

INTRODUCCIÓN

Es de conocimiento generalizado que el turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del país, prueba de ello es que en el año 2003 ingresaron al Ecuador 792.523 turistas, quienes generaron 406.3 millones de dólares según las estadísticas del Banco Central del Ecuador.

Nuestro país posee evidentes ventajas comparativas para convertirse en uno de los lugares más atractivos del mundo en términos de diversidad de paisaje y áreas de interés natural o cultural. La hotelería es un campo amplio y complejo que proporciona a los que en ella se involucran, oportunidades excelentes en ambientes de trabajo generalmente buenos, sin la monotonía de las líneas de montaje y con la opción frecuente de conocer y servir a toda clase de personas.

Las empresas turísticas varían en tamaño, tipo de clientela, carácter, alcance de actividades y servicios que ofrecen. Por eso un buen gerente debe trazar y especificar qué es lo que tiene y ofrece la empresa la cual administra, debe a su vez establecer, comunicar y alcanzar los objetivos de una organización, optimizar los recursos y motivar a las personas que trabajan en ella para actuar en forma conjunta y eficaz, mediante objetivos y valores comunes.

La implementación de una hostería en el sector de Majipamba, del cantón Colta exige un proceso de planificación y la aplicación de instrumentos metodológicos que revelen la existencia de un número suficiente de consumidores que justifiquen la instalación de la misma. A continuación tenemos los capítulos que se utilizó para desarrollar el presente trabajo de investigación:

En el primer capítulo encontramos el marco referencial; donde se describe el planteamiento del problema, los objetivos: general y específicos y justificación de la investigación.

El segundo capítulo consta de la Fundamentación teórica; donde se explica los antecedentes de la investigación, los conceptos básicos de los términos turísticos más utilizados en esta investigación, así como también la definición de los términos a tratar en el presente proyecto, la operacionalización de variables de la demanda y oferta.

En el tercer capítulo se desarrolla el Marco Metodológico; donde tenemos el tipo de estudio que se utilizó para el desarrollo de esta investigación, así también población y muestra, el tamaño de la muestra y los procedimientos.

En el cuarto capítulo tenemos los resultados de las encuestas que se realizó a los turistas nacionales y extranjeros mediante una encuesta. A continuación tenemos el quinto capítulo donde se desarrolla las conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

En el sexto capítulo tenemos la Propuesta de la investigación; donde se describen los diferentes tipos de estudio de un proyecto de inversión siendo estas: el Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Administrativo – Legal, Estudio Económico – Financiero y la Evaluación del proyecto para establecer la rentabilidad económica y la recuperación de la inversión en un periodo determinado.

CAPÍTULO I

MARCO REFERENCIAL

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Colta es un cantón de la provincia de Chimborazo. Se encuentra a 20 Km de la ciudad de Riobamba y a 3 Km de la cabecera cantonal Cajabamba (Villa la Unión), a una altitud de 3300 msnm. Con una temperatura promedio de 12° a 15° C; cuenta con diferentes atractivos naturales y culturales que hace de ella una ciudad turística, siendo su principal atractivo la Laguna de Colta.

En esta zona existe abundante flora y fauna destacándose entre ellos la totora que es utilizado para alimento de animales de pastoreo, para elaborar los tradicionales caballitos de totora, esteras, canastas, aventadores, etc. También se puede observar peces de colores y los más importantes son los patos de patas largas únicos en su especie y originarios de este lugar, por este motivo a la laguna de Colta se le conoce como la laguna de patos o Colta.

En la comunidad de Majipamba no existen lugares de alojamiento que satisfagan las necesidades del turista y los lugares de alimentación son escasos, puesto que estos lugares no se encuentran en el sector sino en Cajabamba. Los recursos turísticos que son visitados en el cantón tiene un porcentaje del 70%, mientras que existe un 30% que teniendo los implementos necesarios no son visitados por la falta de promoción de los diferentes atractivos.

La despreocupación por parte de las autoridades actuales y la falta de proyectos para la creación de empresas que logren mantener la actividad turística en esta zona hace que exista un problema que afecta al sector turístico; puesto que los turistas que visitan el cantón no cuentan con un servicio de alojamiento que satisfagan sus necesidades.

Es una necesidad primordial la creación de la Hostería por cuanto servirá para brindar una mejor atención al turista que visite el cantón con servicios complementarios y de calidad; además mejorará la situación económica de las comunidades aledañas creando fuentes de trabajo para un mejor desarrollo socio-económico de los habitantes del cantón.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Elaborar el proyecto de factibilidad para la creación de la Hostería “Kulta Cocha”, en la comunidad de Majipamba, cantón Colta, provincia de Chimborazo.

1.2.2 ESPECÍFICOS

1. Fundamentar teóricamente los temas relacionados con la presente investigación para el proyecto de factibilidad.
2. Realizar el estudio de mercado para determinar la demanda potencial insatisfecha, los precios y canales de comercialización.
3. Desarrollar el estudio técnico para determinar el tamaño, la localización y la ingeniería del Proyecto.
4. Efectuar el estudio administrativo legal para organización técnica y administrativa de la Hostería.
5. Elaborar el estudio económico financiero para determinar los ingresos y egresos del proyecto.
6. Efectuar la evaluación del proyecto para determinar la factibilidad de la misma.

1.3 JUSTIFICACIÓN

Colta es un cantón de la Provincia de Chimborazo, famosa por sus ferias indígenas y su principal atractivo la Laguna de Colta espejo de agua semi escondida entre "totoras" y arbustos. Se encuentra al noroccidente de la provincia de Chimborazo, apenas a 18 Km de la ciudad de Riobamba. Posee una altitud de 3.300 msnm.

La presente investigación tiene como objetivo realizar un estudio fiable y actualizado sobre las posibilidades de éxito de un proyecto de hospedaje, implementando justamente en un sitio cercano a la Laguna de Colta, en la comunidad de Majipamba, cantón Colta, provincia de Chimborazo. Socialmente el proyecto promueve la generación de nuevos puestos de trabajo y la activación de la economía local, logrando una mayor renta y un incremento de los ingresos fiscales, posibilitando la infraestructura y servicios comunitarios.

La escasez de información referente al ámbito turístico hace imperiosa la necesidad de contar con un instrumento que permita tomar decisiones acertadas con respecto a un producto turístico nuevo. La falta de información que enfrenta en el país el sector hotelero para implementar una hostería que se posea en el mercado impide, muchas veces, tomar decisiones acertadas.

En el aspecto ambiental se prevé que el proyecto representará un beneficio, en vista de que fomentará en la comunidad una mayor conciencia ambiental e identidad cultural, así como la preservación y posible recuperación de muchas especies que se ven en peligro o amenazadas por el uso intensivo al que se ha sometido a esta zona.

En el cantón el turismo no se ha desarrollado de manera planificada, por lo que la ejecución del proyecto fomentaría notablemente a este sector, propiciando la creación de otras empresas complementarias. Además contribuirá a mejorar la imagen turística del sector y una mayor valoración de su riqueza natural y cultural por parte de la población.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Desde la prehistoria, el hombre ha tenido necesidad de desplazarse con fines comerciales y de intercambio, por lo que ha necesitado alojarse en diversos puntos geográficos, en este tiempo, se intercambiaba el hospedaje por mercancías. En un principio surgen hoteles y restaurantes de lujo al alcance de las clases acomodadas que cobran unas tarifas que son imposibles de pagar para los demás, pero con el surgimiento de la sociedad del bienestar, comienzan a surgir otros lugares más modestos y al alcance de todos los bolsillos.

La evolución ha sido tan espectacular que actualmente casi todas las personas que viven en países desarrollados tienen acceso a viajar y alojarse en establecimientos dignos, lo que ha dado lugar a la creación de una de las industrias más poderosas del mundo: el turismo que está íntimamente relacionado con la hostelería.

De acuerdo a la Fuente de información que presenta la Unidad de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Colta; manifiesta que en la comunidad de Majipamba no existen centros de Alojamiento y Alimentación, el cual se pueda revisar como fuente primaria para la iniciación del trabajo de investigación.

Por ello, preocupada por los servicios de calidad referente al turismo, he palpado la necesidad de implementar la Hostería “Kulta Cocha” en la comunidad de Majipamba, donde el turista disfrute del confort y degustación de alimentos luego de visitar el Cantón Colta. Concluimos también que mediante la ejecución de la Hostería se creará fuentes de trabajo directas e indirectas para la población de la

comunidad, parroquia cantón y provincia; puesto que todos los productos y servicios que oferten serán adquiridos dentro de la mismo entorno.

2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 HOSTERÍA

a. Concepto

Hostería (HT) es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones¹.

b. Servicios Generales

Las hosterías deberán contar con los siguientes servicios:

- 1) Recepción.-La recepción constituirá el centro de relación con los clientes para efectos administrativos, de asistencia y de información.
- 2) Servicio de pisos.-El servicio de pisos cuidará de las habitaciones de modo que estén preparadas y limpias en el momento de ser ocupadas por los huéspedes.
- 3) Servicio de comedor.-La prestación del servicio de comedor tendrá lugar dentro del horario señalado por la administración del alojamiento, que en todo caso comprenderá un período mínimo de dos horas para el desayuno, dos para el almuerzo y dos para la merienda.

Se cuidará especialmente que, en la preparación de los platos, se utilicen alimentos e ingredientes en perfecto estado de conservación, así como el

¹ Reglamento General de Actividades Turísticas.

que su presentación sea adecuada. Los desayunos podrán ser servidos en el comedor, cafetería u otro lugar adecuado, o en las habitaciones.

- 4) Servicio telefónico.-El personal encargado del servicio telefónico, cuidará de anotar las llamadas que reciban los huéspedes y ponerlas en su conocimiento a la brevedad posible, directamente o a través de recepción.

El personal mencionado llevará el control de las conferencias locales, interprovinciales y al exterior que efectúen los clientes, expidiendo al término de cada una de ellas comprobante de su duración y el valor de las mismas.

- 5) Servicio de lavandería y planchado.-El servicio de lavandería y planchado podrá ser concertado con una empresa especializada, siendo en todo caso el alojamiento el responsable de la correcta prestación del mismo y especialmente de que la ropa sea devuelta a los clientes en el plazo máximo de cuarenta y ocho horas o de veinticuatro en el caso de servicio urgente.

- 6) Asistencia médica y botiquín.-En todos los establecimientos de alojamiento existirá un botiquín de primeros auxilios y se deberá disponer de asistencia médica, en caso de emergencia, para facilitarla a los clientes. El servicio de asistencia médica será con cargo a los clientes.

- 7) Protección contra incendios.-Existirá un sistema de protección contra incendios adecuado a la estructura y capacidad del alojamiento, mediante la instalación de los correspondientes dispositivos o extinguidores, en todas las dependencias generales y plantas del establecimiento.

- 8) Condiciones de higiene.-Todas las dependencias e instalaciones de los alojamientos deberán encontrarse en perfectas condiciones de higiene y cumplir rigurosamente las normas sobre sanidad dictadas por los organismos competentes.

Los reservorios de agua estarán dotados de registros que faciliten su periódica limpieza, así como de filtros que garanticen su pureza, debiendo estar asegurada en todo caso la potabilidad del agua. En los lugares donde no hubiera el servicio público de agua potable, los alojamientos estarán obligados por lo menos a purificar el agua, advirtiendo a la clientela sobre este particular.

La eliminación de las aguas residuales se hará a través de la red de alcantarillado y, de no existir ésta, mediante un sistema eficaz y rigurosamente ajustado a las normas sanitarias establecidas en la legislación vigente.

- 9) Condiciones de presentación, funcionamiento y limpieza.-Los locales, instalaciones, mobiliario y enseres de los establecimientos de alojamiento se mantendrán en condiciones óptimas de presentación, funcionamiento y limpieza.

- 10) Registro de clientes.-Todos los alojamientos tienen la obligación de llevar diariamente un registro de clientes para lo cual utilizarán una tarjeta de registro cuyas características serán proporcionadas por el Ministerio de Turismo a solicitud del representante o propietario de los mismos. Igualmente, deberán contar con un libro oficial de reclamaciones, a disposición de los clientes.

Será requisito indispensable que los clientes, antes de ocupar los alojamientos, se inscriban en la tarjeta de registro de entradas y salidas y exhiban para el efecto sus documentos de identidad.

- 11) Avisos y listas de precios.-En todas las habitaciones, así como en la recepción, se fijarán en lugar destacado las listas de los precios aprobados para los diferentes servicios que presta el alojamiento.

Igualmente, y en los mismos lugares, deberán colocarse avisos sobre la existencia del libro oficial de reclamaciones y respecto de la responsabilidad del alojamiento sobre el dinero, documentos y objetos de valor que sean entregados a la administración. Todos los avisos, listas de precios y demás información para los huéspedes, deberán estar redactados al menos en español e inglés.(Reglamento General de Actividades Turísticas).

2.2.2 *PROYECTOS*

Es un conjunto de actividades articuladas entre sí, con el fin de producir determinados bienes y servicios, capaces de satisfacer necesidades y solucionar problemas, dentro de los límites de un presupuesto y un período de tiempo. (ÁLVAREZ.2010).

a. Clasificación

Los proyectos se clasifican en:

1) Proyectos de inversión

Es una propuesta técnico – económica para la solución de una necesidad presente o futura, aprovechando los recursos disponibles ahora o en el futuro. El proyecto también es conocido con otros nombres que implican una inversión y un rendimiento: Plan de Negocios, Estudio de Viabilidad, Plan de Inversión, Análisis de Compra – Fabricación y Plan de Reingeniería.

2) Proyectos sociales

Cuando la decisión de realizarlo no depende de que los consumidores o usuarios potenciales del producto, puedan pagar íntegramente o individualmente los precios de los bienes o servicios ofrecidos, que cubrirá total o parcialmente la comunidad en su conjunto, a través del presupuesto público de sistemas diferenciales de tarifas o de sus subsidios directos.

3) Proyectos industriales

Comprenden los proyectos de la industria manufacturera, la industria extractiva y el procesamiento de los productos extractivos de la pesca, de la agricultura y de la actividad pecuaria.

4) Proyectos de infraestructura social

Dirigidos a atender necesidades básicas en la población, tales como: Salud, Educación, Recreación, Turismo, Seguridad Social, Acueductos, Alcantarillados, Vivienda y Ordenamiento espacial urbano y rural.

5) Proyectos de servicios

Se caracterizan porque no producen bienes materiales. Prestan servicios de carácter personal, material o técnico, ya sea mediante el ejercicio profesional individual o a través de instituciones. Dentro de esta categoría se incluyen los proyectos de investigación tecnológica o científica, de comercialización de los productos de otras actividades y de servicios sociales, no incluidos en los proyectos de infraestructura social. www.mailxmail.com/clasificacion-proyectos (2010).

b. Fases

Se distinguen tres niveles de profundidad en todo proyecto:

- | | | |
|------------------------------|---|------------------------------------|
| 1. Idea del proyecto | } | Perfil o Identificación de la idea |
| 2. Análisis del entorno | | |
| 3. Detección de necesidades | | |
| 4. Análisis de oportunidades | | |
| Para satisfacer necesidades | } | |

5. Definición del proyecto	}	Factibilidad o Anteproyecto
6. Estudio del proyecto		
7. Evaluación del proyecto		
8. Decisión sobre el proyecto		
9. Realización del proyecto	}	Proyecto definitivo

c. Etapas

1) Planificación

En esta etapa se tiene la idea de lo que se piensa hacer. Es decir, consiste en hacer un diagnóstico, para en base a ello elaborar un plan de acción. La planeación consta a su vez de tres sub – etapas:

Selección inicial de los proyectos.- A partir de todas las ideas que se tiene, se selecciona la más adecuada y se convertirá en un proyecto aceptable.

Análisis de los proyectos.- Consiste en someter a un análisis más riguroso a todos los proyectos que pasaron la selección inicial, con el fin de escoger el mejor. Se debe tener en cuenta los siguientes pasos²:

1. Estudio de mercado

El estudio del mercado trata de determinar el espacio³ que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. En un estudio de factibilidad sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad de un negocio.

²ÁLVAREZ.J.“Formulación y evaluación de proyectos de inversión”.2010.

³ La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Dentro del estudio de mercado tenemos:

Producto.-En esta parte se deben definir las características específicas del bien o servicio objeto de análisis.

Consumidor.-Estime la extensión de los probables consumidores o usuarios, y determine el segmento de la población será la que adquiera el producto en el mercado.

Demanda del producto.- Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

Oferta del producto.-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.

Precios del producto.-Aquí se analiza los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto.

Mercado Potencial.- El objetivo del estudio de mercado es proyectar las cantidades del producto que la población estará en capacidad de consumir a los

diferentes niveles de precios previstos. En este sentido, es necesario calcular la demanda insatisfecha. Para determinarla proceda de esta manera.

Comercialización.- Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos⁴ para el proyecto. (BLANCO.2010)

2. Estudio Técnico

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico – financiero. Este incluye: tamaño del proyecto, localización e ingeniería del proyecto.

Tamaño del proyecto.- La capacidad de un proyecto puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima.

Localización.- Con el estudio de micro localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios.

Ingeniería del proyecto.- El estudio de factibilidad se basará en la documentación técnica del proyecto elaborado a nivel de Ingeniería Básica, equivalente al proyecto técnico. Esta etapa comprende:

- Tecnología.
- Equipos.
- Obras de Ingeniería civil.
- Análisis de insumos.

⁴Trabajo que cuesta una cosa.

- Servicios públicos.
- Mano de obra.

3. Estudio Administrativo y Legal

Administrar significa organizar por departamentos. Consiste en distribuir racionalmente las tareas de acuerdo con los conocimientos y aptitudes. La organización funcional, departamental o Taylor es la que organiza por departamentos, basándose en los principios de la división de trabajo, en ella cada superior participa proporcionalmente del mando, para lo que se le otorgan facultades y se le exige responsabilidades. (REINOSO, V. 1988).

Existen algunas guías para una correcta organización:

- Debe ser una expresión de los objetivos.
- Requiere especialización individual.
- La autoridad suprema debe descansar en el ejecutivo.
- La definición de cada puesto debe establecerse por escrito.
- Cada empleado debe ser responsable ante una sola persona.
- Debe tener una estructura lo más sencilla posible.

La departamentalización es el agrupamiento de funciones dentro de la estructura de una organización. Las unidades organizativas que integran una estructura son: **departamentos, cargos y puestos**. El departamento es una subdivisión del organismo total. El cargo es una unidad de trabajo específica e impersonal. Un mismo cargo puede ser desempeñado por varias personas, a estas unidades personales se las llama puestos o plazas. El total de puestos equivale al total de funcionarios (REINOSO, V. 1988).

El **organigrama** es la gráfica con la que representa la estructura de una empresa para facilitar su entendimiento y su estudio. Representa con detalles la organización, ya que contiene todos los puestos y todas las relaciones; en el organigrama deben figurar las funciones, no el nombre de los puestos. Para elaborar el organigrama se deben conocer los objetivos de la empresa, para a

través de ellos dividir el trabajo en operaciones parciales y definir para cada actividad las obligaciones, asignándolas al personal. (REINOSO, V. 1988).

El *manual de funciones* es un folleto que contiene las políticas, reglas, procedimientos e informaciones generales que sirve de guía para orientar las actividades. Debe comprender en todos los aspectos la organización de la empresa. Ofrece amplia y completa información sobre los asuntos correspondientes a cada puesto (REINOSO, V. 1988).

4. Estudio Económico - Financiero.

El estudio económico – financiero de un proyecto, hecho de acuerdo con criterios que comparan flujos de beneficios y costos, permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

Para explicar en resumen la metodología a seguir para el estudio de factibilidad se tiene presente un conjunto de etapas.

Pasos a seguir en el Estudio de Factibilidad

1. Definición de los Flujos de Fondos del Proyecto de cambio de tecnología para la obtención de Silicato de Sodio Líquido por proceso.

- a) Los egresos e ingresos iniciales de fondos
- b) Los ingresos y egresos de operación
- c) El horizonte de vida útil del proyecto
- d) La tasa de descuento
- e) Los ingresos y egresos terminales del proyecto.

2. Resultado de la evaluación del proyecto de inversión en condiciones de certeza, el cual se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. Los criterios que se aplican:

- a) El Valor Actual Neto (VAN)
- b) La Tasa Interna de Retorno (TIR)
- c) El Período de recuperación de la inversión (PR)
- d) La razón Beneficio / Costo (BC) [www.monografias.com/Proyectos de inversión](http://www.monografias.com/Proyectos de inversion) (2010).

5. Evaluación del proyecto

Evaluar un proyecto de inversión es medir su valor económico, financiero o social a través de ciertas técnicas e indicadores de evaluación, con los cuales se determinan la alternativa viable y óptima de inversión, previo a la toma de decisiones respecto a la ejecución del proyecto. El proceso de evaluación de proyectos se realiza a través de ciertos indicadores o parámetros de evaluación, cuyos resultados permiten tomar las siguientes alternativas de decisión:

- Aceptar o rechazar un proyecto específico.
- Elegir una alternativa óptima de inversión, cuando los proyectos son mutuamente excluyentes.
- Postergar la ejecución del proyecto, cuando existe racionamiento de capitales para su implementación.

La ejecución del proyecto se inicia con la verificación de presupuestos de costos y cuadros auxiliares de gastos e ingresos por su respectiva tasa de descuento en el horizonte del planeamiento; finaliza con la determinación de las alternativas de inversión, a base de los siguientes indicadores:

Valor Actual Neto (VAN).-Conocido también como Valor Presente Neto (VPN) y se define como la sumatoria de los flujos netos de caja anuales actualizados menos la inversión inicial. Con este indicador de evaluación se conoce el valor del dinero actual (hoy) que va a recibir el proyecto en el futuro a una tasa de interés y

un período determinado, a fin de comparar este valor con la inversión inicial (ÁLVAREZ.2010).

$$VAN = \sum \left(\frac{FN}{(1+i)^n} \right) - I_0$$

Tasa Interna de Retorno (TIR).- Es aquella en que los ingresos netos y los egresos de inversión sea iguales en sus valores actualizados. La TIR corrige ciertos parámetros que vienen dados en los estudios previos al proyecto (HERNANDEZ, E. 1997).

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) (VP i_1 / VP i_1 - VP i_2)$$

Relación Beneficio / Costo.- Muestra la cantidad de dinero actualizado que recibirá el proyecto por cada unidad monetaria invertida. Se determina dividiendo los ingresos brutos actualizados (beneficio) entre los costos actualizados. Para el cálculo generalmente se emplea la misma tasa que la aplicada para el VAN (ÁLVAREZ.2010).⁵

La selección definitiva.- Teniendo los resultados del análisis de cada proyecto, por comparación, se podrán tomar una decisión.

2) Ejecución

Se monta el proyecto y se pone en marcha.

3) Evaluación

Se realiza una comparación de los resultados obtenidos con el proyecto con la realidad antes de ejecutarlo. La evaluación es:

Ex - ante: Es la evaluación antes de la puesta en marcha del proyecto, se nutre de las experiencias de otros proyectos.

⁵ÁLVAREZ.J.“Formulación y evaluación de proyectos de inversión”.2010.

Ex - post: Es la evaluación final, permite determinar las causas del éxito o fracaso del proyecto, cuyos resultados no se pueden alterar puesto que el proyecto llegó a su fin.

Monitoreo: Tan importante como evaluar un proyecto es el monitoreo, para detectar errores en la asignación de recursos o de desviaciones de lo planificado; en este caso, es posible resolver algún problema o reorientar el proyecto hacia el cumplimiento de sus objetivos.

d. Nivel de estudio

1) Perfil

Consiste en identificar la idea en base a la información disponible. En este nivel se estima la viabilidad del proyecto mediante consideraciones aproximadas. Se concentra en determinar el mercado potencial y estructurar el flujo de caja.

2) Prefactibilidad

Consiste en identificar la alternativa adecuada teniendo varias posibilidades. En este nivel ya es necesario hacer algunos estudios de investigación que incluyan aspectos técnicos, económicos y financieros. Los resultados de este estudio determinan si se prosigue o no con el estudio de factibilidad.

3) Factibilidad

En este nivel se debe elegir la alternativa óptima, respaldada con estudios detallados en cada uno de los aspectos del proyecto. Los resultados de este nivel de estudio permiten determinar si el proyecto se ejecuta o no.

4) Estudio Definitivo

Consiste en la preparación de los documentos necesarios para la alternativa elegida hasta su puesta en marcha, incluyendo aspectos financieros, jurídicos, tecnológicos y administrativos⁶.

2.2.3 COLTA

a. Descripción general

Colta es un cantón de la Provincia de Chimborazo en el Ecuador. Se sitúa en una altitud promedio de 3.212 msnm. Su proximidad a la ciudad de Riobamba, está a solo 18 km, hace de ella una ciudad turística importante. De la ciudad de Colta, sede administrativa del cantón homónimo son originarios personajes importantes en la historia del Ecuador, se destacan entre ellos: Condorazo, Duchicela, el sabio Pedro Vicente Maldonado, Juan de Velasco, Isabel de Godín, Magdalena Dávalos.

En un valle verde y húmedo vivió una ciudad aborigen que se llamó Liribamba y que sucumbió en cenizas, cuando Rumiñahui la encendió para que los conquistadores ibéricos no hallaran nada de la grandeza de esta tierra. Sobre ese montón de escombros humeantes el Mariscal Don Diego de Almagro fundó el 15 de agosto de 1534, la primera ciudad española en el Reino de los Shyri – Duchicela con el castizo nombre de Ciudad de Santiago de Quito.

Sobre aquel notable solar quedaron restos de la primera ciudad que sus fundadores le denominaron Villa de Riobamba, hasta que fue elevada a la categoría de Corregimiento con el nombre de Villa de Villar Don Pardo, gracias a Martín de Aranda y Valdivia, precursor de la futura ciudad a la que se le concedió el Título de Ciudad Muy Noble y Leal de San Pedro de Riobamba.

Como parte integrante de esta ciudad son las parroquias de San Sebastián de Cajabamba y San Lorenzo de Cicalpa, formando juntas la denominada "Villa de la

⁶ÁLVAREZ.J.“Formulación y evaluación de proyectos de inversión”.2010.

Unión", que surgió a la vida autónoma el 2 de agosto de 1884 www.wikipedia.org/Colta (2010).

b. Datos de Interés

Extensión: 850 Km².

Ubicación: Se encuentra ubicada en la parte noroccidental de la Provincia de Chimborazo, a 18 Km, de la ciudad de Riobamba.

Límites:

Norte: con el cantón Riobamba, con sus parroquias San Juan y Licán.

Sur: con los cantones Pallatanga y Guamote.

Este: con el cantón Riobamba, con sus parroquias Cacha, Punin, Flores y la parroquia Cebadas del cantón Guamote.

Oeste: con la provincia de Bolívar.

Clima: La temperatura oscila entre 10° C y 13° C aunque en las estribaciones de la Cordillera Occidental, hacia la costa el clima varía notablemente dando temperaturas hasta de 21 ° C.

Población: 47.600 Habitantes.

Parroquias Urbanas y Rurales:

Urbana: Villa La Unión (Cajabamba).

Rurales: Cañí, Columbe, Juan De Velasco (Pangor), Santiago De Quito.

c. Características sociales

Los habitantes del Cantón en un 70% son de raza indígena y el 30% restante son mestizos. El idioma predominante es el kichwa, especialmente entre las mujeres, los jóvenes y adultos son bilingües.

La religión dominante aún es la católica, existiendo un 40% de evangélicos, siendo más evidente en el sector rural.

La vestimenta utilizada por los hombres es sombrero, poncho y en algunas comunidades zamarros; las mujeres utilizan sombreros, anacos, bayetas fajas collares, cintas.

d. Infraestructura social

El Cantón Colta cuenta con una carretera principal que es la Panamericana que atraviesa de norte a sur. Además cuenta con caminos vecinales a las diferentes parroquias y caseríos. Correo, telégrafo y teléfono.

Las comunidades cuentan con una emisora, la cual se encuentra en Majipamba, pero además se sintonizan emisoras de Riobamba y Guayaquil (ERPE y Tropicana con mayor frecuencia). En el Cantón Colta no poseen ningún canal de televisión pero de entre los que existen en el Ecuador se capta con nitidez los canales Teleamazonas, Gamatv, RTU. No cuenta con una editora de prensa pero sus pobladores adquieren los periódicos que circulan en Riobamba: Comercio, La Prensa, Los Andes, Extra.

e. Actividad Económica

Se encuentra en pequeña escala una industria molinera ubicada principalmente en las parroquias de Cajabamba, Cicalpa y Columbe.

Además de las industrias mencionadas en pequeña y mediana escala en la población en general se elaboran shigras (bolsos de hilo y cabuya) y estereras a nivel casero.

La mayor parte de sus habitantes se dedica a labores agropecuarias, otro sector al comercio y gran parte migra a grandes ciudades de la costa, principalmente a trabajar de jornaleros o comerciantes.

Recursos Naturales: Sus principales cultivos son: papas, cebada, trigo, habas, chochos, arveja, toda clase de hortalizas; en el clima cálido se cultiva maíz, frutas, pastizales, etc.

Fiestas Cantonales: 02 de Agosto de 1884 - Cantonización de Colta.

Fiestas Religiosas:

Septiembre a Octubre - Fiesta de la Virgen de Balbanera.

19, 20, 21 de Enero - Fiesta de San Sebastián.

24 de Mayo - Fiesta de Juan de Velasco.

15, 16 de Julio - Fiesta de Santiago de Quito. Arriba

f. Gastronomía

Los lugares donde se vende comida típica son en el Mercado Central de Colta, la avenida Unidad Nacional y en las festividades tradicionales, generalmente los días domingos. Existe una variedad de platos típicos, la cual nos indica la rica gastronomía del cantón como: caldo de mondongo, caldo de gallina, caldo de morcilla, yaguar loco, papas con cuero, ornado con papas y mote, chicharrón con mote, papas con cuy y la tradicional chicha de jora. www.wikipedia.org/Colta (2010).

2.3 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- a. Proyecto.-** Es la búsqueda de una solución a un problema tendientes a resolver, entre ellas tenemos las necesidades humanas.
- b. Inversión.-** Es el conjunto de recursos que se emplean para producir un bien o servicio que puede generar una utilidad.
- c. Marketing.-** Es un mecanismo social y económico a través del cual los individuos y los grupos satisfacen sus deseos y sus necesidades y lo hacen a

través de la creación y del intercambio de productos y de otras entidades de valor entre sí.

- d. Actividad turística.-** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista.
- e. Hostería.-** Son establecimientos ubicados fuera del perímetro urbano, con un mínimo de 6 unidades habitacionales y con servicios complementarios.
- f. Alojamiento.-** Son alojamiento los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.
- g. Empresa.-** Es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrece en el mercado.
- h. Administración.-** Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el objetivos con eficiencia y eficacia.
- i. Gerente general.-** Es la principal instancia ejecutiva, técnica y administrativa del Consejo de la Judicatura y le corresponde ejercer funciones de dirección, gestión, supervisión y coordinación con los demás órganos dependientes.
- j. Recepcionista.-** Es la persona encargada de atender al público en un hotel o de un centro de reunión.
- k. Camarero.-** Es la persona que sirve a los clientes en bares, restaurantes, hoteles o establecimientos similares.
- l. Chef.-** Es la persona encargada de preparar el menú del día y la conservación de los alimentos
- m. Mesero.-** Es la persona encargada de mostrar a cada invitado cuál es su lugar en la mesa y servir los alimentos.
- n. Guía.-** Es la persona encargada de brindar información e interpretar el recurso natural o cultural que se va a visitar con la finalidad de satisfacer las necesidades del cliente.
- o. Turista.-** Es la persona que visita un lugar determinado con fines de recreación, negocios, salud, etc. El mismo que a cambio de un servicio ofrece una remuneración.

- p. Servicio.-** Es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible
- q. Calidad de servicio.-** Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances.
- r. Producto turístico.-** Es principalmente un conjunto de servicios compuestos por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística.
- s. Demanda turística.-** Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor.
- t. Oferta turística.-** Es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado.
- u. Publicidad.-** Actividades emprendidas con el objeto de presentar a un grupo un mensaje personal, oral escrito o visual, con respecto a un producto, servicio o idea, patrocinando y diseminando por medios masivos de difusión.

2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**CUADRO N° 1
DEMANDA**

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES	FUENTE DE DATOS	MÉTODO DE RECOPIACIÓN DE DATOS
Análisis de la demanda 1. Determinar mercado objetivo	¿A qué grupo de personas se está dirigiendo? ¿Cuántos son los clientes potenciales? ¿Cuántos turistas estarían interesados?	✓ Lugar de procedencia ✓ Edad ✓ Sexo ✓ Número de clientes potenciales ✓ Cantidad de personas interesadas	Primaria: Encuesta Secundaria: Cantón Colta, provincia de Chimborazo	Encuesta Base de datos
2. Perfil del cliente	Promedio de edad del cliente ¿Nivel de instrucción? ¿Cuáles son sus motivos de viaje? ¿Con que frecuencia visita un atractivo turístico? ¿Servicios que busca? ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?	✓ Edad ✓ Instrucción ✓ Motivos de viaje ✓ Tiempo ✓ Tipo de servicio ✓ Promedio de gasto	Primaria: Encuesta	Encuesta
3. Proyección de la demanda	¿Cuántos turistas se atenderán en los próximos cinco años?	✓ Cantidad de clientes en los próximos 5 años	Primaria y secundaria Cantón Colta, provincia de Chimborazo	Encuesta
4. Variables que afectan la demanda	¿Cuáles son las variables que afectan a la demanda?	✓ Precio de la competencia ✓ Ingresos del cliente ✓ Calidad de servicio	Primarias Encuesta Ingresos del cliente Calidad de servicio	Observación y Encuesta

		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tipo de evento ✓ Clima ✓ Preferencia ✓ Situación económica, política y social. 	Preferencias Tipo de comida.	
--	--	---	---------------------------------	--

Elaborado Por: Miriam Bagua

CUADRO N° 2 OFERTA

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES	FUENTE DE DATOS	MÉTODO DE RECOPIACIÓN DE DATOS
Análisis de la oferta. 1. Identificación de los principales competidores.	¿Cuáles son los principales competidores?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Fortalezas ✓ Debilidades ✓ Dirección ✓ Teléfono ✓ Página Web 	Secundaria	Observación descriptiva.
2. Capacidad instalada, utilizada y planes de expansión de la competencia	¿La competencia tendrá algunos planes de expansión? ¿Cuál será su capacidad instalada? ¿Cuál será su capacidad utilizada?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ubicación ✓ Dimensiones ✓ Turnos ✓ Horarios ✓ Capacidad instalada ✓ Capacidad utilizada 	Primaria	Observación descriptiva.
3. Fortalezas y debilidades de la competencia.	¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la competencia?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Servicio ✓ Precio ✓ Horario ✓ Atención 	Primaria	Observación
4. Variables que afectan a la oferta.	¿Cuáles son los factores que afectan a la demanda?	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Precio ✓ Costo ✓ Tecnología 	Primaria	Observación

Elaborado Por: Miriam Bagua

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

En este capítulo se muestra la metodología mediante la cual se obtuvo la información para la elaboración del presente proyecto.

3.1 TIPO DE ESTUDIO

Desde el punto de vista y el grado de objetividad de la investigación, es necesario recopilar información y datos útiles para la conformación de los capítulos del proyecto, para lo cual se utilizará el método inductivo ya que se partirá de la observación hasta llegar a la generalización.

Para el diseño de investigación tenemos; **la investigación documental**, la cual servirá para obtener información de fuentes primarias, en este caso mediante encuestas; así también de fuentes secundarias que aportaran a la investigación como son datos estadísticos y citas importantes que se pueden encontrar en oficinas públicas de turismo.

La investigación de campo, este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones que será de gran utilidad para la realización del proyecto.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra de la presente investigación, se va a tomar en cuenta datos estadísticos proporcionados por la Unidad de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Colta donde se conoce que en el año 2007 ingresaron 11520 turistas.

Para obtener el tamaño total de la población de turistas que visitaron el cantón Colta se realizó proyecciones hasta el año 2010 que es de 13336, con una tasa de crecimiento turístico del 5%; de los cuales el 60% son nacionales y el 40% son extranjeros.

a. Tamaño de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{(N - 1)E^2 + 1}$$

Dónde:

N= 13336

E=7% - 0.07

n = ?

Población

Margen de error admisible

Tamaño de la muestra

$$n = \frac{N}{(N - 1)E^2 + 1}$$

$$n = \frac{13336}{(13336 - 1)0.07^2 + 1}$$

$$n = 200.79$$

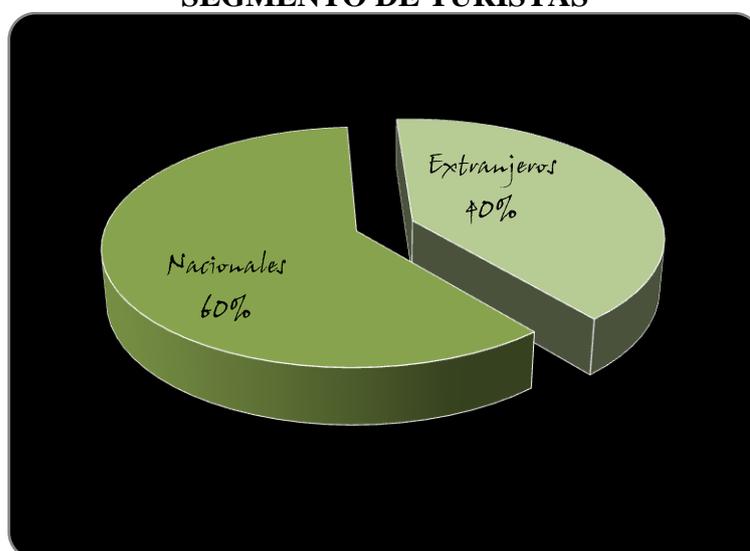
**CUADRO N° 3
SEGMENTO DE TURISTAS**

TURISTAS	NÚMERO	PORCENTAJE
Nacionales	121	60%

Extranjeros	80	40%
TOTAL:	201	100%

Fuente y Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 1
SEGMENTO DE TURISTAS**



Fuente y Elaborado Por: Miriam Bagua

3.3 PROCEDIMIENTOS

La investigación se realizará en el cantón Colta, provincia de Chimborazo, con la aplicación de encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón para determinar si los productos y/o servicios que se ofertarán cumplen con los requerimientos y necesidades de la demanda.

3.3.1 LA ENCUESTA

Permite estudiar a un gran conglomerado social para obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales ayudaran a la investigación, como es el caso de los turistas tanto nacionales como internacionales que visitan el cantón. La encuesta será empleada con técnica cuantitativa que consiste en una investigación

realizada sobre una muestra, se decidió elaborar preguntas cerradas en el cuestionario estructurado, pues son más fáciles de contestar por parte del encuestado, además permiten que las opciones sean delimitadas de acuerdo a las necesidades del estudio evitando respuestas innecesarias o excesivamente largas. **(Anexo 1. La encuesta).**

3.3.2 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Para lograr el objetivo de tener una información verídica se planteara 211 encuestas de las cuales se utilizara como material bueno 201 de ellas, que se determinó en el tamaño de la muestra y 10 encuestas serán tomadas como material desechable.

La presentación de los resultados obtenidos en las encuestas se realizará en tablas estadísticas que en su mayoría contendrán porcentajes y se acompañara con un gráfico, para que sea más llamativo ciertos datos y hallazgos ejecutados en la investigación.

Además se utilizara el concepto “puntos de opinión”, para representar aquella información en donde el encuestado tenía la posibilidad de seleccionar dos o más alternativas, en este caso se puede representar con porcentajes.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

Una vez realizadas las encuestas se procesó la información en el programa de Microsoft Excel, por medio de tablas y gráficos estadísticos con la finalidad de encontrar frecuencias respuestas y poder obtener los objetivos buscados en cada una de ella.

4.1 ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS NACIONALES

1. ¿Cuál es su sexo?

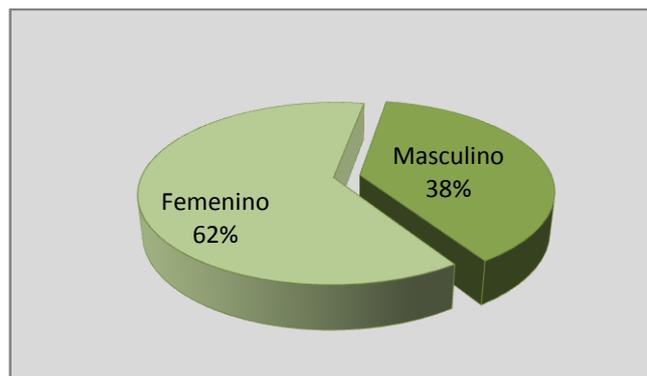
CUADRO N° 4
GÉNERO DE LOS TURISTAS

Género	Número	Porcentaje
Masculino	46	38%
Femenino	75	62%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

GRÁFICO N° 2
GÉNERO DE LOS TURISTAS



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

El 38% de los visitantes encuestados son de género masculino, mientras que el 62% son de género femenino.

2. ¿Cuál es su edad?

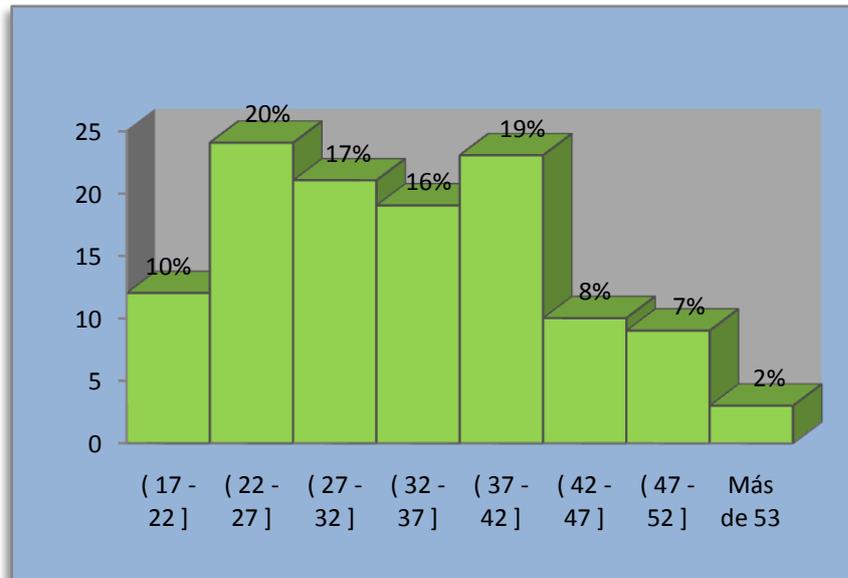
**CUADRO N° 5
EDAD DE LOS TURISTAS**

Edad	Número	Porcentaje
(17 - 22]	12	10%
(22 - 27]	24	20%
(27 - 32]	21	17%
(32 - 37]	19	16%
(37 - 42]	23	19%
(42 - 47]	10	8%
(47 - 52]	9	7%
Más de 53	3	2%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 3
EDAD DE LOS TURISTAS**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

El 10% de visitantes encuestados tienen una edad de 17 a 22 años, el 20% de 22 a 27 años, el 17% de 27 a 32 años, el 16% de 32 a 37 años, el 19% de visitantes tienen de 37 a 42 años, el 8% tiene de 42 a 47 años, el 7% tienen de 47 a 52 años y el 2% de turistas tienen más de 53 años.

3. ¿Cuál es su lugar de origen?

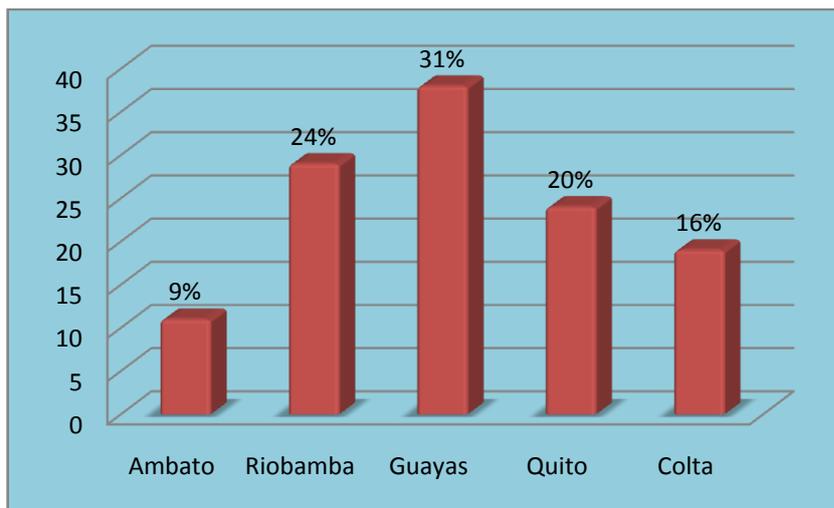
**CUADRO N° 6
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS**

Lugar	Número	Porcentaje
Ambato	11	9%
Riobamba	29	24%
Guayas	38	31%
Quito	24	20%
Colta	19	16%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 4
PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

El 9% de visitantes pertenecen a la ciudad de Ambato, el 24% pertenecen a Riobamba, el 31% pertenecen a Guayas, el 20% pertenecen a la ciudad de Quito y mientras que el 16% pertenecen a Colta.

4. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

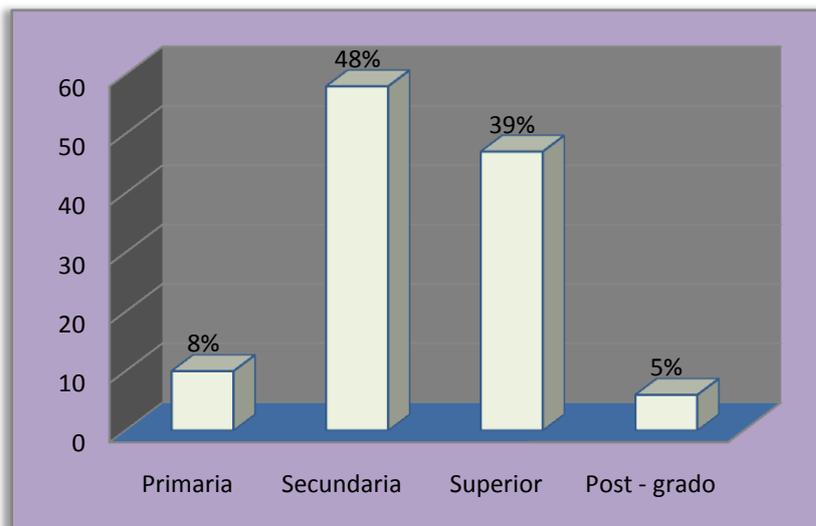
**CUADRO N° 7
NIVEL DE INSTRUCCIÓN**

Instrucción	Número	Porcentaje
Primaria	10	8%
Secundaria	58	48%
Superior	47	39%
Post - grado	6	5%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 5
NIVEL DE INSTRUCCIÓN**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 8% de visitantes encuestados tienen un nivel de instrucción primaria, el 48% de visitantes tienen instrucción secundaria, el 39% de visitantes tienen instrucción superior y el 5% de visitantes tienen instrucción Post – grado.

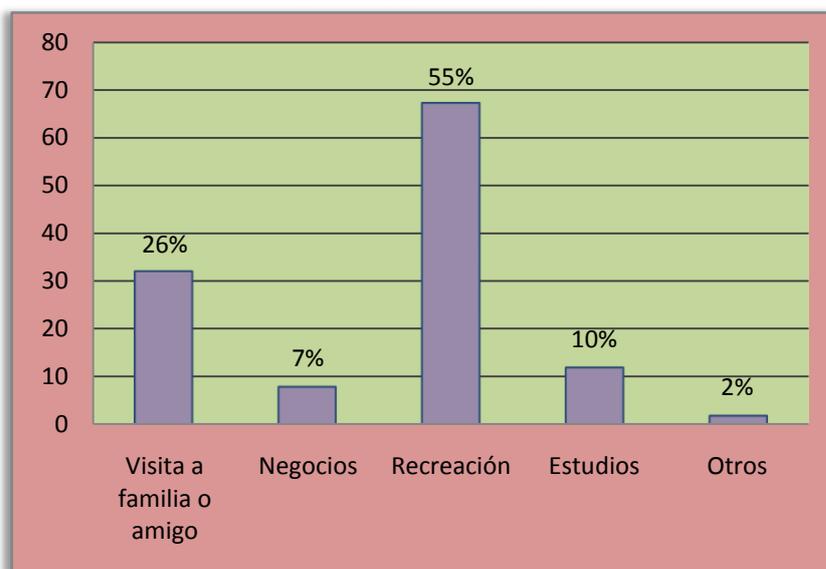
5. ¿Cuáles son sus motivos de viaje?

CUADRO N° 8
MOTIVOS DE VIAJE

Motivos	Número	Porcentaje
Visita a familia o amigo	32	26%
Negocios	8	7%
Recreación	67	55%
Estudios	12	10%
Otros	2	2%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 6
MOTIVOS DE VIAJE**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 26% de visitantes encuestados mencionan que su motivo de viaje es por visita a familia o amigo, 7% de visitantes lo realizan por negocios, el 55% de encuestados lo realizan por recreación, 10% lo realizan por estudios mientras que el 2% de visitantes lo realizan por otros motivos.

6. ¿Con qué frecuencia visita usted un atractivo turístico?

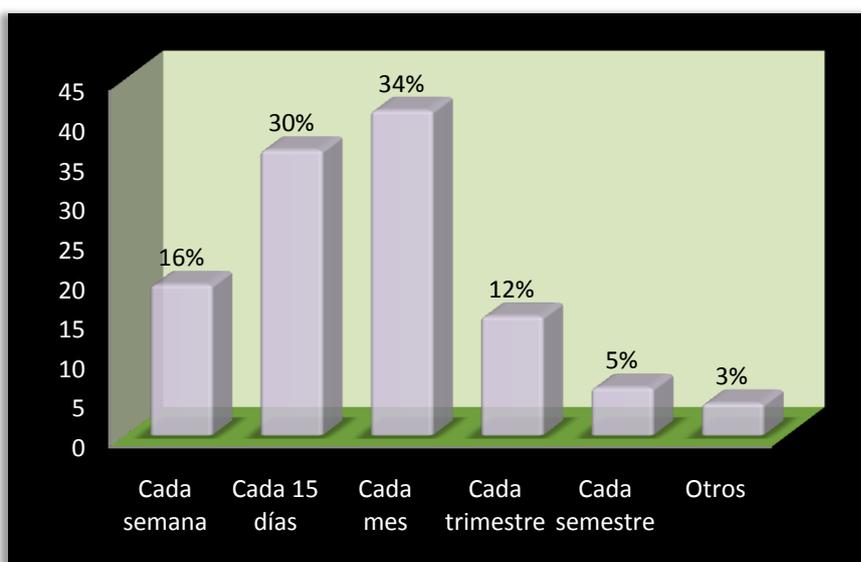
**CUADRO N° 9
VISITA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

Visita	Número	Porcentaje
Cada semana	19	16%
Cada 15 días	36	30%
Cada mes	41	34%
Cada trimestre	15	12%
Cada semestre	6	5%
Otros	4	3%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

GRÁFICO N° 7

VISITA DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

El 16% de visitantes encuestados visitan un atractivo turístico cada semana, el 30% visitan un atractivo turístico cada 15 días, el 34% de los turistas visitan un atractivo turístico cada mes, el 12% de los turistas visitan un atractivo turístico cada trimestre, el 5% de los turistas visitan un atractivo turístico cada semestre, y el 3% de los turistas visitan un atractivo turístico en otros periodos diferentes a los nombrados.

7. ¿Le gustaría que se implemente una Hostería en la comunidad de Majipamba, cantón Colta?

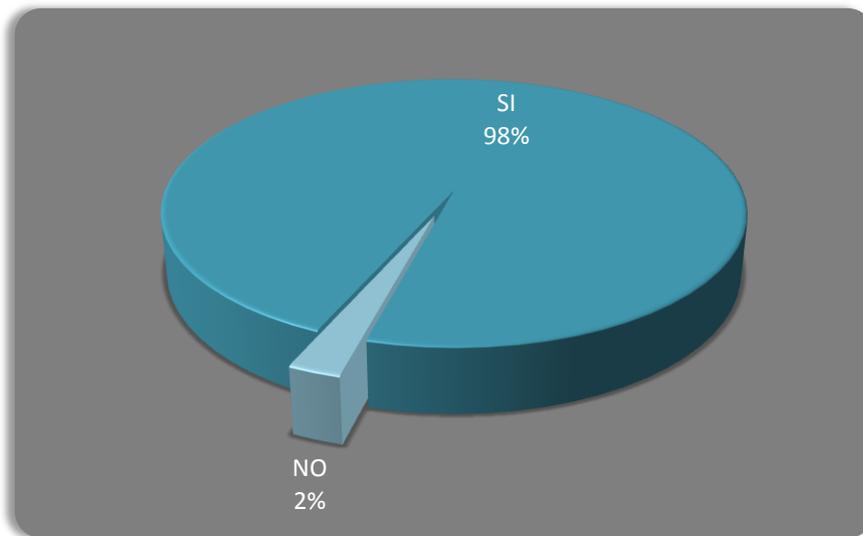
**CUADRO N° 10
IMPLEMENTACIÓN DE LA HOSTERIA**

Opinión	Número	Porcentaje
SI	118	98%
NO	3	2%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 8
IMPLEMENTACIÓN DE LA HOSTERIA**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 98% de visitantes encuestados están de acuerdo con la creación de la Hostería “Kulta Cocha” en la comunidad de Majipamba, mientras que el 2% no están de acuerdo.

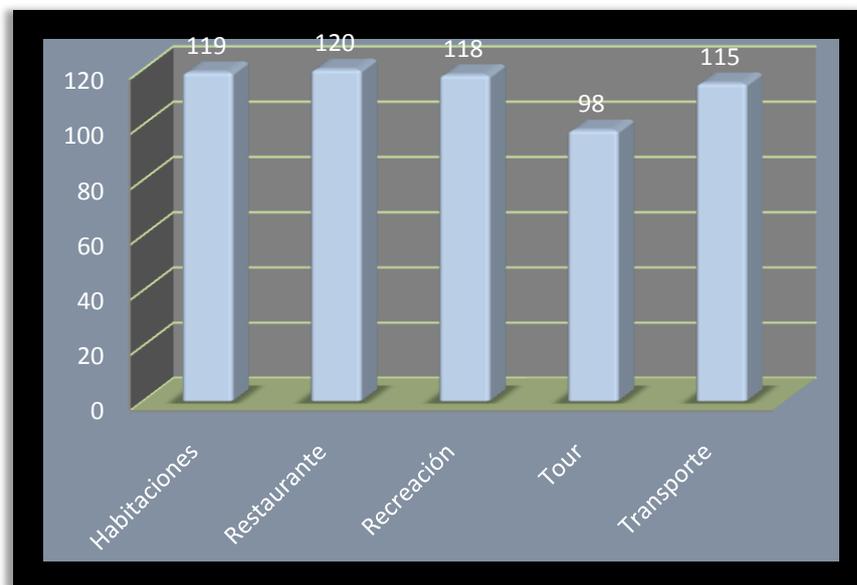
8. Para usted ¿Qué servicios debe ofrecer una hostería?

CUADRO N° 11
TIPO DE SERVICIO

Servicio	Número
Habitaciones	119
Restaurante	120
Recreación	118
Tour	98
Transporte	115

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 9
TIPO DE SERVICIO**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 21% de visitantes encuestados desean los servicios de habitaciones y restaurante, el otro 21% de visitantes requieren el servicio de recreación, el 17% de visitantes requieren tour y el 20% de visitantes requieren el servicio de transporte.

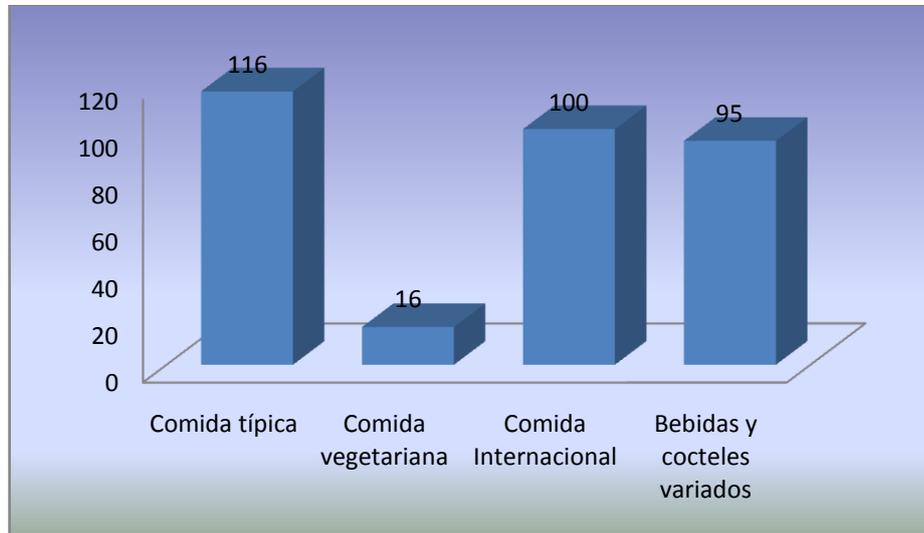
9. En lo referente a alimentación usted preferiría:

**CUADRO N° 12
TIPO DE ALIMENTACIÓN**

Alimentación	Número
Comida típica	116
Comida vegetariana	16
Comida Internacional	100
Bebidas y cocteles variados	95

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 10
TIPO DE ALIMENTACIÓN**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

El 35% de visitantes encuestados prefieren comida típica de la zona, el 5% de visitantes prefieren la comida vegetariana, el 31% de visitantes la comida internacional y el 29% de visitantes prefieren las bebidas y cocteles variados.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alojamiento?

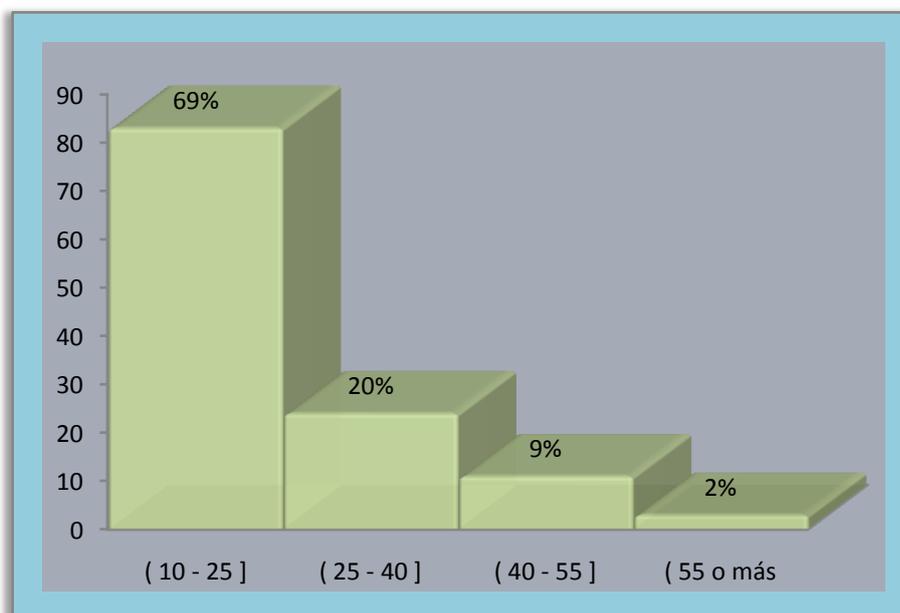
**CUADRO N° 13
COSTO A PAGAR POR EL SERVICIO**

Costo	Número	Porcentaje
(10 - 25]	83	69%
(25 - 40]	24	20%
(40 - 55]	11	9%
(55 o más	3	2%
TOTAL	121	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 11
COSTO A PAGAR POR EL SERVICIO**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 69% de visitantes encuestados estarían dispuestos a pagar por el servicio de alojamiento de \$10 a \$25 dólares, el 20% estarían dispuestos a pagar de \$25 a \$40 dólares, el 9% estarían dispuestos a pagar de \$40 a \$55 dólares, mientras que el 2% estarían dispuestos a pagar de \$50 o más dólares.

4.2 ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS EXTRANJEROS

1. What is your sex?

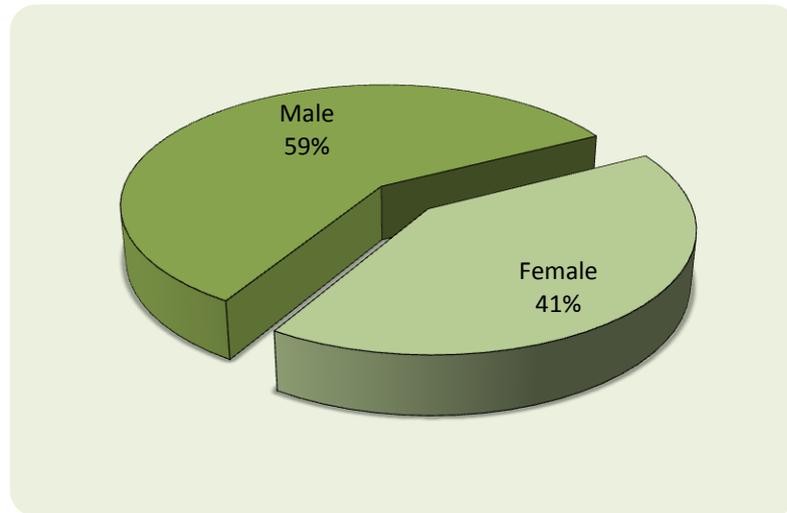
**CUADRO N° 14
TOURIST'S SEX**

Sex	Number	Percent
Male	47	59%
Female	33	41%
TOTAL	80	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 12
TOURIST'S SEX**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 59% de los visitantes extranjeros encuestados son de género masculino, mientras que el 41% son de género femenino.

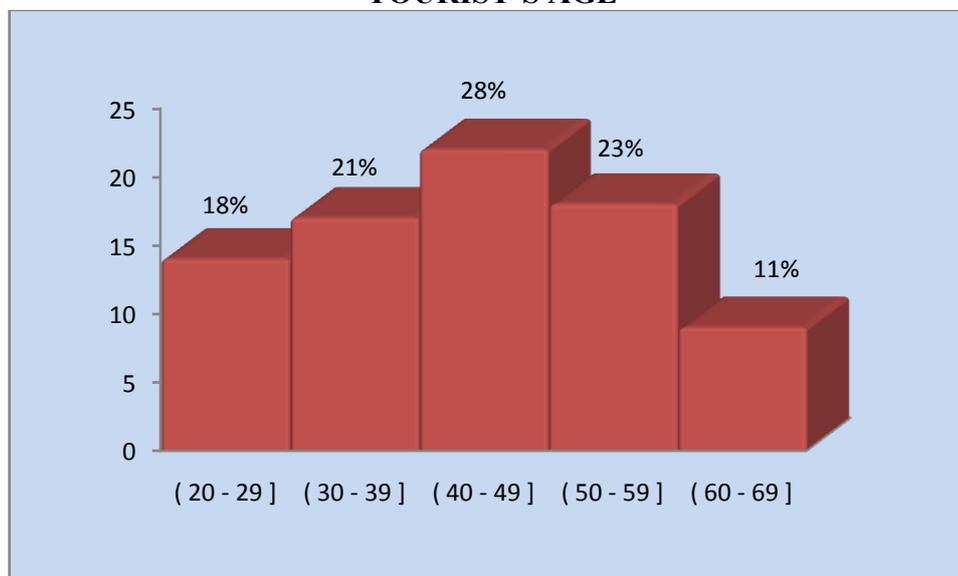
2. How old are you?

**CUADRO N° 15
TOURIST'S AGE**

Age	Number	Percent
(20 - 29]	14	18%
(30 - 39]	17	21%
(40 - 49]	22	28%
(50 - 59]	18	23%
(60 - 69]	9	11%
TOTAL	80	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

GRÁFICO N° 13
TOURIST'S AGE



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 18% de los visitantes extranjeros encuestados tienen de 20 a 29 años, el 21% de visitantes tienen de 30 a 39 años, el 28% tienen de 40 a 49 años, el 23% de turistas tienen de 50 a 59 años, y el 11% tienen de 60 a 69 años.

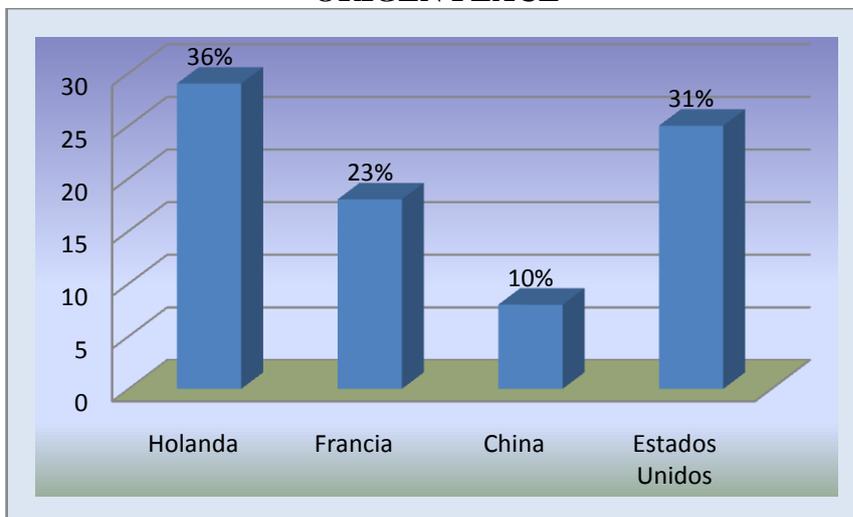
3. Where are you from?

CUADRO N° 16
ORIGEN PLACE

Place	Number	Percent
Holanda	29	36%
Francia	18	23%
China	8	10%
Estados Unidos	25	31%
TOTAL	80	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 14
ORIGEN PLACE**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 36% de visitantes extranjeros son de nacionalidad Holandesa, el 23% son de nacionalidad Francesa, el 10% son de nacionalidad China y mientras que el 31% de visitantes pertenecen a los Estados Unidos.

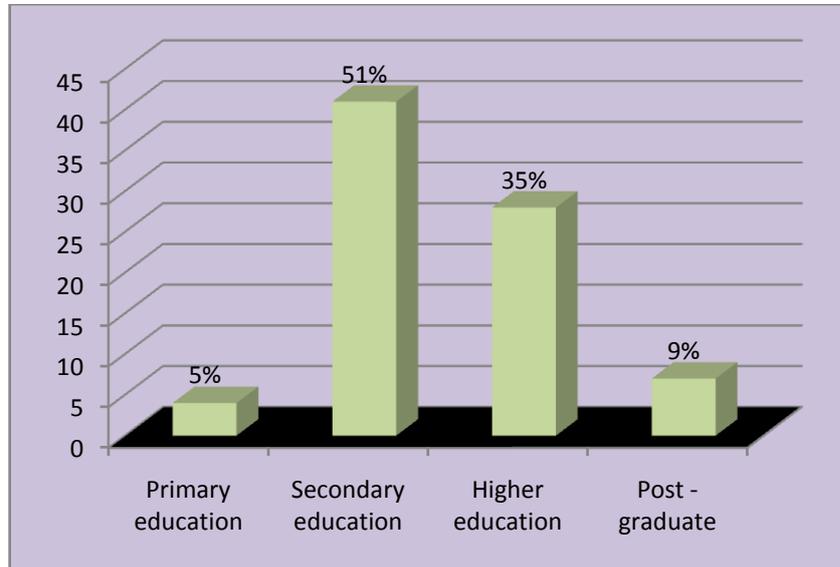
4. What is your study level?

**CUADRO N° 17
EDUCATION LEVEL**

Instruction Level	Number	Percent
Primary Education	4	5%
Secondary Education	41	51%
Higher Education	28	35%
Post - graduate	7	9%
TOTAL	80	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 15
EDUCATION LEVEL**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 5% de visitantes encuestados tienen un nivel de instrucción primaria, el 51% de visitantes tienen instrucción secundaria, el 35% de visitantes tienen instrucción superior y el 9% de visitantes tienen instrucción Post – grado.

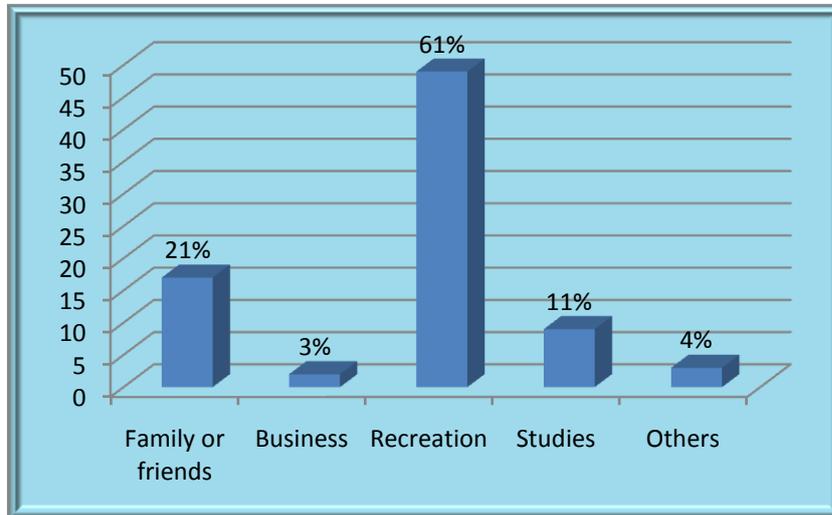
5. ¿What is your travel reasons?

**CUADRO N° 18
TRAVEL REASONS**

Reasons	Number	Percent
Family or friends Visit	17	21%
Business	2	3%
Recreation	49	61%
Studies	9	11%
Others	3	4%
TOTAL	80	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 16
TRAVEL REASONS**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 21% de visitantes encuestados mencionan que su motivo de viaje es por visita a familia o amigo, 3% de visitantes lo realizan por negocios, el 61% de encuestados lo realizan por recreación, 11% lo realizan por estudios mientras que el 4% de visitantes lo realizan por otros motivos.

6. ¿How frequently do you visit a tourist attractions?

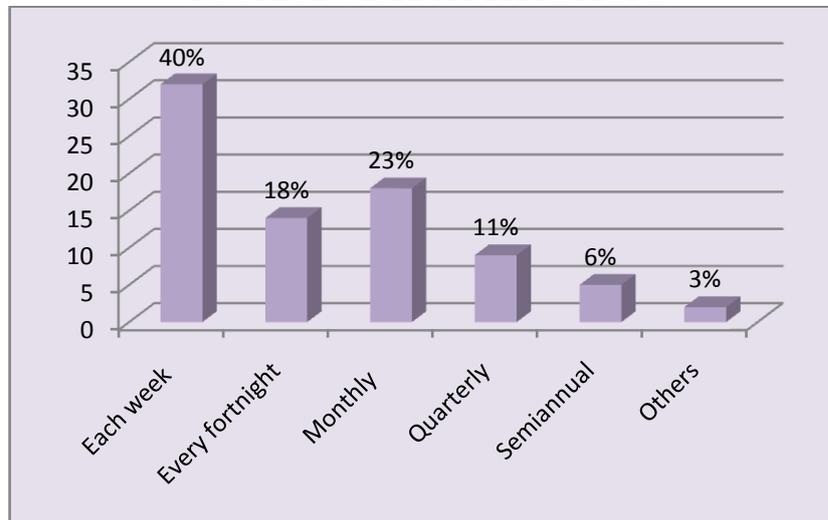
**CUADRO N° 19
TOURIST VISIT ATTRACTIONS**

Visit	Number	Percent
Eachweek	32	40%
EveryFortnight	14	18%
Monthly	18	23%
Quarterly	9	11%
Semiannual	5	6%
Others	2	3%
TOTAL	80	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

GRÁFICO N° 17
TOURIST VISIT ATTRACTIONS



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

El 40% de visitantes encuestados visitan un atractivo turístico cada semana, el 18% visitan un atractivo turístico cada 15 días, el 23% de los turistas visitan un atractivo turístico cada mes, el 11% de los turistas visitan un atractivo turístico cada trimestre, el 6% de los turistas visitan un atractivo turístico cada semestre, mientras que el 3% de los turistas visitan un atractivo turístico en otros periodos diferentes a los nombrados.

7. ¿Dou you like that's creating a Hostel in Majipamba community, Colta town?

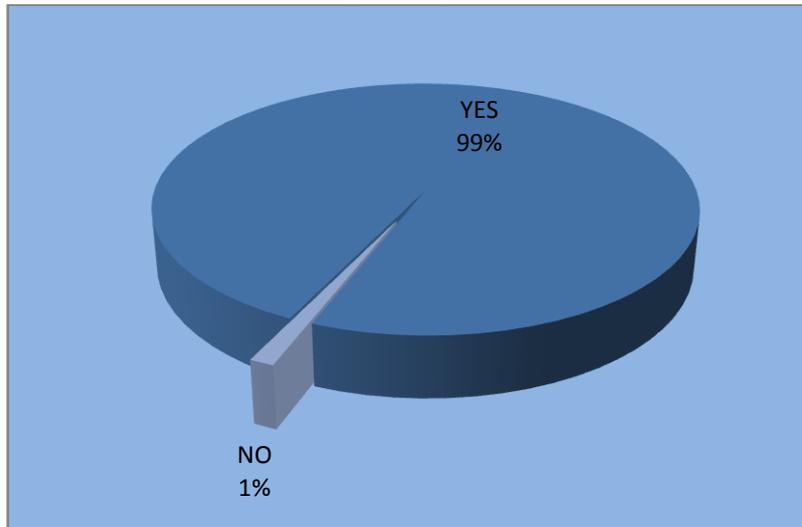
CUADRO N° 20
OPINION

Opinion	Number	Percent
YES	79	99%
NO	1	1%
TOTAL	80	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.

Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 18
OPINION**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 99% de visitantes extranjeros encuestados están de acuerdo con la creación de la Hostería “Kulta Cocha” en la comunidad de Majipamba, mientras que el 1% no están de acuerdo.

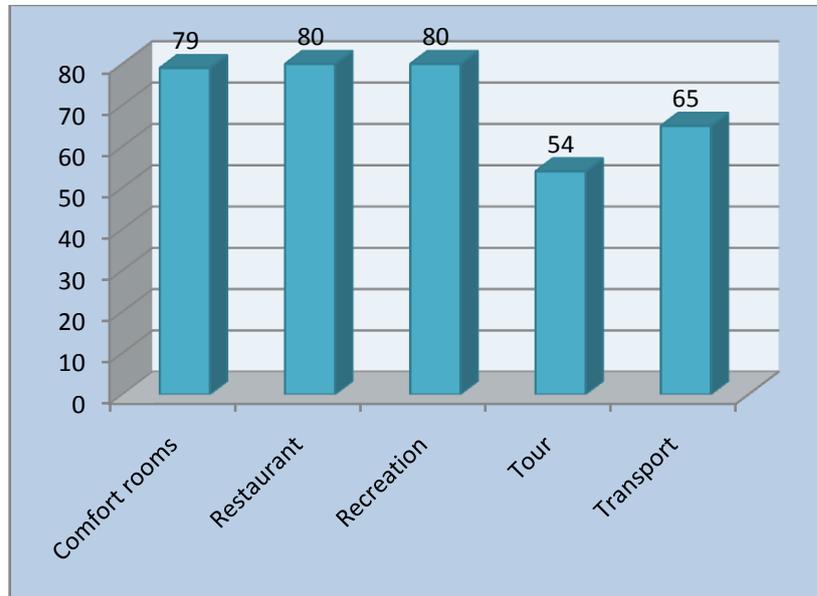
8. In your opinion ¿What services should offer a Hostel?

**CUADRO N° 21
TYPE OF SERVICES**

Services	Number
Comfortrooms	79
Restaurant	80
Recreation	80
Tour	54
Transport	65

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

GRÁFICO N° 19
TYPE OF SERVICES



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 22% de visitantes encuestados desean los servicios de habitaciones y restaurante, el otro 22% de visitantes requieren el servicio de recreación, el 15% de visitantes requieren tour, mientras que el 18% de visitantes requieren el servicio de transporte.

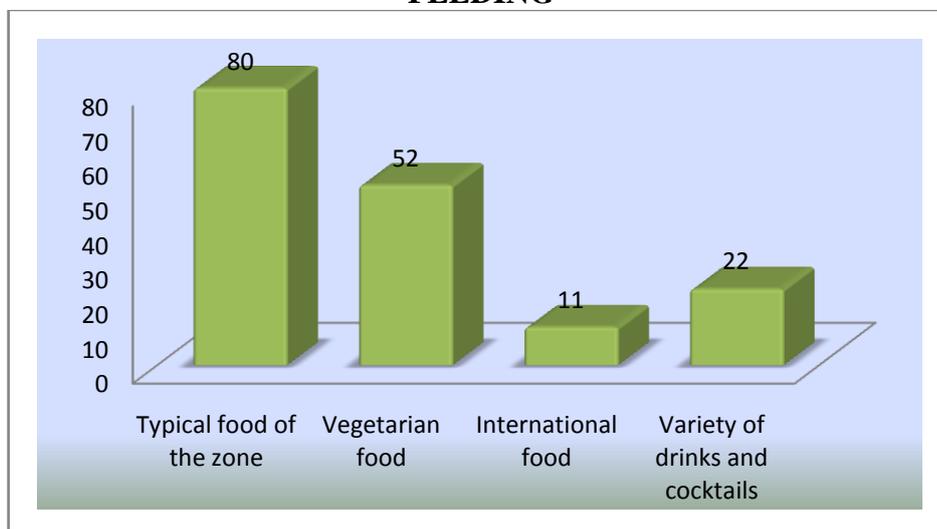
9. Regarding feeding which would you prefer?

CUADRO N° 22
FEEDING

Alimentación	Number
Typical food of the zone	80
Vegetarian food	52
International food	11
Variety of drinks and cocktails	22

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 20
FEEDING**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 48% de visitantes encuestados prefieren comida típica de la zona, el 32% de visitantes prefieren la comida vegetariana, el 7% de visitantes la comida internacional y el 13% de visitantes prefieren las bebidas y cocteles variados.

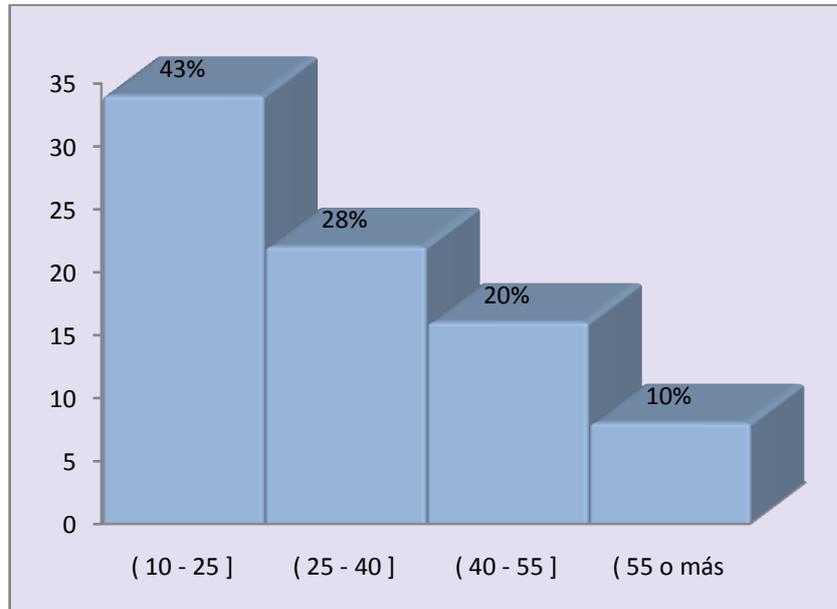
10. ¿How much would you pay for accommodations services?

**CUADRO N° 23
COST**

Cost	Number	Percent
(10 - 25]	34	43%
(25 - 40]	22	28%
(40 - 55]	16	20%
(55 o más	8	10%
TOTAL	80	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

**GRÁFICO N° 21
COST**



Fuente: Encuestas aplicadas a turistas/ 2010.
Elaborado Por: Miriam Bagua

El 43% de visitantes encuestados estarían dispuestos a pagar por el servicio de alojamiento de \$10 a \$25 dólares, el 28% estarían dispuestos a pagar de \$25 a \$40 dólares, el 20% estarían dispuestos a pagar de \$40 a \$55 dólares, mientras que el 10% estarían dispuestos a pagar de \$50 o más dólares.

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- Los resultados obtenidos en esta investigación determina que el 98% de los turistas encuestados tanto nacionales como extranjeros están de

acuerdo con la creación de la Hostería “Kulta Cocha”; mientras que el 2% no están de acuerdo.

- La Hostería “Kulta Cocha” nacerá como una empresa turística destinada a proporcionar servicios de alojamiento, alimentación y recreación, para satisfacer necesidades y expectativas del turismo interno y externo. Esto en pro de la mejora en la oferta de servicios turísticos en este sector.
- Es indispensable que se involucre a la comunidad, puesto que el éxito total de la empresa será reflejado cuando se alcance un paulatino desarrollo turístico en la zona el cual dinamice la economía, fortalezca las relaciones intersectoriales, mejore la productividad, y se emprendan nuevas ideas de proyectos.
- En la Unidad de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Colta cuenta al momento con personal empírico no necesariamente calificado, un presupuesto reducido y atiende en instalaciones no adecuadas para la atención al turista, la información es reducida y además restringida hacia personas que necesitan de ello.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda ejecutar el proyecto, en vista de que los resultados obtenidos en la investigación mediante una encuesta refleja la existencia de una mercado turístico favorable.
- Tomando en cuenta el presente estudio, representa una buena opción la implementación de este proyecto porque dinamizaría la actividad económica y turística del sector.

- Al tratarse de un sector mayormente indígena se recomienda la socialización de este tipo de proyectos mediante las asambleas comunitarias; para esto se debería poner en conocimiento con anticipación a los líderes indígenas para garantizar una apertura de la comunidad hacia estos proyectos.
- Se recomienda que instituciones de desarrollo local entre ellos el gobierno municipal facilite el acceso a la información adecuada para este tipo de proyectos, ya que representan beneficios para el cantón, además de lograr un mejor seguimiento y desarrollo de la información competente a esta unidad.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 TÍTULO

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA HOSTERÍA “KULTA COCHA”, EN LA COMUNIDAD DE MAJIPAMBA, CANTÓN COLTA, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

6.2 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

A continuación se determinan los factores necesarios como: los estudios de mercado, técnico, administrativo legal, financiero y el de evaluación; para la implementación de la hostería “Kulta Cocha”, tomando en cuenta su utilidad y funcionalidad en pro del desarrollo turístico del cantón.

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1 OBJETIVO

Realizar un estudio de mercado para analizar la oferta y la demanda de servicios turísticos, la demanda potencial insatisfecha, los canales de comercialización que se utilizará para la promoción.

1.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

La hostería “KultaCocha” será un lugar ideal para disfrutar de su estadía con tranquilidad, se realizara con el fin de brindar un servicio confortable y de calidad para turistas nacionales y extranjeros que visiten el cantón Colta.

Además la hostería tendrá accesibilidad para personas con discapacidad y así captar este tipo de segmento de mercado que es muy importante en el sector turístico.

Los servicios que ofrecerá la Hostería son:

1. Alojamiento
2. Restaurant
3. Recreación

1.2.1 Alojamiento.-Cada una de las habitaciones estará debidamente equipada con baño privado, agua caliente, televisión y teléfono. Tendremos las siguientes habitaciones:

Habitación Doble: Tiene camas de dos plazas.

Habitación Tiples: Tiene una cama de dos plazas y una cama de plaza y media.

Habitación Cuádruple:Tienecamás de dos plazas y de plaza y media.

Habitaciones quintuples: Tiene camas de dos plazas y una de plaza y media.

1.2.2 Restaurant.-Se ofrecerán desayunos, almuerzos,cenas, platos a la carta, comida rápida, bebidas etc.

**CUADRO N° 24
OFERTA DEL RESTAURANT**

PLATOS TÍPICOS	PRECIOS \$
Llapingachos (tortilla de papa, chorizo, huevo, ensalada)	3,00
Fritada (mote, tostado, maduro, carne de cerdo).	3,00
Papas con cuy	8,00
PLATOS A LA CARTA	

ChickenCasserolo	4,00
GrilledTrout	4,25
Shrimp in Garlic	6,00
Spaghetti	3,00
BEBIDAS	
Gaseosas	0,50
Vinos	5,00
Cervezas	1,50
Café	0,50
Ensalada de Frutas	3,00
Jugos naturales	1,00

Fuente y elaborado por: Miriam Bagua

1.2.3 Recreación.-En esta área tenemos:

Piscina.- Es una construcción destinada a retener agua y poder practicar el baño o la natación, en lugares donde no existan condiciones naturales propicias para ello.

Sauna.- Es un baño de vapor o sudoración que se realiza en un recinto a muy alta temperatura.

Turco.- Al igual que la sauna finlandesa el baño turco se sirve del calor para producir beneficios en el cuerpo, pero en este caso el calor suministrado es a través de calor húmedo, con vapor de agua.

Hidromasaje.-El hidromasaje es una acción relajante, ejercida sobre el cuerpo por la combinación de aire y agua. Por sus virtudes, el hidromasaje se utiliza en medicina para obtener mejores resultados terapéuticos y estéticos. El hidromasaje es un estimulante ideal para la circulación linfática, se indica para reumatismos, ayuda a relajarse después de un largo día de trabajo o al terminar ejercicios deportivos. Para la belleza, el hidromasaje cumple funciones muy importantes de la epidermis, combate la celulitis y la obesidad.

Además se contara con áreas verdes y un parqueadero.

1.3 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

El análisis de la demanda se logró mediante la recopilación de las fuentes primarias y las fuentes secundarias. Las fuentes primarias se obtuvieron por medio de contacto directo con el consumidor e intermediarios, para lo cual se aplicaron encuestas. Las fuentes secundarias son estadísticas oficiales emitidas por la Unidadde Turismo del Cantón Colta, en el cual están datos estadísticos de turistas que visitan el Cantón.

Para determinar las proyecciones de la demanda no se ha encontrado datos históricos, pero mediante datos estadísticos proporcionados por la Unidadde Turismo se conoce que en el año 2010 ingresaron 13336 turistas al cantón, proyectaremos hasta el año 2015 con una tasa de crecimiento del 5%.

Datos:

Po = Población inicial
 i = Índice de crecimiento turístico
 n = Número de años
 Pn = Proyecciones para cada año

Reemplazando los datos tenemos:

Po = 13336
 i = 0.05
 n = número de año
 Pn= ?

$P_n = P_o (1+i)^n$

$P_{2010} = 13336 (1+0.05)^0 = 13336$
 $P_{2011} = 13336 (1+0.05)^1 = 14002$
 $P_{2012} = 13336 (1+0.05)^2 = 14703$
 $P_{2013} = 13336 (1+0.05)^3 = 15438$
 $P_{2014} = 13336 (1+0.05)^4 = 16210$
 $P_{2015} = 13336 (1 +0.05)^5 = 17020$

**CUADRO N° 25
 PROYECCIONES DE LA DEMANDA**

Año	n	Proyecciones
2010	0	13336
2011	1	14002
2012	2	14703
2013	3	15438
2014	4	16210
2015	5	17020

Fuente y elaborado por: Miriam Bagua

1.4 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La Ofertase define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar. En el análisis del mercado, lo que interesa es saber cuál es la oferta existente en el circuito comercial.

Según la Unidad de Turismo del Cantón Colta, no se encuentran registrados establecimientos de alojamiento ni alimentación por la comunidad de Majipamba. Porlo cual se tomará en cuenta para este estudio la oferta indirecta, en este caso del sector de Cajabamba.

CUADRO N° 26
SERVICIOS EXISTENTES EN EL CANTÓN

Servicio de Alimentación	Capacidad
Restaurante Carolina	60 pax
Restaurante Familiar	106 pax
Cevichería su amigo	12 pax
Restaurante Rey Dorado	96 pax
Asadero Restaurant Colonial	100 pax
Restaurante Gatito Goloso	24 pax
Servicio de Alojamiento	
Hostal Colta	30 pax

Fuente: Unidad de turismo, cantón Colta.

Elaborado por: Miriam Bagua

a. Proyección de la Oferta (Alimentación)

$$P_n = P_0(1+i)^n$$

$$P_{2010} = 9000 (1+0.05)^0 = 9000$$

$$P_{2011} = 9000 (1+0.05)^1 = 9450$$

$$P_{2012} = 9000 (1+0.05)^2 = 9923$$

$$P_{2013} = 9000 (1+0.05)^3 = 10419$$

$$P_{2014} = 9000 (1+0.05)^4 = 10940$$

$$P_{2015} = 9000 (1+0.05)^5 = 11487$$

CUADRO N° 27
PROYECCIÓN DE LA OFERTA (ALIMENTACIÓN)

Año	n	Proyecciones
2010	0	9000

2011	1	9450
2012	2	9923
2013	3	10419
2014	4	10940
2015	5	11487

Fuente y elaborado por: Miriam Bagua

b. Proyección de la Oferta (Hospedaje)

$$P_n = P_0(1+i)^n$$

$$P_{2010} = 1080 (1+0.05)^0 = 1080$$

$$P_{2011} = 1080 (1+0.05)^1 = 1134$$

$$P_{2012} = 1080 (1+0.05)^2 = 1191$$

$$P_{2013} = 1080 (1+0.05)^3 = 1250$$

$$P_{2014} = 1080 (1+0.05)^4 = 1313$$

$$P_{2015} = 1080 (1+0.05)^5 = 1378$$

CUADRO N° 28
PROYECCIÓN DE LA OFERTA (HOSPEDAJE)

Año	n	Proyecciones
2010	0	1080
2011	1	1134
2012	2	1191
2013	3	1250
2014	4	1313
2015	5	1378

Fuente y elaborado por: Miriam Bagua

c. Identificación de Recursos Turísticos del Cantón Colta

Para identificar los Recursos Turísticos que posee el Cantón Colta fue necesario realizar un inventario de atractivos turísticos.

1. Recursos Naturales pertenecientes a Colta

1) LAGUNA DE COLTA



Esta hermosa laguna, es conocida en lengua puruhá como “KultaKucha”, que significa “Laguna de Pato”. La laguna de Colta es única, desde Loja hasta Quito no existe otra de tan fácil acceso, cruzada por la línea férrea y la Panamericana. Es un gran espejo de agua de forma alargada, rodeada de exuberante vegetación. Se la puede observar desde la carretera en todo su esplendor, adornada por el Chimborazo y por una naturaleza impresionante, con paisajes andinos únicos. En este lugar el clima es templado, la temperatura se encuentra entre los 12° C.

Ubicación

La Laguna de Colta se halla ubicada a 19 kilómetros, 20 minutos al suroeste de la ciudad de Riobamba. Da el nombre al cantón donde se encuentra.

Extensión

La Laguna de Colta tiene una extensión de 2.500 metros de longitud por 1.100 de ancho.

Flora y fauna

En esta laguna crece la totora, utilizada para el tejido de esteras y variadas artesanías. En este lugar también se produce productos agrícolas como: papas, cebollas, maíz, entre otros. Entre la fauna que se puede divisar en los alrededores

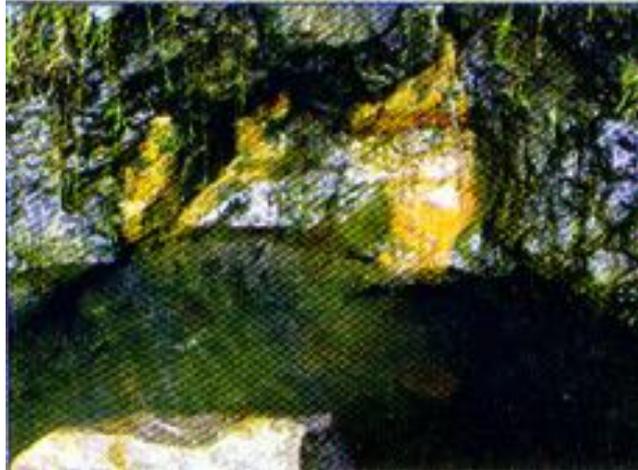
de esta atractiva laguna están: patos emigrantes, garzas, ovejas, gran diversidad de aves, y peces de colores.

2) CASCADA DE CUNUGUAYCO



Se encuentra localizada a 33 Km. Vía a Cañí en el límite con la Provincia de Bolívar, sus aguas cristalinas nacen de las ciénagas en los altos páramos, formando una caída muy impresionante.

3) TERMAS DE MIRAFLORES



Localizada en la entrada a la parroquia Columbe a orillas del Río Gaushi, aguas medicinales que emergen de unas rocas, formando un pozo de 3m x 2m. Su agua es templada y transparente, en la madrugada sus habitantes acuden a bañarse para aliviar sus dolencias.

4) CHORRERA – CONDOR PUÑUNA



Está localizada a 8 km. Desde la parroquia de Juan de Velasco vía a Las Palmas, nace en los páramos de la comunidad La Dolorosa, con una caída de 20 metros de altura, con una gran variedad de flora y fauna.

Según los habitantes en este lugar a media noche se aparecen un duende y un sinnúmero de creencias más, se puede realizar cabalgatas y en su trayectoria se

puede respirar aire puro y admirar el bello paisaje de la cadena montañosa occidental.

2. Recursos Culturales pertenecientes a Colta

1) IGLESIA DE BALBANERA



Es el principal atractivo de Colta, primera iglesia construida en suelo ecuatoriano, por lo que su belleza es histórica. Levantada por los españoles, su estilo de construcción es colonial, su fachada de piedra es el único testigo de su historia, se puede obtener una fantástica vista al nevado Chimborazo.

Histórica iglesia venera a la santísima virgen María Natividad de Balbanera, junto a la iglesia existe una plazuela donde se puede observar una cruz, en la que se realizan procesiones durante las festividades religiosas y otros eventos del lugar exponiendo una vez más la religiosidad y fe del pueblo ecuatoriano.

Ubicación

La Iglesia de Balbanera se encuentra ubicada muy cerca de Colta, entre las carreteras que conducen a Cuenca y Riobamba, concretamente, junto a la laguna de Colta.

Fecha de Construcción

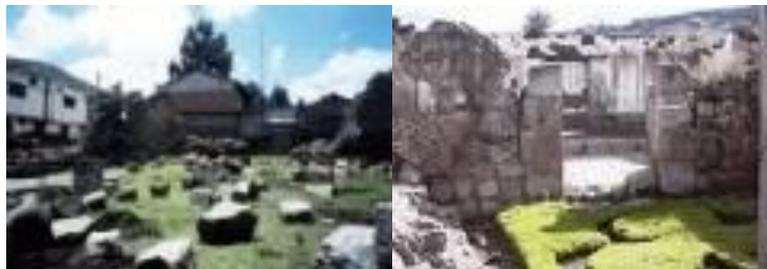
Al parecer, y debido a una placa que destaca en Balbanera, se cree que este templo es el más antiguo del país. Aunque no se conoce con certeza su fecha de creación, se presume que fue inaugurada el 15 de agosto de 1534.

Descripción

Con un poco más de diez metros de ancho, la iglesia mantiene su construcción original: el altar, el atrio y la pila bautismal, los cuales se hicieron con bloques de piedra. La fachada de piedra destaca un doble arco a la entrada y una simpática torrecilla con campanario. El interior que ha sido restaurado conserva esa misma sencillez y recogimiento de los templos construidos en esa época, con un ambiente propicio para el recogimiento y la reflexión de los viajeros que con sabiduría y fe cristiana deciden cuándo deben detenerse en el camino.

Las personas que viajan a la provincia de Chimborazo, lo que primero que les impresiona es la imponente iglesia de piedra calcárea con sus puertas cerradas y unas placas que explican su fundación allá por 1.534, la primera construida por los conquistadores españoles en tierras del Ecuador.

2) SICALPA O RUINAS DE LA ANTIGUA RIOBAMBA



Son un conjunto de ruinas históricas que formaron parte de la antigua ciudad de Riobamba, de esta se conservan restos de arquitectura civil y religiosa. Al parecer la distribución urbana de esta antigua ciudad era de 5 barrios y cada uno poseía iglesia y convento. En 1797 un sismo de gran intensidad destruyó casi por completo a la ciudad obligando a sus moradores a cambiar de lugar al sitio que actualmente ocupa en la llanura de Tapi. Luego de ello la zona destruida fue reconstruida adquiriendo los nombres de Cajabamba y Sicalpa.

El Banco Central del Ecuador, realizó en los años 80 excavaciones en Sicalpa, las muestras encontradas evidenciaron sitios de la Antigua Riobamba como: calles, templos, cerámicas, piedras talladas y acueductos.

Ubicación

El sitio se encuentra localizado en el cantón Colta al occidente de la provincia de Chimborazo.

Fecha de Descubrimiento

Las Ruinas de la Antigua Riobamba fueron descubiertas en los años 80, cuando El Banco Central del Ecuador, realizó excavaciones en Cicalpa.

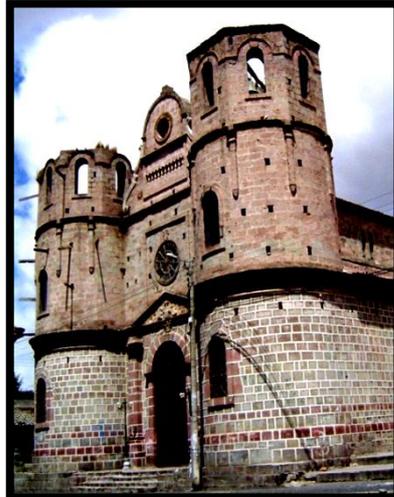
Descripción

Antes de la llegada de los españoles la zona tenía construcciones de la época inca, que fueron reutilizadas por los españoles. La mayoría de casas eran de adobe y tapial, con cubierta de madera y techo de paja o teja, adornadas con fachadas y portadas de piedra labrada.

Las iglesias tenían piso de ladrillo con atractivos diseños. Los templos que formaban parte de esta ciudad eran: De Las Ordenes de los Padres Dominicos, en 1590; de Los Agustinos, en 1592; de Los Franciscanos , en 1596; de Las Conceptas, en 1600; de Los Jesuitas, en 1647, de Los Mercedarios, en 1760; y de Los Padres de la orden de los Betlemitas, en 1776.

Otros templos, reconstruidos son: Santo Cristo, construido en el siglo XVII, San Blas en el siglo XVIII y el de Nuestra Señora de las Nieves en Sicalpa Viejo, construido en 1774.

3) IGLESIA DE SAN LORENZO DE CICALPA 1747 – 1907



Edificada totalmente con piedra labrada; con dos torres cilíndricas; 18 columnas en su interior, una nave central y dos secundarias por lo tanto es impresionante. En la torre derecha hay un imponente campanario pajizo, es de estilo barroco. Se encuentra localizada en la parroquia de Cicalpa Viejo.

Se Levantó este templo en 1747, pero se destruyó totalmente en el terremoto de 1797; la nueva Iglesia de Cicalpa inicia su construcción en 1907.

4) IGLESIA DE SAN SEBASTIÁN DE CAJABAMBA



Cada pueblo fundado por los españoles en tierras del Reino de Quito tiene un patrono, cuya misión sagrada es velar por el bienestar material de la comunidad y de las familias. Se encuentra ubicada en uno de los barrios bajos de la plebe y chusma de la Antigua Riobamba, en el terremoto de 1797 quedó sumergida en ruinas y solo quedó de ella el testimonio histórico en viejos documentos, estos

fueron los inicios de la actual Iglesia de Cajabamba, de estilo barroco. La imagen venerada es el patrón San Sebastián y cada 20 de enero es su fecha clásica de celebración.

5) PARQUE “JUAN DE VELASCO”



Su diseño y trazado sintetizan preceptos filosóficos, religiosos y cosmológicos de las naciones y pueblos que han habitado Sudamérica desde tiempos inmemoriales; dicho trazado se recrean las formas que los amawtakuna tenían de concebir y ordenar el mundo. Esta plaza encierra mucha tradición, pues se ha convertido en un gran tesoro por descubrir, ya que guarda la identidad de sus habitantes y de la provincia.

6) SANTUARIO DE SANTO CRISTO



Se encuentra ubicado en el barrio del mismo nombre, único cuerpo físico religioso que quedó de la Riobamba Antigua después del terremoto de 1.797.

Con un estilo neoclásico por la sobriedad de sus líneas es puramente colonial, con ciertas refacciones en el transcurso del tiempo, su patrono es el Señor del Buen Viaje y es celebrado en el mes de junio.

7) CASA DEL SABIO PEDRO VICENTE MALDONADO



Conjunto arquitectónico de Villa La Unión, en homenaje a su hijo ilustre Sabio Pedro Vicente Maldonado Sotomayor. Nació el 24 de noviembre de 1704 en la Antigua Riobamba hoy el cantón Colta.

Fue el contacto con la Primera Misión Geodésica Francesa enviada por la Academia de Ciencias de París en 1736 que efectuaban la medición de un arco de Meridiano de la Región Ecuatorial para comprobar la redondez de la tierra.

8) MUSEO HISTÓRICO



Guarda gran parte de la historia de nuestra provincia. Los muros, la cimentación son de la antigua villa.

Aquí se exhiben testimonios de lo que fue la Antigua Riobamba; expuestos mediante fotos, reliquias religiosas, objetos de valor, piedras y pilares de antiguas iglesias, pinturas al óleo, junto con escritos como el Acta de Fundación de la primera ciudad española.

1.5 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Para realizar la siguiente comparación entre la oferta y la demanda vamos a aplicar la siguiente fórmula:

$$\mathbf{DPI = D - O}$$

**CUADRO N° 29
DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA**

Años	Demanda	Oferta	Demanda Potencial Insatisfecha	Oferta del Proyecto
	D	O	DPI=D – O	20% (DPI)
2010	13336	0	13336	2667
2011	14002	0	14002	2800
2012	14703	0	14703	2941
2013	15438	0	15438	3088
2014	16210	0	16210	3242
2015	17020	0	17020	3404

Fuente y elaborado por: Miriam Bagua

1.6 ANÁLISIS DE PRECIOS

En este análisis podemos determinar los costos (para el prestador) de los servicios que se van a ofertar y además el margen de utilidad que se espera obtener.

Para el cálculo de precios en función de costos se realizará con la siguiente fórmula:

$$PV = \left(\frac{CT}{1 - t} \right)$$

PV: Precio de Ventas

T: Porcentaje de ganancia (%)

C.T: Costos totales

t: Margen de Ganancia (% Expresado como decimal)

$$PV = \frac{2.75}{1 - 0.40}$$

$$PV = \$ 4.50$$

De acuerdo al análisis de precios realizado en las encuestas se puede observar que los turistas están dispuestos a pagar por el servicio de alojamiento \$10.00 a \$25.00. Se desea obtener un margen de utilidad del 40%.

**CUADRO N° 30
LISTA DE PRECIOS**

SERVICIOS	COSTO/DÍA	UTILIDAD 40%	PRECIO DE VENTA
Alojamiento			
Simple	18,00	7,00	25,00
Doble	27,00	11,00	38,00
Triple	40,00	16,00	56,00
Cuádruple	51,00	20,00	71,00
Quíntuples	64,00	26,00	90,00
Alimentación	2,85	1,15	4,00

Fuente y elaborado por: Miriam Bagua

1.7 ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

Para ofertar los servicios que brindará la Hostería “Kulta Cocha” utilizaremos las siguientes técnicas de Marketing para difundir el servicio.

1.7.1 Canales de Distribución

La venta se realizará de forma:

Directo: Hostería → turistas

Indirecto: Hostería → intermediario → turistas.

1.7.2 Comunicación

a. Publicación.-El costo de toda la publicidad de la empresa es de \$ 699.00 anuales.

Publicidad:	Costos Anuales
Radio	\$ 133.00
Televisión	\$ 166.00

Hojas Volantes	\$ 100.00
Trípticos	\$ 300.00

La publicidad deberá ser orientada y contextual, en campañas regionales o locales para captar clientes con las palabras más adecuadas, que venda nuestra marca y slogan, para lo cual se designó a la Hostería con el nombre de “Kulta Cocha”, bajo el eslogan “Siente la diferencia junto a la naturaleza”.

1. Diseño empresarial, nombre y slogan.



Descripción.-El logotipo oficial de la Hostería consta de los colores: amarillo que representa el sol, azul y verde que representa la naturaleza.

Para el diseño del logotipo se ha tomado en cuenta al nevado Chimborazo, las montañas que existen alrededor, y el lugar más representativo del cantón que es la Laguna de Colta, puesto que a este atractivo se debe también el nombre de la Hostería.

b. Relaciones Públicas.-Al ingresar al mercado debemos lograr y mantener una buena imagen de nuestro servicio con el público, así aspiraremos que el cliente regrese y aporte con más clientes para nuestro proyecto.

c. Promociones

Por cada grupo de 5 personas, la sexta persona paga la tarifa especial (a mitad de precio).

Los clientes frecuentes tendrán un descuento del 5%.

Para Agencias de Viajes que utilicen nuestros servicios se les ofrecerá el 10% de comisión.

Si la estadía sobrepasa los 5 días a partir del sexto día se realizará un descuento del 25%.

2. ESTUDIO TÉCNICO

2.1 OBJETIVO

Determinar el tamaño óptimo, la localización y la ingeniería de la Hostería “Kulta Cocha” del cantón Colta.

2.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Dentro de nuestro proyecto Turístico y analizando la demanda potencial insatisfecha se ha determinado la construcción de cabañas de dos plantas con dos habitaciones cada una, con capacidad para 56 personas. El hospedaje es en plan continental, que incluye un desayuno ligero que consta de jugo, huevos, café, pan, mantequilla y mermelada.

El restaurante tendrá una capacidad para 64 personas, con especialidad en cocina nacional e internacional, considerando que tanto huéspedes como los usuarios de la piscina pueden solicitar el servicio de restauración.

Además contará con una piscina de agua temperada, con capacidad para 25 personas por hora promedio, una sala de hidromasaje, sauna y turco. Con 2 cabinas de duchas de agua fría y caliente, 10 vestidores, y 1 sanitario para la sección de damas y 1 en para la sección de caballeros.

También contará con áreas verdes y un parqueadero.

2.3 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO

Dentro de los factores que nos ayudan a determinar el tamaño de nuestro proyecto tenemos los siguientes:

a) Tamaño del mercado

En el estudio de mercado pudimos determinar la demanda potencial insatisfecha tanto en alojamiento como en alimentación de la cual tomamos los siguientes datos para cada servicio.

**CUADRO N° 31
DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA**

Años	Demanda	Oferta	Demanda Potencial Insatisfecha	Oferta del Proyecto
	D	O	DPI = D - O	20% (DPI)
2010	13336	0	13336	2667
2011	14002	0	14002	2800
2012	14703	0	14703	2941
2013	15438	0	15438	3088
2014	16210	0	16210	3242
2015	17020	0	17020	3404

Fuente: Tabla N° 32 de la presente investigación.

Elaborado por: Miriam Bagua

b) Tamaño y materias primas

La materia prima que utilizaremos para brindar los productos que ofreceremos serán adquiridos de los mercados más cercanos, pero adquiriendo productos de calidad para que el cliente consuma y se sienta satisfecho con los servicios adquiridos.

**CUADRO N° 32
BASE DE DATOS DE PROVEEDORES**

PRODUCTO	PROVEEDOR	CANTIDAD
Verduras, frutas, legumbres	Empresa Municipal, mercado de productos agrícolas	Libras
Lácteos	Prolac, Rey leche	Unidades
Pollo, carne y mariscos	Pronaca	Unidades
Embutidos	La Ibérica	Kilos
Huevos	Distribuidora “El Cisne”	Cubetas
Bebidas	Coca – Cola	Jabas
Licores	Licores Don Paco	Cajas
Cervezas	Cervecería Nacional Pilsener	Jabas
Productos de limpieza	Tía, AKI	Unidades
Utensilios de cocina	Plastihogar	Cajas
Cristalería	Luis Veloz	Unidades
Mantelería	Comercial Brito	Metros

Fuente y elaborado por: Miriam Bagua

c) Tamaño y recursos naturales

El proyecto tendrá un tamaño mediano, con este tamaño pretendemos proteger el recurso turístico natural que estamos aprovechando para la afluencia máxima de turistas, como es la Laguna de Colta.

d) Tamaño y financiamiento

Para la construcción de la Hostería, la cual va a prestar un servicio especializado y de calidad en cuanto al alojamiento y alimentación, se tomará en cuenta para el financiamiento entidades bancarias como: Corporación Financiera Nacionalo Ministerio de Turismo.

e) Tamaño y tecnología

La tecnología que se utilizará en la Hostería será de muy buena calidad para la realización de las actividades que intervengan en la prestación de los servicios y otras áreas, entre ellas tenemos: Maquinarias actualizadas, computadora, data fax, teléfonos.

2.4 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para establecer el proyecto es necesario tener un buen sitio, es decir un lugar estratégico en la que existan cosas que llame la atención al cliente. Esta debe ser cómoda, con fácil acceso y materia prima a bajos costos.

Por lo expuesto y la facilidad que se tiene de poseer un terreno en este magnífico lugar se decidió que el sitio en el cual se va a construir el proyecto es en la comunidad de Majipamba, cantón Colta, ya que se encuentra alrededor de la Laguna de Colta.

a. Macro localización

**CUADRO N° 33
MACROLOCALIZACIÓN**

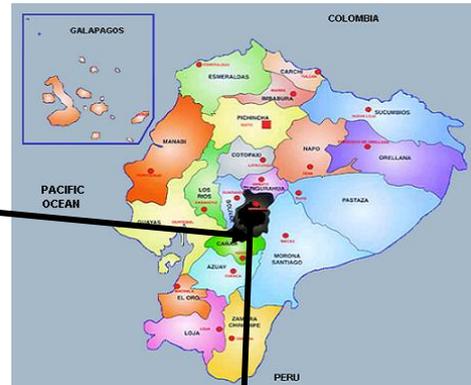
Continente:	América
Subcontinente:	América del Sur
País:	Ecuador
Región:	Sierra
Provincia:	Chimborazo
Cantón:	Colta

Fuente y elaborado por: Miriam Bagua

América del Sur

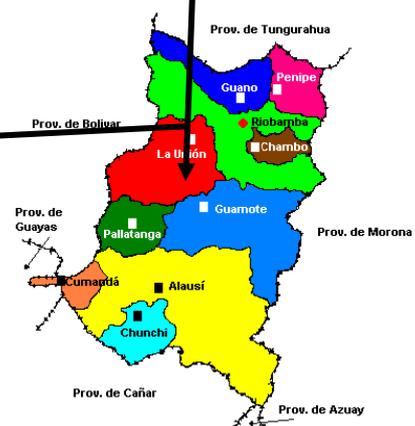
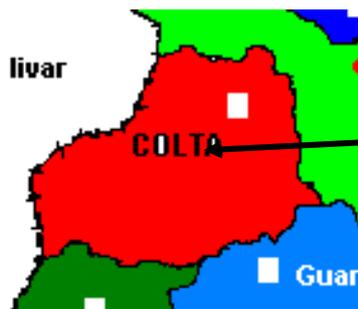


Ecuador



Cantón Colta

Provincia de Chimborazo

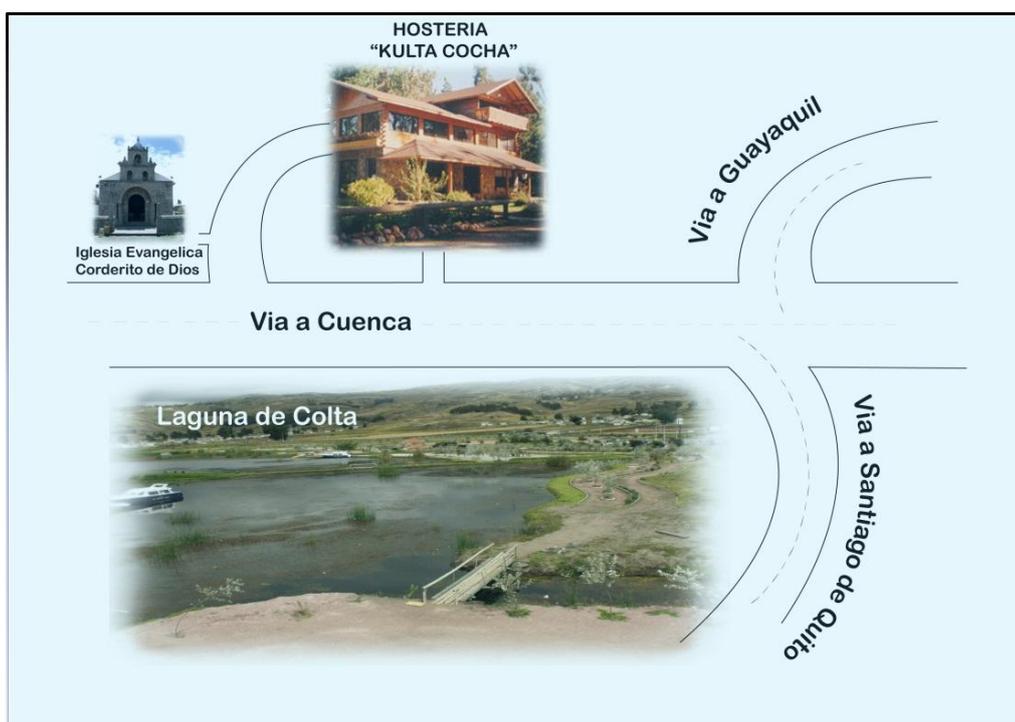


b. Micro localización

Cantón: Colta

Sector: Majipamba

Dirección: Panamericana Sur; Vía a Cuenca



c. Localización Óptima del Proyecto Turístico

**CUADRO N° 34
EVALUACIÓN DE FACTORES DECISIVOS**

1.Existencia de vías de comunicación	4
2. Seguridad de conducción	4
3. Intensidad de tránsito	4
4.Distancia tiempo a centros urbanos mayores (sitios potenciales)	5
5. Disponibilidad de agua	3
6. Disponibilidad de energía eléctrica	5
7. Disponibilidad de comunicaciones telefónicas	5
8. Disponibilidad de terrenos	5
9. Atractivo turístico	5
10. Calidad de desarrollos circunvecinos	1
11. Condiciones sociales	1
12. Condiciones de salubridad	2
SUMA	44

Fuente: Proyectos de inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

CUADRO N° 35
EVALUACIÓN DE FACTORES IMPORTANTES

1. Proximidades a las vías principales (visualidad)	5
2. Costo del terreno	3
3. Condiciones del subsuelo	5
4. Topografía	4
SUMA	17

Fuente: Proyectos de inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

CUADRO N° 36
EVALUACIÓN DE FACTORES IMPORTANTES

1. Disponibilidad de materiales y mano de obra	3
2. Condiciones meteorológicas	5
3. Facilidades de desagües	1
SUMA	9

Fuente: Proyectos de inversión, Álvarez 2010.

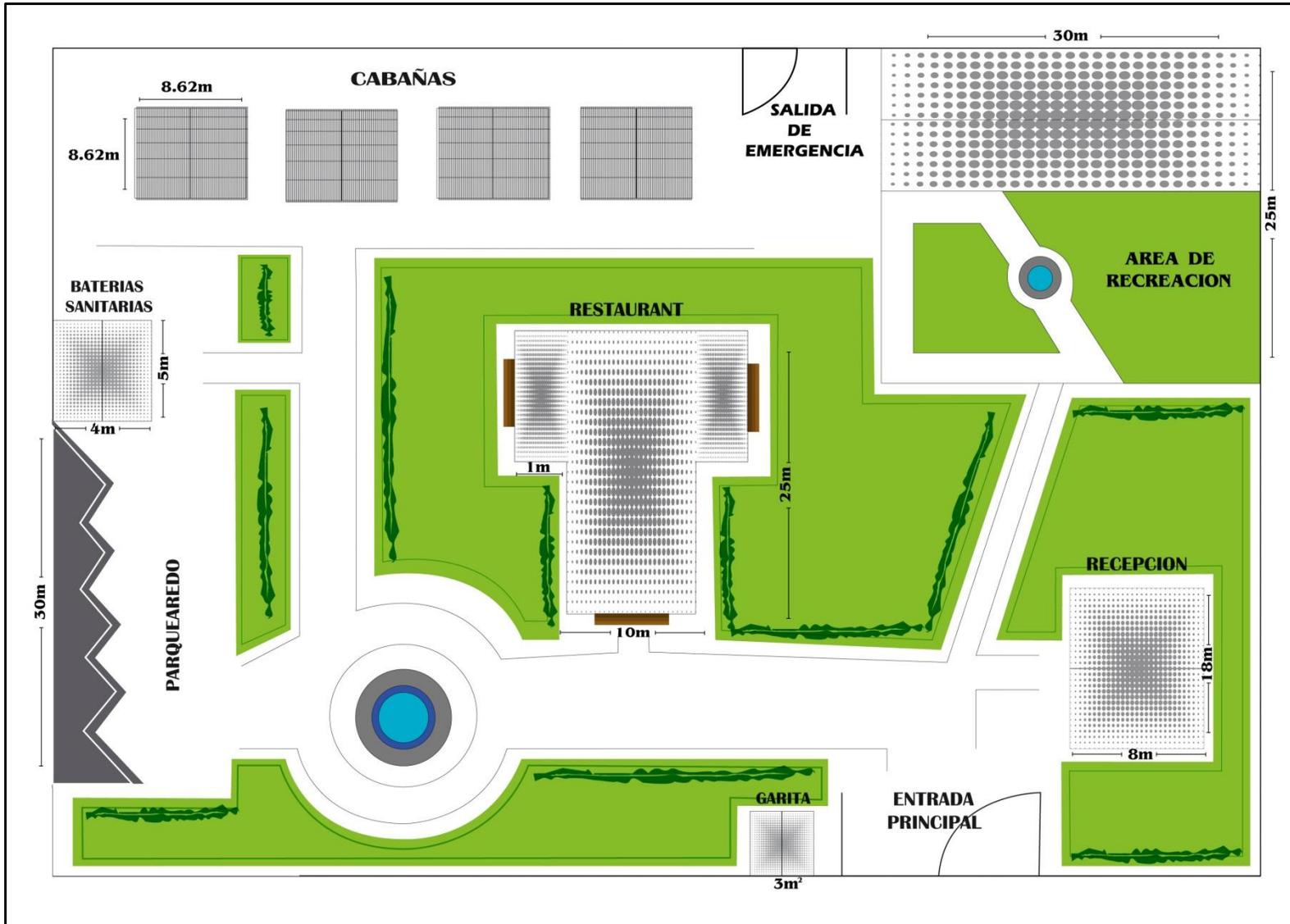
Elaborado por: Miriam Bagua

Al realizar la suma se puede establecer las comparaciones cuantitativas y se obtuvo una calificación de:

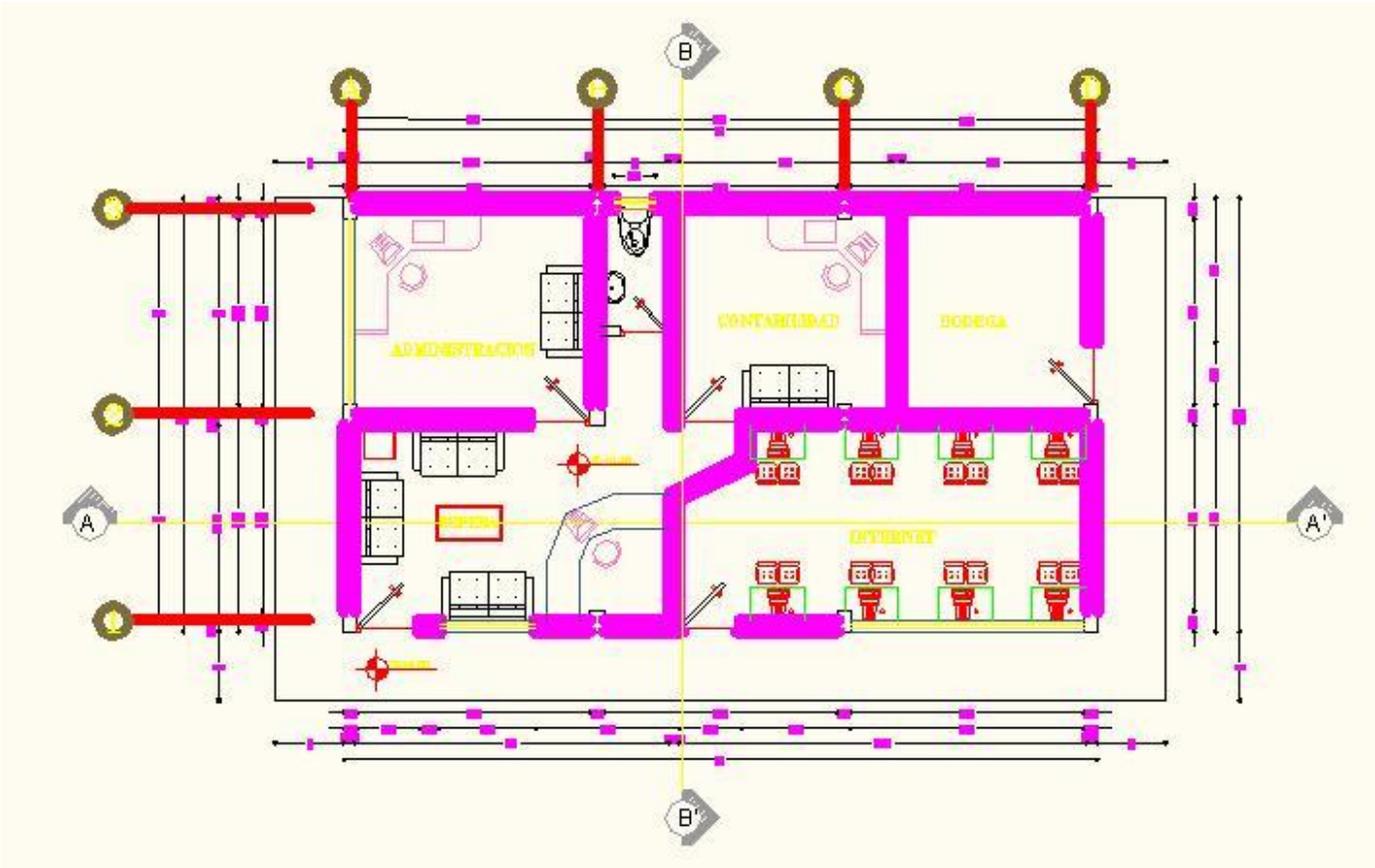
Puntuación Total	Ubicación
70 (56 – 75)	Bueno

2.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

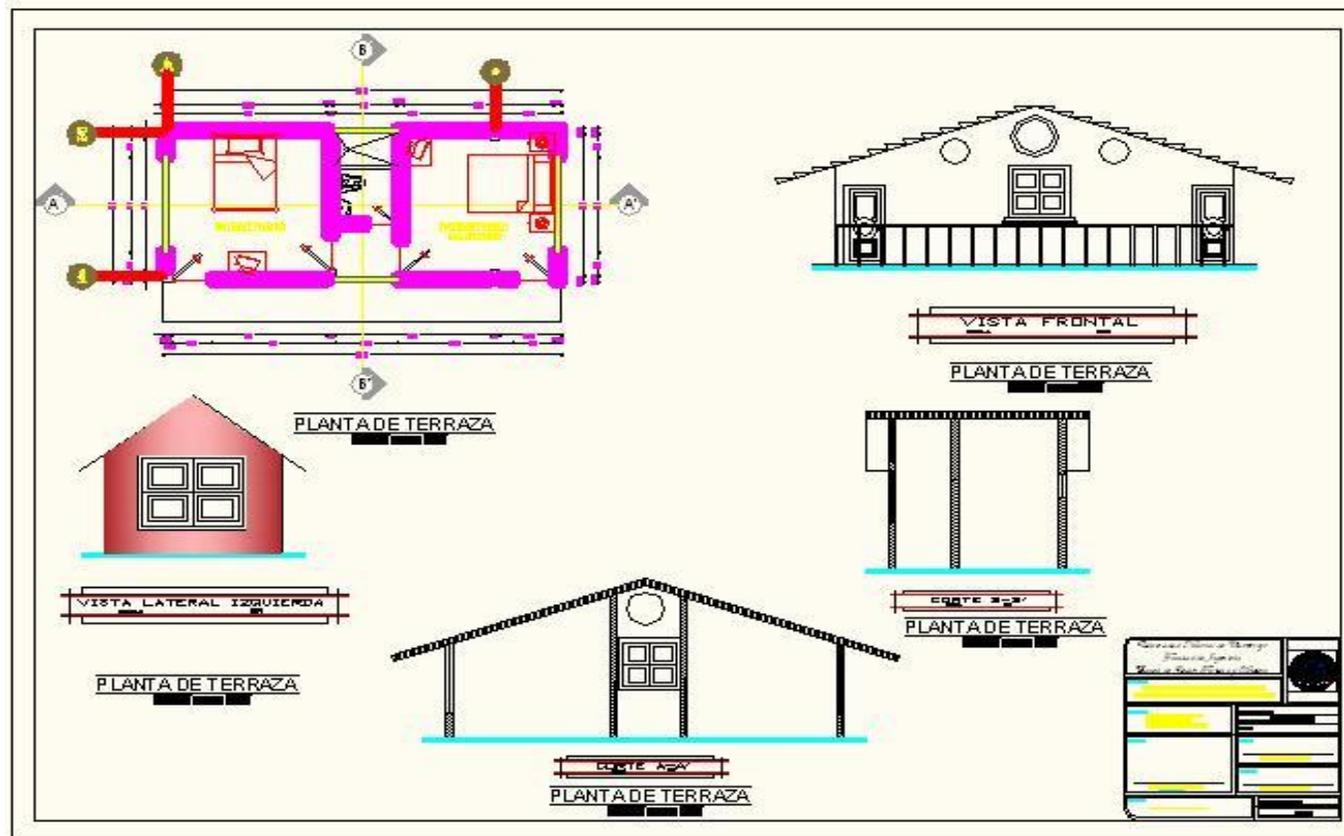
El estudio de Ingeniería para la creación de la hostería se constituirá de la siguiente manera:



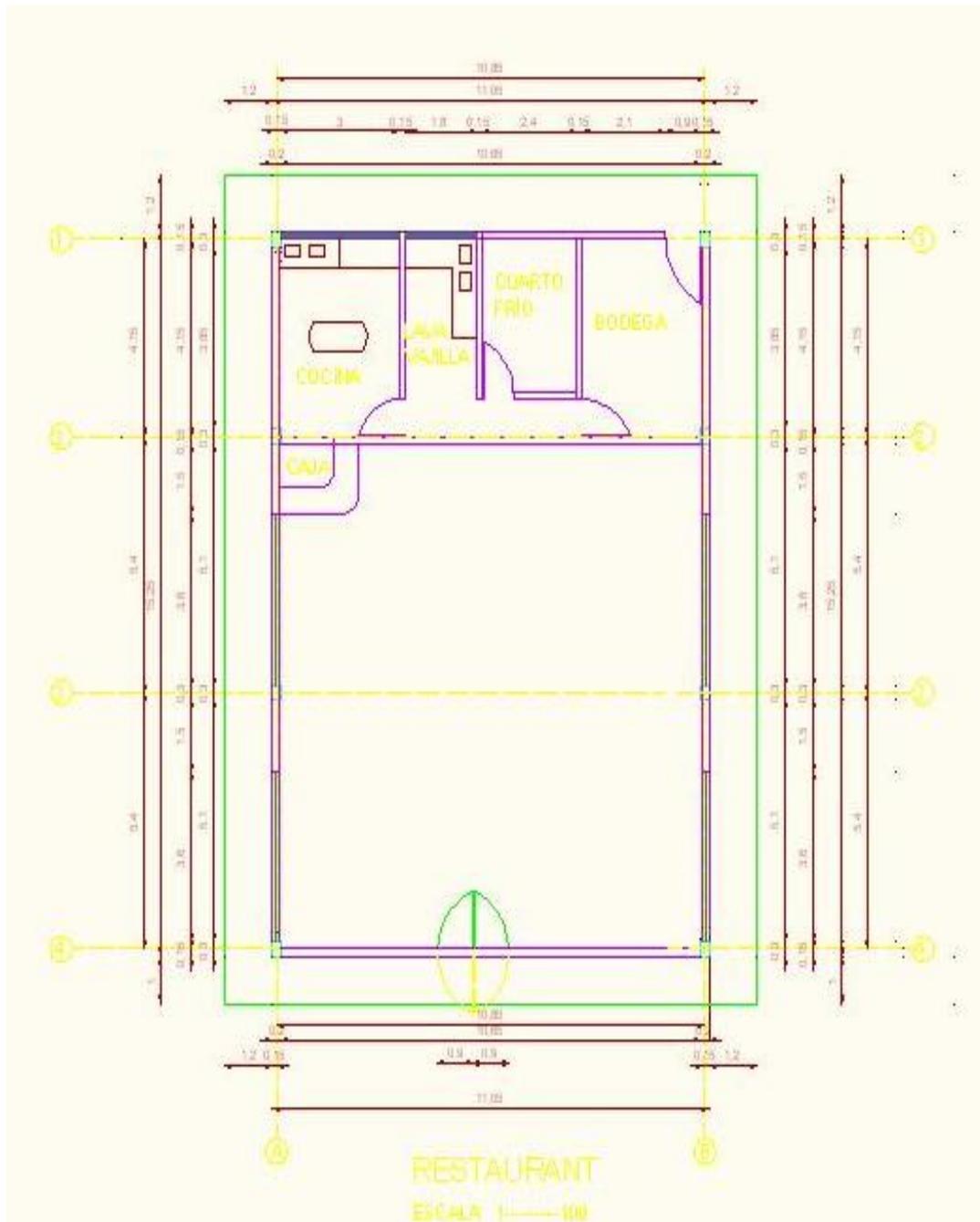
1. Área Administrativa



2. Área de alojamiento



3. Área de restaurante



b. Obras civiles e infraestructura de la Hostería “Kulta Cocha”

1. Área de Recepción

El área de recepción se ubicará en el acceso número 1. Contará con un recibidor, una pequeña sala de espera, servicio higiénico, oficina de administración, de contabilidad y una bodega. También contará con una sala de internet. Esta área es la primera impresión que el turista tiene sobre el sitio, por lo que debe caracterizarse por la calidez y buen gusto en la decoración, que será alusiva al entorno. Esta área tendrá un total de 144 m².

2. Área de Restaurante y Cafetería

El área de restaurante se ubicará en las cercanías del hospedaje, formando un solo conjunto arquitectónico con las cabañas. Consiste en una edificación dividida en cocina, un lugar de lava vajillas, un cuarto frío, una bodega y el restaurante. La cual ocupará 250 m².

3. Área de Alojamiento

El área de alojamiento será de dos habitaciones, con dos, tres, cuatro y cinco plazas respectivamente. El acceso a las cabañas será por un sendero de piedra. Cada cabaña tendrá 34.48 m².

El concepto básico consiste en brindar la mayor comodidad y confort en medio de un ambiente natural. Cada habitación estará equipada con un closet y un velador con una lámpara de noche.

**CUADRO N° 37
DISTRIBUCIÓN DE PLAZAS POR CABAÑA**

N°	TIPO	PLAZA / HABITACIÓN	TOTAL PLAZA
1	Cabaña de 4 habitaciones dobles	2	8
1	Cabaña de 4 habitaciones triples	3	12
1	Cabaña de 4 habitaciones cuádruples	4	16
1	Cabaña de 4 habitaciones quintuples	5	20
TOTAL			56

Fuente y elaborado por: Miriam Bagua

4. Área de Recreación

El área de recreación estará compuesta por una piscina. Próximo de este tendremos una sauna, turco, hidromasaje, una polar y los vestidores.

5. Parqueadero

El parqueadero ocupara una superficie de 30 m, la cual estará ubicada en un extremo de la Hostería.

c. Proceso de Servicios

La Hostería brindara servicios de hospedaje, alimentación y recreación.

La creación de la hostería es con el fin de brindar un sitio de alojamiento para los turistas nacionales y extranjeros que visiten el cantón Colta proporcionando un servicio de calidad y satisfaciendo las necesidades del cliente.

GRÁFICO N° 22
FLUJOGRAMA GENERAL DE PRODUCCIÓN DE SERVICIOS
TURÍSTICOS



GRÁFICO N° 23
SERVICIO DE ALOJAMIENTO

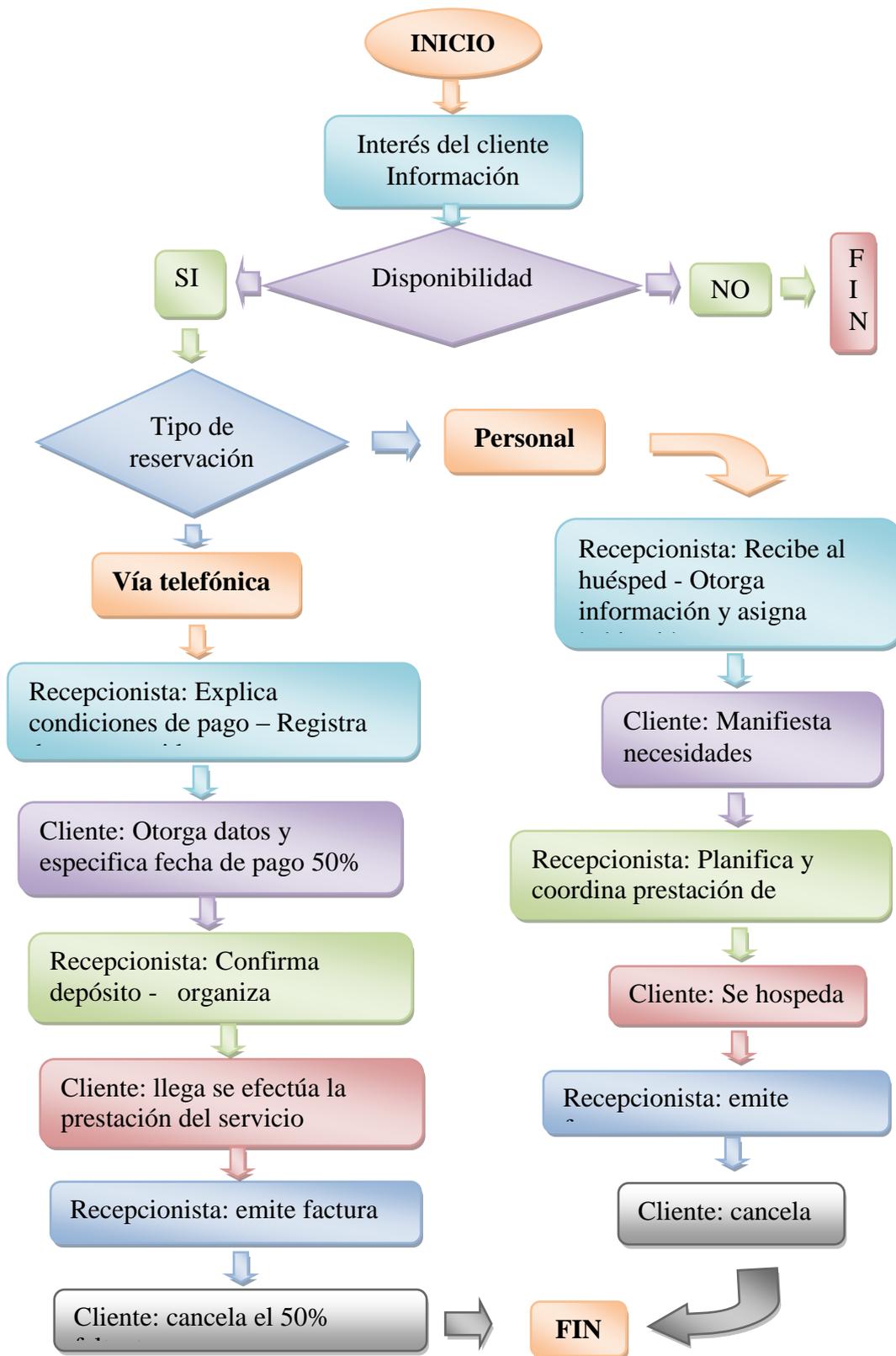
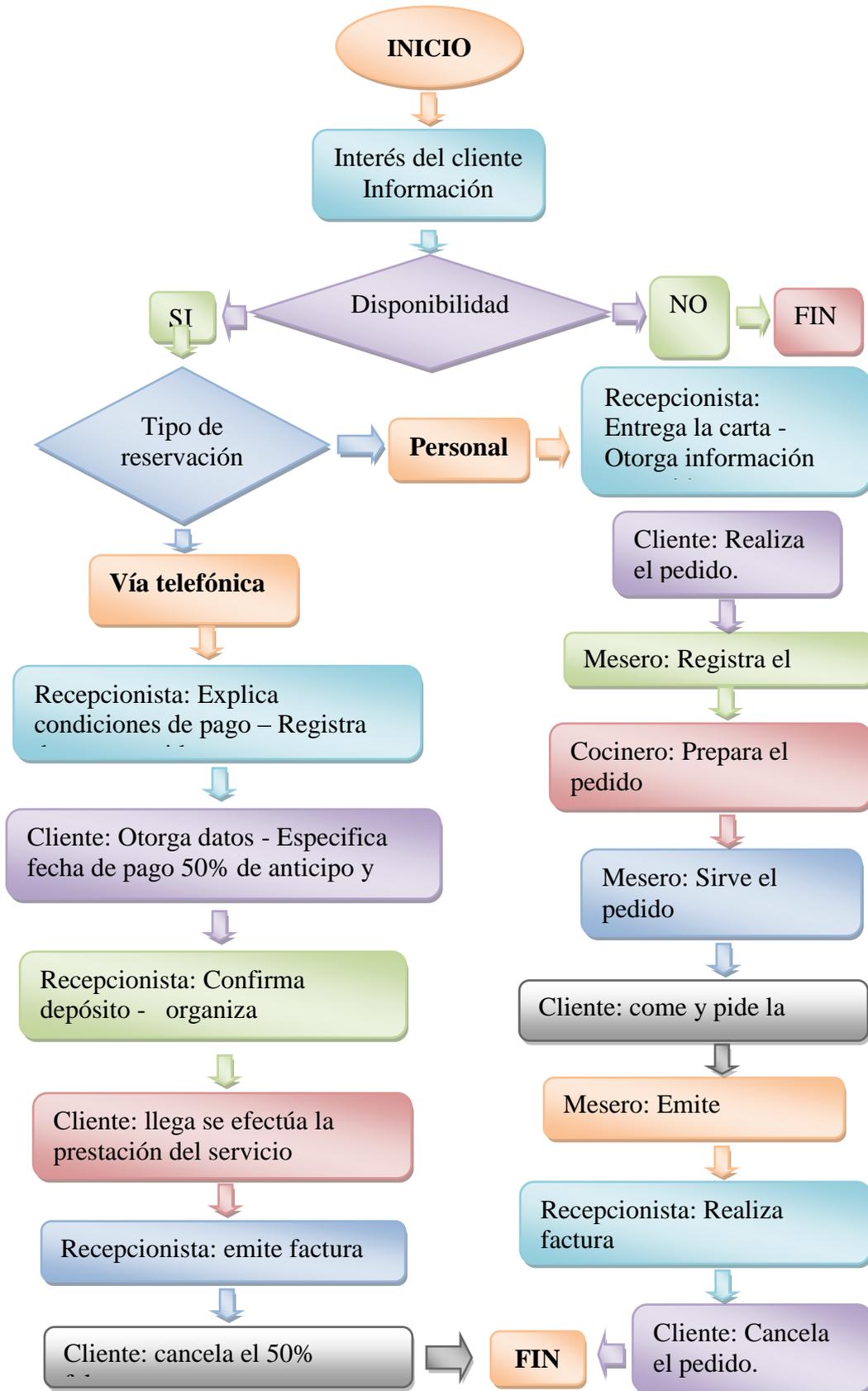
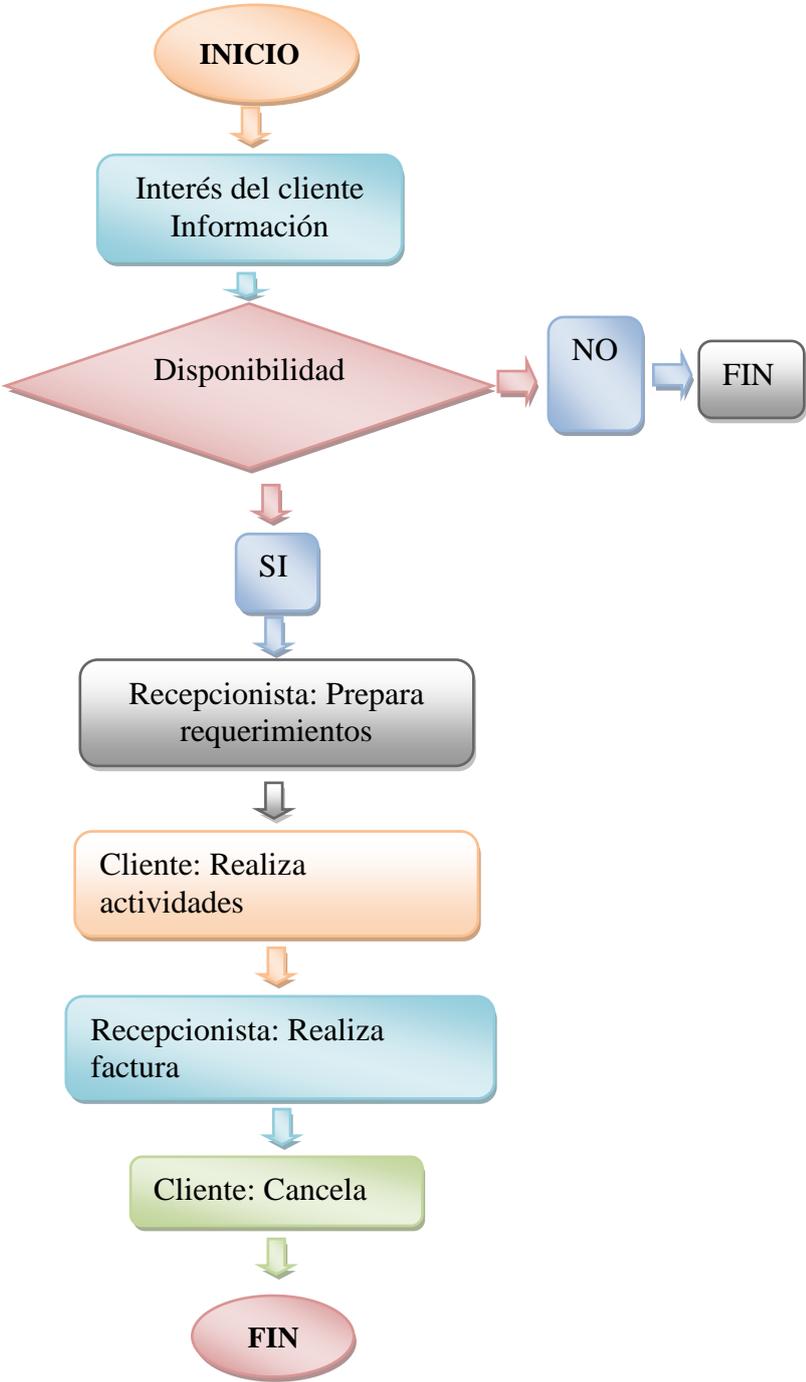


GRÁFICO N° 24
SERVICIO DE ALIMENTACIÓN



**GRÁFICO N° 25
SERVICIO DE RECREACIÓN**



d. Requerimiento de Recursos Humanos

Se requiere contratar a 9 empleados para atender a 233 turistas por mes, cada empleado trabajará un promedio de 40 horas semanales.

CUADRO N° 38
RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA

REQUERIMIENTOS	2011	2012	2013	2014	2015
Demanda de turistas	2800	2941	3088	3242	3404
Número de turistas / mes	233	245	257	270	284
Personal administrativo	1	1	1	1	1
Personal técnico	1	1	1	1	1
Personal de servicios	2	2	3	3	3
Personal de alimentación	3	3	3	3	3
Recepción	2	2	2	2	2
TOTAL DE PERSONAL	9	9	10	10	10

Fuente: Proyectos de inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

2.6 COSTOS DEL PROYECTO

a. Equipamiento

1. Administración

CUADRO N° 39
EQUIPAMIENTO DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora	1	450,00	450,00
Teléfono	1	20,00	20,00
Escritorio + silla	1	350,00	350,00
Sillas	3	25,00	75,00
Anaqueles	1	100,00	100,00
Papeleras	2	6,00	12,00
Escoba + recogedor	1	2,50	2,50
TOTAL			1009,50

Fuente y Elaborado por: Miriam Bagua

2. Recepción

**CUADRO N° 40
EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE RECEPCIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora	9	450,00	4050,00
Impresora	1	100,00	100,00
Teléfono	1	100,00	100,00
Sillas	2	25,00	50,00
Pichonera	1	100,00	100,00
Juego de sala	1	450,00	450,00
Anaqueles	1	100,00	100,00
Papeleras	3	6,00	18,00
Escoba + recogedor	1	2,50	2,50
TOTAL			4970,50

Fuente y Elaborado por: Miriam Bagua

3. Cabañas

**CUADRO N° 41
EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE HOSPEDAJE**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cama y colchón de 2 plazas	18	220,00	3960,00
Cama y colchón de 1 1/2 plaza	20	120,00	2400,00
Juego de sábanas 2 plazas	23	15,00	345,00
Juego de sábanas 1,5 plazas	30	12,00	360,00
Almohadas	40	2,50	100,00
Edredones	40	45,00	1800,00
Cobijas	65	7,00	455,00
Juego de toallas	50	15,00	750,00
Shampoo en sachet	100	0,15	15,00
Jabón	100	0,35	35,00
Televisión	16	100,00	1600,00
Calefones	6	248,00	1488,00
Aspiradora	1	70,00	70,00
Lavadora y secadora	1	650,00	1300,00
Teléfonos	16	15,00	240,00
Basureros	16	1,00	16,00
Escoba + recogedor	3	3,00	9,00
Espejos	16	2,00	32,00
TOTAL			14975,00

Fuente y Elaborado por: Miriam Bagua

4. Restaurante

**CUADRO N° 42
EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE RESTAURACIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Refrigeradora	1	280,00	280,00
Frigorífico	1	350,00	350,00
Cocina industrial + gas	1	600,00	600,00
Anaqueles	2	100,00	200,00
Batidora	1	38,00	38,00
Licuada	2	25,00	50,00
Repisa	1	110,00	110,00
Microonda	1	80,00	80,00
Juego de ollas	2	82,50	165,00
Juego de sartenes	1	45,00	45,00
Set de cuchillos	1	120,00	120,00
Set de reposteros	3	18,00	54,00
Fuentes	4	12,00	48,00
Jarras	4	9,00	36,00
Cucharones para servir	6	3,00	18,00
Escoba + recogedor	3	2,50	7,50
Basureros	4	5,00	20,00
Fregador	2	2,00	4,00
COMEDOR			
Juego de comedor	8	180,00	1440,00
Manteles	10	5,00	50,00
Servilletas de tela	96	0,50	48,00
Vajillas 8 pzs.	10	45,00	450,00
Juego de cubiertos	10	20,00	200,00
Juego de vasos grandes	10	15,00	150,00
Juego de copas de vino	10	20,00	200,00
Bar	1	400,00	400,00
Fuentes para servir	3	18,00	54,00
TOTAL			5217,50

Fuente y Elaborado por: Miriam Bagua

5. Recreación

CUADRO N° 43
EQUIPAMIENTO DEL ÁREA DE RECREACIÓN

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Malla limpiadora	1	15,00	15,00
Aspiradora de agua	1	60,00	60,00
Tanque de gas	10	5,00	50,00
Mangueras	1	30,00	30,00
Bomba de agua	1	65,00	65,00
Sillas	5	8,00	40,00
Anaqueles	1	95,00	95,00
Butacas	3	40,00	120,00
Canastillas	20	3,00	60,00
Reverberos	1	25,00	25,00
Juego de toallas	5	20,00	100,00
Escoba + recogedor	1	2,50	2,50
Fregador	1	2,00	2,00
Equipo de sonido	1	250,00	250,00
Basureros	5	5,00	25,00
Papelera	1	6,00	6,00
TOTAL			945,50

Fuente y Elaborado por: Miriam Bagua

2.7 ESTUDIO DE IMPACTO AMBIENTAL

Mediante la aplicación de la matriz de Leopold se realizó la evaluación de impacto ambiental con el fin de determinar las acciones o actividades a implementarse a razón de ese presente proyecto.

a. Área a evaluar

El área total directa a ser evaluada consiste en 10.000 m² respectivamente, que forman parte de la comunidad Majipamba cuyas características se encuentran descritas en el estudio de potencialidad del presente proyecto.

b. Elaboración de la matriz de Leopold

Como primer paso, utilizando la lista de verificación sugerida por el método se procedió a determinar 10 de las acciones que ejercerá el proyecto sobre el área, así como también se identificaron los 14 elementos o componentes que pueden ser afectados con cualquier tipo de las acciones anteriores.

Para determinar la relación de causalidad entre las acciones y los factores ambientales a cada fila (componente ambiental) de la matriz se confrontó con cada una de las columnas (acciones), y tras este respectivo análisis trazando una línea en la celdilla se identificó un total de 54 interacciones.

Después se procede a la evaluación individual, asignando los valores de magnitud e importancia junto con el signo + (positivo) o – (negativo). Se utilizó la escala del 1 al 10 y parámetros de calificación propuesta por Leopold:

CUADRO N° 44
PARÁMETROS DE EVALUACIÓN AMBIENTAL MATRIZ DE LEOPOLD

MAGNITUD			IMPORTANCIA		
Calificación	Intensidad	Afectación	Calificación	Duración	Influencia
1	Baja	Baja	1	Temporal	Puntual
2	Baja	Media	2	Media	Puntual
3	Baja	Alta	3	Permanente	Puntual
4	Media	Baja	4	Temporal	Local
5	Media	Media	5	Media	Local
6	Media	Alta	6	Permanente	Local
7	Alta	Baja	7	Temporal	Regional
8	Alta	Media	8	Media	Regional
9	Alta	Alta	9	Permanente	Regional
10	Muy Alta	Alta	10	Permanente	Nacional

Fuente: ENTRIX, 2005

Elaborado por: Miriam Bagua

Seguidamente para determinar la agregación de resultados del valor que causó mayor impacto en el ambiente, y si éste fue positivo o negativo, se procedió de la siguiente manera: se multiplica el valor de la magnitud con el de la importancia de cada celda y se sumó algebraicamente tanto vertical como horizontalmente. Finalmente para obtener el porcentaje de afectación al medio de cada acción y componente ambiental se procede a plantar una regla de tres simple tomando como referencia que el 100% será el valor máximo de afectación al medio de las acciones y componentes (multiplicación del total de interacciones de cada fila y columna por 100 que en este caso es el valor de cada celda, puesto que el valor máximo de la importancia y de la magnitud es +/-10), de esta manera se encontró el porcentaje de afectación al medio para cada valor de agregación de resultados (multiplicación de la magnitud con la importancia y adición algebraica de estos resultados).

El máximo valor de afectación al medio es de 8600 unidades (total de interacciones de la matriz 86 multiplicado por +/-100 unidades) cuando todos los impactos presenten las características más adversas (-) o beneficiosas (+), de esta manera el valor resultante para el desarrollo del proyecto es de + 668 que representa un impacto porcentual positivo de +12,4 %.

**CUADRO N° 45
MATRIZ DE LEOPOLD**

ACCIONES ELEMENTOS		Transformación del terreno y construcciones		Procesamiento hotelero			Modificación del terreno	Renovación de recursos		Capacitación		Afectaciones positivas	Afectaciones negativas	Total de afectaciones	Valor de cada escala	Valor máximo de afectación al medio	Agregación de resultados	Porcentaje de afectación al medio
		Construcción de la planta e instalaciones turísticas	Instalación del área de recreación	Agricultura demostrativa y siembra de árboles nativos	Exhibición de artesanías locales	Actividades turísticas (hospedaje y alimentación)	Paisajismo	Aplicación de abono orgánico	Reciclaje de residuos	Capacitación al personal	Talleres con la localidad							
Tierra	Suelo	-2/3	-1/3	+2/3			+5/3		+4/8			4	2	6	100	600	+48	8,0
Procesos	Erosión	-1/1	-1/1	+2/4			+4/2	+4/2		+3/4		4	2	6	100	600	+34	5,7
	Productos agrícolas			+4/4		+5/3		+4/6	+6/6	+2/5		5	0	5	100	500	+101	20,2
Flora	Arboles			+3/3			+3/2					2	0	2	100	200	+15	7,5
	Arbustos			+3/3			+3/4					2	0	2	100	200	+21	10,5
	Hierbas	+1/2	+1/2	+2/2								3	0	3	100	300	+8	2,7
	Cosechas			+3/2				+5/4				2	0	2	100	200	+26	13,0
Fauna	Pájaros			+3/3								1	0	1	100	100	+9	9,0
Turismo	Turismo	+8/3	+3/3	+3/3	+3/3	+8/4	+5/3			+3/4	+5/3	8	0	8	100	800	+125	15,6
Interés estético y escénico	Vistas escénicas	+6/3	+3/3	+2/3	+2/3		+5/8		+9/9			6	0	6	100	600	+160	26,7
	Fauna doméstica			+2/2								1	0	1	100	100	+4	4,0
Nivel cultural	Estilo de vida				+3/2			+3/4	+3/4			3	0	3	100	300	+30	10,0
	Salud y seguridad			+2/1				+2/1	+3/1			3	0	3	100	300	+7	2,3
	Empleo	+6/1	+2/1	+2/2	+1/1	+8/8		+3/1				6	0	6	100	600	+80	13,3
Afectaciones positivas		4	4	13	4	3	6	7	5	1	3							
Afectaciones negativas		2	2	0	0	0	0	0	0	0	0							
Total de afectaciones		6	6	13	4	3	6	7	5	1	3			54				
Valor de cada escala		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100							
Valor máximo de afectación al medio		600	600	1300	400	300	600	700	500	100	300				5400			
Agregación de resultados		+43	+18	+83	+22	+111	+96	+69	+164	+12	+37						+668	
Porcentaje de afectación al medio		7,2	3,0	6,4	5,5	37,0	16,0	9,9	32,8	12,0	12,3							12,4

Elaborado por: Miriam Bagua

c. Jerarquización y representación de los porcentajes de afectación al medio

El valor porcentual fue representado en los siguientes rangos de significación.

CUADRO N° 46
RANGO DEL PORCENTAJE DE AFECTACIÓN

RANGO	PORCENTAJE DE AFECTACIÓN
80 - 100	(+) Muy significativo
60 - 80	(+) Significativo
40 - 60	(+) Medianamente significativo
20 - 40	(+) Poco significativo
0 - 20	(+) No significativo
0 - 20	(-) No significativo
20 - 40	(-) Poco significativo
40 - 60	(-) Medianamente significativo
60 - 80	(-) Significativo
80 - 100	(-) Muy significativo

Fuente:ENTRIX, 2005

Elaborado por: Miriam Bagua

1. Acciones del proyecto

Las acciones a ejecutarse en el proyecto son positivas y afectarán en el siguiente porcentaje:

Actividades turísticas (hospedaje y alimentación) con un valor de 37%; el reciclaje de residuos en un 32.8%; el paisajismo 16.8%; talleres con la localidad 12.3%; capacitación al personal 12%, construcción de la planta e instalaciones turísticas 7.2%; aplicación de abono orgánico 9.9%; exhibición de artesanías locales 5.5%; realización de agricultura demostrativa y siembra de árboles nativos 6.4% e instalación del área de recreación 3%.

CUADRO N° 47
PORCENTAJE DE AFECTACIÓN AL MEDIO PRODUCIDO POR LAS
ACCIONES DEL PROYECTO

Rango	Acciones	Afectación al medio por acción %	Valor
20 - 40	Actividades turísticas (hospedaje y alimentación)	37	(+)poco significativo
0 - 20	Reciclaje de residuos	32,8	(+)no significativo
0 - 20	El paisajismo	16	(+)no significativo
0 - 20	Talleres con la localidad	12,3	(+)no significativo
0 - 20	Capacitación al personal	12	(+)no significativo
0 - 20	Construcción de la planta e instalaciones turísticas	7,2	(+)no significativo
0 - 20	Aplicación de abono orgánico	9,9	(+)no significativo
0 - 20	Exhibición de artesanías locales	5,5	(+)no significativo
0 - 20	Agricultura demostrativa y siembra de árboles nativos	6,4	(+)no significativo
0 - 20	Instalación del área de recreación	3	(+)no significativo

Fuente:Matriz de Leopold, cuadro N° 48.

Elaborado por: Miriam Bagua

2. Componentes o factores ambientales

Los componentes ambientales serán afectados positivamente en los siguientes porcentajes: vistas escénicas 26.7%; productos agrícolas 20.2%; turismo 15.6%; arbustos 10.5%; árboles 7.5%; empleo 13.3%; Suelos 8%; estilos de vida 10%, fauna doméstica 4%; cosechas 13%; hierbas 2.7%; salud y seguridad 2.3%; pájaros 9% y erosión 5.7%.

CUADRO N° 48
AFECCIÓN AL MEDIO EN PORCENTAJES POR FACTOR
AMBIENTAL

Rango	Factores Ambientales	Afectación al factor ambiental %	Valor
20 - 40	Vistas escénicas	26,7	(+)poco significativo
0 - 20	Productos agrícolas	20,2	(+)no significativo
0 - 20	Turismo	15,6	(+)no significativo
0 - 20	Arbustos	10,5	(+)no significativo
0 - 20	Arboles	7,5	(+)no significativo
0 - 20	Empleo	13,3	(+)no significativo
0 - 20	Suelo	8	(+)no significativo
0 - 20	Fauna doméstica	4	(+)no significativo
0 - 20	Estilo de vida	10	(+)no significativo
0 - 20	Cosechas	13	(+)no significativo
0 - 20	Hierbas	2,7	(+)no significativo
0 - 20	Salud y seguridad	2,3	(+)no significativo
0 - 20	Pájaros	9	(+)no significativo
0 - 20	Erosión	5,7	(+)no significativo

Fuente:Matriz de Leopold, cuadro N° 48.

Elaborado por: Miriam Bagua

d. Interpretación de resultados

Teniendo en cuenta que siempre es preferible evitar el impacto a que corregirlo se realizó el análisis de cada uno de los porcentajes más representativos de la matriz de Leopold, con la finalidad de rescatar las ventajas y analizar las principales razones de la afectación de las acciones en los componentes ambiental y de esta manera plantar las respectivas medidas de mitigación, compensación, o correctoras según sea el caso.

a. Análisis de la afectación de los componentes ambientales

1) Vista escénica

Este elemento ambiental será afectado positivamente en un 26.7% debido a que las construcciones se realizarán utilizando materiales amigables con el ambiente.

Por otro lado se pretende demostrar que no siempre es necesaria una inversión exorbitante, para mantener un adecuado cuidado de los animales domésticos y brindar una agradable imagen aplicando la limpieza y orden.

Con el pasar de los años nos damos cuenta que algunas plantas nativas de la localidad han sido reemplazadas por eucalipto (*Eucalyptus globulus*) y pino (*Pinus radiata*) en la mayoría de los casos, por ellos se pretende sembrar plantas como cortinas de viento o con fines ornamentales de la zona si bien es cierto se realizará a pequeña escala pero se aspira a que sea un ejemplo en la comunidad. Otra acción importante para que beneficiara positivamente es el reciclaje de basura.

Este factor será afectado negativamente por un corto período de tiempo, a causa de la introducción de materiales maquinaria y equipo, para lo cual se plantea realizar limpiezas diarias y organización de los equipos antes durante y después de la culminación de la construcción. Además es necesario retirar el material sobrante a un lugar en donde no perjudique la armonía con el entorno.

2) Productos agrícolas

Este factor se verá afectado positivamente por las siguientes razones:

Se pretende incentivar la utilización de abono orgánico y la reintroducción de plantas nativas en la localidad disminuyendo paulatinamente excesiva utilización de químicos en las cosechas.

Para la prestación de servicios, específicamente para el de alimentación se requiere de adquisición de productos orgánicos cuyo proveedor principal en este caso será la localidad.

3) Turismo

Este elemento ambiental será afectado en diferentes etapas conforme avance el proceso de posicionamiento en el mercado de la hostería. En este sentido con la llegada de turistas a la comunidad se dará a conocer turísticamente lo cual ayudará en la dinamización de la economía local, estas afluencias de visitantes hará que la gente emprenda nuevas empresas turísticas comunitarias. Siendo muy

conscientes de que la incorporación de una empresa turística en la localidad implica la adquisición de derechos y obligaciones se buscará el beneficio mutuo con a través de la gestión de obras u otros servicios que se requieran.

La capacitación al personal será una acción clave dentro del proyecto, junto con planificación detallada de capacitación por parte del personal de la empresa a la gente de la localidad, en temas que ellos creyeran convenientes con respecto al desarrollo turístico.

Los problemas que se puedan suscitar serán resueltos mediando conflictos a través del diálogo.

4) Arbustos

Como se mencionó anteriormente la siembra tanto de árboles como de arbustos se realizará a pequeña escala, pero se espera por un lado llegar a los turistas con el mensaje de conservación de plantas nativas y en general del medio ambiente y por otro lado se espera incentivar a los pobladores a la siembra de árboles y arbustos nativos.

5) Árboles

Este componente ambiental será afectado positivamente en un porcentaje de 7.5%, puesto que se sembrarán árboles nativos los mismos que mantienen los nutrientes del suelo y brindan un paisaje diferente.

6) Empleo

Efectivamente este factor será el que más beneficie a la localidad pues se pretende que el personal que labore en la hostería sea quienes forman parte de la comunidad. Todas las acciones del proyecto generan fuentes temporales o permanentes de empleo.

7) Suelo

Lamentablemente aún existen turistas que no se enmarcan dentro de los “turistas responsables”, y por esta razón arrojan basura o desperdicios, perturban a los

animales, arrancan las flores, etc. La medida correctiva es que se plantela concientización inicial por parte de la persona encargada de realizar la guía, el mismo que será el encargado de concienciar a los turistas y explicarles las normas de comportamiento, siempre y cuando no se torne ante el turista como una prohibición, es decir el guía no debe utilizar la palabra “no arrojar basura”, por ejemplo, debe transformar estas prohibiciones en forma positiva por ejemplo “coloque la basura en una funda”, aparentemente y de hecho las dos frases expresan el mismo significado, pero el efecto es posterior, pues el turista de esta manera no se sentirá amonestado sino más bien lo tomará a manera de consejo, son detalles aparentemente imperceptibles pero marcan la diferencia en cualquier circunstancia.

8) Estilos de vida

Esta acción la tomamos como negativa para el componente patrones culturales debido a que con la llegada de turistas, llegan con ellos las nuevas “tendencias o modas”, que para la gente de la comunidad especialmente para la juventud se convertirá en una especie de influencia. Por ello se pretende realizar talleres de capacitación con la población local y especialmente con la juventud.

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

3.1 OBJETIVO

Efectuar el estudio organizacional y legal para organizar la Hostería “Kulta Cocha”, en el cantón Colta.

3.2 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

El proceso administrativo consta de:

- Planeación
- Organización
- Dirección
- Control

En nuestro proyecto se tendrán en cuenta todos estos componentes para alcanzar los objetivos propuestos por la empresa.

a. Organización

En lo que se refiere a la organización se debe tener en cuenta que debemos hacer un ordenamiento de los recursos humanos de nuestra empresa, además debemos establecer las responsabilidades de cada uno de acuerdo a la función que desempeñen dentro de la misma.

b. Criterio de ordenamiento de recursos

Para realizar el ordenamiento de recursos tendremos en cuenta los siguientes criterios:

1. Espacio.-A cada persona se le asignará un lugar en la empresa donde desempeñará sus funciones.
2. Tiempo.-Se realizará un cronograma de actividades para cada persona que trabaje en el proyecto.
3. Dinero.-Se hará un programa para obtener una distribución equitativa que permita el rendimiento posible.
4. Personas.-A cada persona que trabaje en nuestro proyecto se le va asignar las funciones de su cargo que se le darán a conocer el momento en que firme el contrato.

c. Departamentalización

Cada departamento en nuestro proyecto tendrá un ejecutivo el cual direccionará el departamento, al inicio se tratará de agrupar al personal en áreas que tengan un común propósito, ya que se requiere una asignación de presupuesto para el mantenimiento de los departamentos en cuanto a sueldos.

d. Criterios para la departamentalización

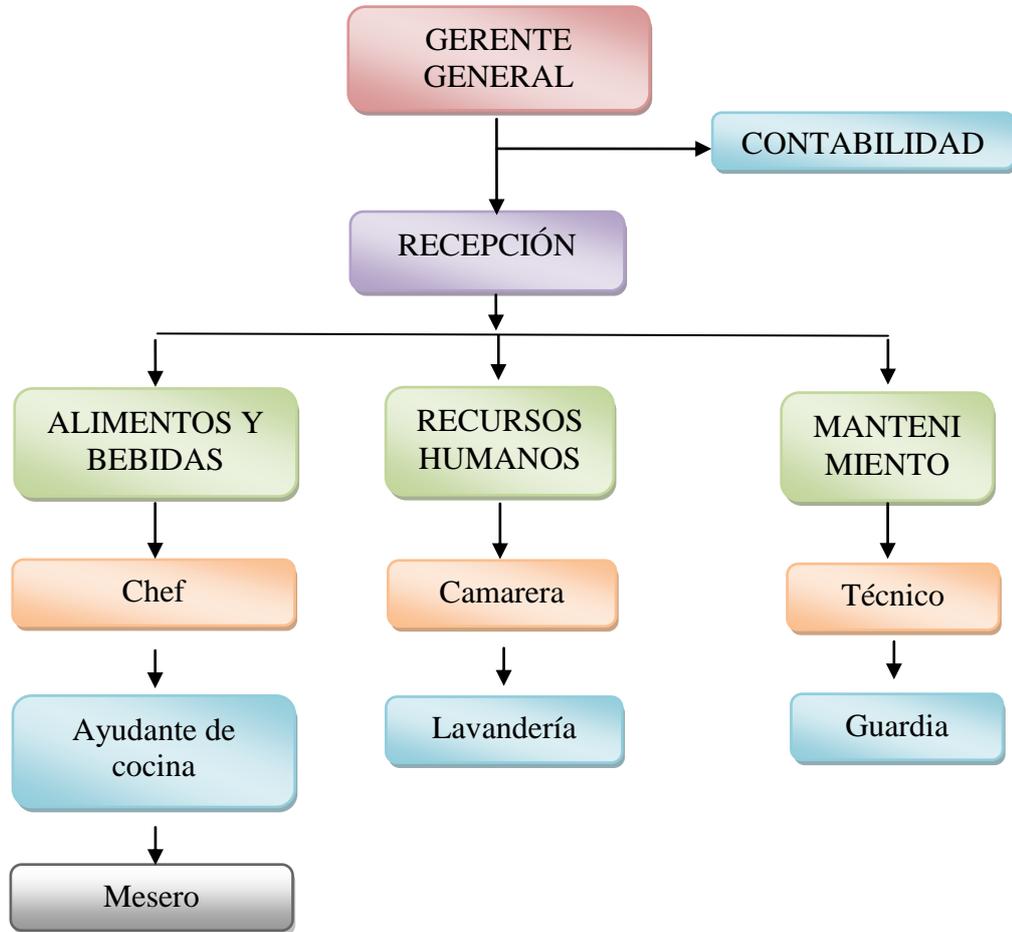
Tendremos en cuenta los criterios que nos ayudarán a una correcta departamentalización dentro de nuestro proyecto. Estos criterios son los siguientes:

1. Criterio Funcional: Organizaremos los departamentos de nuestro proyecto de acuerdo a los fines que persigue la empresa y así tendremos también que designar un presupuesto a cada uno de ellos. Se distribuirá el trabajo y las obligaciones de cada una de las personas que trabajen en la hostería teniendo en cuenta que cada persona tendrá un espacio dentro de la empresa y acatará las órdenes de un solo jefe.
2. Criterio Territorial: En nuestro caso este criterio no tiene aceptación por el momento ya que solo va a existir una matriz de la hostería que va a estar ubicada como ya lo dijimos frente a la laguna de Colta, pero se debe tomar en cuenta que si deseamos crecer se hará un nuevo proyecto para ampliar sucursales en otros lugares.

e. Organigrama:

El siguiente es un organigrama estructural que muestra la jerarquización de los departamentos con los que consta nuestro proyecto.

**GRÁFICO N° 26
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



f. Organigrama Funcional del personal de la Hostería “Kulta Cocha”

A continuación tenemos el organigrama funcional que se utilizara en la Hostería:

1. CARGO: GERENTE GENERAL

Naturaleza del trabajo

Es la persona responsable de planificar, organizar, dirigir, coordinar y asegurar el funcionamiento eficiente y rentable de la hostería.

Perfil profesional

- Título superior en Administración, Turismo o Ecoturismo.
- Experiencia mínima de 2 años en actividades similares.
- Tener conocimiento de Contabilidad.
- Habilidades para negociación y Relaciones Humanas.

Tareas inherentes al cargo

- Representar legal, técnica, y económicamente a la empresa.
- Dirigir y controlar la operación de la empresa.
- Elaborar y ejecutar estrategias empresariales.
- Analizar y controlar los problemas que existen en la empresa interno como externo.
- Cumplir y hacer cumplir los estatutos y las políticas de la empresa.
- Aprobar los planes y programas de desarrollo.
- Reclutar y supervisar el desempeño del personal.
- Capacitar y formar al personal.
- Preparar el plan operativo anual.
- Fijar sueldos, salarios y horarios de trabajo.
- Tomar decisiones de carácter administrativo y económico de la empresa.
- Reunirse con los jefes departamentales.
- Suscribir los documentos que le permita la ley.
- Mantener relaciones públicas con instituciones del ramo.

2. CARGO: RECEPCIONISTA

Perfil profesional

- Suficiencia en el idioma Inglés y Francés
- Ingeniera en Administración Turística y Hotelera
- Experiencia mínima de 2 años
- Tener buenas relaciones humanas

Tareas inherentes al cargo

- Brindar información sobre los servicios que ofrece la Hostería “Kulta Cocha”.
- Atender al cliente cortés y amablemente.
- Brindar la atención, recibimiento y la bienvenida al cliente.
- Atender las quejas del cliente durante su estancia.
- Realizar la redacción de documentos y oficios.
- Recepción y control de comunicaciones internas y externas.
- Dar información a Gerencia de lo que suceda en la Hostería.
- Realizar el manejo de caja chica.
- Cumplir a cabalidad otras funciones que se le asigne.
- Revisar que no existan reservaciones duplicadas.

3. CARGO: GERENTE DE OPERACIONES

Naturaleza del trabajo

Su función consiste en administrar en un sentido dinámico.

Este mando toma decisiones y tiene autoridad, su capacidad de comunicarse con el recurso humano y de manejar las relaciones públicas lo distinguen.

Tareas inherentes al cargo

- Controla la calidad de los servicios que se prestan y si están en concordancia con la categoría del establecimiento. Analiza el funcionamiento correcto de la cafetería.
- Establecer las políticas adecuadas en cuanto a relaciones exteriores, acercando su oferta de servicio a nuevos puntos de demanda.
- Recibir personalmente a los clientes que son importantes para el establecimiento.
- Llevar a cabo la preparación, realización y seguimiento del plan comercial anual (publicidad, promoción y relaciones públicas).
- Promover y hacer cumplir las leyes y normativas internas establecidas.
- Realizar los horarios del personal.
- Mantener conversaciones individuales con todo el personal.

4. CARGO: CONTADOR

Naturaleza de trabajo

Es la persona responsable de manejar todo lo referente al ingreso y egreso del dinero, trabaja conjuntamente con el administrador, para de esta manera tomar decisiones del buen manejo de la hostería.

Perfil profesional

- Contador Público Autorizado o Licenciado en Contabilidad Pública y Auditoría.
- Ser residente de la zona.
- Experiencia mínima de un año en actividades similares.
- Conocimientos actualizados de programas contables informáticos.
- Amplio conocimiento de la Ley de Régimen Tributario.
- Habilidad para las Relaciones Humanas.

Tareas inherentes al cargo

- Llevar el control de todos los ingresos y gastos de la empresa.
- Elaborar los libros contables.
- Formular declaraciones fiscales.
- Realiza conciliaciones bancarias.
- Elaborar las planillas de pago de sueldos y salarios al personal.
- Elaborar las planillas de beneficios sociales.
- Ordenar, clasificar y archivar comprobantes de ingreso y gastos.
- Presentar informes contables al Jefe Administrativo.
- Ayuda en la preparación de presupuestos.

5. CARGO: CHEF

Naturaleza del trabajo

Es el alma de la cocina y responsable de la elaboración de las comidas en cuanto a calidad y tiempo de preparación.

Perfil profesional

- Tener un título superior en gastronomía con especialización en cocina internacional.
- Experiencia mínima de 2 años en actividades similares.
- Amplia capacidad para las Relaciones Humanas.

Tareas inherentes al cargo

- Planifica el menú que se servirá en un día determinado.
- Elabora el presupuesto semanal para el menú.
- Prepara los platos que se sirven en el restaurante y cuida de su buena presencia.
- Hace el pedido de los productos necesarios para la preparación del menú.
- Supervisa el desempeño del personal bajo su mando.
- Controla el stock de la alacena y el frigorífico.

6. CARGO: AYUDANTE DE COCINA

Naturaleza del trabajo

Asiste al Chef en el proceso de preparación de alimentos.

Perfil profesional

- Haber completado la instrucción primaria.
- Ser residente de la zona.
- Experiencia previa en un trabajo similar.
- Alto espíritu de responsabilidad y colaboración.

Tareas inherentes al cargo

- Cumplir las disposiciones del Chef.
- Lavar y pulir el menaje y la vajilla.
- Lava y prepara la ropa blanca de la cocina y el comedor.
- Cuidar de la limpieza y sanidad de la cocina.
- Controlar el abastecimiento de la despensa y del frigorífico.

7. CARGO: MESERO

Naturaleza del trabajo

Es el recurso clave en la cafetería puesto que es él quien se pone en contacto directo con los huéspedes.

Perfil profesional

- Haber completado la instrucción primaria.
- Ser residente de la zona.
- Alto espíritu de responsabilidad y colaboración.

Tareas inherentes al cargo

- Realiza la limpieza del comedor y la cafetería.
- Dispone la vajilla y cubertería sobre las mesas.
- Controla el stock de manteles y servilletas.
- Sirve alimentos y bebidas.

8. CARGO: CAMARERA

Naturaleza del trabajo

Ejecución de tareas de limpieza y preparación de materiales.

Perfil profesional

- Ser residente de la zona
- Alto sentido de responsabilidad y honradez.

Tareas inherentes al cargo

- Mantener en orden y limpias las habitaciones.
- Se encargará del lavado y planchado.
- Informar a recepción los problemas existentes en las habitaciones.
- Organizar los utensilios que se utilizan en las habitaciones para la adecuación de las mismas.
- Se encarga del cambio de ropa de las habitaciones.

- Supervisar habitaciones bloqueadas por reparación.
- Hacer un reporte si se ha encontrado algún objeto perdido.

9. CARGO: TÉCNICO

Naturaleza del trabajo

Ejecución de tareas de mantenimiento.

Perfil profesional

- Instrucción primaria.
- Ser residente de la zona.
- Experiencia previa en actividades similares.
- Amplios conocimientos técnicos.

Tareas inherentes al cargo

- Reparar los daños en las instalaciones o equipos.
- Limpiar y dar mantenimiento a las piscinas y áreas de recreación.
- Reportar a su inmediato superior sobre cualquier desperfecto en las instalaciones.
- Prevenir y corregir desperfectos en las instalaciones básicas de la hostería.
- Cuidar de la conservación del mobiliario.

10. CARGO: GUARDIA

Naturaleza del trabajo

Garantiza la seguridad para los usuarios de la hostería.

Perfil profesional

- Ser residente de la zona.
- Pertenecer a una empresa de seguridad privada.
- Instrucción primaria.

Tareas inherentes al cargo

- Supervisar que los empleados y turistas cumplan con el reglamento interno.
- Formar parte de cuadrillas contra incendios.
- Proteger a cajeros.
- Prevenir el robo.
- Reportar a empleados deshonestos.
- Sugerir iluminación en algunas áreas.
- Vigilar el orden y la moralidad en la Hostería en general.
- Sustituir al tomador de tiempo cuando se ausente.
- Ejecutar medidas para prevenir el robo.

g.Pasos a seguir en la selección del personal

Este proceso consta de un conjunto de pasos desde el momento en que se detecta la necesidad de contar con un trabajador hasta conseguirlo y contratarlo. Una selección de personal será buena siempre que se haga coincidir los requerimientos del puesto con las capacidades y aptitudes de la persona que va a desempeñar el cargo. Se consideran las siguientes actividades:

1. Analizar el cargo: consiste en describir en forma detallada el cargo vacante, indicando con claridad la función que la persona va a desempeñar, cuáles serán sus tareas y responsabilidades, con quienes trabajará, cuánto se le va a pagar, entre otras consideraciones.
2. Requisitos del cargo: Se analizará las características que debe reunir el candidato como: edad, sexo, condiciones físicas, habilidades, capacitación, experiencia, etc.
3. Reclutamiento de aspirantes al cargo: Para realizar el reclutamiento de los candidatos, se publicará un anuncio en el medio más utilizado para este fin que es la prensa escrita y la radio.

4. La entrevista: Se realiza con el fin de conocer mejor al candidato y para verificar sus datos y su documentación. Básicamente la entrevista debe versar sobre:
 - ✓ Capacidad y educación
 - ✓ Experiencia laboral
 - ✓ Datos personales y familiares
 - ✓ El cargo al que aspira

5. Exámenes técnicos: Consiste en someter al candidato a una serie de pruebas relacionadas con el cargo a desempeñar, para asegurarse de los conocimientos y habilidades. Si el puesto lo requiere será conveniente evaluarlo mediante un examen psicológico, proporcionándole al especialista el perfil del trabajador deseado, para evitar problemas posteriores sobre desviaciones de conducta u otros.

6. Decisión de contrato: En base a todos los resultados de las pruebas, se estará en condiciones de tomar una decisión. Si ambas partes se ponen de acuerdo respecto a los deberes y obligaciones y a remuneraciones, se procederá a la redacción y firma del contrato.

3.3 ASPECTO LEGAL

El orden jurídico que ampara las actividades de las empresas hoteleras se remite a un amplio cuerpo legal que abarca la Constitución, Ley de Turismo, y el Reglamento General de Actividades Turísticas.

a. Constitución política de la República del Ecuador

a) Art. 66, Numeral 15: El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

b) Art. 66, Numeral 25: derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

c) Art 83, literal 6. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.

d) 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.

1) Ley de turismo

a) 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.

b) 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.

- c) 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.

- d) 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.

2) Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo

a) 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 remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

b) Del registro único de turismo

i) 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 efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título,

arrendamiento, cambio de nombre o razónsocial, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y, otros.

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

c) De la licencia única anual de funcionamiento

i) 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 los 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.

ii) Art. 56.- Derechos por 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.

iii) Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse igual al valor que se pague por Registro. En los Municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la Ordenanza correspondiente.

3) Reglamento General de actividades turísticas

a) Art. 23.- Hostería.- Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones.

b) Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios: De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción; Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción; Botiquín de primeros auxilios.

c) Art. 28.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas, deberán contar con los siguientes servicios: De recepción las veinticuatro horas del día atendido, por personal calificado. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción; Central de teléfonos para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio estará atendido por el personal de la recepción; Botiquín de primeros auxilios.

d) Art. 29.- Hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella.- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de una estrella, deberán contar con los siguientes servicios: De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes y mensajero que dependerá de la recepción; Teléfono público en la recepción; Botiquín de primeros auxilios.

e) Art. 30.- Servicios comunes en hosterías, moteles, refugios y cabañas.- Las hosterías, moteles, refugios y cabañas; cualquiera sea su categoría, deberán disponer además de servicios comunes de comedor y pisos y, en los refugios, de oxígeno y personal adiestrado para administrarlo.

b. Código del Trabajo

1. Contratación del personal

La política laboral de la empresa se referirá al Código del Trabajo. El reclutamiento del personal se realizará mediante contratos individuales, amparados por este cuerpo legal. El tipo de contrato será escrito y la forma de remuneración mediante sueldo. Se suscribirán contratos con una duración máxima de un año, los noventa días iniciales corresponden al plazo de prueba considerado en el Código de Trabajo. En los treinta días posteriores a su suscripción el contrato deberá ser registrado ante el Inspector de Trabajo de Chimborazo. El contrato deberá consignar cláusulas referentes a:

- La clase del trabajo objeto del contrato.
- La manera de ejecutarse.
- La cuantía y forma de pago de la remuneración.
- Tiempo de duración del contrato.
- Lugar en que debe ejecutarse el trabajo.
- La declaración de si se establecen o no sanciones, la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad. (Arts. 1- 21. Código del Trabajo).

2. Obligaciones del empleador

- Pagar las remuneraciones en los términos del contrato.
- Instalar los lugares de trabajo sujetándose a las órdenes sanitarias.
- Indemnizar a los trabajadores por accidentes de trabajo.
- Establecer comedores para los trabajadores.
- Llevar un registro de trabajadores.
- Proporcionar oportunamente los útiles y materiales necesarios para el trabajo.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración.
- Conferir gratuitamente al trabajador certificados de trabajo.

- Atender las reclamaciones de los trabajadores.
- Pagar al trabajador gastos de transporte, alojamiento y alimentación, cuando por razones de servicio deba viajar fuera de la ciudad.
- Suministrar, cada año, en forma gratuita un vestido adecuado para el trabajo.
- Conceder tres días de licencia en caso de fallecimiento del cónyuge o familiar cercano.
- Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Contratar un porcentaje mínimo de trabajadoras. (Art. 42. Código del Trabajo).

3. Prohibiciones del empleador

- Imponer multas de forma arbitraria.
- Retener más del diez por ciento de la remuneración por concepto de multas.
- Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en determinados lugares.
- Exigir del trabajador gratificaciones para que se le admita en el trabajo.
- Cobrar al trabajador interés por las cantidades que le anticipe de su remuneración.
- Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores.
- Sancionar al trabajador con la suspensión del trabajo.
- Obstaculizar las visitas e inspecciones. (Art. 44. Código del Trabajo).

4. Obligaciones del trabajador

- Ejecutar el trabajo en los términos del contrato.
- Restituir al empleador los materiales no usados y conservar los útiles de trabajo.
- Observar buena conducta durante el trabajo.
- Dar aviso al empleador cuando falte al trabajo.

- Comunicar al empleador los peligros de daños materiales.
- Guardar escrupulosamente los secretos técnicos y comerciales que conozca.
- Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas. (Art. 45. Código del Trabajo).

5. Prohibiciones del trabajador

- Poner en peligro la seguridad de las personas en el lugar del trabajo.
- Tomar, sin permiso del empleador, útiles de trabajo.
- Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la acción de estupefacientes.
- Portar armas en el sitio de trabajo, a no ser con el permiso de la autoridad.
- Hacer colectas en la empresa sin el permiso del empleador.
- Usar los útiles y herramientas del trabajo con objetivos distintos.
- Abandonar el trabajo sin causa legal. (Art. 46. Código del Trabajo)

6. Jornada de trabajo

La jornada máxima de trabajo es de ocho horas diarias o cuarenta semanales. En el establecimiento se exhibirá el horario de labor para los trabajadores y servicios de turno. Todo trabajador tiene derecho a gozar anualmente de un período remunerado e interrumpido de quince días de descanso. Si el trabajador que maneja fondos hace uso de vacación podrá dejar reemplazo, bajo su responsabilidad y previa aceptación del empleador. (Art. 47 - 77. Código del Trabajo).

7. Remuneraciones

Al igual trabajo corresponde igual remuneración, sin distinción de sexo, raza, nacionalidad ni religión. Los sueldos en ningún caso serán inferiores a los mínimos legales y se cancelarán en días hábiles, durante las horas de trabajo y en el sitio del mismo. (Art. 79 Código del Trabajo).

8. Participación de las utilidades

La empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el 15% de las utilidades líquidas las cuales el 10% se dividirá para los trabajadores de la empresa y el 5% restante será entregado en proporción a sus cargas familiares. (Art. 97.Código del Trabajo).

9. Causas para la terminación del contrato individual

- Por las causas legalmente previstas en el contrato.
- Por acuerdo de las partes.
- Por muerte o incapacidad del empleador.
- Por muerte del trabajador o incapacidad total y permanente para el trabajo.
- Por caso fortuito o fuerza mayor.
- Por voluntad del empleador.
- Por voluntad del trabajador.

El empleador que despidiera intempestivamente al trabajador será condenado a indemnizarlo, pero puede dar por terminado el contrato en los siguientes casos:

- Por faltas injustificadas o por abandono del trabajo por tres días consecutivos.
- Por falta de probidad o conducta inmoral.
- Por injurias graves irrogadas al empleador.
- Por ineptitud manifiesta del trabajador.
- Por no acatar las medidas de seguridad.

El trabajador puede dar por terminado el contrato en los siguientes casos:

- Por injurias graves inferidas por el empleador.
- Por disminución o impuntualidad en la remuneración.
- Por exigir el empleador que realice una labor distinta de la convenida.

4. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

4.1 OBJETIVO

Determinar las fuentes de financiamiento necesarias para la ejecución del proyecto, la distribución óptima de los recursos obtenidos y prever el rendimiento económico de los mismos.

4.2 PLAN DE INVERSIONES

Aquí se tomará en cuenta la cantidad de recursos que deben asignarse en cada una de las áreas de la empresa.

- a) **Inversión en activos fijos:** En el estudio técnico, se detallan los materiales que para nuestro criterio serán los iniciales para poner en marcha el proyecto. Estos comprenden la adquisición de muebles, maquinaria, terrenos, etc.

- b) **Inversión en gastos preoperativos:** Estos gastos implican todos aquellos que se hacen previos a la ejecución del proyecto como por ejemplo los gastos de constitución, trámites de licencias, etc.

**CUADRO N° 49
PLAN DE INVERSIÓN**

RUBRO	VALOR (USD)
Activos fijos operativos	
Terrenos	15.000,00
Construcción cabañas	68.115,60
Construcción restaurante	9.200,00
Muebles y enseres cabañas	6.615,00
Muebles y enseres restaurante	1.750,00
Equipos mayores cocina	1.398,00
Equipos menores cocina	1.036,00
Menaje cabañas	4.297,50
Menaje cocina	1.033,50
Vehículo	8.000,00
Equipos cabañas	5.008,00
Activos fijos Administración	
Muebles y enseres administración	1.260,00
Equipos oficina	4.720,00
Subtotal	127.433,60

Activos diferidos (capital de trabajo)	
Estudios	500,00
Intereses preoperacionales	4.760,00
Gastos preoperacionales	6.540,00
Imprevistos (3%)	354,00
Subtotal	12.154,00

Requerimientos de caja (capital de trabajo)	1.920,00
---	----------

Inversión total	141.507,60
------------------------	-------------------

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

4.3 FINANCIAMIENTO

El financiamiento previsto contempla la contratación de un crédito de USD 125.000,00 a 84 meses, al 10% sobre saldos deudores. Para el cálculo se ha tomado en Cuenta el siguiente proceso:

- Valor de la cuota sin interés: $125.000/84= 1.488,10$
- Cálculo de los interés sobre saldos deudores: $I= C.r.t$

- Interés pagadero en la primera cuota: $(125.000)(0,10)(1/12)=1.041,67$
- Interés pagadero segunda cuota: $(123.511,90)(0,10)(1/12)=1.029,27$.

Como podemos notar la cuota disminuye en progresión aritmética \$ 12,4 mensuales.

c) Cuota fija mensual = (Valor. Total de pagos/Números de pagos)

$$107.514,55/84 = 1.279,94$$

CUADRO N° 50 AMORTIZACIÓN DE CRÉDITOS

TABLA DE PAGOS
MONTO
PLAZO
TASA DE INTERES

125.000,00

84 meses

10% anual

Mensual:

1488,10

PERÍODO	DEUDA	INTERES	CAPITAL	CUOTA	CUOTA FIJA
1	125.000,00	1.041,67	1.488,10	2.529,76	1.279,94
2	123.511,90	1.029,27	1.470,38	2.499,65	1.279,94
3	122.023,80	1.016,87	1.452,66	2.469,53	1.279,94
4	120.535,70	1.004,46	1.434,95	2.439,41	1.279,94
5	119.047,60	992,06	1.417,23	2.409,30	1.279,94
6	117.559,50	979,66	1.399,52	2.379,18	1.279,94
7	116.071,40	967,26	1.381,80	2.349,06	1.279,94
8	114.583,30	954,86	1.364,09	2.318,95	1.279,94
9	113.095,20	942,46	1.346,37	2.288,83	1.279,94
10	111.607,10	930,06	1.328,66	2.258,72	1.279,94
11	110.119,00	917,66	1.310,94	2.228,60	1.279,94
12	108.630,90	905,26	1.293,23	2.198,48	1.279,94
13	107.142,80	892,86	1.275,51	2.168,37	1.279,94
14	105.654,70	880,46	1.257,79	2.138,25	1.279,94
15	104.166,60	868,06	1.240,08	2.108,13	1.279,94
16	102.678,50	855,65	1.222,36	2.078,02	1.279,94
17	101.190,40	843,25	1.204,65	2.047,90	1.279,94
18	99.702,30	830,85	1.186,93	2.017,78	1.279,94
19	98.214,20	818,45	1.169,22	1.987,67	1.279,94
20	96.726,10	806,05	1.151,50	1.957,55	1.279,94
21	95.238,00	793,65	1.133,79	1.927,44	1.279,94
22	93.749,90	781,25	1.116,07	1.897,32	1.279,94
23	92.261,80	768,85	1.098,35	1.867,20	1.279,94
24	90.773,70	756,45	1.080,64	1.837,09	1.279,94
25	89.285,60	744,05	1.062,92	1.806,97	1.279,94
26	87.797,50	731,65	1.045,21	1.776,85	1.279,94
27	86.309,40	719,25	1.027,49	1.746,74	1.279,94
28	84.821,30	706,84	1.009,78	1.716,62	1.279,94
29	83.333,20	694,44	992,06	1.686,51	1.279,94
30	81.845,10	682,04	974,35	1.656,39	1.279,94
31	80.357,00	669,64	956,63	1.626,27	1.279,94
32	78.868,90	657,24	938,92	1.596,16	1.279,94
33	77.380,80	644,84	921,20	1.566,04	1.279,94
34	75.892,70	632,44	903,48	1.535,92	1.279,94

PERIODO	INTERÉS	DEUDA	CAPITAL	CUOTA	CUOTA FIJA
35	74.404,60	620,04	885,77	1.505,81	1.279,94
36	72.916,50	607,64	868,05	1.475,69	1.279,94
37	71.428,40	595,24	850,34	1.445,57	1.279,94
38	69.940,30	582,84	832,62	1.415,46	1.279,94
39	68.452,20	570,44	814,91	1.385,34	1.279,94
40	66.964,10	558,03	797,19	1.355,23	1.279,94
41	65.476,00	545,63	779,48	1.325,11	1.279,94
42	63.987,90	533,23	761,76	1.294,99	1.279,94
43	62.499,80	520,83	744,05	1.264,88	1.279,94
44	61.011,70	508,43	726,33	1.234,76	1.279,94
45	59.523,60	496,03	708,61	1.204,64	1.279,94
46	58.035,50	483,63	690,90	1.174,53	1.279,94
47	56.547,40	471,23	673,18	1.144,41	1.279,94
48	55.059,30	458,83	655,47	1.114,30	1.279,94
49	53.571,20	446,43	637,75	1.084,18	1.279,94
50	52.083,10	434,03	620,04	1.054,06	1.279,94
51	50.595,00	421,63	602,32	1.023,95	1.279,94
52	49.106,90	409,22	584,61	993,83	1.279,94
53	47.618,80	396,82	566,89	963,71	1.279,94
54	46.130,70	384,42	549,18	933,60	1.279,94
55	44.642,60	372,02	531,46	903,48	1.279,94
56	43.154,50	359,62	513,74	873,36	1.279,94
57	41.666,40	347,22	496,03	843,25	1.279,94
58	40.178,30	334,82	478,31	813,13	1.279,94
59	38.690,20	322,42	460,60	783,02	1.279,94
60	37.202,10	310,02	442,88	752,90	1.279,94
61	35.714,00	297,62	425,17	722,78	1.279,94
62	34.225,90	285,22	407,45	692,67	1.279,94
63	32.737,80	272,82	389,74	662,55	1.279,94
64	31.249,70	260,41	372,02	632,43	1.279,94
65	29.761,60	248,01	354,30	602,32	1.279,94
66	28.273,50	235,61	336,59	572,20	1.279,94
67	26.785,40	223,21	318,87	542,09	1.279,94
68	25.297,30	210,81	301,16	511,97	1.279,94
69	23.809,20	198,41	283,44	481,85	1.279,94
70	22.321,10	186,01	265,73	451,74	1.279,94
71	20.833,00	173,61	248,01	421,62	1.279,94
72	19.344,90	161,21	230,30	391,50	1.279,94
73	17.856,80	148,81	212,58	361,39	1.279,94
74	16.368,70	136,41	194,87	331,27	1.279,94
75	14.880,60	124,01	177,15	301,16	1.279,94
76	13.392,50	111,60	159,43	271,04	1.279,94
77	11.904,40	99,20	141,72	240,92	1.279,94
78	10.416,30	86,80	124,00	210,81	1.279,94
79	8.928,20	74,40	106,29	180,69	1.279,94
80	7.440,10	62,00	88,57	150,57	1.279,94
81	5.952,00	49,60	70,86	120,46	1.279,94
82	4.463,90	37,20	53,14	90,34	1.279,94
83	2.975,80	24,80	35,43	60,22	1.279,94
84	1.487,70	12,40	17,71	30,11	1.279,94
			63.243,85	107.514,55	107.514,95

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

4.4 POLÍTICAS DE COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS

Aquí se detalla las políticas de manejo de inventarios de materia prima, materiales indirectos, productos en proceso y terminados, cuentas por cobrar y pagar, cuantificados por números de días.

CUADRO N° 51
POLÍTICAS DE COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS

POLITICA COBROS, PAGOS Y EXISTENCIAS	DIAS
Caja	30
Crédito a clientes (locales)	30
Crédito a clientes (extranjero)	0
Crédito de proveedores	7
Inventario de productos terminados	0
Inventarios de productos en proceso	0
Inventario de materias primas	3
Inventario de materiales indirectos	30
Períodos de amortización de activos diferidos	5

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

4.5 CONDICIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS

CUADRO N° 52
CONDICIONES DE LOS ACTIVOS FIJOS

RUBRO	Vida útil (años)	Mantenimiento	Seguros
Activos fijos operativos			
Cabañas	20	3%	
Restaurante	20	3%	
Muebles y enseres cabañas	5	5%	
Muebles y enseres restaurante	5	5%	
Equipos mayores de cocina	5	5%	
Equipos menores de cocina	5	5%	
Menaje cabañas	2	5%	
Menaje cocina	2	5%	
Vehículo	5	5%	4%
Equipos cabañas	5	5%	
Activos fijos administración			
Muebles y enseres administración	5	5%	
Equipos de oficina	5	5%	

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

CUADRO N°53
COSTOS Y GASTOS DE DEPRECIACIÓN, MANTENIMIENTO Y SEGUROS

	INVERSIONES					
	Depreciación	Mantenimiento	Seguro	Depreciación	Mantenimiento	Seguro
COSTO DE PRODUCCIÓN:	PORCENTAJE			USD		
Terreno	0,00%	0,00%	0,00%	-	-	-
Cabañas	5,00%	3,00%	0,00%	3.405,78	2.043,47	-
Restaurante	5,00%	3,00%	0,00%	460,00	276,00	-
Muebles y enseres cabañas	20,00%	5,00%	0,00%	1.323,00	330,75	-
Muebles y enseres restaurante	20,00%	5,00%	0,00%	350,00	87,50	-
Equipos mayores de cocina	20,00%	5,00%	0,00%	279,60	69,90	-
Equipos menores de cocina	20,00%	5,00%	0,00%	207,20	51,80	-
Menaje cabañas	50,00%	5,00%	0,00%	2.148,75	214,88	-
Menaje cocina	50,00%	5,00%	0,00%	516,75	51,68	-
Vehículo	20,00%	5,00%	4,00%	1.600,00	400,00	320,00
Equipos cabañas	20,00%	5,00%	0,00%	1.001,60	250,40	-
subtotal				11.292,68	3.776,37	320,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS						
Muebles y enseres administración	20,00%	5,00%	0,00%	252,00	63,00	-
Equipos de oficina	20,00%	5,00%	0,00%	944,00	236,00	-
Subtotal				1.196,00	299,00	-
TOTAL				12.488,68	4.075,37	320,00

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010

Elaborado por: Miriam Bagua

4.6 VENTAS

Representa la cuantificación monetaria de los productos/servicios de mandados por los clientes a precio de mercado. Es necesario distinguir entre ventas que forman parte del estado de pérdidas y ganancias, y recuperación por ventas, que se aplican para el flujo de caja.

CUADRO N° 54 PLAN DE VENTAS

Precios

Alimentación (persona) (incluye bebidas)	Desayunos	USD 2,50
	Almuerzos	USD 4,00
	Cenas	USD 4,00
Hospedaje (noche)	Persona	USD 21,00

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

Volumen

El número de turistas (hospedaje) que se espera durante la ejecución:

Año 1	2941
Año 2	3088
Año 3	3242
Año 4 (normal)	3404

El número de turistas (alimentación) que se espera durante la ejecución:

Año 1	2941
Año 2	3088
Año 3	3242
Año 4 (normal)	3404

Se espera que el 25% de los clientes del restaurante demanden desayunos, el 40% almuerzos y el restante 35% cena.

**CUADRO N° 55
VENTAS DEL PROYECTO**

PRODUCTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desayunos	1.750,00	1.838,13	1.930,00	2.026,25	2.127,50
Almuerzos	4.480,00	4.705,60	4.940,80	5.187,20	5.446,40
Cena	3.920,00	4.117,40	4.323,20	4.538,80	4.765,60
Hospedaje	70.000,00	73.525,00	77.200,00	81.050,00	85.100,00
Total ventas	80.150,00	84.186,13	88.394,00	92.802,25	97.439,50

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

**CUADRO N° 56
SALDO DE RECUPERACIÓN POR VENTAS Y CUENTAS POR
COBRAR**

PRODUCTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	80.150,00	84.186,13	88.394,00	92.802,25	97.439,50
Días de crédito a clientes	30	30	30	30	30
Cuentas por cobrar	6.679,17	7.015,51	7.366,17	7.733,52	8.119,96
Recuperación del período	73.470,83	77.170,61	81.027,83	85.068,73	89.319,54
Recuperación por ventas	73.470,83	83.849,78	88.043,34	92.434,90	97.053,06
Saldo de cuentas por cobrar					7.733,52

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

4.7 COSTOS Y GASTOS

A continuación tenemos los costos y gastos que se realizara periódicamente para asegurar el funcionamiento de la Hostería “Kulta Cocha”.

**CUADRO N° 57
MATERIA PRIMA**

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD (volumen)					
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Desayunos	USD	0,50	735	772	811	851	851	851
Almuerzos	USD	1,25	1.176	1.235	1.297	1.362	1.362	1.362
Cenas	USD	1,00	1.029	1.081	1.135	1.191	1.191	1.191
TOTAL			2.941	3.088	3.242	3.404	3.404	3.404

UNIDADES MONETARIAS

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Desayunos	367,63	386,00	405,25	425,50	425,50	425,50
Almuerzos	1.470,50	1.544,00	1.621,00	1.702,00	1.702,00	1.702,00
Cenas	1.029,35	1.080,80	1.134,70	1.191,40	1.191,40	1.191,40
SUBTOTAL	2.867,48	3.010,80	3.160,95	3.318,90	3.318,90	3.318,90

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

**CUADRO N° 58
MATERIALES INDIRECTOS**

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD (volumen)					
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Empaque y embalaje	USD/año	1,00	12	12	12	12	12	12

	UNIDADES MONETARIAS (USD)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Empaque y embalaje	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
SUBTOTAL	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

**CUADRO N° 59
SUMINISTROS Y SERVICIOS**

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD (volumen)					
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Energía eléctrica	consumo/mes	70,00	12	12	12	12	12	12
Agua	consumo/mes	10,00	12	12	12	12	12	12
Gas	consumo/mes	30,00	12	12	12	12	12	12
Teléfono	consumo/mes	40,00	12	12	12	12	12	12
Internet	consumo/mes	49,00	12	12	12	12	12	12

	UNIDADES MONETARIAS (USD)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Energía eléctrica	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00	840,00
Agua	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Gas	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00
Teléfono	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
Internet	588,00	588,00	588,00	588,00	588,00	588,00
SUBTOTAL	2.388,00	2.388,00	2.388,00	2.388,00	2.388,00	2.388,00

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

CUADRO N° 60
MANO DE OBRA DIRECTA

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD (volumen)					
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Limpieza	sueldo/mes	150,00	12	12	12	12	12	12
Mesero	sueldo/mes	180,00	12	12	12	12	12	12
Chef	sueldo/mes	264,00	12	12	12	12	12	12
Ayudante cocina	sueldo/mes	180,00	12	12	12	12	12	12

	UNIDADES MONETARIAS (USD)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Limpieza	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Mesero	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Cocina	3.168,00	3.168,00	3.168,00	3.168,00	3.168,00	3.168,00
Ayudante cocina	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
SUBTOTAL	9.288,00	9.288,00	9.288,00	9.288,00	9.288,00	9.288,00

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

**CUADRO N° 61
MANO DE OBRA INDIRECTA**

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD (volumen)					
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Guardia	sueldo/mes	200,00	12	12	12	12	12	12

	UNIDADES MONETARIAS (USD)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Guardia	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
SUBTOTAL	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

**CUADRO N° 62
PERSONAL ADMINISTRATIVO**

DETALLE	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD (volumen)					
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Administrador	sueldo/mes	320,00	12	12	12	12	12	12
Secretaria/ Contadora	sueldo/mes	200,00	12	12	12	12	12	12

	UNIDADES MONETARIAS (USD)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Administrador	3.840,00	3.840,00	3.840,00	3.840,00	3.840,00	3.840,00
Secretaria/Contadora	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
SUBTOTAL	6.240,00	6.240,00	6.240,00	6.240,00	6.240,00	6.240,00

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

**CUADRO N° 63
OTROS COSTOS DE LA HOSTERÍA**

DETALLE	UNIDADES MONETARIAS (USD)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6
Gastos de oficina	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Publicidad	699,00	699,00	699,00	699,00	699,00	699,00
Permisos	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Auditoría	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
SUBTOTAL	1.199,00	1.199,00	1.199,00	1.199,00	1.199,00	1.199,00

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

**CUADRO N° 64
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DETALLE	
	USD
Permisos	50,00
Auditoría	300,00
Gastos de oficina	150,00
	500,00
GASTOS PREOPERACIONALES	
	USD
Personal administrativo	7008,00
Mantenimiento y seguros activos ad.	150,00
Otros Gastos Administrativos	550,00
Imprevistos (3% de todos los CyG)	229,74
SUBTOTAL (gastos preoperacionales)	7887,74

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

**CUADRO N° 65
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS**

PERÍODO:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS DIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
Mano de obra directa	9.288,00	9.288,00	9.288,00	9.288,00	9.288,00
Materiales directos	2.867,48	3.010,80	3.160,95	3.318,90	3.318,90
Imprevistos (3%)	364,66	368,96	373,47	378,21	378,21
SUBTOTAL	12.520,14	12.667,76	12.822,42	12.985,11	12.985,11

PERÍODO:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN					
Costos que representan desembolso					
Mano de obra indirecta	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Materiales indirectos	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Suministros y servicios	2.388,00	2.388,00	2.388,00	2.388,00	2.388,00
Mantenimiento y seguros	4.096,37	4.096,37	4.096,37	4.096,37	4.096,37
Análisis de suelo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Asesoría técnica ocasional	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Imprevistos (3%)	266,89	266,89	266,89	266,89	266,89
Parcial	9.163,26	9.163,26	9.163,26	9.163,26	9.163,26

Costos que no representan desembolso					
Depreciaciones	11.292,68	11.292,68	11.292,68	11.292,68	11.292,68
Amortizaciones	15.359,22	15.359,22	15.359,22	15.359,22	15.359,22
SUBTOTAL	35.815,16	35.815,16	35.815,16	35.815,16	35.815,16

GASTOS DIFERIDOS	USD
Gastos preoperativos	6540,00
Intereses preoperativos	4.760,00
Imprevistos	354,00
SUBTOTAL	11654,00

PERÍODO:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Gastos que representan desembolso					
Remuneraciones	6.240,00	6.240,00	6.240,00	6.240,00	6.240,00
Gastos de oficina	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Permisos	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Auditoría	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Arriendos de oficina	0	0	0	0	0
Honorarios de directores	0	0	0	0	0
mantenimiento y seguros	299,00	299,00	299,00	299,00	299,00
Otros (Tlf, Fax, comunicac, serv, public.)	0	0	0	0	0
Imprevistos (3%)	211,17	211,17	211,17	211,17	211,17
Parcial	7.250,17	7.250,17	7.250,17	7.250,17	7.250,17
Gastos que no representan desembolso (% Depreciación imputado)	80%	80%	80%	80%	80%
Depreciaciones	956,80	956,80	956,80	956,80	956,80
Amortizaciones (no)					
SUBTOTAL	8.206,97	8.206,97	8.206,97	8.206,97	8.206,97

PERÍODO:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
GASTOS DE VENTAS % Depreciación imputado					
Gastos que representan desembolso					
Remuneraciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Comisiones sobre ventas 0%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Publicidad	699,00	699,00	699,00	699,00	699,00
Otros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transporte interno	0	0	0	0	0
Imprevistos (3%)	20,97	20,97	20,97	20,97	20,97
Parcial	719,97	719,97	719,97	719,97	719,97
Gastos que no representan desembolso (% Depreciación imputado)	20%	20%	20%	20%	20%
Depreciaciones	239,20	239,20	239,20	239,20	239,20
SUBTOTAL	959,17	959,17	959,17	959,17	959,17

TOTAL	57.501,44	57.649,06	57.803,72	57.966,41	57.966,41
--------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

4.8 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

La siguiente tabla representa los resultados del proyecto en términos de costos y gastos totales en la que se deben incurrir para ajustar el programa de producción, las ventas de cada período y los excedentes (utilidades generadas).

**CUADRO N° 66
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

PERÍODO:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MERCADO LOCAL	80.150,00	84.186,13	88.394,00	92.802,25	97.439,50
MERCADO EXTERNO	-	-	-	-	-
TOTAL ESTIMADO POR VENTAS	80.150,00	84.186,13	88.394,00	92.802,25	97.439,50

COSTO FABRICACIÓN / PROD. Y VENTAS	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materias primas consumidas	-	2.867,48	3.010,80	3.160,95	3.318,90	3.318,90
Mano/Obra/Directa/Imprevistos (costos directos)	-	9.652,66	9.656,96	9.661,47	9.666,21	9.666,21
Costos indirectos de producción	-	35.815,16	35.815,16	35.815,16	35.815,16	35.815,16
COSTO DE FABRICACION	-	48.335,30	48.482,92	48.637,58	48.800,27	48.800,27
(+) inventario inicial de productos en proceso	-	-	-	-	-	-
(-) Inventario final de productos en proceso	-	-	-	-	-	-
COSTO DE PRODUCCION	-	48.335,30	48.482,92	48.637,58	48.800,27	48.800,27
(+) inventario inicial de productos terminados	-	-	-	-	-	-
(-) Inventario final de productos terminados	-	-	-	-	-	-
COSTO DE VENTAS	-	48.335,30	48.482,92	48.637,58	48.800,27	48.800,27

INVENTARIO DE MATERIAS PRIMAS	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario inicial materias primas	0	23,90	33,90	43,90	53,90	53,90
(+) Compras	23,90	2.877,48	3.020,80	3.170,95	3.318,90	3.318,90
(-) Consumo	0	2.867,48	3.010,80	3.160,95	3.318,90	3.318,90
Inventario final de materias primas	23,90	33,90	43,90	53,90	53,90	53,90

INVENTARIO DE MATERIALES INDIRECTOS	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inventario inicial materiales	0	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
(+) Compras	0,10	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
(-) Consumo	0	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
Inventario final de materiales	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10

PERÍODO:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	80.150,00	84.186,13	88.394,00	92.802,25	97.439,50
(-)Costo de ventas	48.335,30	48.482,92	48.637,58	48.800,27	48.800,27
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	31.814,70	35.703,20	39.756,42	44.001,98	48.639,23

PERÍODO:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad bruta en ventas	31.814,70	35.703,20	39.756,42	44.001,98	48.639,23
(-) Costo de ventas	959,17	959,17	959,17	959,17	959,17
(-) Costos administrativos	8.206,97	8.206,97	8.206,97	8.206,97	8.206,97
(=) UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	22.648,56	26.537,06	30.590,28	34.835,84	39.473,09

PERÍODO:	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad (pérdida) operacional	22.648,56	26.537,06	30.590,28	34.835,84	39.473,09
(-) Gastos financieros	59,52	59,52	59,52	59,52	-
(+) Otros ingresos	-	-	-	-	-
(-) Otros egresos	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD (PERDIDA) ANTES PARTICIPACION	22.589,04	26.477,54	30.530,76	34.776,32	39.473,09

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS CONSOLIDADO

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas	80.150,00	84.186,13	88.394,00	92.802,25	97.439,50
(-) Costo de ventas	48.335,30	48.482,92	48.637,58	48.800,27	48.800,27
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	31.814,70	35.703,20	39.756,42	44.001,98	48.639,23
(-) Gastos de ventas	959,17	959,17	959,17	959,17	959,17
(-) Gastos de administración	8.206,97	8.206,97	8.206,97	8.206,97	8.206,97
(=) UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL	22.648,56	26.537,06	30.590,28	34.835,84	39.473,09
(-) Gastos financieros	59,52	59,52	59,52	59,52	-
(+) Otros ingresos	-	-	-	-	-
(-) Otros egresos	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD (PERDIDA) ANTES DE PARTICIPACION	22.589,04	26.477,54	30.530,76	34.776,32	39.473,09
(-) 15% participación de utilidades	-	3.971,63	4.579,61	5.216,45	5.920,96
(-) Corpei (1,5/1000)		33,76	38,93	44,34	50,33

(=) UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES IMPUESTO RENTA	22.589,04	22.472,15	25.912,22	29.515,53	33.501,80
(-) Impuesto a la renta (25%)		5.618,04	6.478,05	7.378,88	8.375,45
(=) UTILIDAD (PERDIDA) NETA	22.589,04	16.854,11	19.434,16	22.136,65	25.126,35
(-) Reserva legal (10%)		1.685,41	1.943,42	2.213,66	2.512,64
(=) UTILIDAD DISTRIBUIBLE	22.589,04	15.168,70	17.490,75	19.922,98	22.613,72

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

4.9 FLUJO DE CAJA

Representa el movimiento en efectivo de las actividades operacionales y no operacionales del proyecto, no se incluye los costos y gastos contables como depreciaciones y amortizaciones.

**CUADRO N° 67
FLUJO DE CAJA**

INGRESOS OPERACIONALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Recuperación por ventas	73.470,83	83.849,78	88.043,34	92.434,90	97.053,06

EGRESOS OPERACIONALES	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pago a proveedores	23,90	5.267,48	5.410,80	5.560,95	5.718,90	5.718,90
Mano de obra directa e imprevistos		9.652,66	9.656,96	9.661,47	9.666,21	9.666,21
Mano de obra indirecta		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00

Gastos de ventas		719,97	719,97	719,97	719,97	719,97
Gastos de administración		7.250,17	7.250,17	7.250,17	7.250,17	7.250,17
Gastos de fabricación		4.363,26	4.363,26	4.363,26	4.363,26	4.363,26
Corpei (1,5/1000)	190,62	-	33,76	38,93	44,34	50,33
PARCIAL	214,52	29.653,54	29.834,92	29.994,74	30.162,85	30.168,83

PAGO DE MATERIALES Y MAT. PRIMA	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
saldo inicial de proveedores	-	-	56,18	60,06	63,06	65,99
(+) Compras	24,00	2.889,48	3.032,80	3.182,95	3.330,90	3.330,90
(-) Pagos	24,00	2.833,29	3.028,92	3.179,95	3.327,96	3.330,84
Saldo final de proveedores (ctas. Por pagar)	-	56,18	60,06	63,06	65,99	66,05

PAGO A PROVEEDORES	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pago mat. Primas y material indirecto	24,00	2.833,29	3.028,92	3.179,95	3.327,96	3.330,84
Suministros y servicios	-	2.388,00	2.388,00	2.388,00	2.388,00	2.388,00
Pago a proveedores	24,00	5.221,29	5.416,92	5.567,95	5.715,96	5.718,84

	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa		9.288,00	9.288,00	9.288,00	9.288,00	9.288,00
Imprevistos		364,66	368,96	373,47	378,21	378,21
Subtotal		9.652,66	9.656,96	9.661,47	9.666,21	9.666,21

EGRESOS OPERACIONALES	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra indirecta		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gastos de ventas		719,97	719,97	719,97	719,97	719,97
Gastos de administración		7.250,17	7.250,17	7.250,17	7.250,17	7.250,17

	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mantenimiento y seguros		4.096,37	4.096,37	4.096,37	4.096,37	4.096,37
Análisis suelos		-	-	-	-	-
Asesoría técnica ocasional		-	-	-	-	-
Otros		-	-	-	-	-
Imprevistos 3%		266,89	266,89	266,89	266,89	266,89
Subtotal gastos de fabricación		4.363,26	4.363,26	4.363,26	4.363,26	4.363,26

FLUJO OPERACIONAL	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales		73.470,83	83.849,78	88.043,34	92.434,90	97.053,06
(-) Egresos operacionales	214,52	29.653,54	29.834,92	29.994,74	30.162,85	30.168,83
(=) FLUJO OPERACIONAL	-214,52	43.817,30	54.014,86	58.048,60	62.272,05	66.884,23

INGRESOS NO OPERACIONALES	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Créditos de proveedores de activos fijos	-					
Créditos a contratarse a corto plazo		-	-	-	-	-
Créditos a contratarse a mediano plazo	-					
Créditos a contratarse a largo plazo	125.000,00	-	-			
Aportes de capital	16.507,60					
PARCIAL	141.507,60	-	-	-	-	-

EGRESOS NO OPERACIONALES	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pago de intereses		59,52	59,52	59,52	59,52	59,52
Pago de créditos a corto plazo	-	-	-	-	-	-
Pago de créditos a mediano plazo	-	-	-	-	-	-
Pago de créditos a largo plazo		85,03	85,03	85,03	85,03	85,03
pago de cuentas y documentos histórico	-					
Pago de participación de trabajadores		-	3.971,63	4.579,61	5.216,45	5.920,96
Pago de impuesto a la renta (25%)		-	5.618,04	6.478,05	7.378,88	8.375,45
Reparto de dividendos		-	-	-	-	-
PARCIAL	-	144,56	9.734,22	11.202,22	12.739,89	14.440,97

FLUJO NO OPERACIONAL

	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos no operacionales	141.507,60	-	-	-	-	-
(-) Egresos no operacionales	139.233,60	144,56	9.734,22	11.202,22	12.739,89	14.440,97
(=) FLUJO NO OPERACIONAL	2.274,00	-144,56	-9.734,22	-11.202,22	-12.739,89	-14.440,97

FLUJO NETO GENERADO

	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo operacional	214,52	43.817,30	54.014,86	58.048,60	62.272,05	66.884,23
(+) Flujo no operacional	2.274,00	144,56	9.734,22	11.202,22	12.739,89	14.440,97
(=) FLUJO NETO GENERADO	2.059,48	43.672,74	44.280,64	46.846,37	49.532,16	52.443,26

SALDO FINAL DE CAJA

	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo neto generado	2.059,48	43.672,74	44.280,64	46.846,37	49.532,16	52.443,26
(+) Saldo inicial de caja	-	2.059,48	45.732,22	90.012,86	136.859,23	186.391,40
(=) FLUJO FINAL GENERADO	2.059,48	45.732,22	90.012,86	136.859,23	186.391,40	238.834,65

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

CUADRO N° 68
FLUJO DE CAJA (RESUMEN)

A. INGRESOS OPERACIONALES	Preoper.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Recuperación por ventas	0	73.470,83	83.849,78	88.043,34	92.434,90	97.053,06
PARCIAL	0	73470,83	83849,78125	88043,34375	92434,89583	97053,0625
B. EGRESOS OPERACIONALES						
Pago a proveedores	23,90	5.267,48	5.410,80	5.560,95	5.718,90	5.718,90
Mano de obra directa e imprevistos		9.652,66	9.656,96	9.661,47	9.666,21	9.666,21
Mano de obra indirecta		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
Gastos de ventas		719,97	719,97	719,97	719,97	719,97
Gastos de administración		7.250,17	7.250,17	7.250,17	7.250,17	7.250,17
Gastos de fabricación		4.363,26	4.363,26	4.363,26	4.363,26	4.363,26
Corpei (1,5/1000)	190,62	-	33,76	38,93	44,34	50,33
PARCIAL	214,52	29.653,54	29.834,92	29.994,74	30.162,85	30.168,83
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	-214,52	43.817,30	54.014,86	58.048,60	62.272,05	66.884,23

D. INGRESOS NO OPERACIONALES						
Créditos de proveedores de activos fijos	-					
Créditos a contratarse a corto plazo		-	-	-	-	-
Créditos a contratarse a mediano plazo	-					
Créditos a contratarse a largo plazo	125.000,00	-	-			
Aportes de capital	16.507,60					
PARCIAL	141.507,60	-	-	-	-	-
E. EGRESOS NO OPERACIONALES						
Pago de intereses		59,52				
Pago de créditos a corto plazo	-	-	-	-	-	-
Pago de créditos a mediano plazo	-	-	-	-	-	-
Pago de créditos a largo plazo		85,03	85,03	85,03	85,03	85,03
pago de cuentas y documentos histórico	-					
Pago de participación de trabajadores		-	3.971,63	4.579,61	5.216,45	5.920,96
Pago de impuesto a la renta (25%)		-	5.618,04	6.478,05	7.378,88	8.375,45
Reparto de dividendos		-	-	-	-	-
Reposición de nuevas inversiones						
Terrenos	15.000,00	-	-	-	-	-
Construcción cabañas	68.115,60	-	-	-	-	-
Construcción restaurante	9.200,00	-	-	-	-	-
Muebles y enseres cabañas	6.615,00	-	-	-	-	6.615,00
Muebles y enseres restaurante	1.750,00	-	-	-	-	1.750,00
Equipos mayores cocina	1.398,00	-	-	-	-	1.398,00
Equipos menores cocina	1.036,00	-	-	-	-	1.036,00
Menaje cabañas	4.297,50	-	4.297,50	-	4.297,50	-

Menaje cocina	1.033,50	-	1.033,50	-	1.033,50	-
Vehículo	8.000,00	-	-	-	-	8.000,00
Equipos cabañas	5.008,00	-	-	-	-	5.008,00
Muebles y enseres administración	1.260,00	-	-	-	-	1.260,00
Equipos oficina	4.720,00	-	-	-	-	4.720,00
Activos diferidos (capital de trabajo)	11.800,00	-	-	-	-	-
Otros activos	-	-	-	-	-	-
PARCIAL	139.233,60	144,56	15.005,70	11.142,70	18.011,36	44.168,45
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D - E)	2.274,00	-144,56	-15.005,70	-11.142,70	-18.011,36	-44.168,45
G. FLUJO NETO GENERADO (C + F)	2.059,48	43.672,74	39.009,16	46.905,90	44.260,69	22.715,78
H. SALDO INICIAL DE CAJA	0	2.059,48	45.732,22	84.741,38	131.647,28	175.907,97
I. SALDO FINAL DE CAJA (G + H)	2.059,48	45.732,22	84.741,38	131.647,28	175.907,97	198.623,75
REQUERIMIENTOS DE CAJA*	0	2471,13	2486,24	2499,56	2513,57	2514,07

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

4.10 BALANCE GENERAL

**CUADRO N° 69
BALANCE GENERAL**

	SALDOS INICIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO CORRIENTE						
Caja bancos	2.059,48	45.732,22	84.741,38	131.647,28	175.907,97	198.623,75
Inversiones temporales		0	0	0	0	0
Cuentas y documentos x cobrar mercado local		6.679,17	7.015,51	7.366,17	7.733,52	8.119,96
Cuentas y documentos x cobrar mercado extranjeros		0	0	0	0	0
Inventarios:						
Productos terminado		0	0	0	0	0
Productos en proceso		0	0	0	0	0
Materias primas	23,90	33,90	43,90	53,90	53,90	53,90
Materiales indirectos	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	2.083,48	52.445,39	91.800,89	139.067,44	183.695,48	206.797,70

	SALDOS INICIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS FIJOS						
Terrenos	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00

Construcción cabañas	68.115,60	68.115,60	68.115,60	68.115,60	68.115,60	68.115,60
Construcción restaurante	9.200,00	9.200,00	9.200,00	9.200,00	9.200,00	9.200,00
Muebles y enseres cabañas	6.615,00	6.615,00	6.615,00	6.615,00	6.615,00	6.615,00
Muebles y enseres restaurante	1.750,00	1.750,00	1.750,00	1.750,00	1.750,00	1.750,00
Equipos mayores cocina	1.398,00	1.398,00	1.398,00	1.398,00	1.398,00	1.398,00
Equipos menores cocina	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00	1.036,00
Menaje cabañas	4.297,50	4.297,50	4.297,50	4.297,50	4.297,50	4.297,50
Menaje cocina	1.033,50	1.033,50	1.033,50	1.033,50	1.033,50	1.033,50
Vehículo	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00	8.000,00
Equipos cabañas	5.008,00	5.008,00	5.008,00	5.008,00	5.008,00	5.008,00
Activos fijos Administración	-	-	-	-	-	-
Muebles y enseres administración	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00	1.260,00
Equipos oficina	4.720,00	4.720,00	4.720,00	4.720,00	4.720,00	4.720,00
Subtotal	127.433,60	127.433,60	127.433,60	127.433,60	127.433,60	127.433,60
(-) Depreciaciones	0	12.488,68	19.646,36	32.135,04	39.292,72	21.994,40
TOTAL ACTIVOS FIJOS NETOS	127433,6	114.944,92	107.787,24	95.298,56	88.140,88	105.439,20

	SALDOS INICIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVO DIFERIDO	12.154,00	12.154,00	12.154,00	12.154,00	12.154,00	12.154,00
amortización acumulada*		2.430,80	4.861,60	7.292,40	9.723,20	12.154,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO NETO	12.154,00	9.723,20	7.292,40	4.861,60	2.430,80	-

	SALDOS INICIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL DE ACTIVOS	141.671,08	177.113,51	206.880,53	239.227,60	274.267,16	312.236,90

	SALDOS INICIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PASIVO CORRIENTE						
Obligaciones (crédito corto/mediano plazo/ proveedor)	0	0	0	0	0	0
porción corriente deuda largo plazo		15.359,22	15.359,22	15.359,22	15.359,22	15.359,22
Cuentas y documentos por pagar proveedores	0	56,18	60,06	63,06	65,99	66,05
gastos acumulados por pagar	0	-	9.589,67	11.057,67	12.595,33	14.296,41
TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	0	15.415,41	25.008,95	26.479,95	28.020,55	29.721,69

	SALDOS INICIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PASIVO LARGO PLAZO	125.000,00	107.142,86	89.285,71	71.428,57	53.571,43	35.714,29

PATRIMONIO	SALDOS INICIALES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
capital social pagado	16.507,60	16.507,60	16.507,60	16.507,60	16.507,60	16.507,60
Reserva legal	-	-	1.685,41	1.943,42	2.213,66	2.512,64
Futuras capitalizaciones	-	-	-	-	-	-
Utilidad (pérdida) retenida		190,62	22.779,66	37.948,36	55.439,10	75.362,09
Utilidad (pérdida) neta	190,62	22.589,04	16.854,11	19.434,16	22.136,65	25.126,35
TOTAL PATRIMONIO	16.698,22	39.287,26	57.826,78	75.833,53	96.297,02	119.508,67
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	141.698,22	161.845,52	172.121,45	173.742,05	177.888,99	184.944,64

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

5. EVALUACIÓN DEL PROYECTO

5.1 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Un proyecto se evalúa para ver si su puesta en marcha va o no a dar una rentabilidad positiva. El proceso de evaluación de proyectos se realiza a través de ciertos indicadores o parámetros de evaluación, cuyos resultados permiten tomar decisiones como aceptar o no un proyecto específico, elegir una alternativa óptima de inversión cuando son mutuamente excluyentes, etc.

5.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

En este capítulo se va a evaluar el proyecto iniciando con la verificación de presupuestos de costos y cuadros auxiliares de gastos e ingresos por su respectiva tasa de descuento en el horizonte del planeamiento; finalizando con la determinación de las alternativas de inversión, a base de los siguientes indicadores:

- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno
- Factor Beneficio / Costo (B/C)

a. Valor Actual Neto (VAN o VPN)

A este indicador también se le conoce como Valor Presente Neto. Representa la sumatoria de los flujos netos de caja anuales actualizados menos la inversión inicial. Así conoceremos el valor actual (hoy) que va a recibir el proyecto en un futuro a una tasa de interés y un periodo determinado, a fin de comparar este valor con la inversión inicial, tenemos los siguientes datos:

CUADRO N° 70
VALOR ACTUAL NETO

FLUJO DE FONDOS	PREOP.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Inversión fija	127.433,60	-	5.331,00	-	5.331,00	29.787,00	5.331,00	0	5.331,00	0	35.118,00
Inversión diferida	12.154,00										
Capital de trabajo (operación)	1.920,00										
Participación de trabajadores		-	-	3.971,63	4.579,61	5.216,45	5.920,96	5.920,96	5.920,96	5.920,96	5.920,96
Impuestos		-	-	5.618,04	6.478,05	7.378,88	8.375,45	8.375,45	8.375,45	8.375,45	8.375,45
Flujo operacional (ingresos-egresos)	214,52	43.817,30	54.014,86	58.048,60	62.272,05	66.884,23	66.884,23	66.884,23	66.884,23	66.884,23	66.884,23
Valor de recuperación											53.657,80
Inversión fija		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	0	1.920,00
Flujo neto (precios constantes)	141.722,12	43.817,30	48.683,86	48.458,93	45.883,38	24.501,90	47.256,81	52.587,81	47.256,81	52.587,81	73.047,61
Flujo de caja acumulativo	141.722,12	-97.904,82	-49.220,96	-762,03	45.121,35	69.623,25	116.880,07	169.467,88	216.724,69	269.312,51	342.360,12

RUBRO	VALOR (USD)	Vida útil total (años)	Vida útil rest. (años)	Valor salvamento
Activos fijos operativos				
Terrenos	5.000,00			15.000,00
Construcción cabañas	68.115,60	20,00	10,00	34.057,80
Construcción restaurante	9.200,00	20,00	10,00	4.600,00
Muebles y enseres cabañas	6.615,00	5,00	-	-
Muebles y enseres restaurante	1.750,00	5,00	-	-
Equipos mayores cocina	1.398,00	5,00	-	-
Equipos menores cocina	1.036,00	5,00	-	-
Menaje cabañas	4.297,50	2,00	-	-
Menaje cocina	1.033,50	2,00	-	-
Vehículo	8.000,00	5,00	-	-
Equipos cabañas	5.008,00	5,00	-	-
Activos fijos Administración				
Muebles y enseres administración	1.260,00	5,00	-	-
Equipos oficina	4.720,00	5,00	-	-
TOTAL VALOR RECUPERACIÓN				53.657,80

VALOR ACTUAL NETO (VAN)		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	PREOP.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Flujo neto (precios constantes)	- 141.722,12	43.817,30	48.683,86	48.458,93	45.883,38	24.501,90	47.256,81	52.587,81	47.256,81	52.587,81	73.047,61
Tasa de descuento	12%										
Valor actual de los flujos		39.122,58	38.810,47	34.492,11	29.159,72	13.903,03	23.941,77	23.788,06	19.086,23	18.963,69	23.519,38
Subtotal del valor actual de flujos	264.787,06										
VAN	123.064,94										

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.
Elaborado por: Miriam Bagua

VAN > 0; EL PROYECTO ES RENTABLE

b. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno representa la tasa porcentual que reduce a 0 el Valor Actual Neto. Aquí representa la tasa de interés máxima a la que se debe contraer un préstamo sin que incurra en futuros fracasos financieros.

CUADRO N° 71
TASA INTERNA DE RETORNO “TIR”

AÑOS	FLUJO DE FONDOS	FLUJO ACTUAL
0	(141.722)	
1	43.817	39.123
2	48.684	38.810
3	48.459	34.492
4	45.883	29.160
5	24.502	13.903
6	47.257	23.942
7	52.588	23.788
8	52.588	21.239
9	52.588	18.964
10	73.048	23.519
		125.355,27

Fuente: Proyectos de Inversión, Álvarez 2010.

Elaborado por: Miriam Bagua

TIR = 30.10%

c. Relación Beneficio / Costo

En el análisis Beneficio/Costo debemos tener en cuenta tanto los beneficios como las desventajas de aceptar o no proyectos de inversión.

El análisis de la relación B/C, toma valores mayores, menores o iguales a 1, esto significa que:

- $B/C > 1$ los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

- $B/C = 1$ los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.
- $B/C < 1$ los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable.

$$\text{BENEFICIO} / \text{COSTO} = 442.971,88 / 288.887,04$$

$$\text{BENEFICIO COSTO} = 1.53$$

El resultado del cálculo de la relación beneficio / costo; es superior a 1, esto quiere decir que el proyecto es factible.

d. Periodo de recuperación de la inversión

$$\text{PR} = \text{egresos} * \text{tiempo} / \text{ingresos}$$

$$\text{PR} = 288.887,04 * 5 / 442.971,88$$

$$\text{PR} = 3.26$$

El período de recuperación del capital es en 3 años 2 mes y 8 días.

6. CONCLUSIONES

- Concluimos que luego de haber realizados los estudios del proyecto de inversión, se pudo determinar la factibilidad técnica y financiera del proyecto llegando a obtener los niveles deseados.
- El Estudio de potencialidad turística de la zona, nos demuestra que las características exclusivas del lugar; forman un conjunto de ventajas para un adecuado desarrollo de proyectos turísticos.
- En función del perfil del turista, el tamaño del proyecto y demás requerimientos técnicos que conlleva el adecuado funcionamiento de una Hostería, se determinó la construcción de 4 cabañas para hospedaje con capacidad para 56 personas, un área de restaurante de 64 plazas, instalaciones que se pretende construir en un terreno de 10.000 m² ubicado en la comunidad de Majipamba.
- El marco legal para el funcionamiento la Hostería se encuentra amparada mediante la Ley Especial de Desarrollo Turístico. También se analizó el aspecto humano delineando el perfil de cada uno de los trabajadores de la empresa. La empresa estará dividida en tres áreas principales administrativa, productiva y comercial.
- El estudio económico y la evaluación financiera del presente proyecto nos demuestra la factibilidad y rentabilidad económica tras el análisis de las siguientes cifras: una vez actualizado los ingresos y egresos se espera un valor actual neto positivo de \$ 123.064,94 dólares americanos. El TIR es de 30.10% frente a la tasa mínima de 10%. También se determinó la relación costo · beneficio que es de 1,53 lo que significa que es factible el proyecto.

- El gobierno nacional ha implementado a través del Ministerio de Turismo con el Banco Nacional de Fomento el programa “Negocios Turísticos Productivos”, el cual busca facilitar el financiamiento, organización y legalización de proyectos turísticos factibles ideados por personas naturales y jurídicas en cualquier rama de la actividad turística.

7. RECOMENDACIONES

- Es importante que para la implementación de proyecto de esta naturaleza el trabajo realizado sea el reflejo de consensos entre propietarios e instituciones gubernamentales que faciliten el financiamiento.
- Será necesario una vez ejecutado el proyecto llevar una evaluación constante para conocer cómo se está percibiendo el servicio, a fin de tener un mejoramiento continuo que cumpla siempre las expectativas del cliente.
- Se recomienda mantener siempre criterios de sostenibilidad ambiental e incentivar a los visitantes y pobladores de la zona al cuidado de las especies y su entorno.
- Es importante gestionar apoyo gubernamental a través de instituciones del estado como el Banco Nacional de Fomento y Ministerio de Turismo para establecer una fuerte coordinación que beneficie en cuanto a apoyo técnico, o económico mediante la dotación de créditos para el desarrollo de microempresas.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

1. ACERENZA, M. Promoción Turística. Un Enfoque Metodológico Trillas. Tercera Edición. México. 1996.
2. ÁLVAREZ, J. Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión. Riobamba – Ecuador. 2010.
3. ÁLVAREZ, J. Estadística Aplicada a Proyectos; Segunda Edición, Riobamba – Ecuador. 2005.
4. BLANCO, E. Evaluación de Proyectos de Inversión. Caracas. 2010.
5. HERNÁNDEZ, E. Proyectos Turísticos. “Formulación y evaluación”, Edición 2006, Trillas. 1997.
6. REINOSO, V. Formulación y Evaluación de Proyectos; Edición 2. 1988.
7. ZAPATA, P. Contabilidad General. Sexta Edición, McGraw-Hill, México. 2008.
8. Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto Ejecutivo 3400, Vigente, Registro Oficial 726, 17 de diciembre de 2002.
9. Ley de Turismo, Ley 97, Vigente, Registro Oficial Suplemento 733, 27 de diciembre de 2002.

LINCOGRAFÍA

1. <http://www.mailxmail.com/clasificacion-proyectos> (2010).
2. <http://www.wikipedia.org/Colta> (2010).
3. http://farodelsaber.org/index.php?option=com_content&view=article&id=86&Itemid=140
4. <http://www.slideshare.net/GestioPolis.com/modelo-de-proyectos-de-inversión>
5. <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir>
6. <http://www.monografias.com/trabajos66/glosario-terminos-turisticos/glosario-terminos-turisticos>

ANEXOS

A. ENCUESTA APLICADA A TURISTA NACIONAL



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO FACULTAD DE INGENIERÍA ESCUELA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

Encuesta para la creación de la Hostería “Kulta Cocha”

Dirigida a turista nacional

Encuestadora: _____

Fecha: _____

Ciudad: _____

Formulario N°: _____

La presente encuesta tiene como objetivo recoger información para la creación de una Hostería en la comunidad de Majipamba, cantón Colta, provincia de Chimborazo.

Instrucciones:

- Esta encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos en ella son estrictamente confidenciales.
- Trate de contestar todas las preguntas.
- Marque con un X en su respuesta.
- Escriba con letra clara en los renglones donde sea necesario.
- Su criterio será de suma utilidad para el desarrollo de este trabajo.

1. ¿Cuál es su sexo?

1. Masculino ()

2. Femenino ()

2. ¿Cuál es su edad?

.....años

3. ¿Cuál es su lugar de origen?

.....

4. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

Nivel de instrucción	Marque con X
1. Primaria	
2. Secundaria	
3. Superior	
4. Post-grado	

5. ¿Cuáles son sus motivos de viaje?

- 1. Visita a familia o amigo ()
- 2. Negocios ()
- 3. Recreación ()
- 4. Estudio ()
- 5. Otros.....

6. ¿Con qué frecuencia visita usted un atractivo turístico?

- 1. Cada semana ()
- 2. Cada 15 días ()
- 3. Cada mes ()
- 4. Cada trimestre ()
- 5. Cada semestre ()
- 6. Otros.....

7. ¿Le gustaría que se implemente una Hostería en la comunidad de Majipamba, cantón Colta?

- 1. Si ()
- 2. No ()

8. Para usted ¿Qué servicio debe ofrecer una Hostería?

- 1. Habitaciones con todas las comodidades ()
(Baño con agua caliente, TV, teléfono, etc.)
- 2. Restaurante ()
- 3. Recreación ()
- 4. Tour (por los diferentes atractivos del cantón) ()
- 5. Transporte ()

9. En lo referente a alimentación usted preferiría:

1. Comida típica de la zona ()
2. Comida vegetariana ()
3. Comida internacional ()
4. Bebidas y cocteles variados ()

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de alojamiento?

Precios	Marque (X)
10 – 25	
25 – 40	
40 – 55	
55 o más	

LE AGRADEZCO POR SU COLABORACIÓN

B. ENCUETA APLICADA A TURISTA EXTRANJERO



**NATIONAL UNIVERSITY OF CHIMBORAZO
GESTION AND HOTEL TOURISMENGINEER
TOURISM SCHOOL**

Survey for creating the “Kulta Cocha” Hostel.

Applied for international tourist

Interviewer: _____

Date: _____

City: _____

Formulary N°: _____

This survey has the purpose take it information for creating a Hostel in the Majipamba community, Colta town, Chimborazo province.

Instructions:

- This survey has an anonymous character, the information take it is so confidential.
- Try to answer all the questions.
- Put a cross (x) where do you believe that’s correct.
- Write with clear letter in the line where do you believe that’s correct.
- Your answer that so important for development this work.

1. What is your sex?

1. Male ()

2. Female ()

2. How old are you?

.....

3. Where are you from?

.....

4. What is your level study?

Level Instruction	Put an X
1. Primary	
2. Secondary	
3. Superior	
4. Post-grade	

5. ¿What is your travel reasons?

- 1. Visit family or friends ()
- 2. Business ()
- 3. Recreation ()
- 4. Studies ()
- 5. Others ()

6. ¿What frequently do you visit a tourist attractions?

- 1. Each week ()
- 2. Two weeks ()
- 3. Monthly ()
- 4. Trimestry ()
- 5. Semestry ()
- 6. Others.....

7. ¿Dou you like that's creating a Hostel in Majipamba community, Colta town?

- 1. Yes ()
- 2. No ()

8. For you ¿What services should offer a Hostel?

- 1. Comfort rooms ()
(Bath with hold water, TV, telephone, etc.)
- 2. Restaurant ()
- 3. Recreation ()
- 4. Tour (by the different tourist attractions) ()
- 5. Transport
- 6. ()

9. Regarding feeding you would prefer:

- 1. Typical food of the zone ()
- 2. Vegetarian food ()
- 3. International food ()
- 4. Variety of drinks and cocktails ()

10. ¿How much would you pay for accommodations services?

Prices	Put an (X)
10 – 25	
25 – 40	
40 – 55	
55 or plus	

THANKS FOR YOU COLLABORATION

