Administrativa para Empresas Turísticas”.3era ed . México.
97-98pp.
- R. RESTAURANTE, (en línea), (ref el 10/01/2013), disponible en Web:
<http://www.islascanarias-restaurantes.com/islascanarias/es/islascanarias/como-se-clasifican-los-restaurantes.html>
- S. UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Ing Arturo Navarro (Jefe Gerencial Proyecto Cilo en la
Planta Cemento Chimborazo).

T. VALDIVIESO, L. 2000. "Texto Básico de Administración de Empresas". Riobamba – Ecuador. 34-35pp.

U. YUCTA, P. 2002. "Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos". Riobamba – Ecuador. 25p.

XIV. ANEXOS

A. ANEXO 1: Encuestas

1. Encuestas turistas nacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad para la implementación de un establecimiento de alojamiento temático colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo. Por favor conteste con la mayor sinceridad. Gracias.

Encuestadora: María José Yépez.

1. Edad ()

2. Género: a. Masculino () b. Femenino ()

3. Lugar de procedencia : Ciudad / Provincia _____ País: _____

4. Ocupación: a. Profesional () b. Estudiante () c. Otro _____

5. Nivel de educación:

a. Primaria ()

b. Secundaria ()

c. Superior ()

d. Otros ()

6. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?
- a. Recreación ()
 - b. Compras ()
 - c. Congreso / convención ()
 - d. Trabajo ()
 - e. Otro / Especifique () _____
7. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba?
- a. 1 día ()
 - b. De 2 a 3 días ()
 - c. Más de 3 días ()
8. ¿Acompañado de quien visita la Ciudad de Riobamba?
- a. Amigos ()
 - b. Familia ()
 - c. Solo ()
 - d. Otros ()
9. ¿Considera usted necesario la creación de un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba, que satisfaga sus necesidades de descanso?
- a. Si ()
 - b. No ()
10. ¿Le gustaría que ofreciera el servicio de alimentación el establecimiento?
- a. Si ()
 - b. No ()
11. ¿Qué comida le gustaría que ofrezca el establecimiento de Alojamiento?
- a. Típica ()
 - b. Nacional ()
 - c. Internacional ()

- d. Todas las anteriores ()
12. ¿Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento de Alojamiento?
- a. 2 a 3 ()
 - b. 3 a 5 ()
 - c. Más de 5 personas ()
13. ¿Con que frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en nuestro sitio?
- a. Casi nunca (anualmente) ()
 - b. Pocas veces (mensualmente) ()
 - c. Frecuentemente (semanalmente) ()
14. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día en el servicio de Hospedaje?
- a. \$27- \$ 37 ()
 - b. \$38-\$ 48 ()
 - c. \$ 49 o más ()
15. ¿Cuándo viaja lo hace a través de?
- a. Agencia de viajes ()
 - b. Independiente ()
16. ¿Cuál es su forma de pago?
- a. Efectivo ()
 - b. Tarjeta de crédito ()
17. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?
- a. Radio ()
 - b. Televisión ()
 - c. Internet ()
 - d. Prensa ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

2. Encuestas turistas internacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURASOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

The present interviews it has as objective to determine a previous of feasibility to the implementation of a establishment of colonial themed accommodation in the historic center of the city of Riobamba Chimborazo province. Thank you

Pollster: María José Yépez.

1. Age: ()
2. Gender: a. Masculine () b. Feminine ()
3. Original place : Country: _____
4. Ocupation: a. Professional () b. Student () c. Other _____
5. Education level:
 - a. Primary ()
 - b. Secondary ()
 - c. Superior ()
 - d. Others ()
6. Which in the main reason of its trip?
 - a. Recreation ()
 - b. Purchases ()

- c. Congress / convention ()
- d. Work ()
- e. Other / it specifies () _____

7. How many days would it be willing to remain in the City of Riobamba?

- a. 1 day ()
- b. From 2 to 3 days ()
- c. More than 3 days ()

8. Accompanied by who visits the City of Riobamba?

- a. Friends ()
- b. Family ()
- c. Alone ()
- d. Others ()

9. Do you consider necessary the creation of a thematic accommodation establishment of colonial in the historic of the city Riobamba that meets your needs for rest?

- a. Yes ()
- b. No ()

10. Would like to offer food the establishment?

- a. Yes ()
- b. No ()

11. What food would he like him to offer the establishment of Accommodation?

- a. Typical ()
- b. National ()
- c. International ()
- d. All the previous ones ()

12. With how many people would it be willing to visit the establishment of accommodation?
- a. 2 at 3 ()
 - b. 3 at 5 ()
 - c. More than 5 people ()
13. Which what frequency would he like to visit this place?
- a. Hardly ever (annually) ()
 - b. Few times (monthly) ()
 - c. Frequently (weekly) ()
14. How much would it be willing to spend approximately per day of the service in the establishment of accommodation?
- a. \$27- \$ 37 ()
 - b. \$38-\$ 48 ()
 - c. \$ 49 or more ()
15. When you do travel through ...
- a. Travel Agency ()
 - b. Independent ()
16. Which is their payment form?
- a. Effective ()
 - b. Credit card ()
17. What media does it usually use to be informed?
- a. Radio ()
 - b. Television ()
 - c. Internet ()
 - d. It presses ()

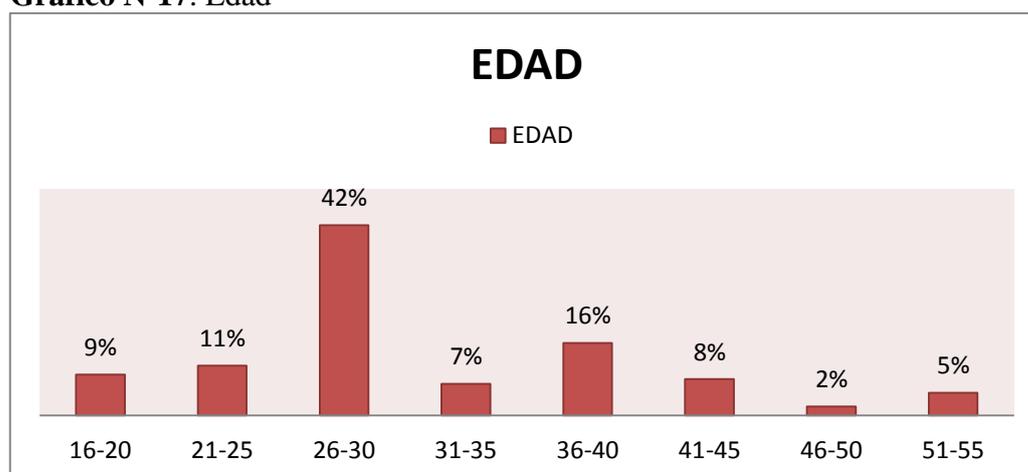
THANK YOU FOR THEIR COLLABORATION

B. ANEXO 2: Tabulación de las encuestas

1. Turistas nacionales

1. Edad

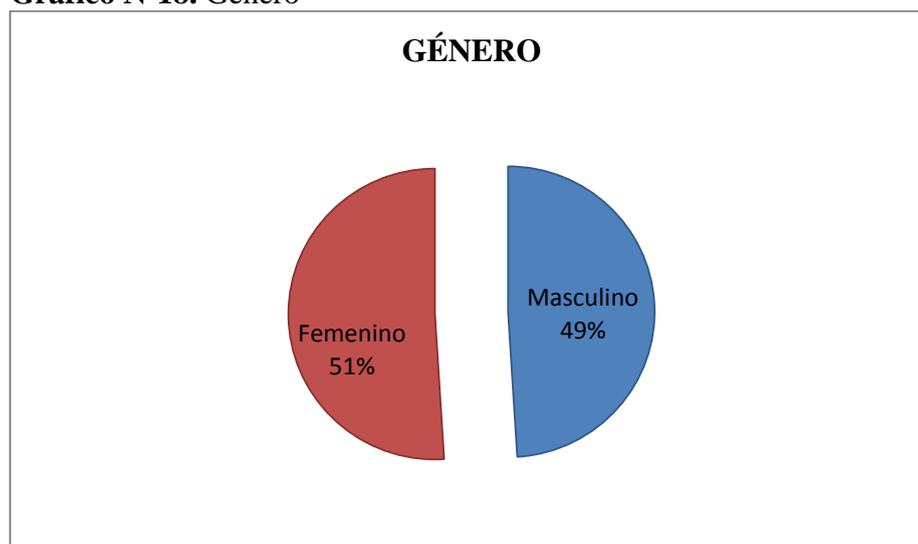
Gráfico N°17. Edad



Elaborado por: María José Yépez

2. Género

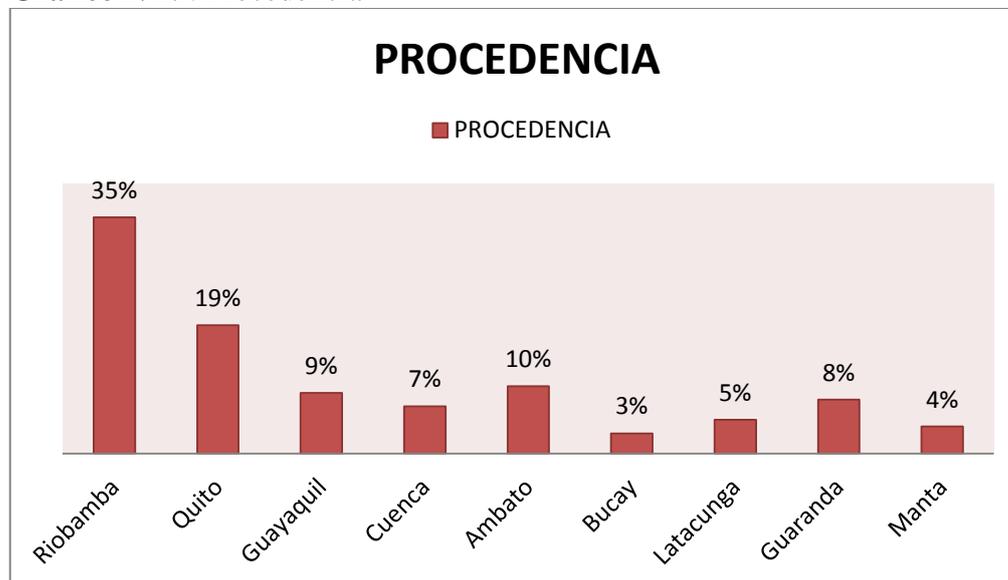
Gráfico N°18. Género



Elaborado por: María José Yépez

3. Lugar de Procedencia

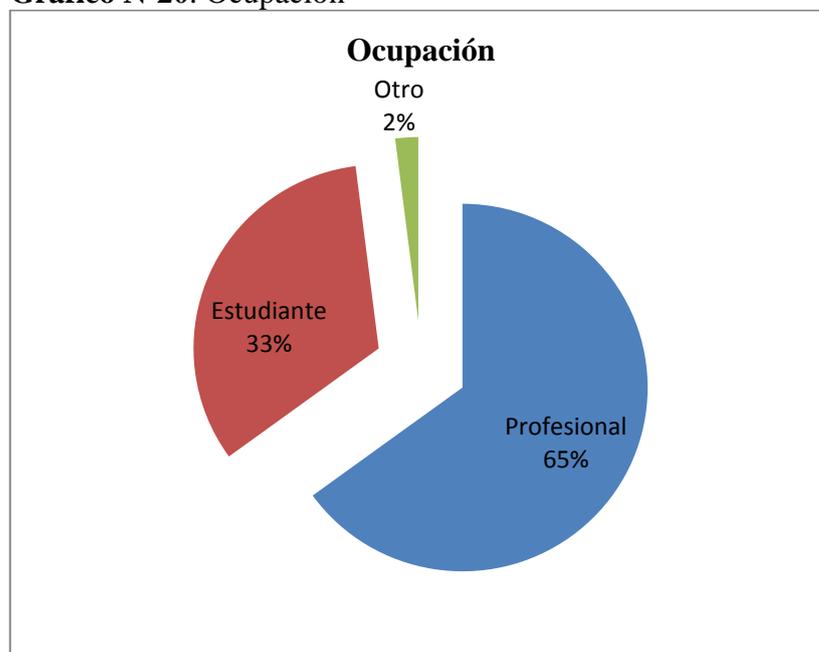
Gráfico N°19. Procedencia



Elaborado por: María José Yépez

4. Ocupación

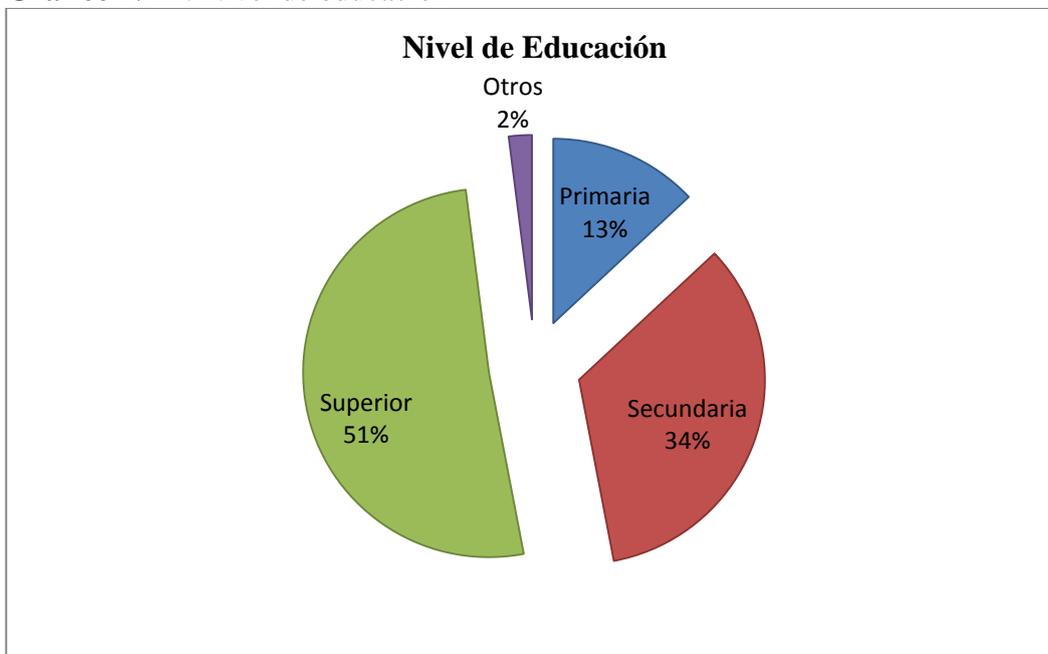
Gráfico N°20. Ocupación



Elaborado por: María José Yépez

5. Nivel de Educación

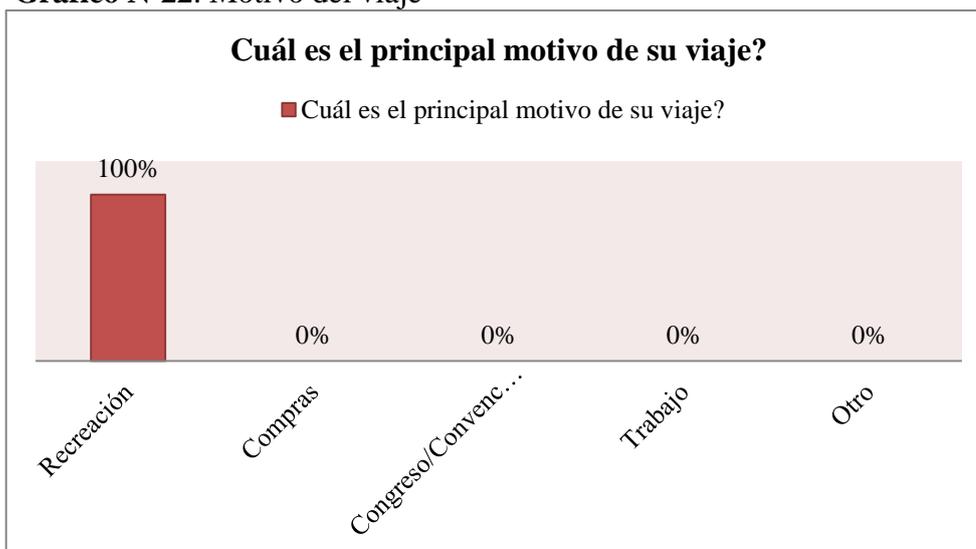
Gráfico N°21. Nivel de educación



Elaborado por: María José Yépez

6.Cuál es el principal motivo de su viaje?

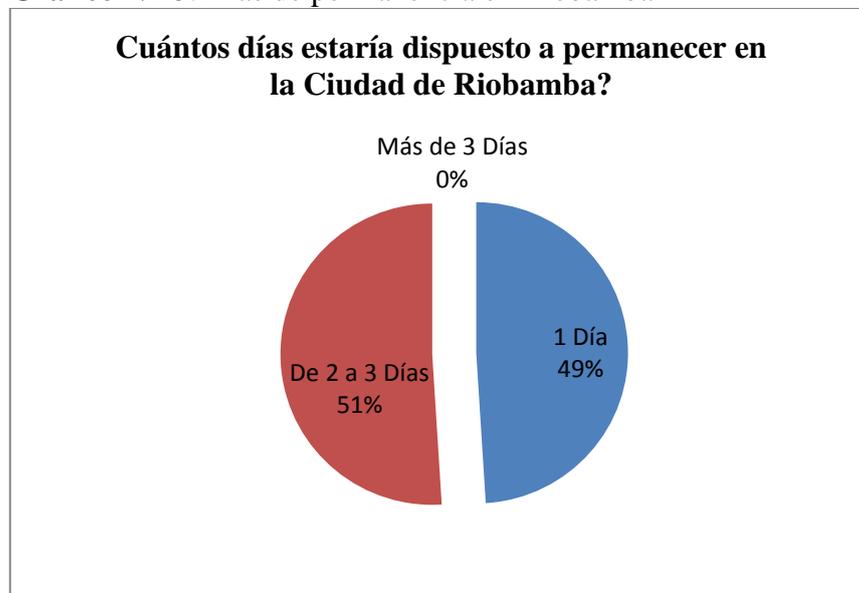
Gráfico N°22. Motivo del viaje



Elaborado por: María José Yépez

7. Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba?

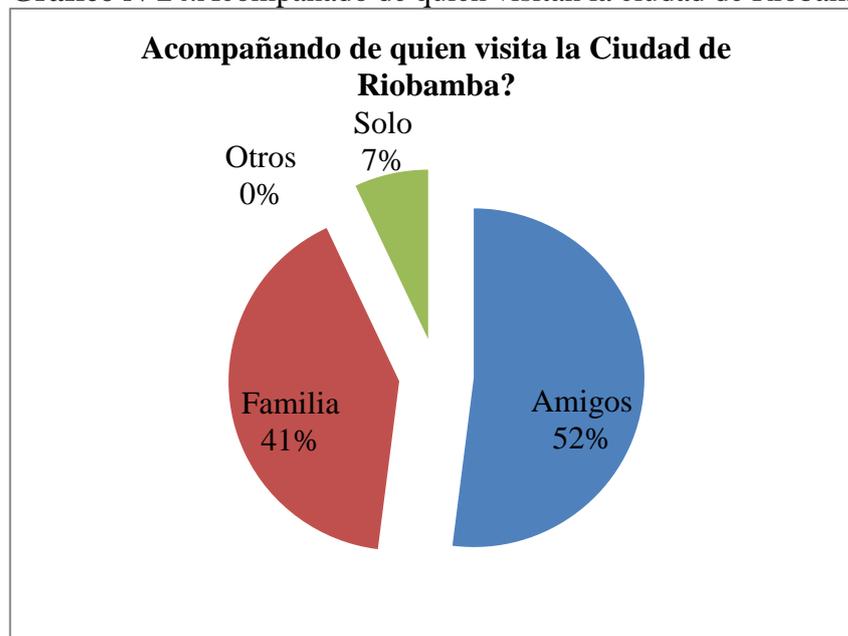
Gráfico N°23. Días de permanencia en Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

8. Acompañando de quien visita la Ciudad de Riobamba?

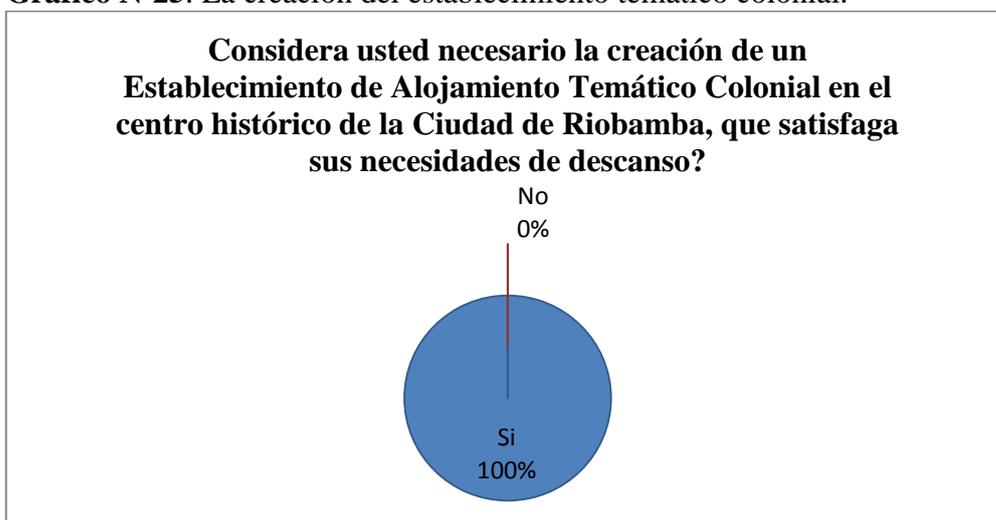
Gráfico N°24. Acompañado de quien visitan la ciudad de Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

9. Considera usted necesario la creación de un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba, que satisfaga sus necesidades de descanso?

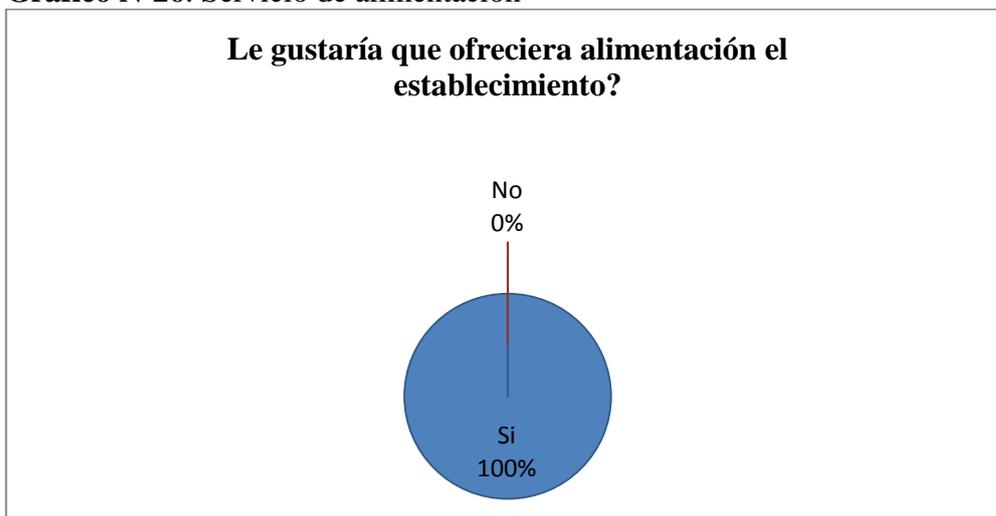
Gráfico N°25. La creación del establecimiento temático colonial.



Elaborado por: María José Yépez

10. Le gustaría que ofreciera el servicio de alimentación el establecimiento?

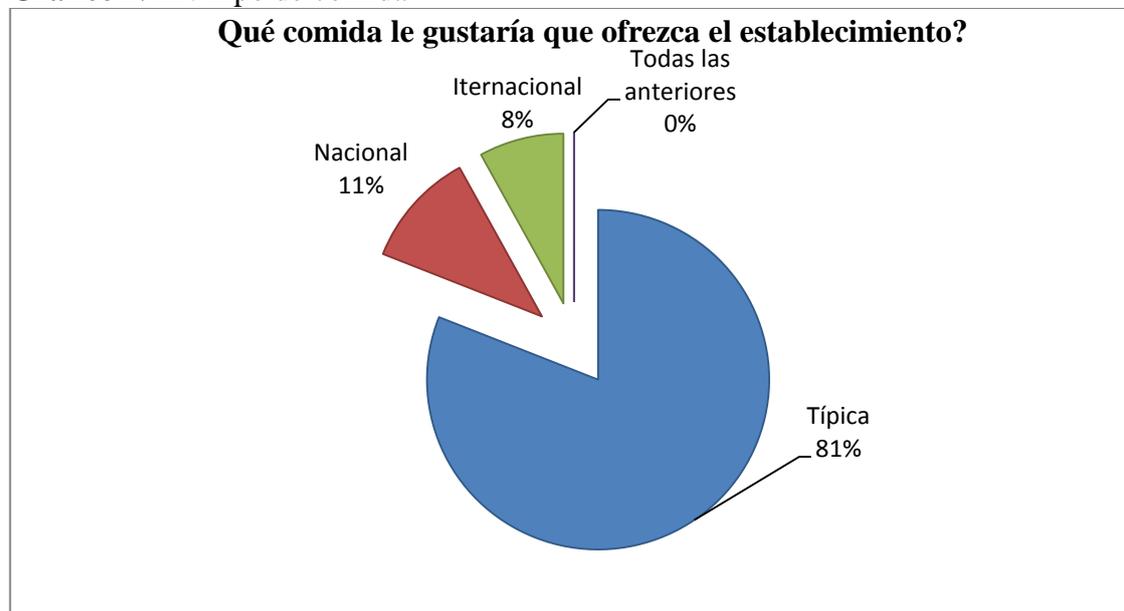
Gráfico N°26. Servicio de alimentación



Elaborado por: María José Yépez

11. Qué comida le gustaría que ofrezca el establecimiento?

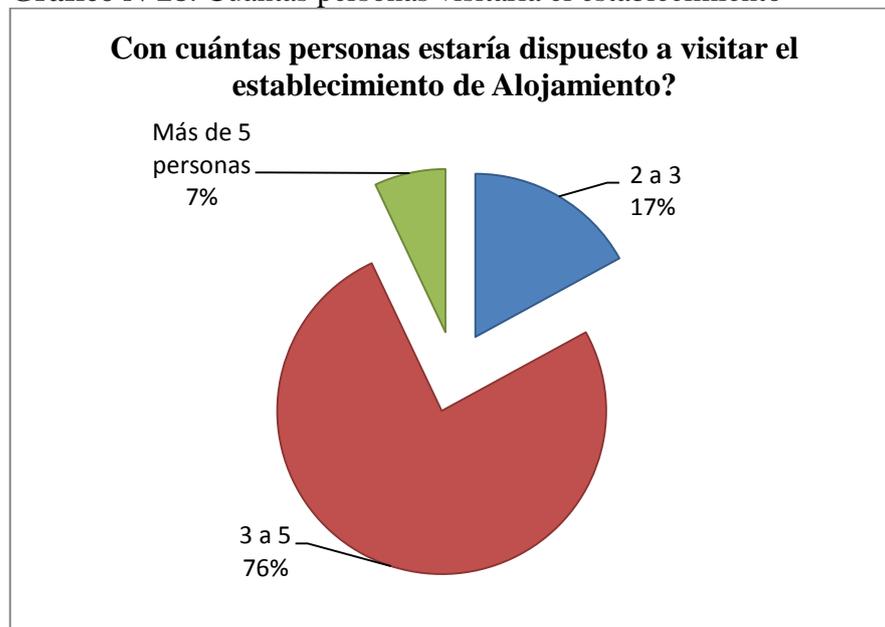
Gráfico N°27. Tipo de comida



Elaborado por: María José Yépez

12. Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento de Alojamiento?

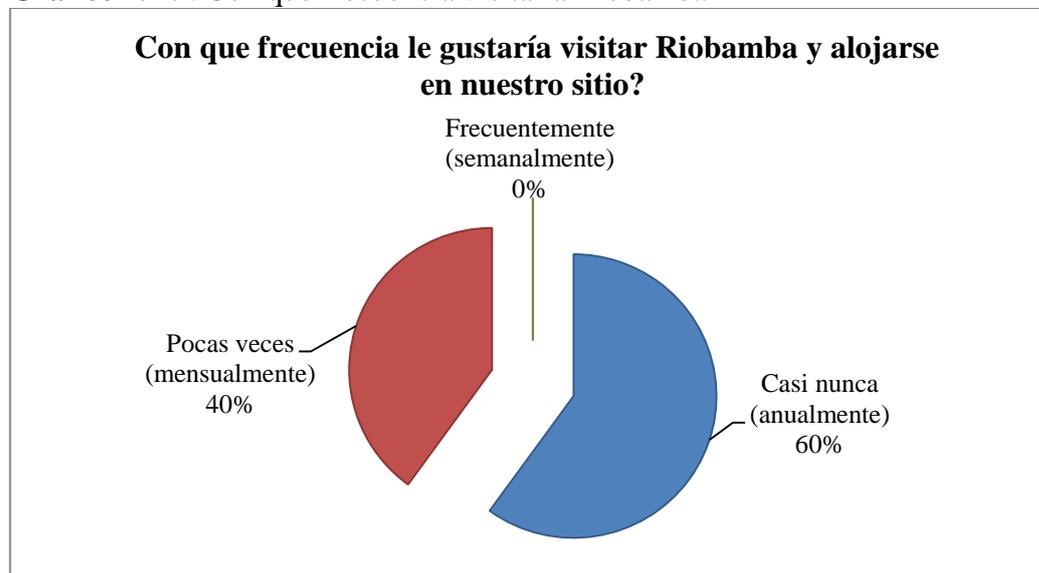
Gráfico N°28. Cuantas personas visitaría el establecimiento



Elaborado por: María José Yépez

13. Con que frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en nuestro sitio?

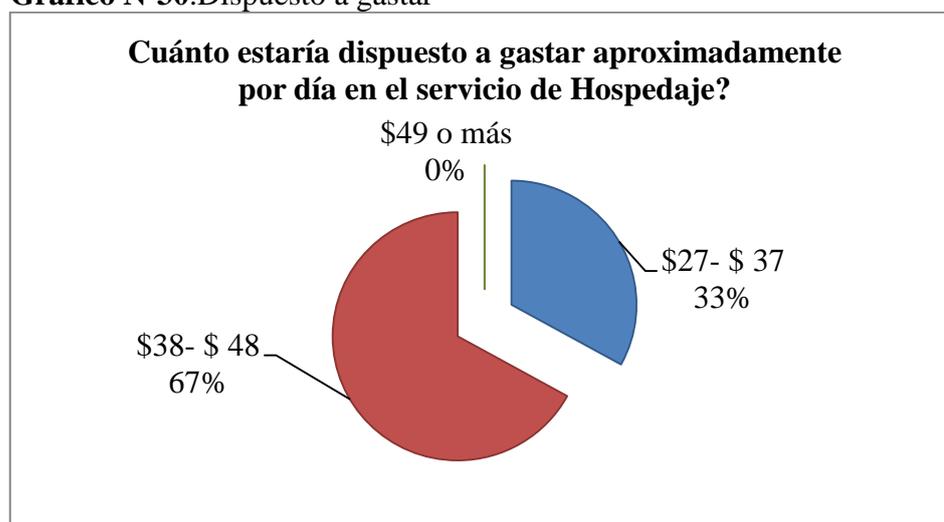
Gráfico N°29. Con que frecuencia visitaría Riobamba



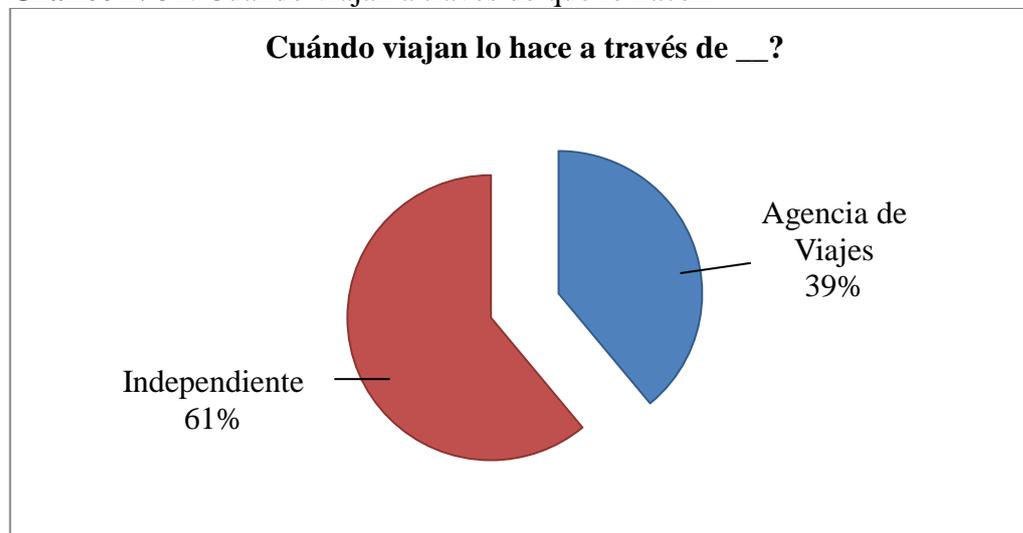
Elaborado por: María José Yépez

14. Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día en el servicio de Hospedaje?

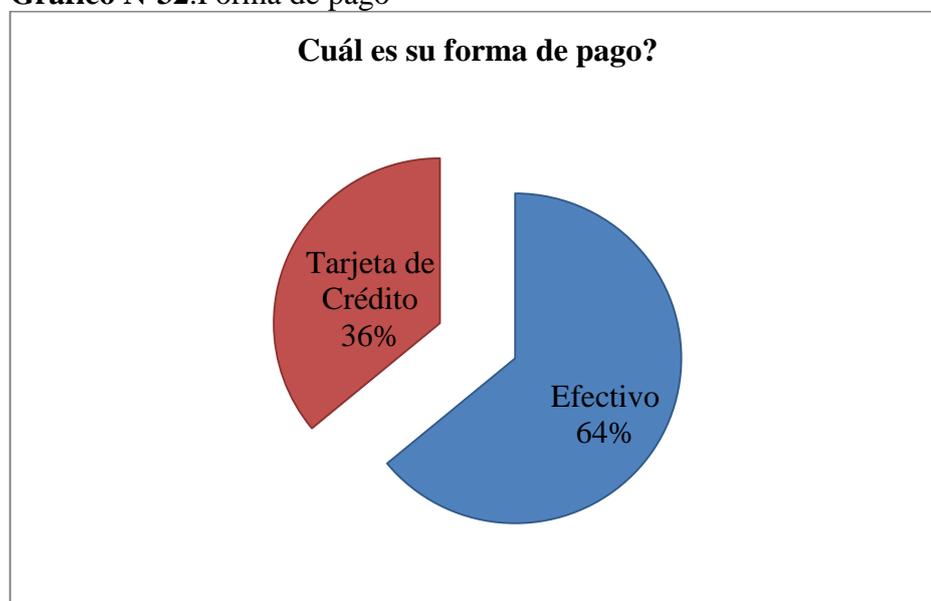
Gráfico N°30. Dispuesto a gastar



Elaborado por: María José Yépez

15. Cuándo viajan lo hace a través de __?**Gráfico N°31.** Cuando viajan a través de que lo hacen

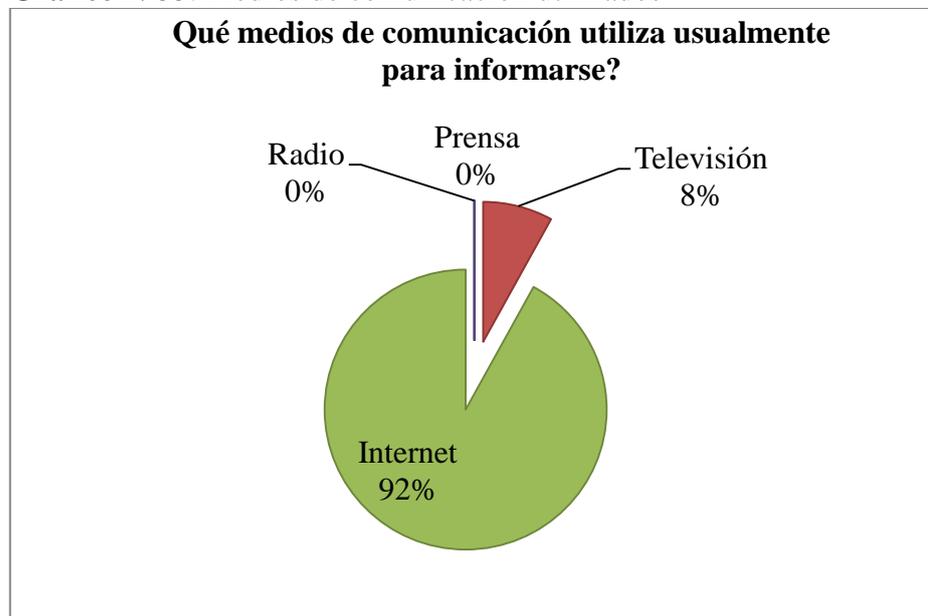
Elaborado por: María José Yépez

16.Cuál es su forma de pago?**Gráfico N°32.** Forma de pago

Elaborado por: María José Yépez

17. Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

Gráfico N°33. Medios de comunicación utilizados

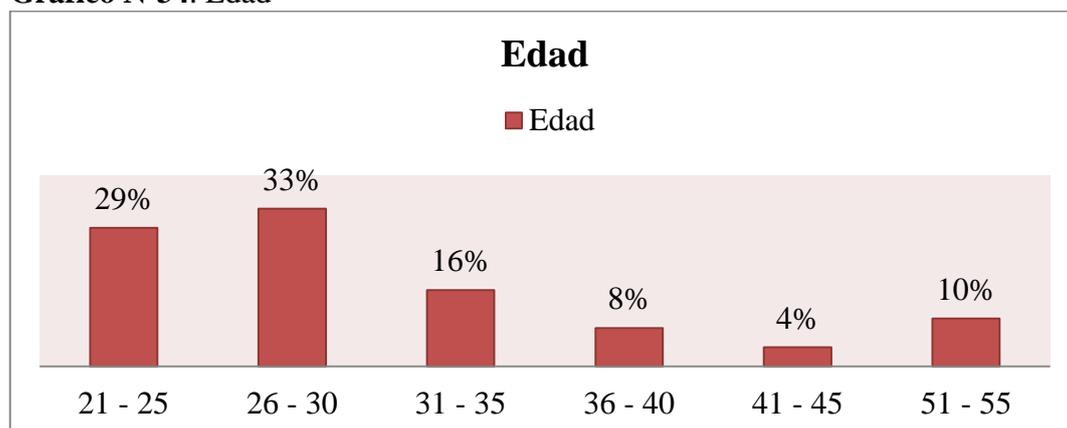


Elaborado por: María José Yépez

2. Turistas extranjeros

1. Edad

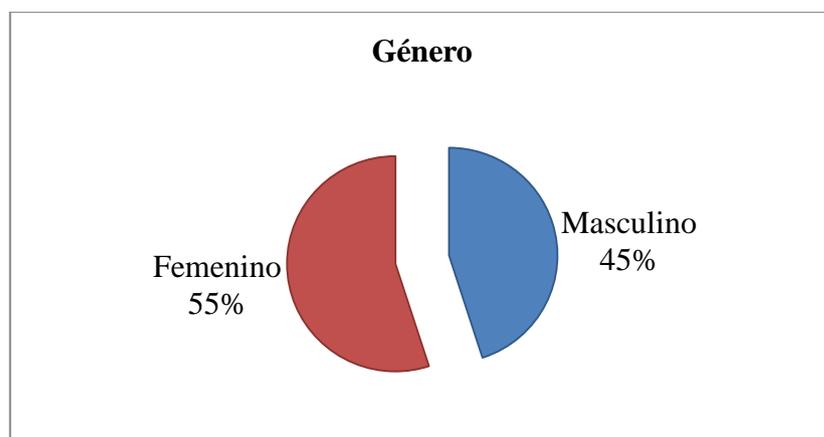
Gráfico N°34. Edad



Elaborado por: María José Yépez

2. Género

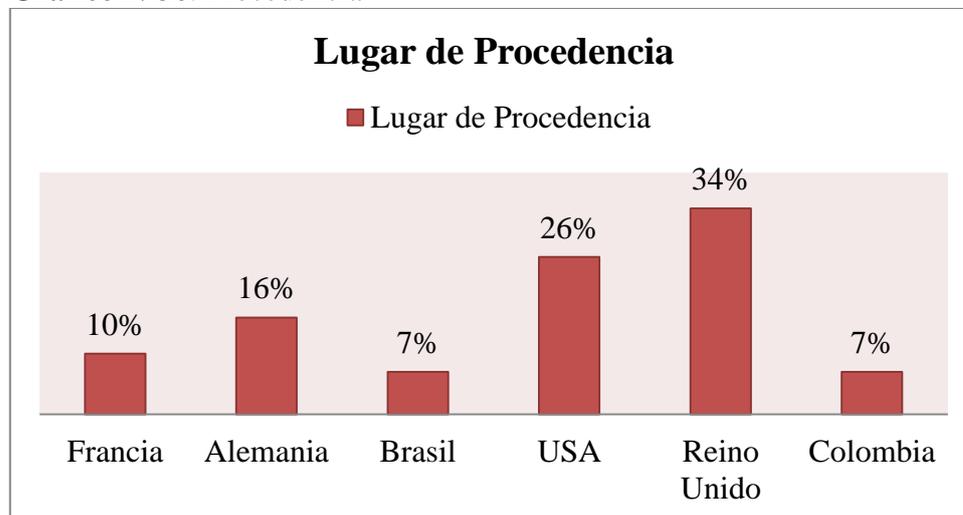
Gráfico N°35. Género



Elaborado por: María José Yépez

3. Lugar de Procedencia

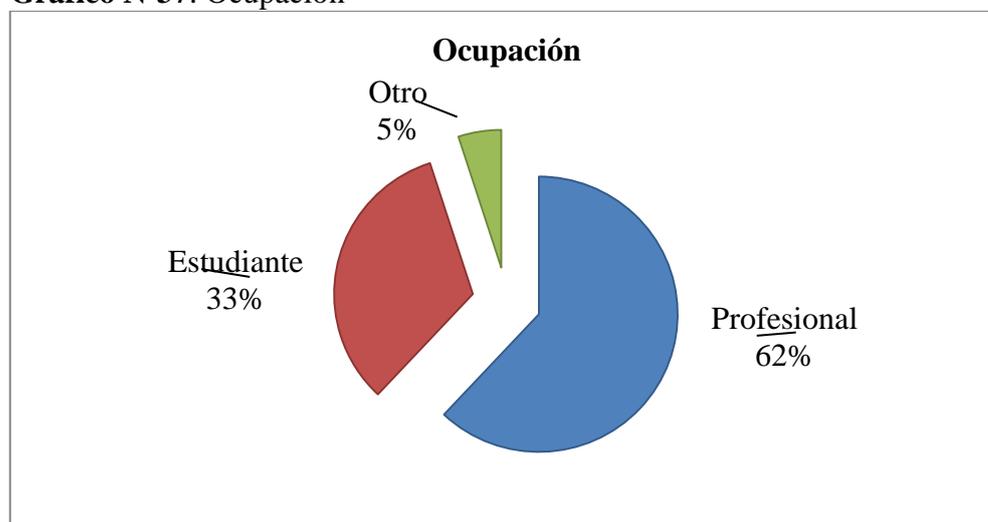
Gráfico N°36. Procedencia



Elaborado por: María José Yépez

4. Ocupación

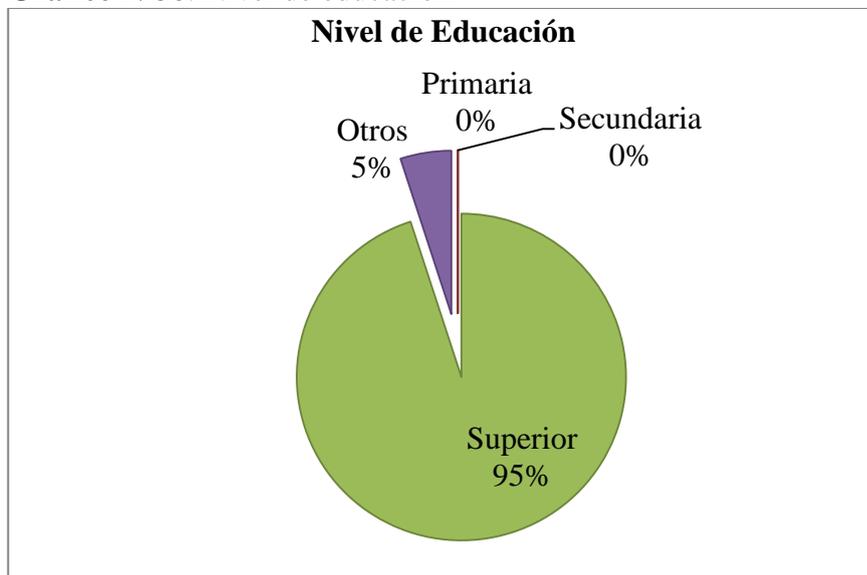
Gráfico N°37. Ocupación



Elaborado por: María José Yépez

5. Nivel de Educación

Gráfico N°38. Nivel de educación



Elaborado por: María José Yépez

6. Cuál es el principal motivo de su viaje?

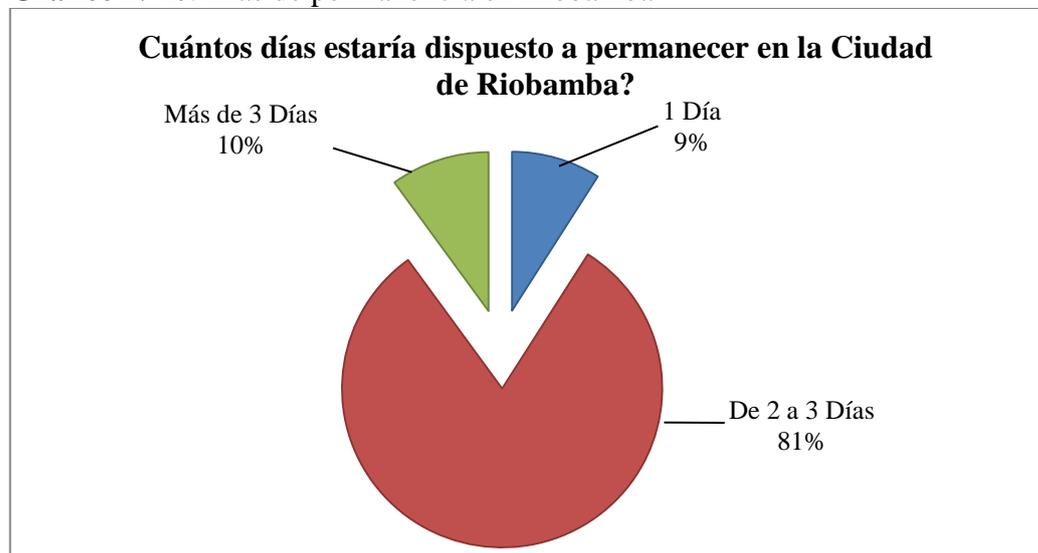
Gráfico N°39. Motivo del viaje



Elaborado por: María José Yépez

7. Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba?

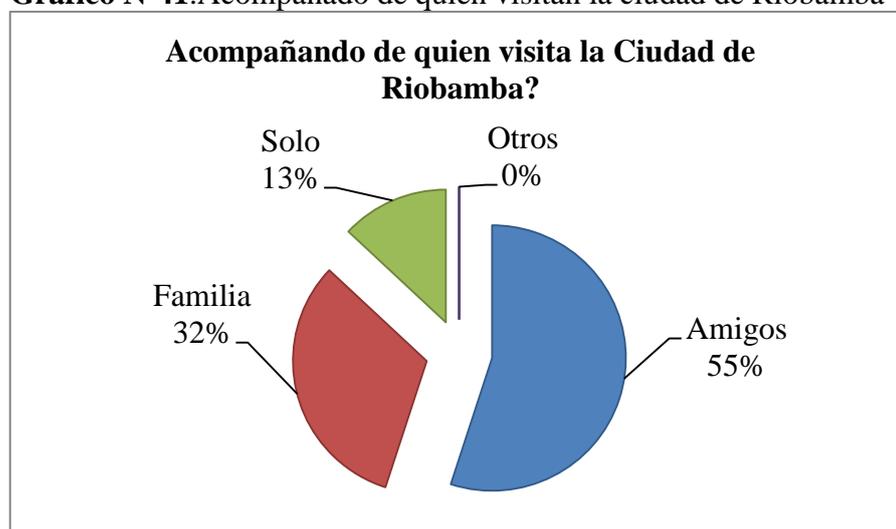
Gráfico N°40. Días de permanencia en Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

8. Acompañando de quien visita la Ciudad de Riobamba?

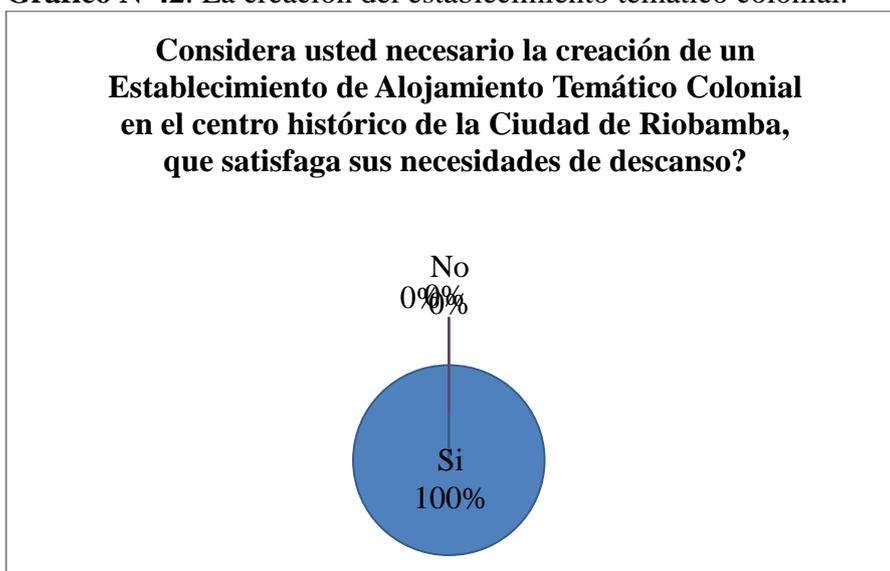
Gráfico N°41. Acompañado de quien visitan la ciudad de Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

9. Considera usted necesario la creación de un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba, que satisfaga sus necesidades de descanso?

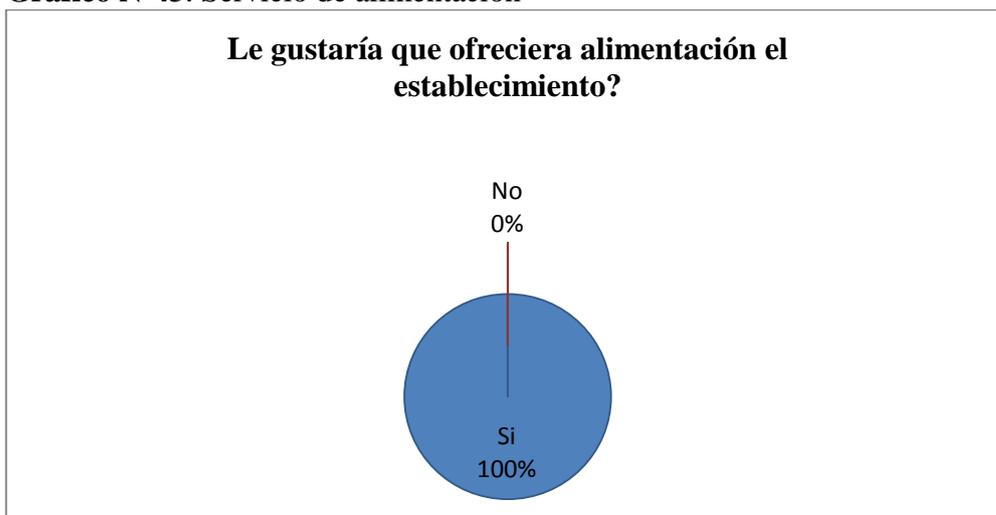
Gráfico N°42. La creación del establecimiento temático colonial.



Elaborado por: María José Yépez

10. Le gustaría que ofreciera alimentación el establecimiento de Alojamiento?

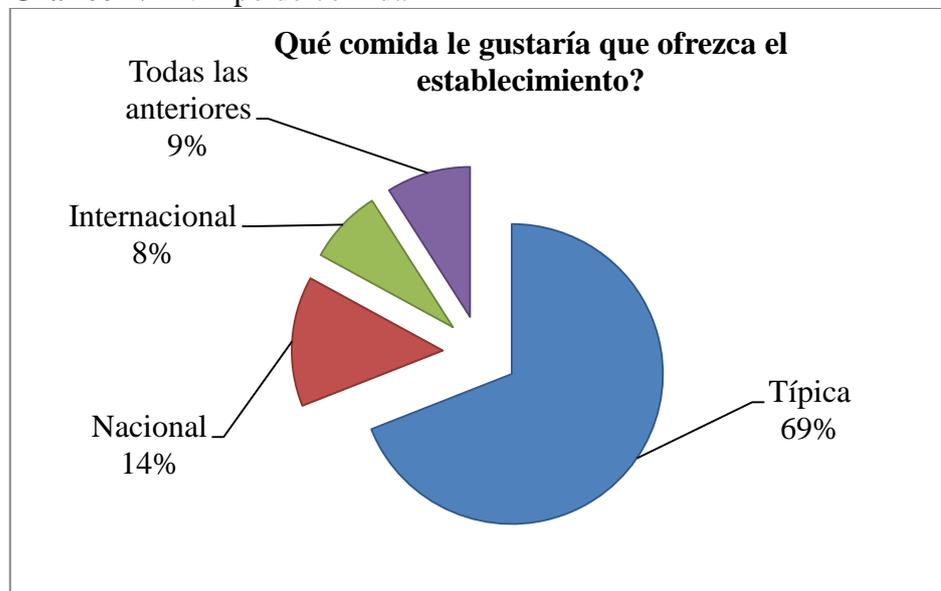
Gráfico N°43. Servicio de alimentación



Elaborado por: María José Yépez

11. Qué comida le gustaría que ofrezca el establecimiento?

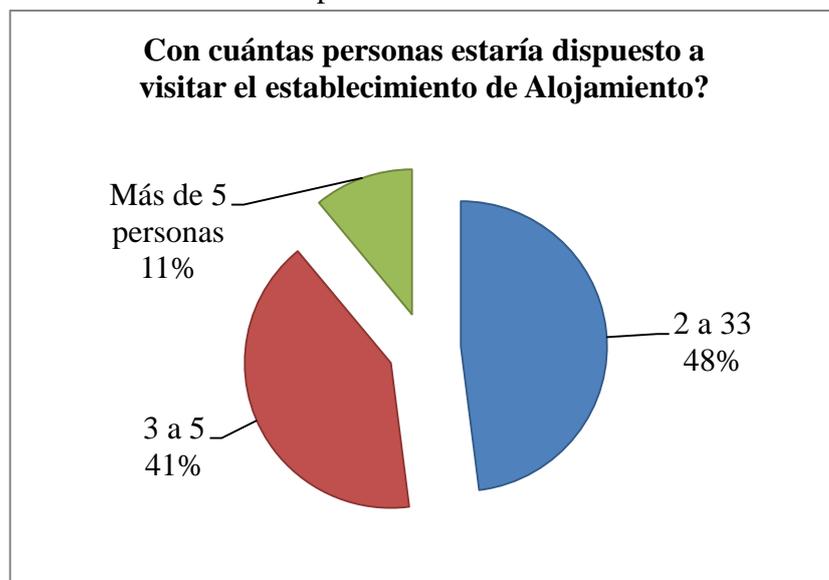
Gráfico N°44. Tipo de comida



Elaborado por: María José Yépez

12. Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento de Alojamiento?

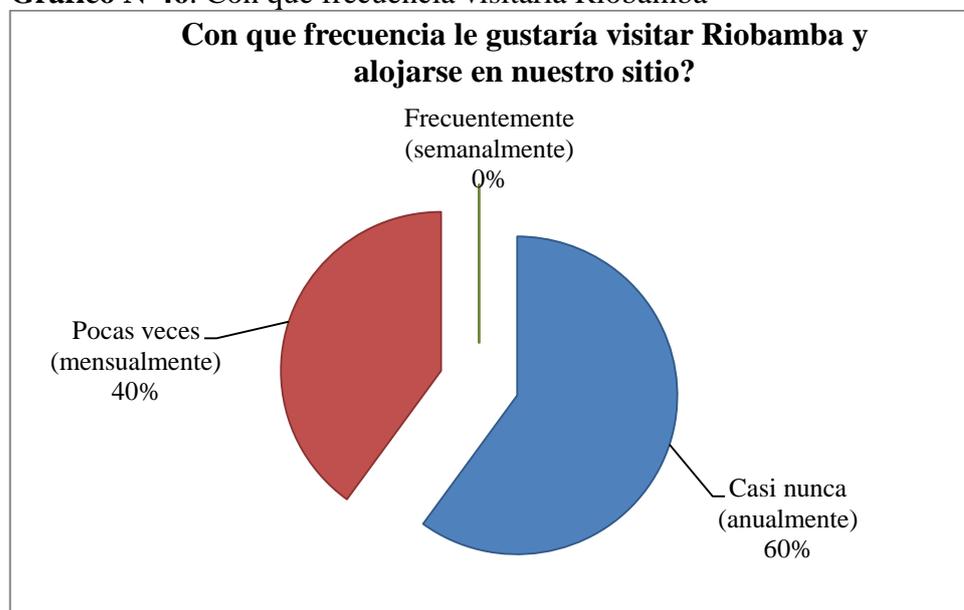
Gráfico N°45. Cuantas personas visitaría el establecimiento



Elaborado por: María José Yépez

13. Con que frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en nuestro sitio?

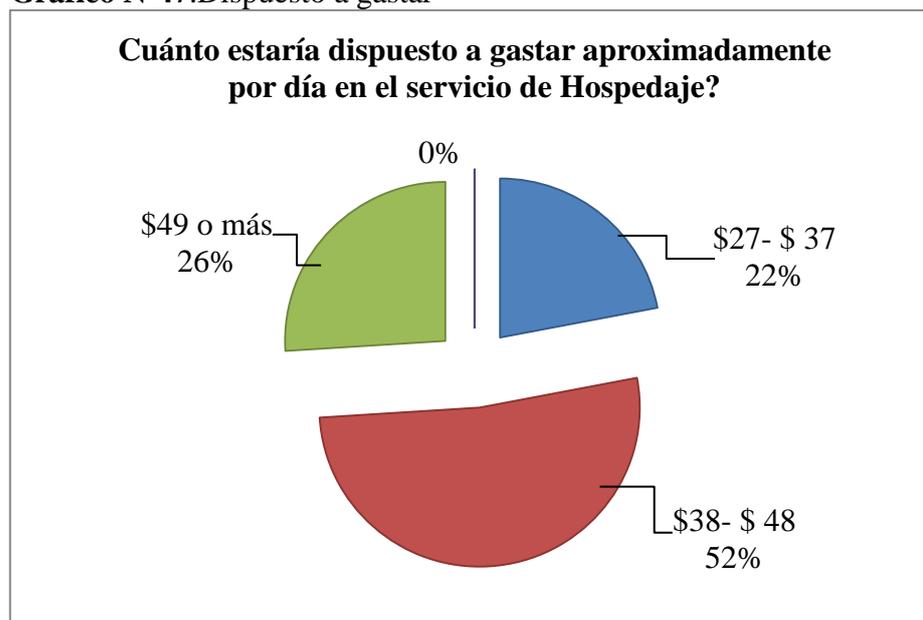
Gráfico N°46. Con que frecuencia visitaría Riobamba



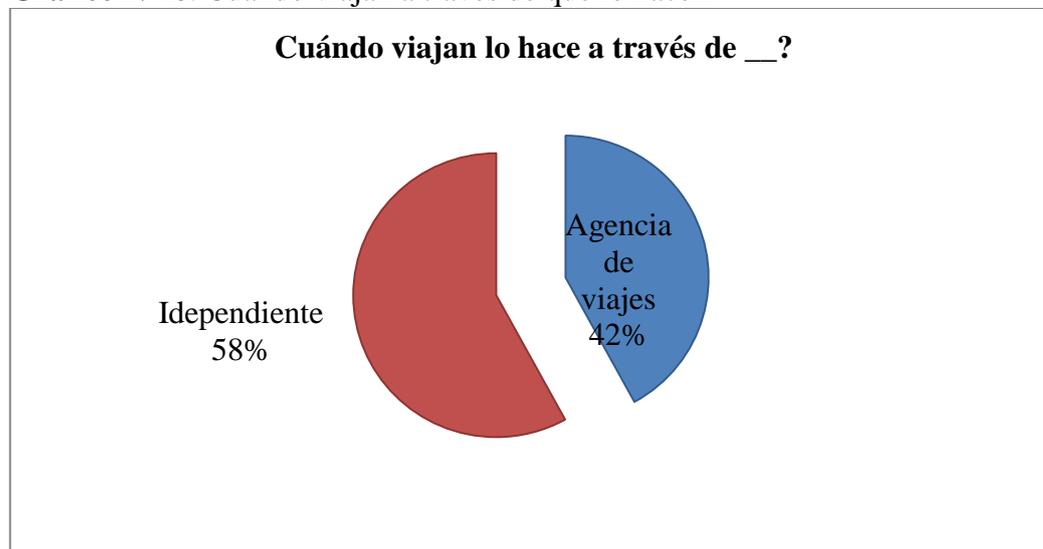
Elaborado por: María José Yépez

14. Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día en el servicio de Hospedaje?

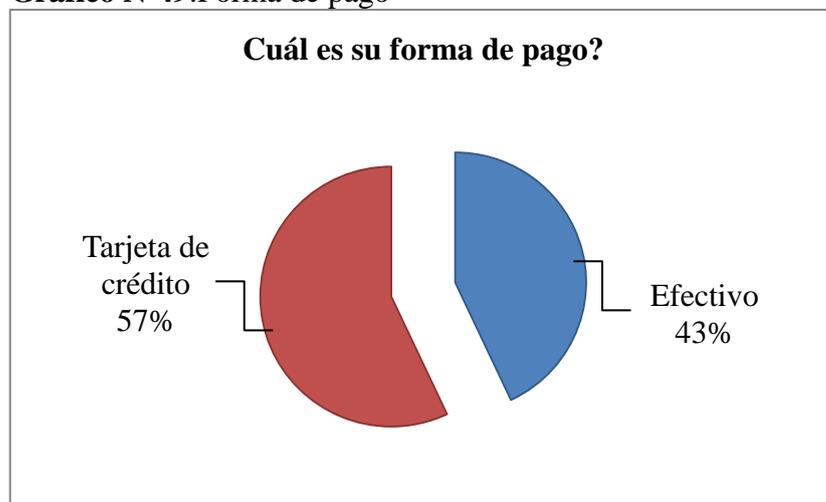
Gráfico N°47. Dispuesto a gastar



Elaborado por: María José Yépez

15. Cuándo viajan lo hace a través de __?**Gráfico N°48.** Cuando viajan a través de que lo hacen

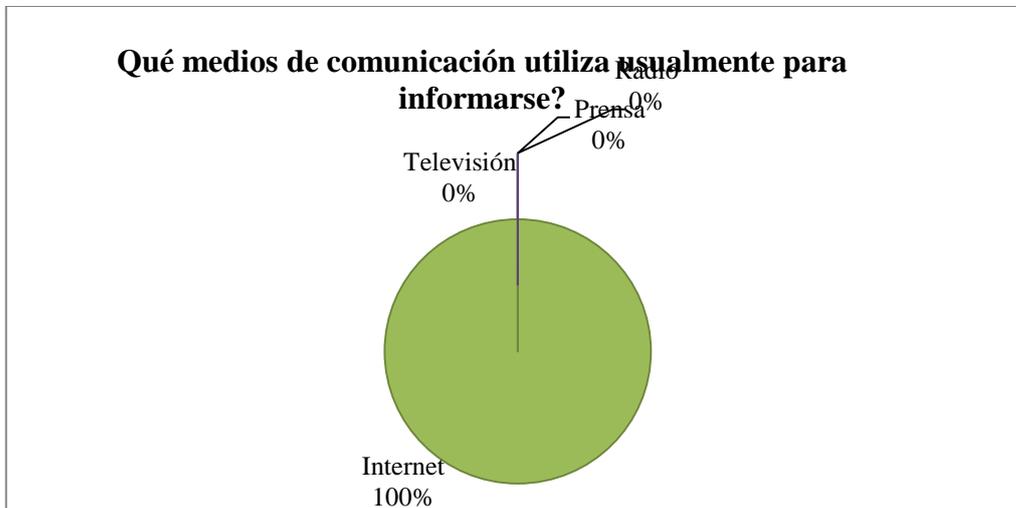
Elaborado por: María José Yépez

16.Cuál es su forma de pago?**Gráfico N°49.** Forma de pago

Elaborado por: María José Yépez

17. Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

Gráfico N°50. Medios de comunicación utilizados



Elaborado por: María José Yépez

C. ANEXO 3: Costo de la habitación por persona

Cuadro N° 122. Costo por persona

CAPACIDAD TOTAL		
12 habitaciones	Núm. Hab	Núm pax
SUITES		
MATRINONIALES	2	4
Simple	7	7
Dobles	3	6
RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR DE CONTRIBUCION
Sueldos y salarios	4362,00	8,55
Contribuciones	400,00	0,78
Servicios básicos	190,50	0,37
Servicios varios	200,00	0,39
Gasto uniformes	600,00	1,18
Materiales y suministros		0,00
Suministros de limpieza de habitación	200,00	0,39
Suministros de huesped	200,00	0,39
Materiales de oficina	269,45	0,53
	Subtotal	12,59
	Gastos de Depreciación (5%)	13,25
	Gastos Administrativos (10%)	14,73
	Utilidad precio neto (50%)	29,46
	Gross (comisión 10%)	32,40
	PVP (incluye iva)	36

D. ANEXO 4: Análisis FODA

Cuadro N°123. Análisis FODA

ANÁLISIS FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Vías de acceso 2. Ubicado en el centro de la ciudad de Riobamba. 3. Cercanía a lugares naturales como la Reserva de producción faunística de Chimborazo 4. Visita a parques históricos: Parque Sucre, Parque Maldonado y Parque 21 de Abril. 5. Existe agencias bancarias cerca del establecimiento. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de estudios en bienes patrimoniales. 2. Falta de personal capacitado para brindar servicio optimo. 3. Poco apoyo a la producción de turismo en la ciudad. 4. Desvinculación de agencias con el sector hotelero.
OPORTUNIDAD	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Presencia de turistas por el viaje en tren. 2. Establecimientos con venta de artesanías 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Falta de limpiezas en las calles. 2. Escases de parqueadero en el centro. 3. Vendedores ambulantes 4. Poco interés en el turismo.

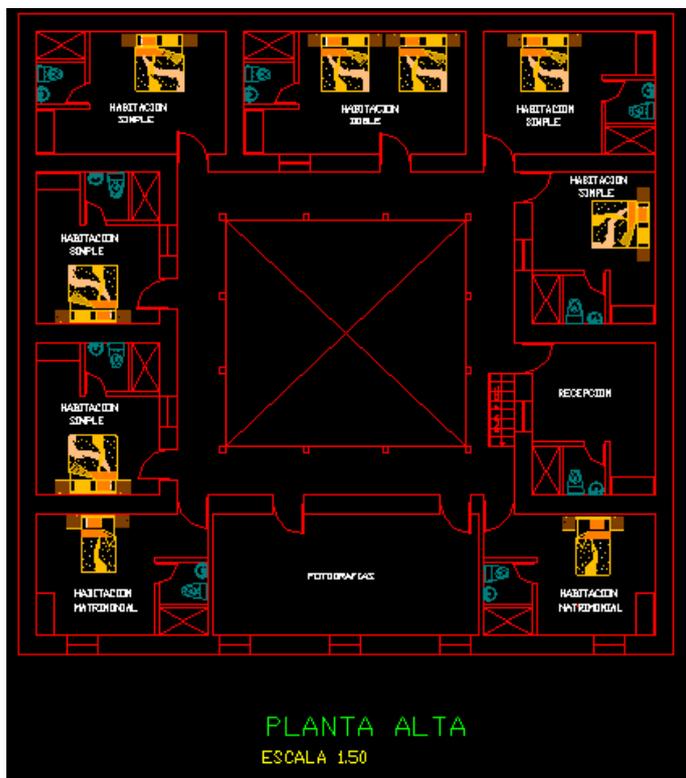
E. ANEXO 5: Planimetría

Gráfico N°51. Fachada



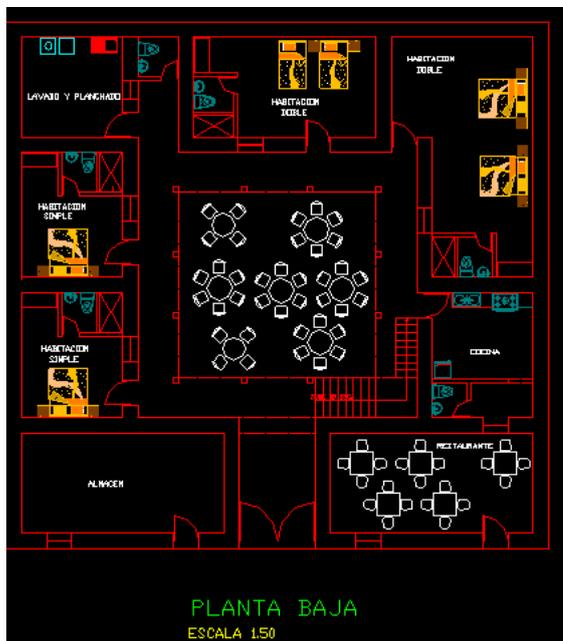
Fuente: Arq. Jaime Yépez

Gráfico N°52. Planta alta



Fuente: Arq. Jaime Yépez

Gráfico N°53. Planta baja



Fuente: Arq. Jaime Yépez

XV. BIBLIOGRAFIA

- V. ALOJAMIENTO TURISTICO, (en línea), (ref el 13/02/2013), disponible en Web:
http://www.casachon.com/alojamiento_turistico.html
- W. ANÁLISIS ECONÓMICO- FLUJO DE CAJA- PAYBACK – COSTO/BENEFICIO,
(en línea), (ref el 10/01/2013), disponible en Web: <http://paginaspersonales.deusto.es>
- X. ANÁLISIS FINANCIERO, (en línea), (ref el 13/02/2013), disponible en Web:
<http://www.ingenieria.uba.ar>
- Y. BÁEZ A.; ACUÑA A. 2003. “Guía para las mejores Prácticas de Ecoturismo en Áreas Protegidas” México. 159p.
- Z. BACA, G. 2001. “Evaluación de Proyectos”. 4ta ed. México. Editorial Mc Graw Hill; México, D.F. 32 p.
- AA. COLIN BRUCE, 1982. Proyectos de Factibilidad., 46 p.
- BB. BLASCO, A. 2010. “Manual de gestión de producción de Alojamiento y Restauración”. Madrid. 21, 66-67pp.
- CC. CLASIFICACIÓN DE RESTAURANTES, (en línea), (ref el 10/01/2013), disponible en Web: <http://www.islascanarias-restaurante.com/islascanarias/es/islascanarias/que-es-un-restaurante.html>
- DD. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD, (en línea), (ref. el 12/10/2011), disponible en Web:
http://uct.edu.ec/files/investigacion/pregrado/ESTUDIO_FACTIBILIDAD_PARA_CREACION_HOTEL_CHUQUITOS.pdf

- EE. ESTUDIO DE MERCADO, (en línea), (ref el 22/12/2012), disponible en Web:
<http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.sh>
- FF. GRATEROL, M. 1997. “Proyectos de Inversión”. Venezuela. 15p.
- GG. HOTEL Y TIPOS DE HOTELES, (en línea), (ref el 10/01/2013), disponible en Web:
<http://www.arqhys.com/contenidos/hoteles-tipos.html>
- HH. INEC, 2010. Censo Población y Vivienda Riobamba (en línea), (ref el 27/12/2012),
disponible en Web: <http://inec.gob.ec/cpv/>
- II. LUNA, R; CHAVES, D. 2001 “Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos
ecoturísticos ” Guatemala. 33p.
- JJ. MENESES, E. 2001. “Preparación y Elaboración de Proyectos”. 3era ed. Quito- Ecuador.
215p.
- KK. OROZCO, D. 2011. Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de
interpretación del patrimonio oral de la provincia de Chimborazo, Riobamba – Ecuador.9,
20-21 pp.
- LL. RAMÍREZ, C.2007. “Gestión Administrativa para Empresas Turísticas”.3era ed .
México. 97-98pp.
- MM. RESTAURANTE, (en línea), (ref el 10/01/2013), disponible en Web:
<http://www.islascanarias-restaurante.com/islascanarias/es/islascanarias/como-se-clasifican-los-restaurantes.html>
- NN. UBICACIÓN GEOGRÁFICA: Ing Arturo Navarro (Jefe Gerencial Proyecto Cilo en la
Planta Cemento Chimborazo).

OO. VALDIVIESO, L. 2000. "Texto Básico de Administración de Empresas". Riobamba – Ecuador. 34-35pp.

PP. YUCTA, P. 2002. "Diseño y Formulación de Proyectos Ecoturísticos". Riobamba – Ecuador. 25p.

XVI. ANEXOS

A. ANEXO 1: Encuestas

1. Encuestas turistas nacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

La presente encuesta tiene como objetivo determinar la factibilidad para la implementación de un establecimiento de alojamiento temático colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo. Por favor conteste con la mayor sinceridad. Gracias.

Encuestadora: María José Yépez.

18. Edad ()

19. Género: a. Masculino () b. Femenino ()

20. Lugar de procedencia : Ciudad / Provincia _____ País: _____

21. Ocupación: a. Profesional () b. Estudiante () c. Otro _____

22. Nivel de educación:

e. Primaria ()

f. Secundaria ()

g. Superior ()

h. Otros ()

23. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

f. Recreación ()

g. Compras ()

h. Congreso / convención ()

i. Trabajo ()

j. Otro / Especifique () _____

24. ¿Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba?

d. 1 día ()

e. De 2 a 3 días ()

f. Más de 3 días ()

25. ¿Acompañado de quien visita la Ciudad de Riobamba?
- e. Amigos ()
 - f. Familia ()
 - g. Solo ()
 - h. Otros ()
26. ¿Considera usted necesario la creación de un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba, que satisfaga sus necesidades de descanso?
- c. Si ()
 - d. No ()
27. ¿Le gustaría que ofreciera el servicio de alimentación el establecimiento?
- c. Si ()
 - d. No ()
28. ¿Qué comida le gustaría que ofrezca el establecimiento de Alojamiento?
- e. Típica ()
 - f. Nacional ()
 - g. Internacional ()
 - h. Todas las anteriores ()
29. ¿Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento de Alojamiento?
- d. 2 a 3 ()
 - e. 3 a 5 ()
 - f. Más de 5 personas ()
30. ¿Con que frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en nuestro sitio?
- d. Casi nunca (anualmente) ()
 - e. Pocas veces (mensualmente) ()
 - f. Frecuentemente (semanalmente) ()
31. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día en el servicio de Hospedaje?
- d. \$27- \$ 37 ()
 - e. \$38-\$ 48 ()
 - f. \$ 49 o más ()
32. ¿Cuándo viaja lo hace a través de?
- c. Agencia de viajes ()
 - d. Independiente ()
33. ¿Cuál es su forma de pago?
- c. Efectivo ()
 - d. Tarjeta de crédito ()

34. ¿Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

- e. Radio ()
- f. Televisión ()
- g. Internet ()
- h. Prensa ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

2. Encuestas turistas internacionales



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
ESCUELA DE INGENIERIA EN ECOTURISMO

The present interviews it has as objective to determine a previous of feasibility to the implementation of a establishment of colonial themed accommodation in the historic center of the city of Riobamba Chimborazo province. Thank you

Pollster: María José Yépez.

18.Age: ()

19.Gender: a. Masculine () b. Feminine ()

20.Original place : Country: _____

21.Ocupation: a. Professional () b. Student () c. Other _____

22.Education level:

- e. Primary ()
- f. Secondary ()
- g. Superior ()
- h. Others ()

23.Which in the main reason of its trip?

- f. Recreation ()
- g. Purchases ()
- h. Congress / convention ()
- i. Work ()
- j. Other / it specifies () _____

24.How many days would it be willing to remain in the City of Riobamba?

- d. 1 day()
- e. From 2 to 3 days ()
- f. More than 3 days ()

25. Accompanied by who visits the City of Riobamba?

- e. Friends ()
- f. Family ()
- g. Alone ()
- h. Others ()

26. Do you consider necessary the creation of a thematic accommodation establishment of colonial in the historic of the city Riobamba that meets your needs for rest?

- c. Yes ()
- d. No ()

27. Would like to offer food the establishment?

- c. Yes ()
- d. No ()

28. What food would he like him to offer the establishment of Accommodation?

- e. Typical ()
- f. National ()
- g. International ()
- h. All the previous ones()

29. With how many people would it be willing to visit the establishment of accommodation?

- d. 2 at 3 ()
- e. 3 at 5 ()
- f. More than 5 people ()

30. Which what frequency would he like to visit this place?

- d. Hardly ever (annually) ()
- e. Few times (monthly) ()
- f. Frequently (weekly) ()

31. How much would it be willing to spend approximately per day of the service in the establishment of accommodation?

- d. \$27- \$ 37 ()
- e. \$38-\$ 48 ()
- f. \$ 49 or more()

32. When you do travel through ...

- c. Travel Agencys ()
- d. Independent()

33. Which is their payment form?
- c. Effective ()
 - d. Credit card()
34. What media does it usually use to be informed?
- e. Radio ()
 - f. Television ()
 - g. Internet ()
 - h. It presses ()

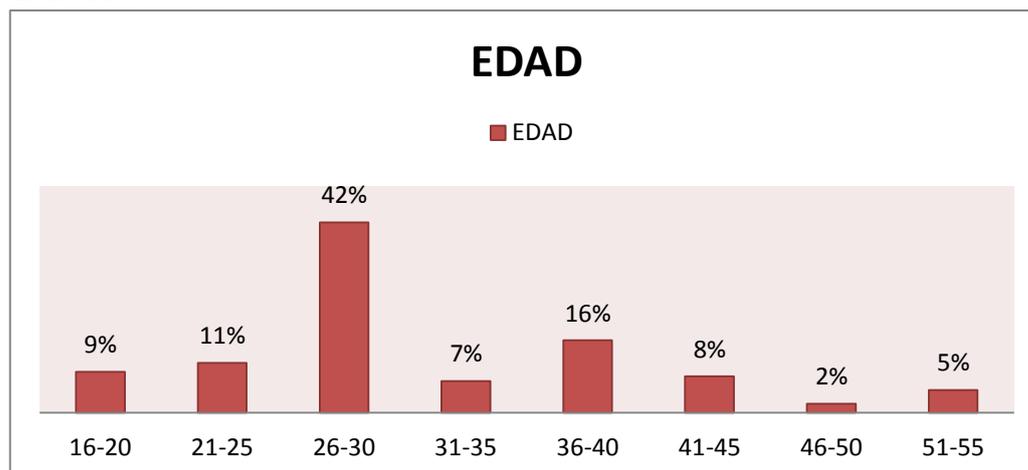
THANK YOU FOR THEIR COLLABORATION

B. ANEXO 2: Tabulación de las encuestas

1. Turistas nacionales

1. Edad

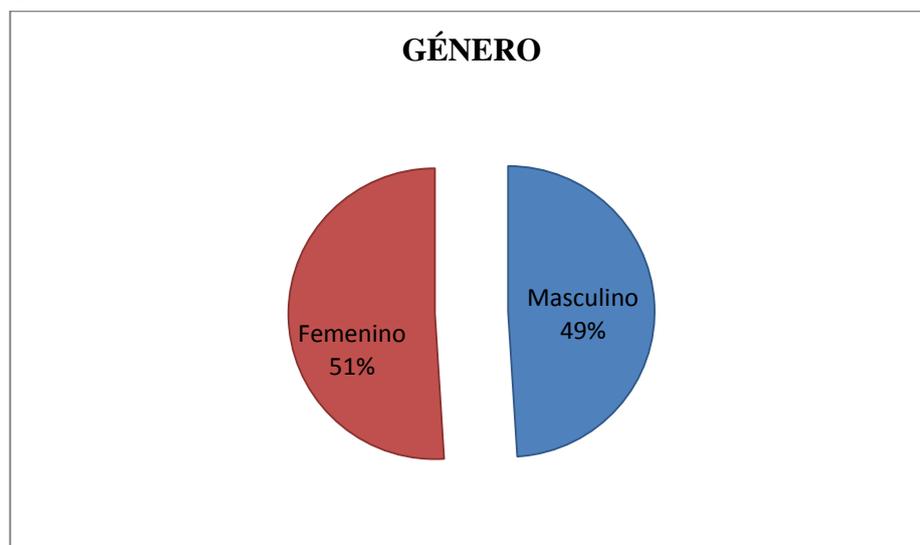
Gráfico N°17. Edad



Elaborado por: María José Yépez

2. Género

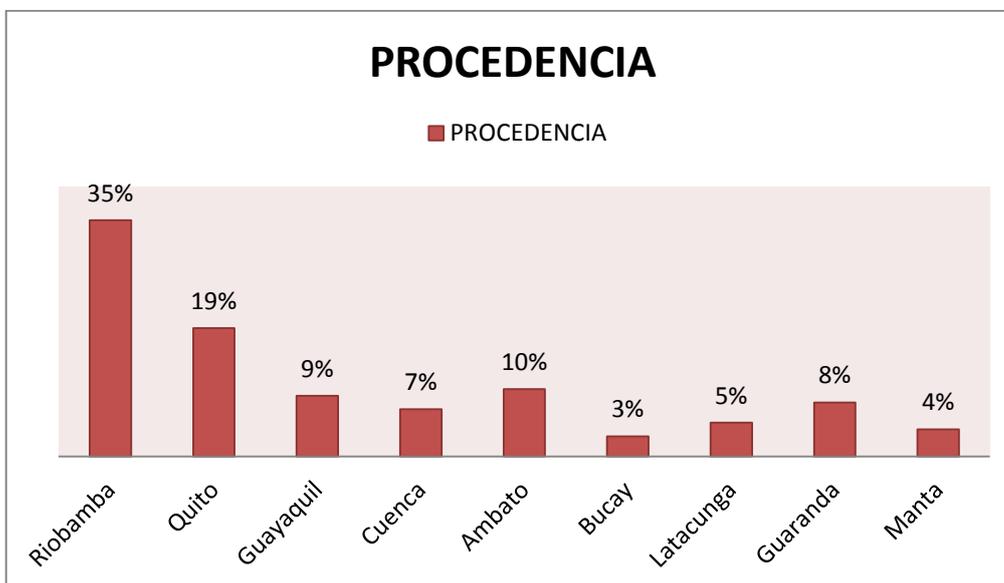
Gráfico N°18. Género



Elaborado por: María José Yépez

3. Lugar de Procedencia

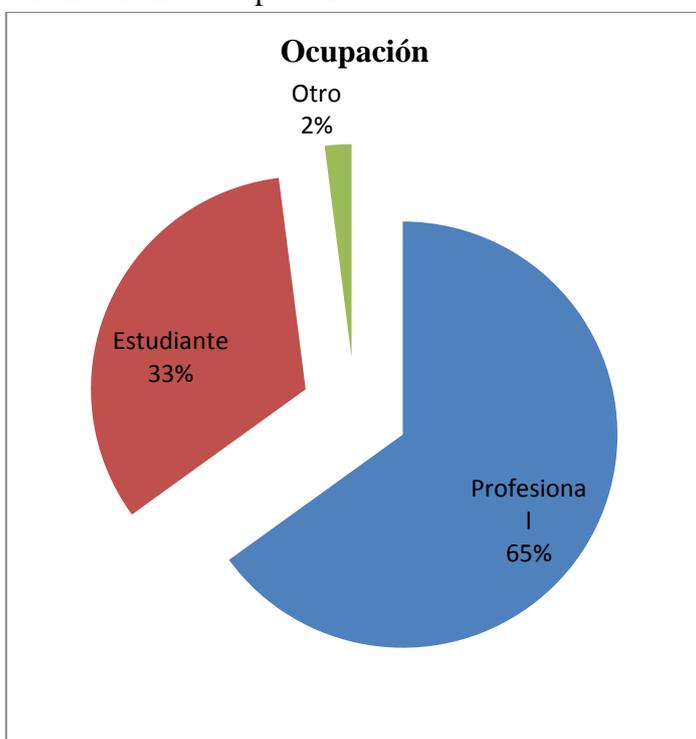
Gráfico N°19. Procedencia



Elaborado por: María José Yépez

4. Ocupación

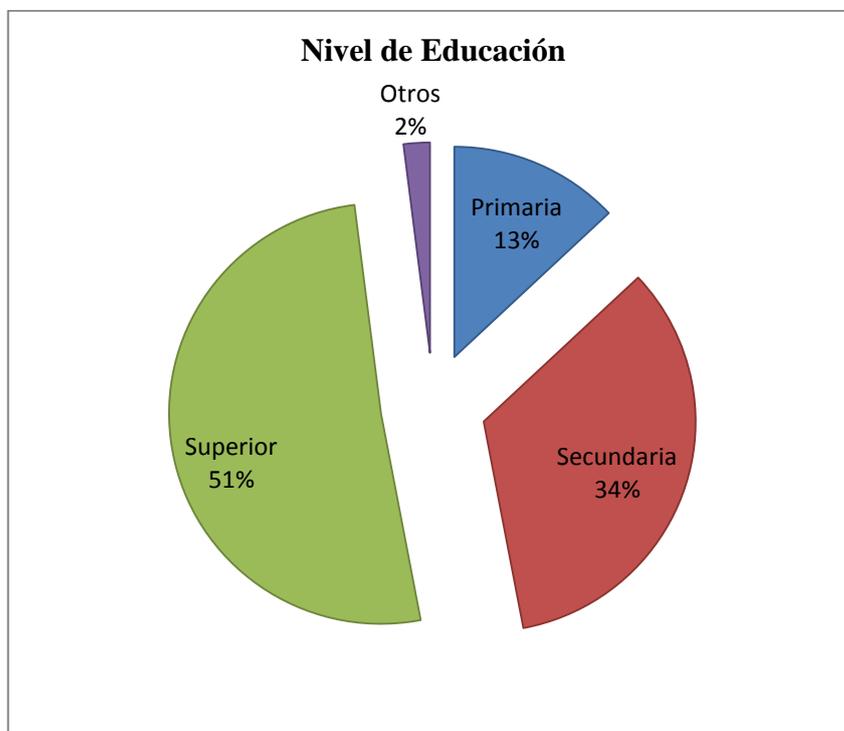
Gráfico N°20. Ocupación



Elaborado por: María José Yépez

5. Nivel de Educación

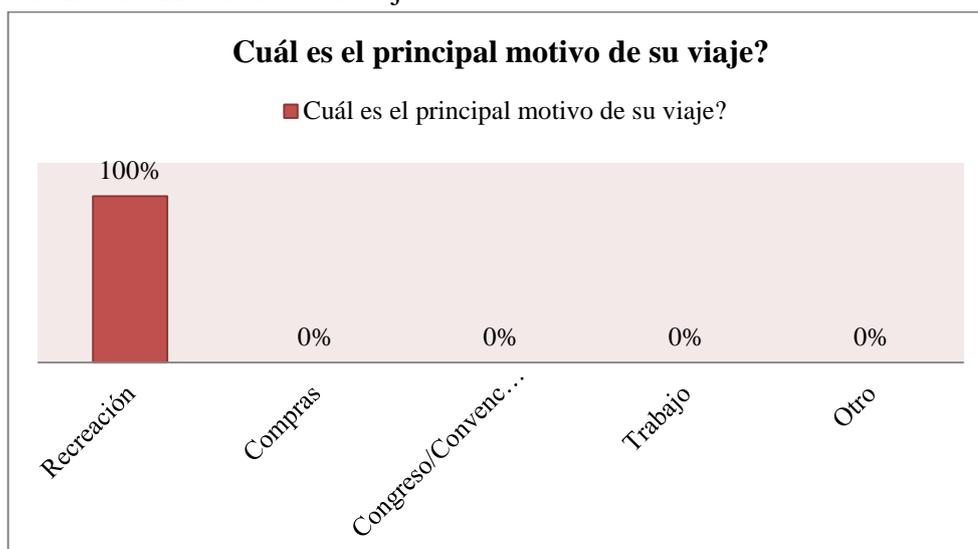
Gráfico N°21. Nivel de educación



Elaborado por: María José Yépez

6. Cuál es el principal motivo de su viaje?

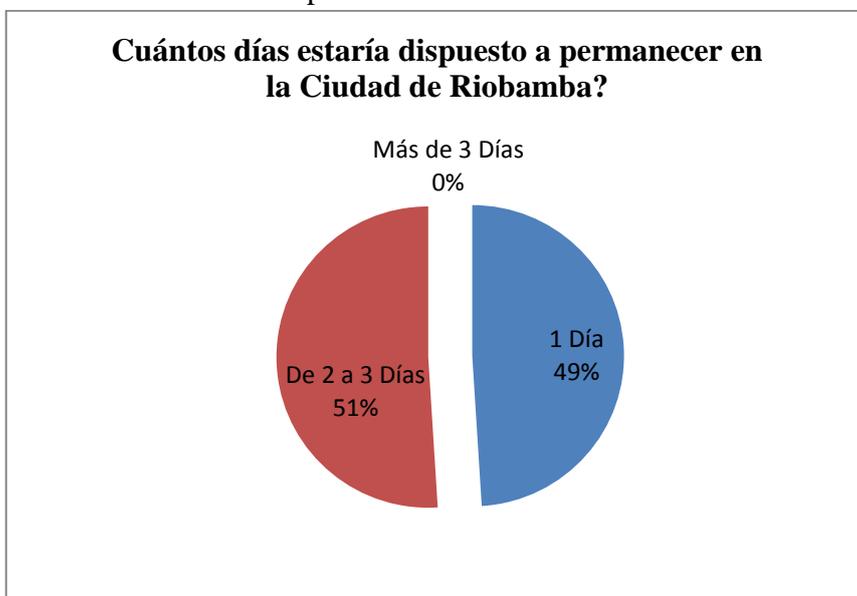
Gráfico N°22. Motivo del viaje



Elaborado por: María José Yépez

7. Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba?

Gráfico N°23. Días de permanencia en Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

8. Acompañando de quien visita la Ciudad de Riobamba?

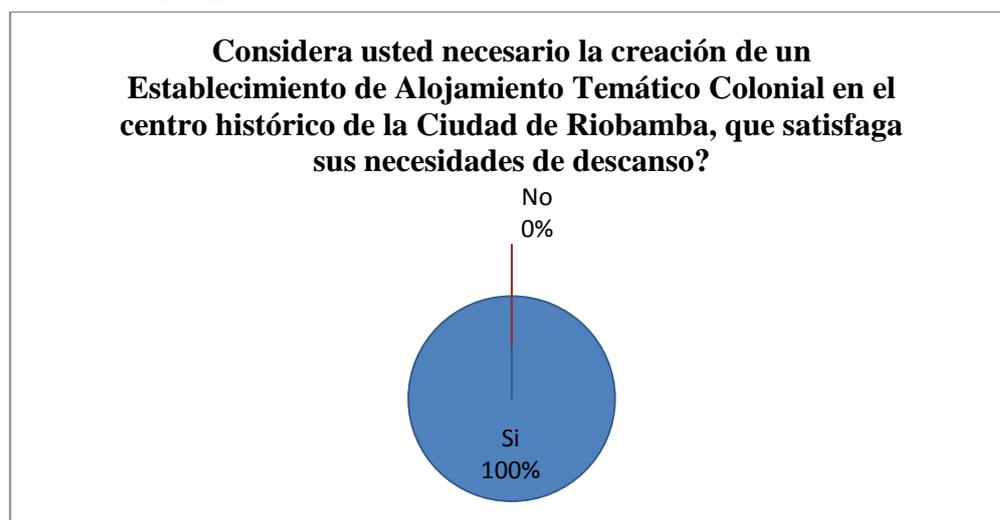
Gráfico N°24. Acompañado de quien visitan la ciudad de Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

9. Considera usted necesario la creación de un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba, que satisfaga sus necesidades de descanso?

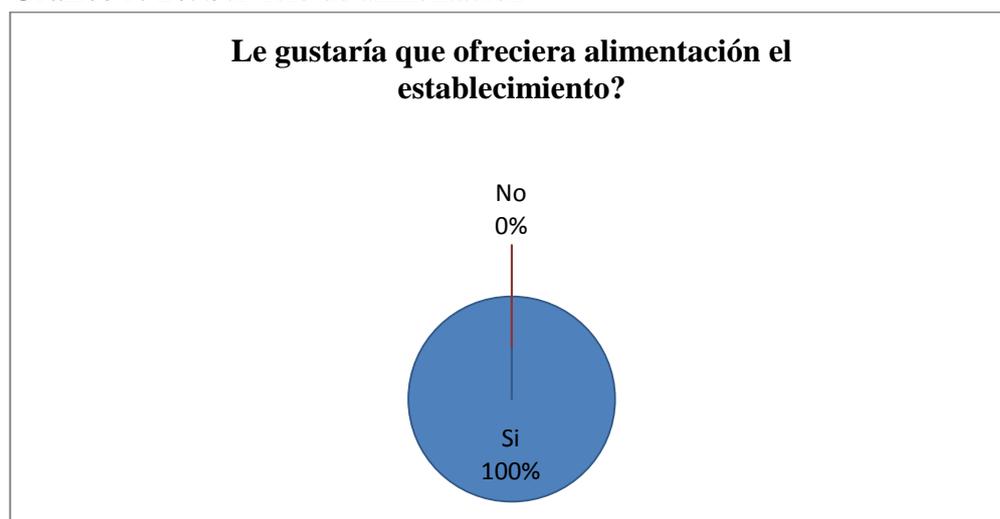
Gráfico N°25. La creación del establecimiento temático colonial.



Elaborado por: María José Yépez

10. Le gustaría que ofreciera el servicio de alimentación el establecimiento?

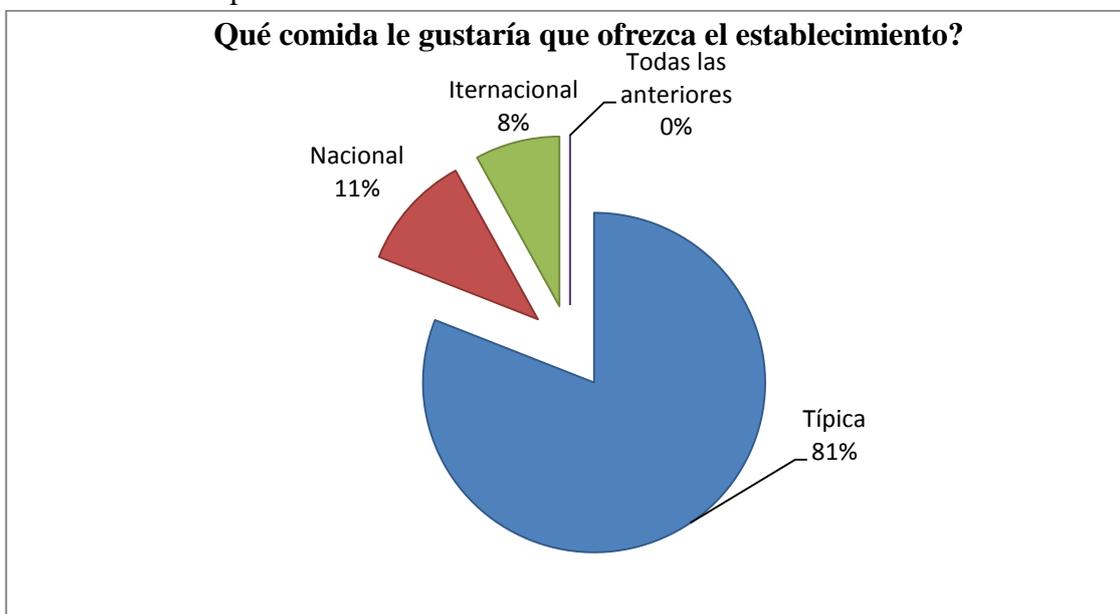
Gráfico N°26. Servicio de alimentación



Elaborado por: María José Yépez

11. Qué comida le gustaría que ofrezca el establecimiento?

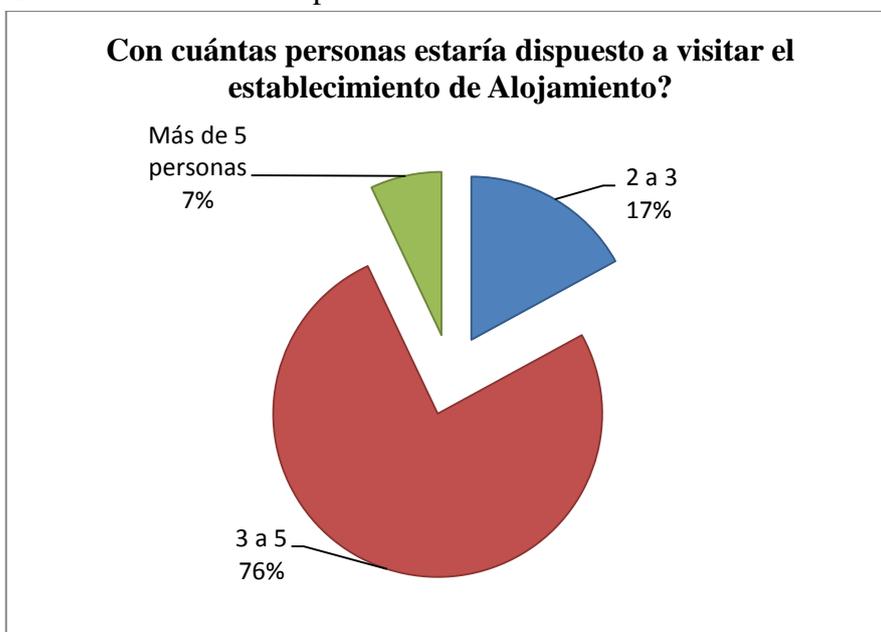
Gráfico N°27. Tipo de comida



Elaborado por: María José Yépez

12. Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento de Alojamiento?

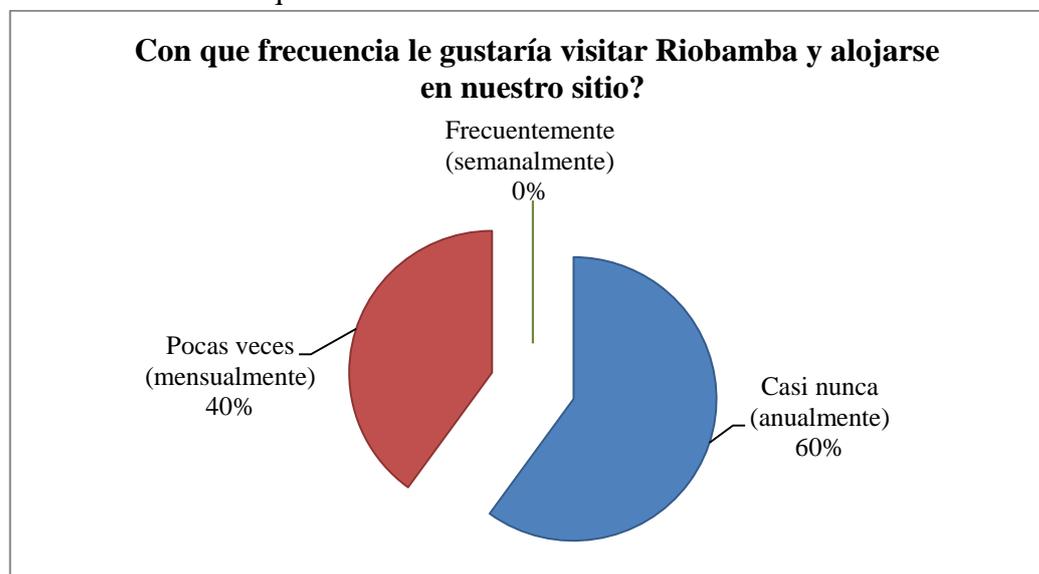
Gráfico N°28. Cuántas personas visitaría el establecimiento



Elaborado por: María José Yépez

13. Con que frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en nuestro sitio?

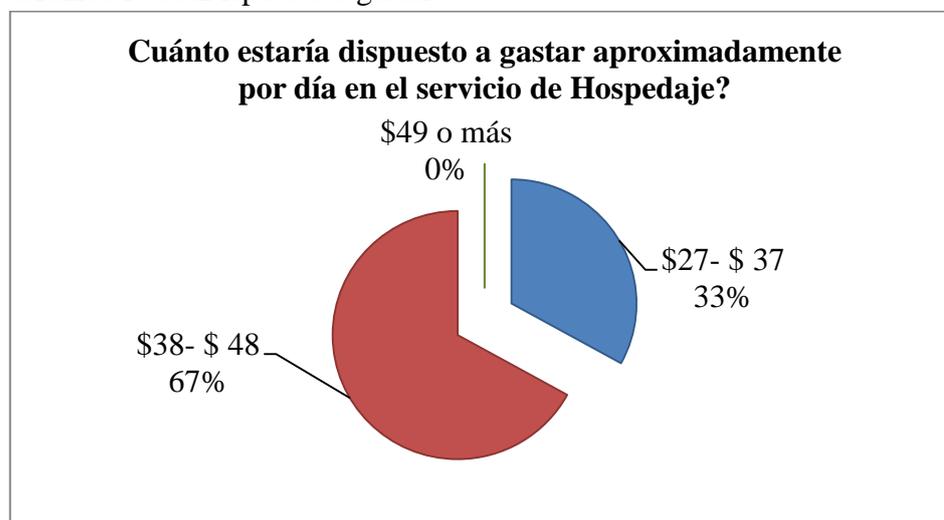
Gráfico N°29. Con que frecuencia visitaría Riobamba



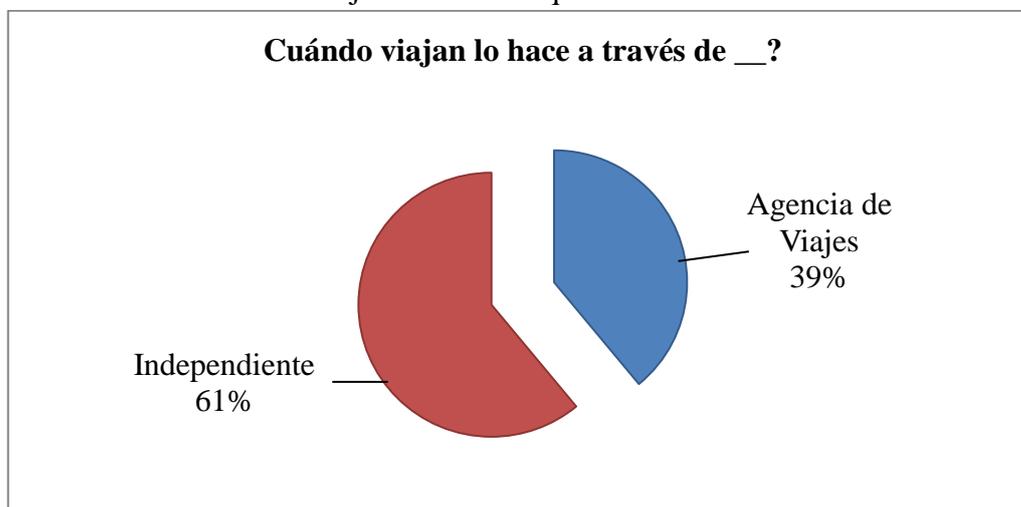
Elaborado por: María José Yépez

14. Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día en el servicio de Hospedaje?

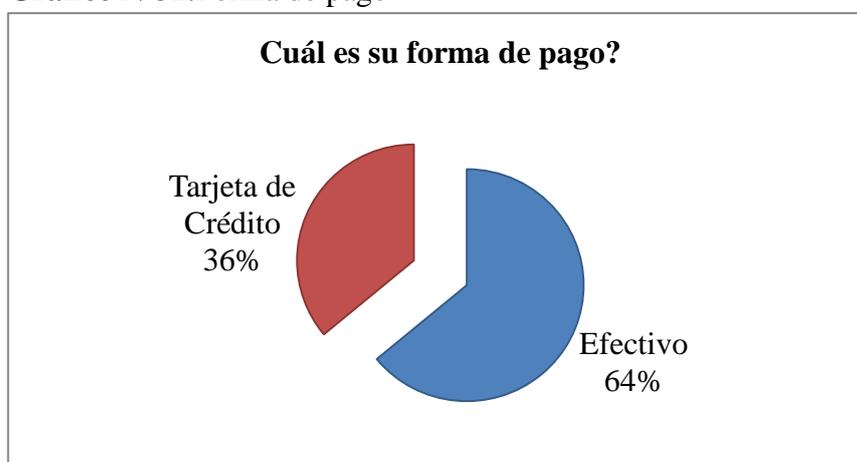
Gráfico N°30. Dispuesto a gastar



Elaborado por: María José Yépez

15. Cuándo viajan lo hace a través de __?**Gráfico N°31.** Cuando viajan a través de que lo hacen

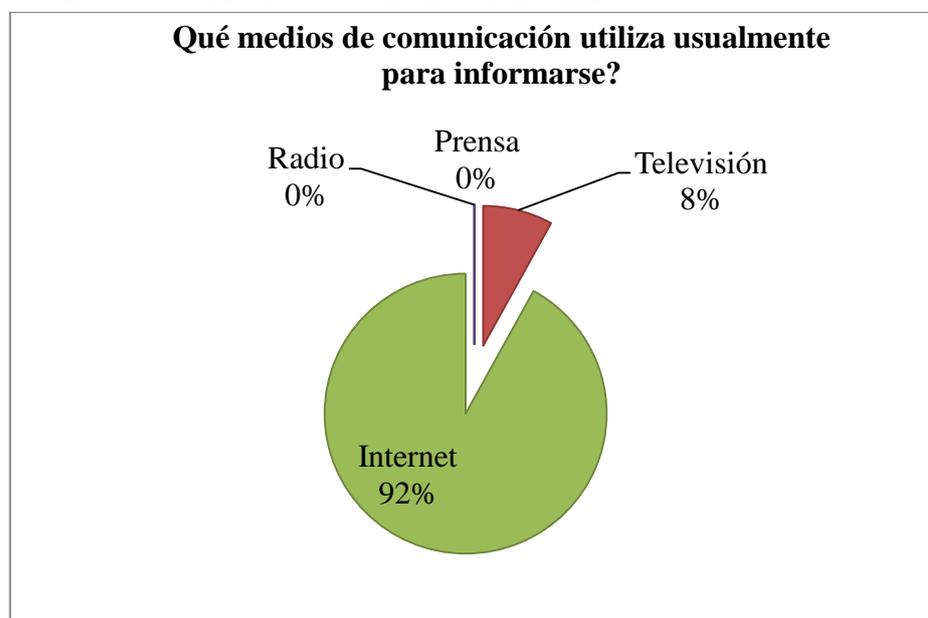
Elaborado por: María José Yépez

16.Cuál es su forma de pago?**Gráfico N°32.**Forma de pago

Elaborado por: María José Yépez

17. Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

Gráfico N°33. Medios de comunicación utilizados

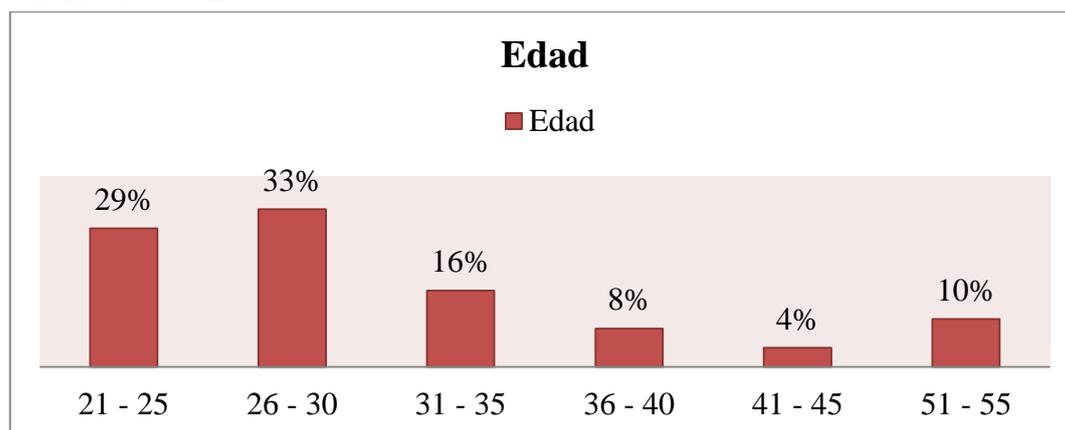


Elaborado por: María José Yépez

2. Turistas extranjeros

1. Edad

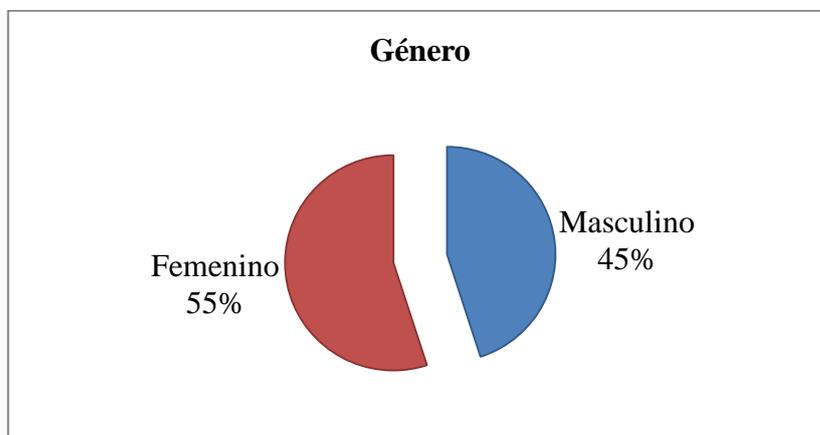
Gráfico N°34. Edad



Elaborado por: María José Yépez

2. Género

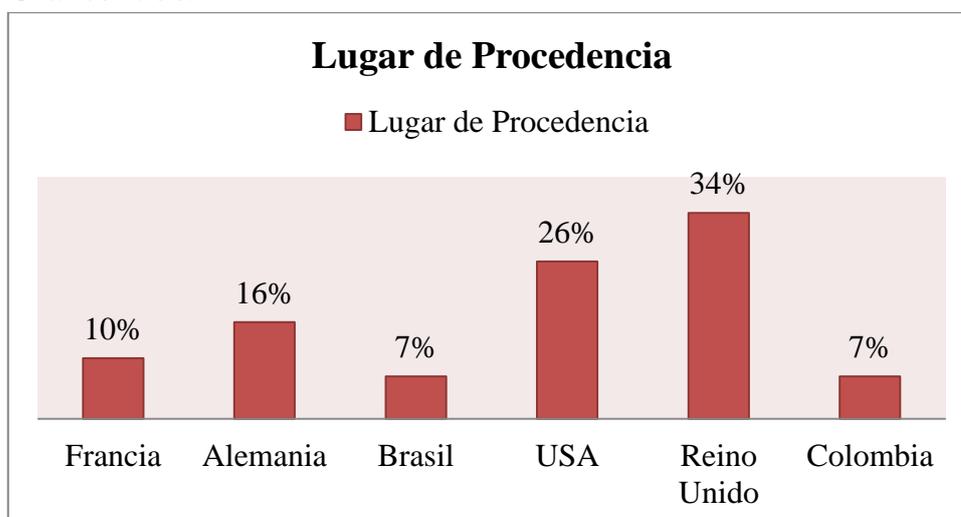
Gráfico N°35. Género



Elaborado por: María José Yépez

3. Lugar de Procedencia

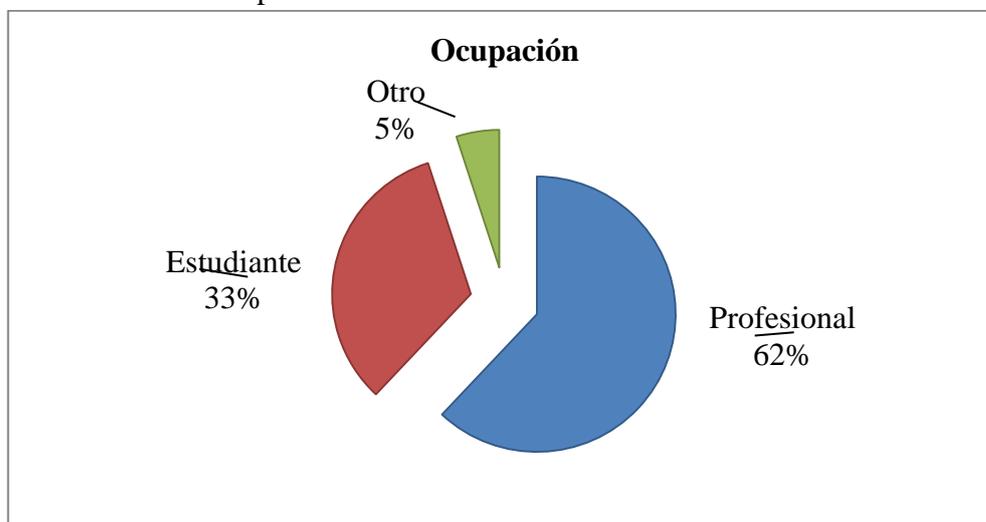
Gráfico N°36. Procedencia



Elaborado por: María José Yépez

4. Ocupación

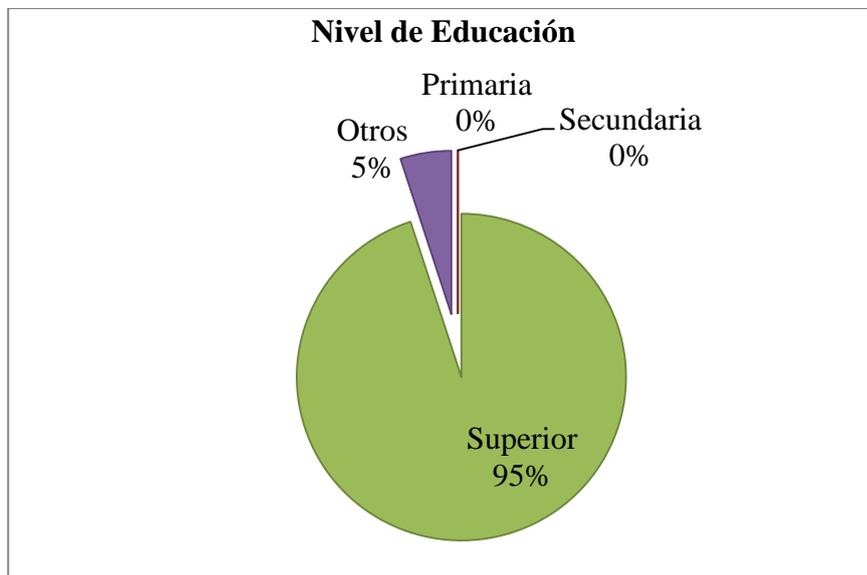
Gráfico N°37. Ocupación



Elaborado por: María José Yépez

5. Nivel de Educación

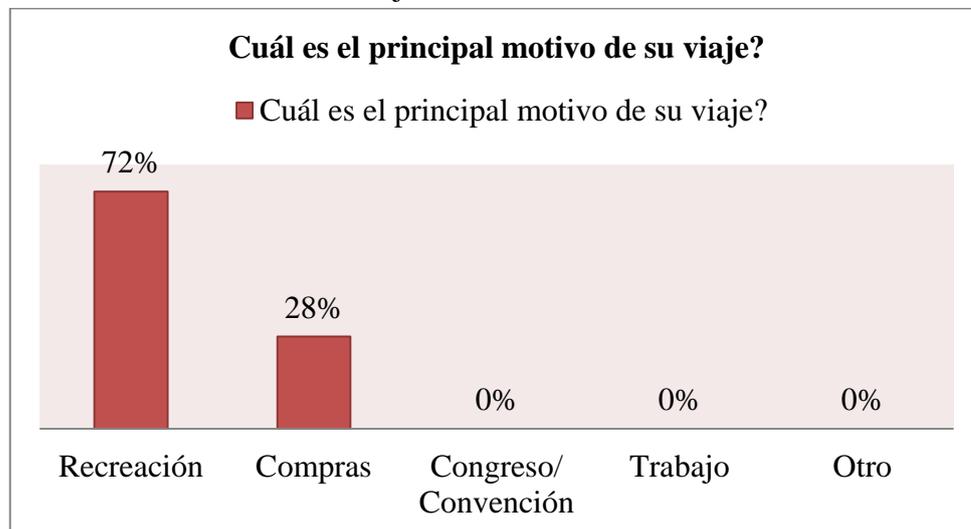
Gráfico N°38. Nivel de educación



Elaborado por: María José Yépez

6. Cuál es el principal motivo de su viaje?

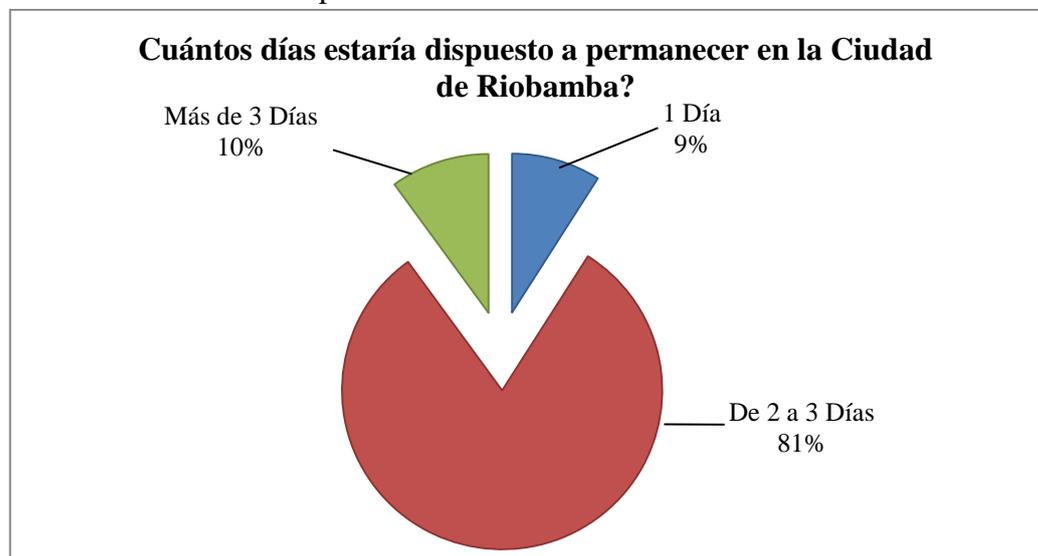
Gráfico N°39. Motivo del viaje



Elaborado por: María José Yépez

7. Cuántos días estaría dispuesto a permanecer en la Ciudad de Riobamba?

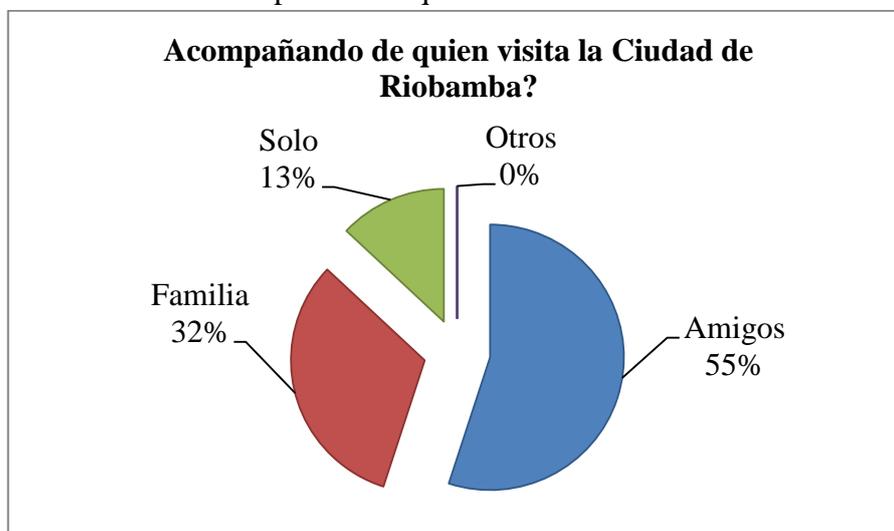
Gráfico N° 40. Días de permanencia en Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

8. Acompañando de quien visita la Ciudad de Riobamba?

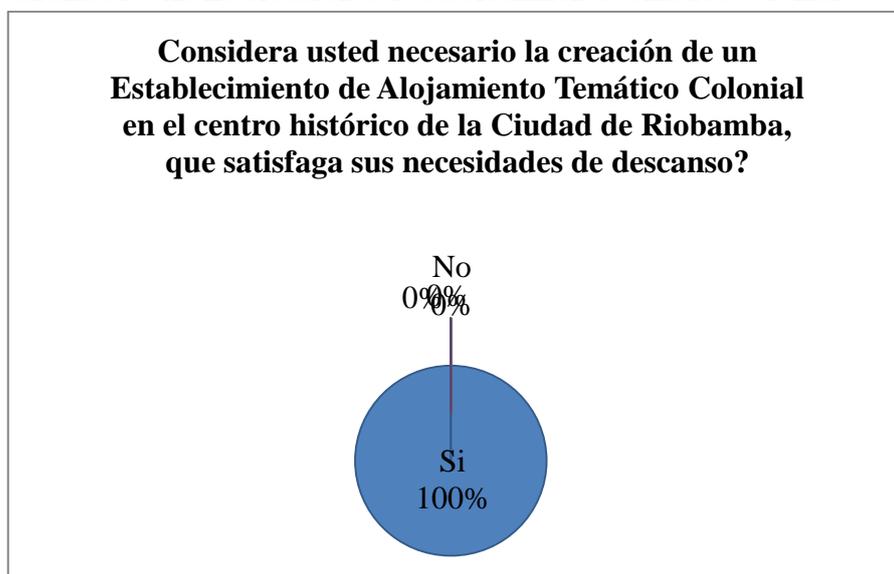
Gráfico N°41. Acompañado de quien visitan la ciudad de Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

9. Considera usted necesario la creación de un Establecimiento de Alojamiento Temático Colonial en el centro histórico de la Ciudad de Riobamba, que satisfaga sus necesidades de descanso?

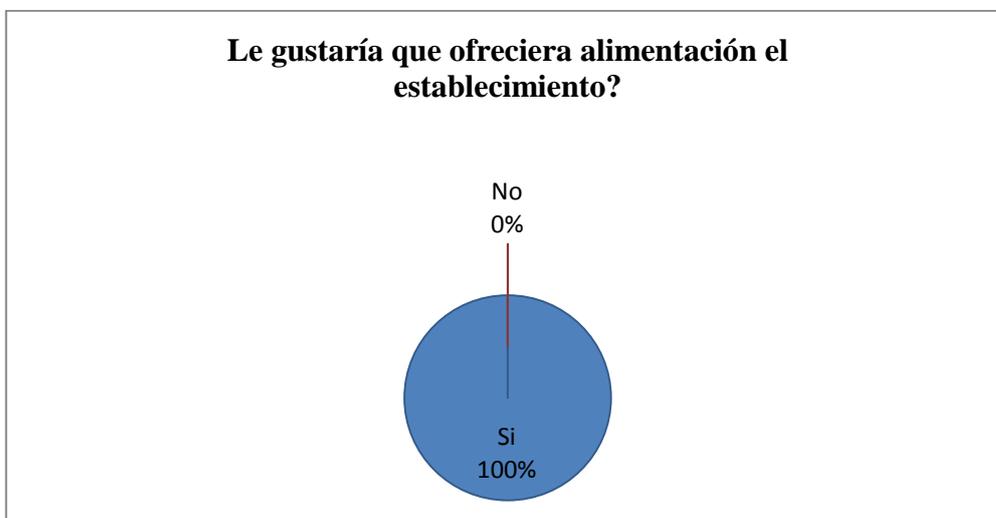
Gráfico N°42. La creación del establecimiento temático colonial.



Elaborado por: María José Yépez

10. Le gustaría que ofreciera alimentación el establecimiento de Alojamiento?

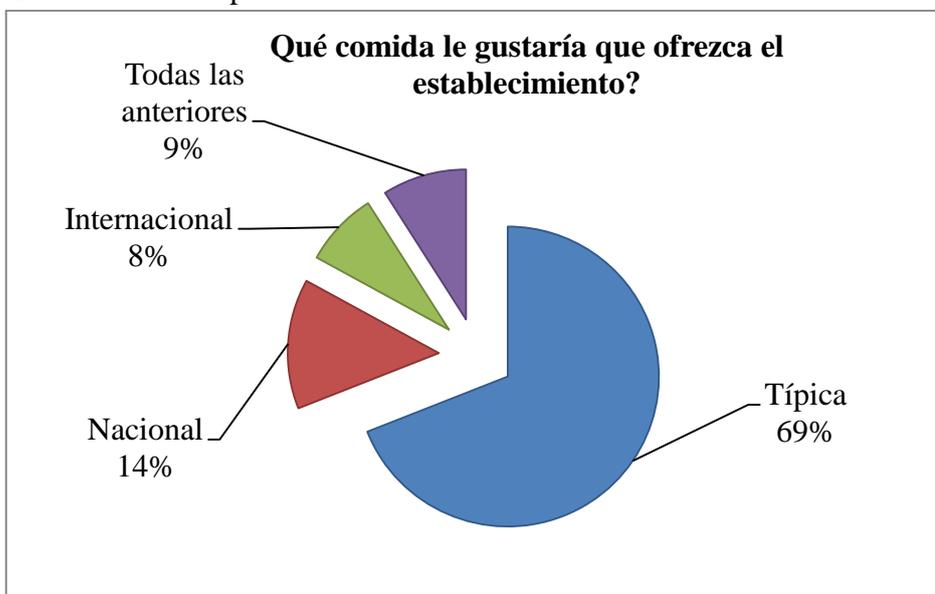
Gráfico N°43. Servicio de alimentación



Elaborado por: María José Yépez

11. Qué comida le gustaría que ofrezca el establecimiento?

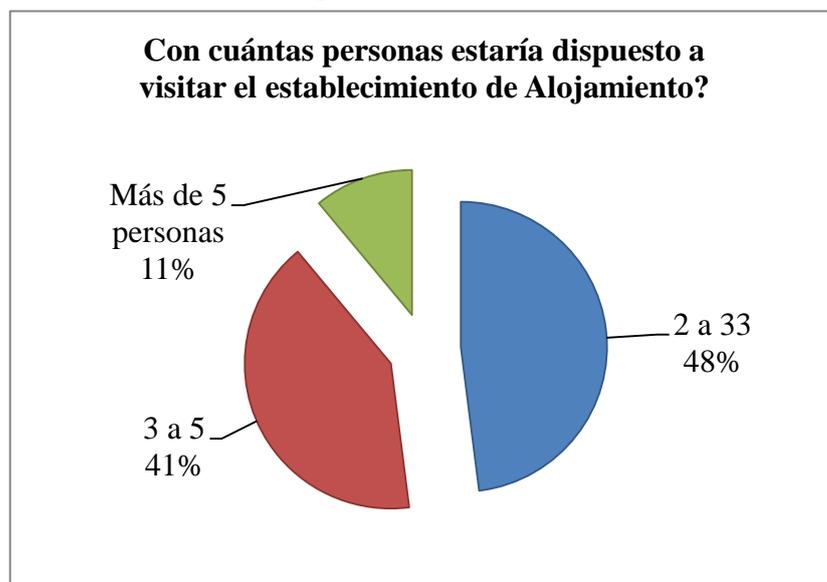
Gráfico N°44. Tipo de comida



Elaborado por: María José Yépez

12. Con cuántas personas estaría dispuesto a visitar el establecimiento de Alojamiento?

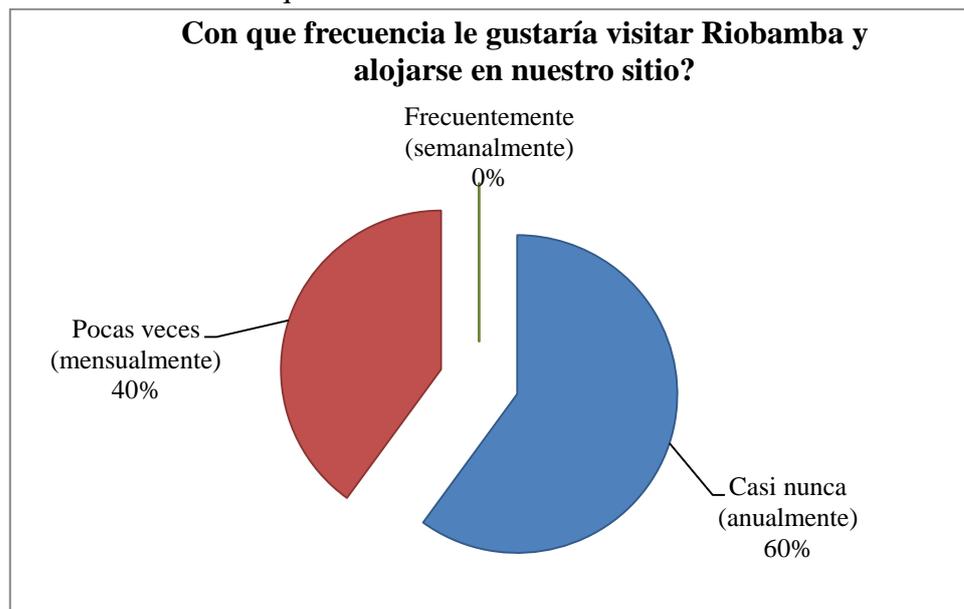
Gráfico N°45. Cuantas personas visitaría el establecimiento



Elaborado por: María José Yépez

13. Con que frecuencia le gustaría visitar Riobamba y alojarse en nuestro sitio?

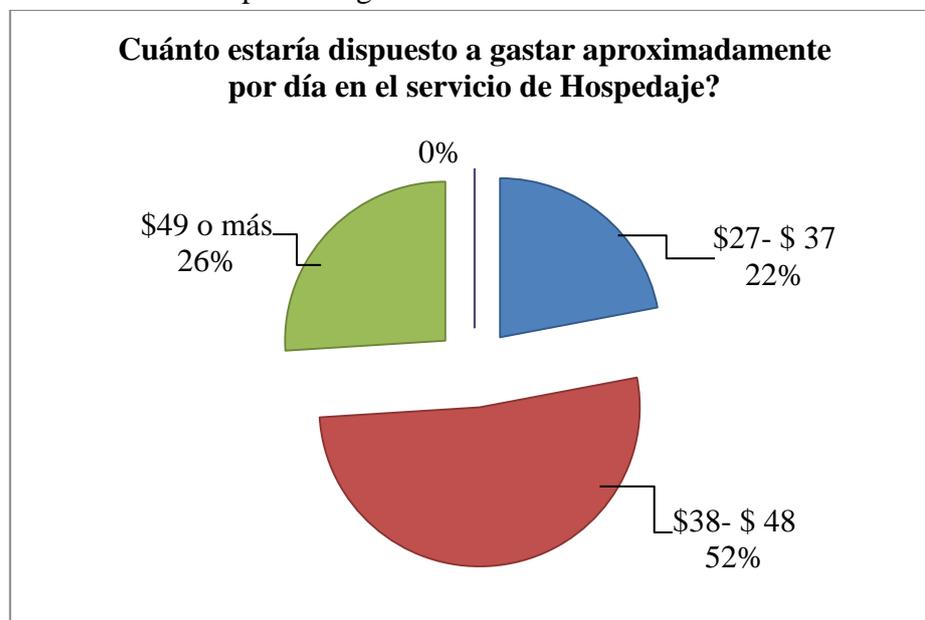
Gráfico N° 46. Con que frecuencia visitaría Riobamba



Elaborado por: María José Yépez

14. Cuánto estaría dispuesto a gastar aproximadamente por día en el servicio de Hospedaje?

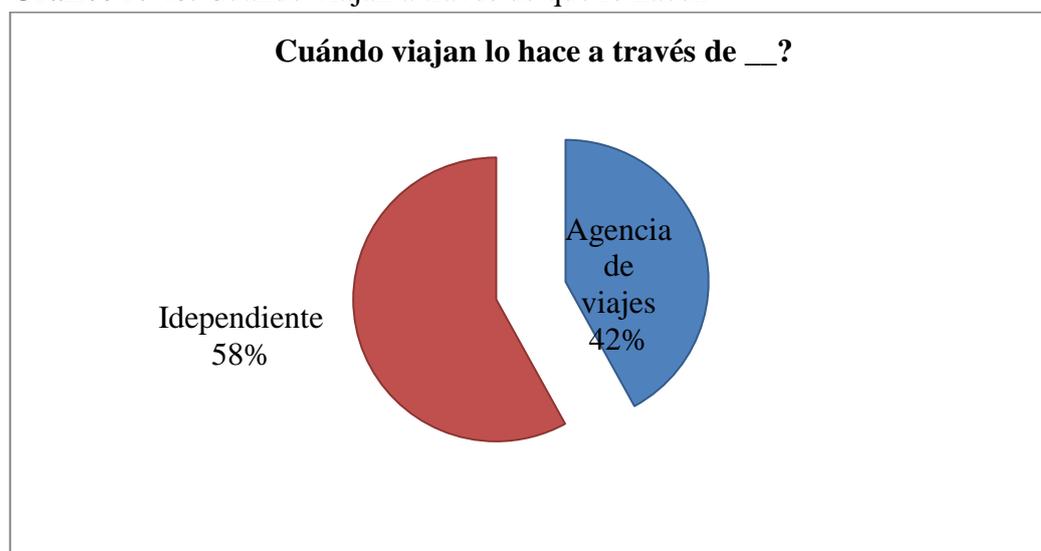
Gráfico N°47.Dispuesto a gastar



Elaborado por: María José Yépez

15. Cuándo viajan lo hace a través de ___?

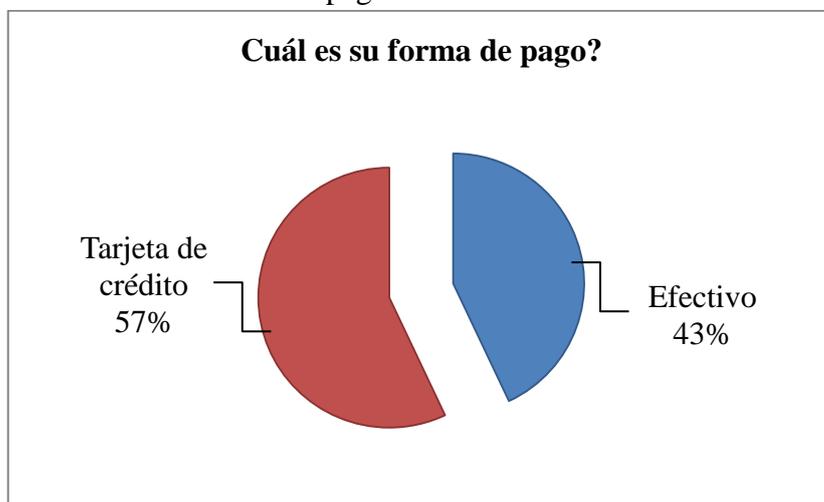
Gráfico N°48. Cuando viajan a través de que lo hacen



Elaborado por: María José Yépez

16. Cuál es su forma de pago?

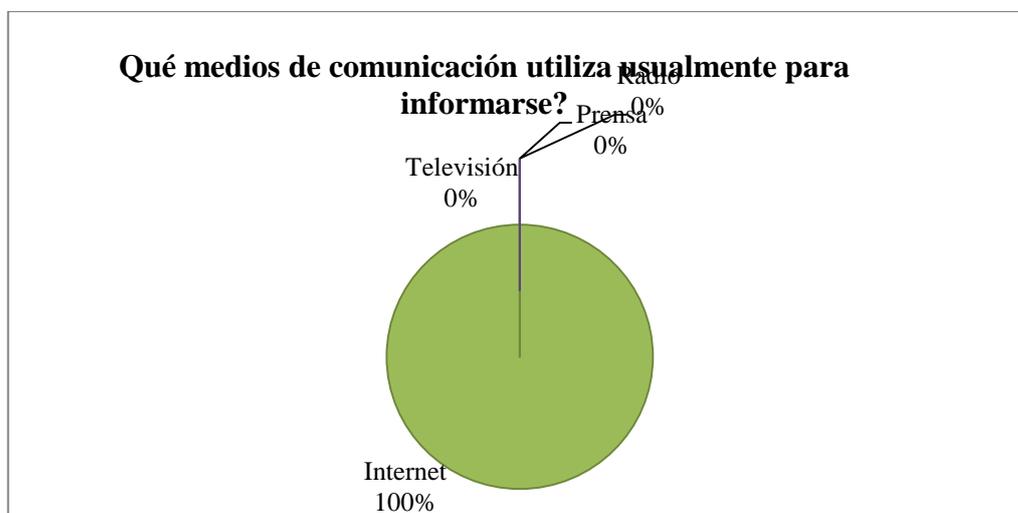
Gráfico N°49. Forma de pago



Elaborado por: María José Yépez

17. Qué medios de comunicación utiliza usualmente para informarse?

Gráfico N°50. Medios de comunicación utilizados



Elaborado por: María José Yépez

C. ANEXO 3: Costo de la habitación por persona

Cuadro N° 122. Costo por persona

CAPACIDAD TOTAL		
12 habitaciones	Núm. Hab	Núm pax
SUITES		
MATRINONIALES	2	4
Simple	7	7
Dobles	3	6
RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR DE CONTRIBUCION
Sueldos y salarios	4362,00	8,55
Contribuciones	400,00	0,78
Servicios básicos	190,50	0,37
Servicios varios	200,00	0,39
Gasto uniformes	600,00	1,18
Materiales y suministros		0,00
Suministros de limpieza de habitación	200,00	0,39
Suministros de huesped	200,00	0,39
Materiales de oficina	269,45	0,53
	Subtotal	12,59
	Gastos de Depreciación (5%)	13,25
	Gastos Administrativos (10%)	14,73
	Utilidad precio neto (50%)	29,46
	Gross (comisión 10%)	32,40
	PVP (incluye iva)	36

D. ANEXO 4: Análisis FODA

Cuadro N°123. Análisis FODA

ANÁLISIS FODA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>6. Vías de acceso</p> <p>7. Ubicado en el centro de la ciudad de Riobamba.</p> <p>8. Cercanía a lugares naturales como la Reserva de producción faunística de Chimborazo</p> <p>9. Visita a parques históricos: Parque Sucre, Parque Maldonado y Parque 21 de Abril.</p> <p>10. Existe agencias bancarias cerca del establecimiento.</p>	<p>5. Falta de estudios en bienes patrimoniales.</p> <p>6. Falta de personal capacitado para brindar servicio optimo.</p> <p>7. Poco apoyo a la producción de turismo en la ciudad.</p> <p>8. Desvinculación de agencias con el sector hotelero.</p>
OPORTUNIDAD	AMENAZAS
<p>3. Presencia de turistas por el viaje en tren.</p> <p>4. Establecimientos con venta de artesanías</p>	<p>5. Falta de limpiezas en las calles.</p> <p>6. Escases de parqueadero en el centro.</p> <p>7. Vendedores ambulantes</p> <p>8. Poco interés en el turismo.</p>

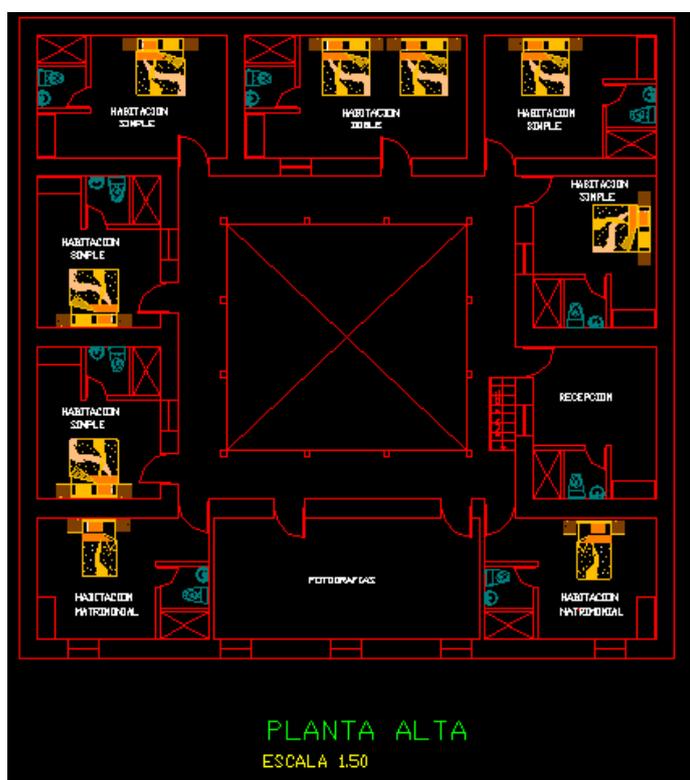
E. ANEXO 5: Planimetría

Gráfico N°51. Fachada



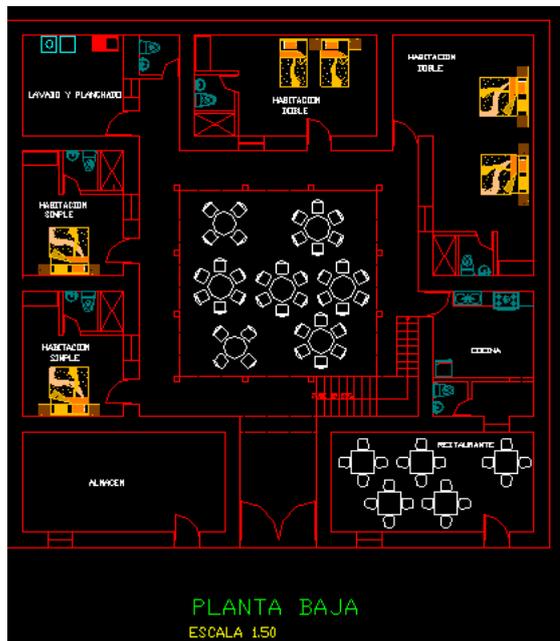
Fuente: Arq. Jaime Yépez

Gráfico N°52. Planta alta



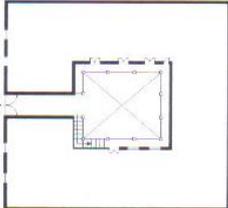
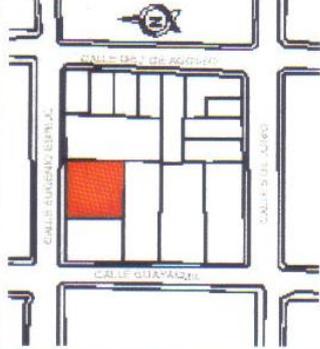
Fuente: Arq. Jaime Yépez

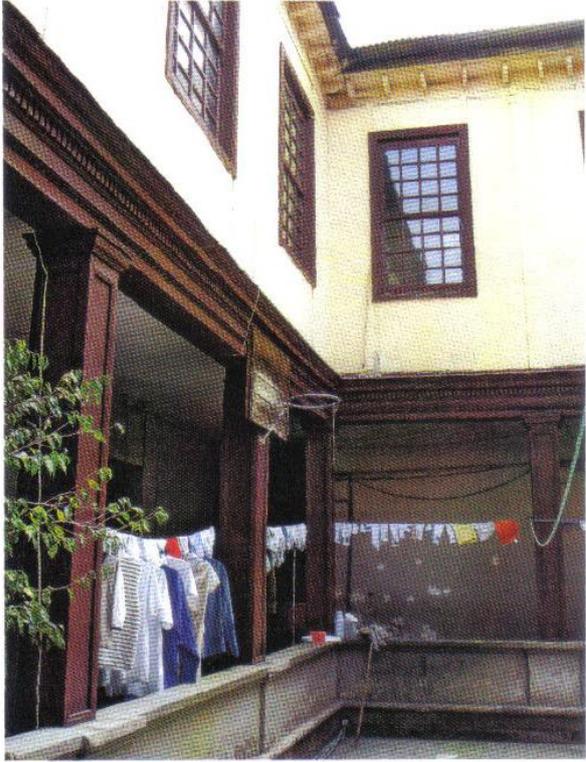
Gráfico N°53. Planta baja



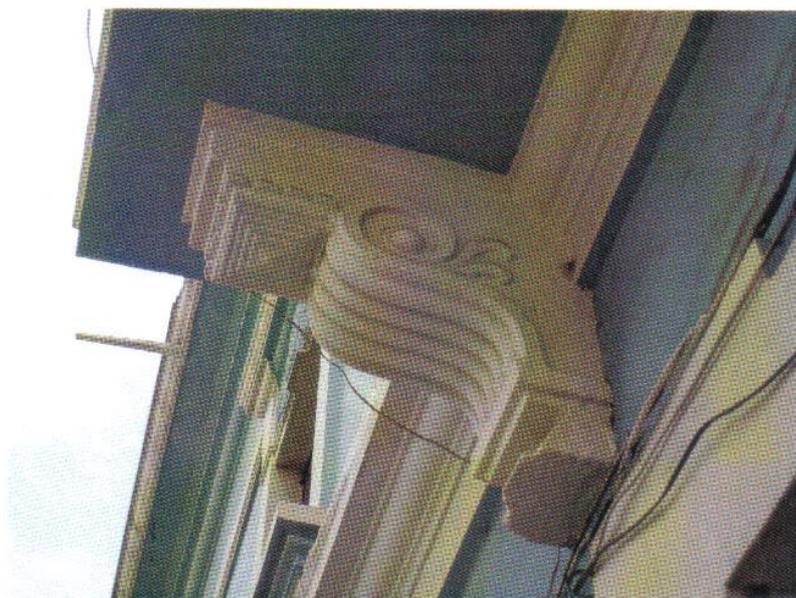
Fuente: Arq. Jaime Yépez

F. ANEXO 6: Ficha del bien inmueble

	INSTITUTO NACIONAL DE PATRIMONIO CULTURAL		FICHA BI-1 DE REGISTRO EMERGENTE		REGISTRO N°: 266
	DEPARTAMENTO NACIONAL DE INVENTARIO		INVENTARIO DE BIENES INMUEBLES		ARCHIVO N°: 04
Entidad Investigadora: INPC		Registrado por: Arg. Sara Atiaga / Arg. Marcelo León		Código de Bienes Inmuebles: 4H4-07-266	
Denominación del Bien Inmueble: Casa			Localización		
Uso Original: Vivienda	Uso Actual: Vivienda/Comercio	Provincia: Chimborazo	Cantón: Riobamba	Ciudad: Riobamba	
		Parroquia: Veloz	Calle: Espejo	N°: 2130	
		MZ: 101	Sitio Geográfico: -----	Zona: -----	
Régimen de propiedad: Particular Nombre del propietario: Montalvo Hrdos. Tipo de tenencia: Arrendamiento Propietario Época de construcción: Republicana Fecha de construcción: ±1920 TIPOLOGÍA: Republicana			Tipología: 		Ubicación: 
Nro. Retiros: -----	Nro. Pisos Interior: 2	Nro. Frentes: 1	Nro. Familias: 2		
Valoración: Arquitectónico Estético					
Con entorno natural de áreas verdes: NO		Influencia estilística en fachada: Ecléctica			
A) DESCRIPCIÓN DE LA FACHADA Recta Niveles o Pisos: 2 Vanos Abiertos N° PA: 5 PB: 5 Zócalo: Piedra champeado Portal o Soportal: Remate de Fachada: Cornisa Portada: Simple Balcones: Volado N°: 3 Balcones: Incluidos N°: 2 Molduras y Ornamentación: Enmarcamientos, ménsulas, filetes, fajones, bandas, denticulos carenados, balaustres, cornisas, claves, cornisillas, friso, escudetos. Color: Celeste - blanco Textura: Lisa					
B) ESTRUCTURA Cimiento: Piedra Paredes: Ladrillo - adobe Cubierta: Estructura de madera - Teja / asbesto					
C) CARACTERÍSTICAS RELEVANTES Interior: pintura mural en cielo raso del zaguán Exterior: -----					
D) ESTADO DE CONSERVACIÓN Cubierta: BUENO Estructura: BUENO Elementos: BUENO Mantenimiento: BUENO					
Imágenes - Fotografías: 					
Código de Negativo: M110R292		Fotograma Nro:		Fecha de Registro: Marzo 2007	

NIVEL DE INTEGRIDAD Y/O CONSERVACIÓN SUBSUELO: ----- PLANTA BAJA: ORIGINAL 2da. PLANTA: ORIGINAL 3ra. PLANTA: ----- 4 o MAS: -----	FOTOGRAFIA-IMAGENES: 
CATEGORÍA DE LA EDIFICACIÓN: Tradicional Selectiva	
TIPOS DE INTERVENCIÓN: Rehabilitación NIVELES DE INTERVENCIÓN: Conservación	
GRADO DE PROTECCIÓN: Parcial	
<p>DESCRIPCIÓN: Es una casa que desarrolla su planta arquitectónica en un solar de proporciones muy simétricas, además se halla en una zona de topografía muy regular, el organigrama funcional dispone en el centro un espacio para el patio rodeado por galerías porticadas resueltas con el sistema de pilastras o columnas ensambladas con soleras. El ingreso principal se ubica en el centro de la fachada y es acompañado por un zaguán que desemboca en la galería frontera; en el ángulo derecho se desarrolla la grada que sirve al segundo nivel, el organigrama funcional lo componen varios cuartos y ambientes definidos por paredes con el tradicional espesor, paredes que son autosoportantes y soportantes de toda la estructura de madera de pisos y cubierta.</p> <p>La tradicional altura dada a los interiores con el objeto de abarcar el mayor volumen de aire y mantener la temperatura, también determina al exterior una fachada esbelta y amplia, hecho que permite a diseñadores y arquitectos incorporar diferentes elementos decorativos y funcionales con proporciones que equilibran la composición y expresión de la fachada. Se tiene el zócalo y varios vanos enmarcados en planta baja, y arriba siguiendo los ejes igual número de vanos inscritos en módulos decorativos. De manera alternada se tiene balcones volados con antepecho de balastradas, al culminar la fachada la presencia de una cornisa de regular vuelo que a la vez que esbeltiza a la fachada evita la presencia del alero tradicional.</p> <p>RESPONSABLE: Arq. Fabian Lara O.</p>	
<p>OBSERVACIONES DEL CONJUNTO: es una casa importante que merece ser mantenida, es parte de un conjunto que puede ser rescatado con gran criterio estético.</p> <p>VALORACIÓN DEL ENTORNO: Apreciable</p>	
<p>OBSERVACIONES: Son válidas todas las realizadas en otras fichas sobre ubicación de postes, tendido eléctrico, suciedad, letreros etc.</p>	

Anexo Gráfico – Fotográfico



Detalle del elemento que soporta el vuelo del balcón, por sus proporciones se trata de una cartela muy bien trabajada, elegante la misma que es acompañada por varias molduras que corren a todo el largo de la fachada y que se funden con diferentes elementos.

Es obvio que elementos así merecen ser mantenidos, son una muestra de una época donde la arquitectura dominada por el eclecticismo fue bien acogida por toda la ciudadanía del mundo, y todo detalle bien trabajado era una muestra de la importancia de la casa y de sus propietarios.

Provincia: Chimborazo	Cantón: Riobamba	Ciudad: Riobamba	Registro N° 266
Elaborado por: Arq. Fabián Lara O.	Fecha de Registro Marzo 2007	Código: M110R292A	Negativo:
Fotografiado por: Arq. Sara Atiaga Vaca			