



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

### **CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

### **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO**

**“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN LODGE EN EL CENTRO TURÍSTICO LAGUNA DE  
QUILOTOA”**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título de  
Ingenieros Comerciales

Autores:

Jácome Latacunga Oscar Gustavo

Ninasunta Sigcha Carlos Alexander

Tutor:

M.Sc. Borja Yadira Paola

Latacunga-Ecuador

Agosto, 2019

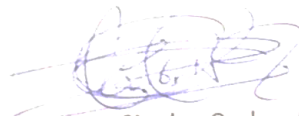
## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Jácome Latacunga Oscar Gustavo y Ninasunta Sigcha Carlos Alexander, declaramos ser autores del presente Proyecto de Emprendimiento: Propuesta de Creación de un Lodge en el Centro Turístico Laguna de Quilotoa, siendo la Ingeniera Borja Brazales Yadira Paola tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representante legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo de emprendimiento, son de nuestra exclusiva responsabilidad.



.....  
Jácome Latacunga Oscar Gustavo  
0503770307



.....  
Ninasunta Sigcha Carlos Alexander  
0503586505


## AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

En calidad de Tutor del Trabajo de Emprendimiento sobre el título:

“Propuesta de creación un Lodge en el Centro Turístico Laguna de Quilotoa”, de Jácome Latacunga Oscar Gustavo y Ninasunta Sigcha Carlos Alexander, de la carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe de Emprendimiento cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científicos técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Agosto del 2019

La Tutora



M.Sc. Borja Brazales Yadira Paola

## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Emprendimiento de acuerdo a las disposiciones reglamentarios emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, los postulantes: Jácome Latacunga Oscar Gustavo y Ninasunta Sigcha Carlos Alexander, con el título de Proyecto de Emprendimiento: Propuesta de Creación de un Lodge en el Centro Turístico Laguna de Quilotoa, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, Agosto del 2019

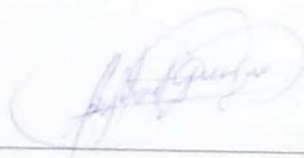
Para constancia firman:



**Lector 1 (Presidente)**  
**Nombre:** Ing. Crystina Sarzosa  
**CC:** 050316280-2



**Lector 2**  
**Nombre:** MBA. Milton Merino  
**CC:** 050180244-1



**Lector 3**  
**Nombre:** Dra. Jenny Guaigua  
**CC:** 180306159-9

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero comenzar agradeciendo infinitamente a Dios por haberme dado la vida y permitir tener un logro más en mi vida.

A mi esposa Silvia y a mi hija Sheila por brindarme todo el amor y el apoyo necesario para alcanzar mis metas y servirme de inspiración para mi vida.

A mis padres y hermanos quienes han sido un pilar fundamental este proceso, por sus apoyos y consejos que me han motivado a contribuir para la culminación de mi carrera.

**Oscar Gustavo Jácome Latacunga**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a mi madre Judith, a mi abuela Carmen y a mi tío Geovanny, ya que siempre estuvieron apoyándome en las buenas y en las malas, no solo económicamente, también emocionalmente. A mis amistades que desde un inicio estuvieron dándome ese impulso de seguir avanzando. A mis docentes, por compartirme sus conocimientos.

**Carlos Alexander Ninasunta Sigcha**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo con todo el cariño y amor a mi esposa e hija quienes han estado siempre a mi lado compartiendo el amor y apoyo incondicional.

A mi familia a mis padres y hermanos quienes hicieron posible que mis metas se cumplan y por creer en mí y no dejarme solo en el trayecto de la vida.

A mis amigos que siempre estuvieron conmigo en los buenos y malos momentos, y a todas las personas de una u otra forma han contribuido para que este sueño se cumpla.

**Oscar Gustavo Jácome Latacunga**

## **DEDICATORIA**

Dedico este esfuerzo que he realizado a mis familiares y amistades más cercanas, ya que sin el apoyo de ellos, quizás no hubiera obtenido este logro en mi vida, ya que en mis momentos más difíciles, ellos siempre me apoyaron a no rendirme y que no deje esta meta a un lado.

**Carlos Alexander Ninasunta Sigcha**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVA

**TEMA:** PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN LODGE EN EL CENTRO TURÍSTICO LAGUNA DE QUILOTOA.

**Autores:**

Jácome Latacunga Oscar Gustavo

Ninasunta Sigcha Carlos Alexander

### RESUMEN

El plan de negocio cuenta con un propósito, conocer la factibilidad en la creación de un Lodge en el centro turístico Laguna Quilotoa. Dentro del estudio de mercado se realiza la recopilación de la información que se puede obtener de dicho lugar, el cual sirve para analizar la oferta y la demanda de los turistas, y así mismo examinar si el Lodge tendrá posibilidades de éxito, y también analizar las características que tienen los turistas y la competencia, para conocer el impacto que podría tener el negocio en el mercado. La información se la recolecta mediante la aplicación de una encuesta, el mismo que permite conocer las preferencias de los turistas al momento de seleccionar un lugar donde hospedarse, y los servicios adicionales que deseen que posea dicho Hostal. En el estudio técnico ayuda a conocer el tamaño y capacidad del proyecto, por lo cual, se realiza una investigación de los requerimientos que se necesitan para el correcto funcionamiento del Lodge, su macro y micro localización, las características del lugar, tamaño y capacidad del proyecto, dentro de este estudio se recopila todo lo que necesita el Lodge, la cantidad y valores monetarios que se necesitan, los cuales sirven para realizar el estudio financiero. Como último estudio el Financiero, este estudio ayuda conocer la capacidad del Lodge para ser sustentable, viable y rentable en el lapso del tiempo, el propósito de este estudio es analizar y ordenar la información que se obtuvo de los anteriores estudios, para evaluar y así determinar su rentabilidad, y permite definir todos los elementos de sustentación que el proyecto necesite para mantenerse económicamente, como finalidad tiene los resultados monetarios, los cuales sirven para analizar si el proyecto, y por último se tiene la evaluación del proyecto el cual determina si el proyecto es viable o no.

**Palabras claves:**

Hostal, Lodge, Hotelería, Turismo, Factibilidad, Emprendimiento, Quilotoa.



# TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

## FACULTY OF ADMINISTRATIVE SCIENCES

**TOPIC:** PROPOSAL FOR THE CREATION OF A LODGE IN THE TOURIST CENTER LAGUNA DE QUILOTOA.

**Authors:**

Jácome Latacunga Oscar Gustavo  
Ninasunta Sigcha Carlos Alexander.

**ABSTRACT**

The business plan has a goal is to know the feasibility of a creating lodge in Laguna de Quilotoa. The market study is the result of information compilation that can be obtained from place. It helps to analyze the supply and tourists demand. Also, this action lets determining if the Lodge will be success. Likewise, it analyzes the characteristics that tourists and competition have. In the same way, the impact that the business could have on the market. A survey was applied in order to identify the tourists' preferences choosing a place to stay. The technical study helped to know the size and capacity of the project. Therefore, an investigation is carried out of the requirements that are needed for the correct functioning of the Lodge, its macro and micro location, the place characteristics, size and project capacity. This study shows: lodge needs, the amount and monetary values that are needed. These features were a support to carry out the financial study. As a last point, it has the financial one. This study benefits to know the ability of the Lodge to be sustainable, viable and profitable over time. On the other side, this study analyzed and ordered the information obtained from the previous studies in order to evaluate and thus determine its profitability, and allows to define all the elements of support that the project needs to be economically maintained, as a purpose it has the monetary results, which serve to analyze if the project. Finally, there is the project evaluation to determine if the project is feasible or not.

**Keywords:**

Hostel, Lodge, Hospitality, Tourism, Feasibility, Entrepreneurship, Quilotoa.



***AVAL DE TRADUCCIÓN***

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen del proyecto de emprendimiento al Idioma Inglés presentado por los señores egresados de la carrera de **INGENIERÍA COMERCIAL DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, JÁCOME LATACUNGA OSCAR GUSTAVO Y NINASUNTA SIGCHA CARLOS ALEXANDER**, cuyo título versa **“PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN LODGE EN EL CENTRO TURÍSTICO LAGUNA DE QUILOTOA”**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a los peticionarios hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, Agosto del 2019

Atentamente,

**MSc. Romero Palacios Amparo de Jesús**

**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS**

**C.C: 050136918-5**



## INDICE

<b>DECLARACIÓN DE AUTORÍA</b>	<b>i</b>
<b>AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO</b>	<b>ii</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b>	<b>v</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>vi</b>
<b>DEDICATORIA</b>	<b>vii</b>
<b>RESUMEN</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>ix</b>
<b>AVAL DE TRADUCCIÓN</b>	<b>x</b>
<b>INDICE</b>	<b>xi</b>
<b>INDICE DE TABLAS</b>	<b>xv</b>
<b>INDICE DE ILUSTRACIÓN</b>	<b>xviii</b>
<b>INDICE DE GRÁFICOS</b>	<b>xviii</b>
<b>INDICE DE IMAGEN</b>	<b>xix</b>
<b>INDICE DE CUADROS</b>	<b>xix</b>
<b>1.GENERALIDADES</b>	<b>1</b>
<b>1.1 INFORMACIÓN GENERAL</b>	<b>1</b>
<b>1.2 INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>1.3 OBJETIVOS</b>	<b>4</b>
1.3.1 Objetivo General.	4
1.3.2 Objetivos Específicos.	4
<b>1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	<b>5</b>
<b>1.5 JUSTIFICACIÓN</b>	<b>6</b>
<b>1.6 METODOLOGÍA</b>	<b>7</b>
<b>2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b>	<b>8</b>
<b>2.1 PROYECTOS.</b>	<b>8</b>
2.1.1 Proyectos de inversión	8
<b>2.2 ESTRUCTURA DE UN PROYECTO.</b>	<b>8</b>
2.2.1 Estudio de Mercado.	8
2.2.1.1 Análisis de la demanda	8
2.2.1.1.1 Recopilación de información de fuentes secundarias.	10
2.2.1.1.2 Métodos de proyección	10

2.2.1.1.3 Recopilación de información de fuentes primarias. -----	10
2.2.1.1.4 Procedimiento de muestreo y determinación del tamaño de la muestra. -----	10
2.2.1.1.5 Medición e interpretación-----	11
2.2.1.2 Análisis de la oferta.-----	11
2.2.1.2.1 Proyección de la oferta. -----	11
2.2.1.2.2 Determinación de la demanda potencial insatisfecha.-----	12
2.2.1.3 Análisis de los precios. -----	12
2.2.1.4 Estrategias de introducción al mercado.-----	12
2.2.2 Estudio Técnico.-----	13
2.2.2.1 Determinación del tamaño óptimo de la planta. -----	13
2.2.2.2 Localización óptima del proyecto.-----	14
2.2.2.3 Ingeniería del proyecto.-----	14
2.2.2.3.1 Distribución de la planta. -----	14
2.2.2.3.2 Métodos de distribución. -----	15
2.2.3 Marco legal de la empresa y factores relevantes. -----	15
2.2.4 Organización del recurso humano y organigrama general de la empresa. -----	16
2.2.5 Estudio Financiero o Económico. -----	17
2.2.5.1 Determinación de los costos -----	17
2.2.5.2 Inversión total: fija y diferida.-----	17
2.2.5.2.1 Cronograma de inversiones.-----	18
2.2.5.3 Depreciaciones y amortizaciones. -----	18
2.2.5.4 Capital de trabajo. -----	18
2.2.5.5 Punto de equilibrio.-----	19
2.2.5.6 Estados de resultados pro-forma. -----	19
2.2.5.7 Tasa mínima aceptable de rendimiento. -----	19
2.2.5.8 Financiamiento y tabla de pago de la deuda-----	19
2.2.5.9 Balance general -----	20
2.2.6 Evaluación Financiera o Económica.-----	20
2.2.6.1 Valor presente neto (VPN). -----	20
2.2.6.2 Tasa interna de rendimiento (TIR).-----	20
2.2.6.3 Análisis de sensibilidad-----	21
<b>2.3 QUÉ ES UNA EMPRESA-----</b>	<b>21</b>
2.3.1 Clasificación de la empresa -----	21
2.3.2 Sector terciario-----	22
<b>2.4 HOTEL -----</b>	<b>22</b>
2.4.1 Clasificación de los hoteles por estrellas -----	24
<b>2.5 EL TURISMO-----</b>	<b>25</b>
2.5.1 Clasificación del turismo-----	25
<b>2.6 MARCO CONCEPTUAL -----</b>	<b>26</b>

<b>3. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....	<b>30</b>
<b>3.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO</b> .....	<b>30</b>
3.1.1 Macro segmentación. ....	30
3.1.2 Micro segmentación .....	31
3.1.3 Mercado meta .....	32
3.1.4 Población y muestra .....	32
3.1.4.1 Análisis e interpretación de datos. ....	35
<b>3.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.</b> .....	<b>54</b>
3.2.1 Análisis de la demanda histórica. ....	54
3.2.2 Análisis de la demanda actual .....	56
3.2.3 Análisis de la demanda futuro .....	56
<b>3.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA</b> .....	<b>57</b>
3.3.1 Oferta histórica .....	58
3.3.2 Oferta actual.....	59
3.3.3 Análisis de la oferta futuro .....	60
<b>3.4 DEMANDA INSATISFECHA.</b> .....	<b>61</b>
<b>3.5 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS.</b> .....	<b>61</b>
<b>3.6 MARKETING MIX</b> .....	<b>62</b>
<b>4. ESTUDIO TÉCNICO</b> .....	<b>65</b>
<b>4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.</b> .....	<b>65</b>
4.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto .....	65
4.1.1.1 Tamaño del proyecto de la demanda. ....	65
4.1.1.2 Capacidad instalada del proyecto .....	65
4.1.1.3 Tamaño del proyecto, tecnología y equipos .....	66
4.1.1.4 Tamaño del proyecto y mano de obra .....	66
4.1.1.5 Tamaño del proyecto y Financiamiento .....	66
<b>4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.</b> .....	<b>67</b>
4.2.1 Macro localización. ....	67
4.2.2 Micro localización.....	69
<b>4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.</b> .....	<b>70</b>
4.3.1 Descripción de los servicios. ....	70
4.3.2 Proceso operativo.....	71
4.3.3 Diseño de la planta.....	76
4.3.4 Distribución física de la planta .....	77
4.3.5 Requerimiento para el proyecto .....	78

<b>5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL -----</b>	<b>89</b>
<b>5.1 La empresa. -----</b>	<b>89</b>
5.1.1 Razón Social.-----	89
5.1.2 Logotipo y slogan -----	89
5.1.3 Constitución de la empresa. -----	90
5.1.4 Titularidad de la propiedad de la empresa-----	90
5.1.5 Tipo de empresa. -----	91
5.1.6 Base filosófica de la empresa (plan estratégico) -----	92
5.1.6.1 Misión. -----	92
5.1.6.2 Visión. -----	92
5.1.6.3 Principios y valores. -----	93
5.1.6.4 Política empresarial-----	94
5.1.7 Organización administrativa -----	95
5.1.7.1 Estructura orgánica -----	95
5.1.8 Distribución de funciones y responsabilidades. -----	98
<b>6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO-----</b>	<b>107</b>
<b>6.1 PLAN DE INVERSIÓN. -----</b>	<b>107</b>
6.1.1 Activos fijos. -----	107
6.1.2 Activos diferidos -----	109
6.1.3 Capital de trabajo. -----	111
<b>6.2 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN INICIAL -----</b>	<b>115</b>
<b>6.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO-----</b>	<b>116</b>
<b>6.4 ESTRUCTURA FINANCIERA -----</b>	<b>117</b>
<b>6.5 PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN -----</b>	<b>118</b>
6.5.1 Presupuestos de ingresos -----	119
6.5.2 Presupuestos de egresos-----	121
6.5.2.1 Gastos operacionales. -----	121
6.5.2.2 Gastos no operacionales -----	123
6.5.2.3 Costo de venta -----	124
6.5.3 Cuentas por pagar. -----	125
<b>6.6 PUNTO DE EQUILIBRIO -----</b>	<b>125</b>
<b>6.7 ESTADOS FINANCIEROS -----</b>	<b>127</b>
6.7.1 Estado de situación inicial-----	127
6.7.2 Estado de resultados -----	129
6.7.3 Flujo de caja-----	130
6.7.4 Balance general-----	131

<b>7. EVALUACIÓN FINANCIERA</b> .....	<b>132</b>
<b>7.1 CRITERIOS DE LA EVALUACIÓN</b> .....	<b>132</b>
7.1.1 TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento). .....	132
7.1.2 VAN (Valor Actual Neto) .....	133
7.1.3 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	134
7.1.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) .....	134
7.1.5 Relación Beneficio-Costo .....	135
<b>7.2 ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD</b> .....	<b>136</b>
<b>7.3 RAZONES FINANCIERAS</b> .....	<b>137</b>
7.3.1 Razones de liquidez.....	137
7.3.2 Razones de apalancamiento .....	138
7.3.3 Razones de rentabilidad.....	139
<b>8. IMPACTO AMBIENTAL</b> .....	<b>142</b>
<b>8.1 FACTIBILIDAD AMBIENTAL</b> .....	<b>142</b>
<b>8.2 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL</b> .....	<b>142</b>
<b>9. CONCLUSIONES</b> .....	<b>146</b>
<b>10. RECOMENDACIONES</b> .....	<b>147</b>
<b>11. BIBLIOGRAFÍA:</b> .....	<b>148</b>
<b>12. ANEXOS</b> .....	<b>143</b>

## **INDICE DE TABLAS**

<b>Tabla 1:</b> Tamaño del universo .....	32
<b>Tabla 2:</b> Prueba piloto .....	33
<b>Tabla 3:</b> Género de los visitantes.....	35
<b>Tabla 4:</b> Edad de los encuestados .....	35
<b>Tabla 5:</b> Lugar de origen turista nacional.....	36
<b>Tabla 6:</b> Lugar de origen turista extranjero .....	36
<b>Tabla 7:</b> Nivel de estudio.....	37
<b>Tabla 8:</b> Profesión ecuatorianos .....	37
<b>Tabla 9:</b> Profesión extranjeros.....	38
<b>Tabla 10:</b> Nivel de ingreso .....	38
<b>Tabla 11:</b> Número de personas que hospedaron.....	39
<b>Tabla 12:</b> Motivo de visita.....	40
<b>Tabla 13:</b> Frecuencia de visita.....	41

<b>Tabla 14:</b> Número de personas que viajan .....	42
<b>Tabla 15:</b> Acompañantes .....	43
<b>Tabla 16:</b> Hostales visitado por los turistas .....	44
<b>Tabla 17:</b> Tiempo de permanencia .....	45
<b>Tabla 18:</b> Satisfacción de los clientes.....	46
<b>Tabla 19:</b> Calificación de los servicios.....	47
<b>Tabla 20:</b> Valoración al hospedar.....	48
<b>Tabla 21:</b> Medios de información.....	49
<b>Tabla 22:</b> Aceptación de los clientes .....	50
<b>Tabla 23:</b> Valor monetario.....	51
<b>Tabla 24:</b> Servicios de Lodge .....	52
<b>Tabla 25:</b> Formas de pago .....	53
<b>Tabla 26:</b> Llegada de turistas internacionales.....	54
<b>Tabla 27:</b> Principales mercados al Ecuador.....	55
<b>Tabla 28:</b> Demanda de turistas en Quilotoa.....	56
<b>Tabla 29:</b> Demanda actual .....	56
<b>Tabla 30:</b> Personas que demandaron los hostales.....	56
<b>Tabla 31:</b> Proyección de la demanda.....	57
<b>Tabla 32:</b> Oferta histórica .....	58
<b>Tabla 33:</b> Oferta actual .....	59
<b>Tabla 34:</b> Ofertantes de los hostales .....	59
<b>Tabla 35:</b> Proyección de la oferta .....	60
<b>Tabla 36:</b> Demanda insatisfecha.....	61
<b>Tabla 37:</b> Proyección de los precios .....	62
<b>Tabla 38:</b> Tamaño del proyecto de la demanda.....	65
<b>Tabla 39:</b> Capacidad instalada.....	66
<b>Tabla 40:</b> Requerimiento del espacio físico .....	78
<b>Tabla 41:</b> Requerimiento de la mano de obra directa .....	79
<b>Tabla 42:</b> Mano de obra indirecta.....	79
<b>Tabla 43:</b> Requerimiento de terreno .....	80
<b>Tabla 44:</b> Equipamiento para el Lodge .....	80
<b>Tabla 45:</b> Requerimiento de muebles y enseres .....	80
<b>Tabla 46:</b> Lencería y utensilios para cocina .....	82
<b>Tabla 47:</b> Requerimiento de equipos de seguridad.....	83
<b>Tabla 48:</b> Muebles para oficina .....	84
<b>Tabla 49:</b> Requerimiento de equipos de oficina .....	84
<b>Tabla 50:</b> Requerimiento de equipo de computación .....	84
<b>Tabla 51:</b> Requerimiento de suministro de oficina.....	84
<b>Tabla 52:</b> Requerimiento de la mercadería.....	85
<b>Tabla 53:</b> Requerimiento de gastos diferidos .....	86
<b>Tabla 54:</b> Requerimiento para del mantenimiento .....	86

<b>Tabla 55:</b> Requerimiento de servicios básicos .....	87
<b>Tabla 56:</b> Requerimiento de teléfono, internet y tv cable .....	87
<b>Tabla 57:</b> Requerimiento publicidad .....	87
<b>Tabla 58:</b> Requerimiento de útiles de aseo.....	87
<b>Tabla 59:</b> Requerimiento de suministros de limpieza .....	88
<b>Tabla 60:</b> Activos fijos.....	107
<b>Tabla 61:</b> Depreciación de Activos fijos .....	108
<b>Tabla 62:</b> Depreciación de equipo de reposición .....	109
<b>Tabla 63:</b> Activos diferidos .....	109
<b>Tabla 64:</b> Amortización de activos diferidos.....	110
<b>Tabla 65:</b> Inventario de mercadería.....	111
<b>Tabla 66:</b> Gastos administrativos .....	113
<b>Tabla 67:</b> Gastos de venta.....	113
<b>Tabla 68:</b> Total gastos operacionales .....	114
<b>Tabla 69:</b> Gastos no operacionales .....	114
<b>Tabla 70:</b> Resumen capital de trabajo .....	115
<b>Tabla 71:</b> Estructura de inversiones .....	115
<b>Tabla 72:</b> Origen y aplicación de los fondos .....	117
<b>Tabla 73:</b> Estructura financiera .....	117
<b>Tabla 74:</b> Amortización de la deuda.....	118
<b>Tabla 75:</b> Ingreso por alojamiento.....	119
<b>Tabla 76:</b> Ingreso por restaurante de personas que hospedan .....	119
<b>Tabla 77:</b> Ingreso por restaurante .....	120
<b>Tabla 78:</b> Ingreso por la venta de artesanías .....	120
<b>Tabla 79:</b> Ingreso por servicio de .....	121
<b>Tabla 80:</b> Gastos administrativos .....	121
<b>Tabla 81:</b> Gastos de venta.....	122
<b>Tabla 82:</b> Resumen de gastos operacionales .....	123
<b>Tabla 83:</b> Gastos no operacionales .....	124
<b>Tabla 84:</b> Costo de venta .....	124
<b>Tabla 85:</b> Resumen egreso total .....	125
<b>Tabla 86:</b> Cuentas por pagar.....	125
<b>Tabla 87:</b> Costos variables.....	126
<b>Tabla 88:</b> Costos fijos.....	126
<b>Tabla 89:</b> Punto de equilibrio.....	127
<b>Tabla 90:</b> Estado de situación inicial.....	128
<b>Tabla 91:</b> Estado de resultados .....	129
<b>Tabla 92:</b> Flujo de caja .....	130
<b>Tabla 93:</b> Balance general .....	131
<b>Tabla 94:</b> Tasa mínima aceptables de rendimiento (TMAR) .....	132
<b>Tabla 95:</b> Valor Actual Neto (VAN).....	133

<b>Tabla 96.</b> Tasa Interna de Retorno (TIR).....	134
<b>Tabla 97:</b> Periodo de Recuperación de la Inversión.....	135
<b>Tabla 98:</b> Relación Costo Beneficio (B/C).....	136
<b>Tabla 99:</b> Análisis de la sensibilidad.....	136
<b>Tabla 100:</b> Razón circulante.....	137
<b>Tabla 101:</b> Prueba ácida.....	138
<b>Tabla 102:</b> Capital Neto de Trabajo.....	138
<b>Tabla 103:</b> Deuda total.....	139
<b>Tabla 104:</b> Apalancamiento.....	139
<b>Tabla 105.</b> Margen de utilidad sobre ventas.....	140
<b>Tabla 106:</b> Rendimientos sobre activos totales.....	140
<b>Tabla 107:</b> Rendimiento sobre el patrimonio.....	141
<b>Tabla 108:</b> Resumen razones financieras.....	141

## INDICE DE ILUSTRACIÓN

<b>Ilustración 1.</b> Matriz de micro localización.....	69
<b>Ilustración 2:</b> Proceso de servicio de alojamiento.....	72
<b>Ilustración 3.</b> Proceso de servicio de alimentación.....	73
<b>Ilustración 4:</b> Proceso de limpieza de las habitaciones.....	73
<b>Ilustración 5:</b> Servicio de senderismo.....	74
<b>Ilustración 6:</b> Adquisición de mercadería.....	74
<b>Ilustración 7:</b> Proceso de venta de artesanías.....	75
<b>Ilustración 8:</b> Diseño de la planta.....	76
<b>Ilustración 9:</b> Logotipo.....	89
<b>Ilustración 10:</b> Organigrama estructural.....	96
<b>Ilustración 11:</b> Organigrama posicional.....	96
<b>Ilustración 12:</b> Organigrama funcional.....	97

## INDICE DE GRÁFICOS

<b>Grafico 1:</b> Personas que hospedaron.....	39
<b>Grafico 2:</b> Motivo de la visita.....	40
<b>Grafico 3:</b> Frecuencia de visita.....	41
<b>Grafico 4:</b> Grupo de personas que viajan.....	42
<b>Grafico 5:</b> Acompañantes.....	43
<b>Grafico 6:</b> Hostales visitado por turistas.....	44
<b>Grafico 7:</b> Tiempo de permanencia.....	45
<b>Grafico 8:</b> Satisfacción de los clientes.....	46
<b>Grafico 9:</b> Calificación por los visitantes.....	47

<b>Grafico 10:</b> Valoración de los hospedajes .....	48
<b>Grafico 11:</b> Medios de información .....	49
<b>Grafico 12:</b> Aceptación de los clientes .....	50
<b>Grafico 13:</b> Valor monetario .....	51
<b>Grafico 14:</b> Servicios de Lodge .....	52
<b>Grafico 15:</b> Formas de pago .....	53

## INDICE DE IMAGEN

<b>Imagen 1:</b> Macro localización .....	67
<b>Imagen 2:</b> Matriz de micro localización .....	69

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1:</b> Segmentación demográfica .....	31
<b>Cuadro 2:</b> Segmentación geográfica .....	31
<b>Cuadro 3:</b> Segmentación Psicográficas .....	31
<b>Cuadro 4:</b> Segmentación conductual.....	32
<b>Cuadro 5:</b> Mercado meta.....	32
<b>Cuadro 6:</b> Análisis de los precios.....	61
<b>Cuadro 7:</b> Marketing mix .....	62
<b>Cuadro 8:</b> Datos de ubicación de macro localización .....	67
<b>Cuadro 9:</b> Datos de micro localización .....	69
<b>Cuadro 10:</b> Tipo de habitaciones .....	70
<b>Cuadro 11:</b> Símbolos de diagrama de flujo.....	72
<b>Cuadro 12:</b> Garantía para el crédito .....	116
<b>Cuadro 13:</b> Requerimientos legales .....	142

## 1. GENERALIDADES

### 1.1 INFORMACIÓN GENERAL

**Título del emprendimiento:**

Propuesta de creación de un Lodge, en el turístico Laguna de Quilotoa

**Fecha de inicio:**

5 de Abril del 2018

**Fecha de finalización:**

Agosto 2019

**Lugar de ejecución:**

Laguna de Quilotoa

**Facultad de Ciencias Administrativas:**

**Carrera que auspicia:**

Ingeniería Comercial

**Proyecto vinculado:**

**Área de Conocimiento:**

Administración y Emprendimiento

**Línea de investigación:**

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social

**Sub líneas de investigación de la Carrera:**

Innovación y Emprendimiento

## 1.2 INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como finalidad de determinar la factibilidad de la creación de un Lodge, que brinde alojamiento y comodidad a los turistas nacionales y extranjeros que visiten La Laguna de Quilotoa, además; el servicio de restaurante, servicio de guía y una galería comercial para quienes desean comprar artesanías típicas del lugar. En el 2018 se determinó que 65006 visitaron la Laguna de Quilotoa, y con una muestra de 382 turistas se obtuvo que el 18% se ha hospedado en dicho lugar, por ende, de los 65006 turistas el 18% corresponde a 11701 huéspedes y el Lodge cubrirá el 4% de la demanda insatisfecha que corresponde a 1712 huéspedes anuales. El Lodge iniciará sus operaciones con 9 habitaciones con capacidad para 26 personas que estarán distribuidas: en 2 habitaciones sencillas, 3 matrimoniales, 2 habitación triple, 1 habitación familiar y 1 habitación doble. Los cuales contarán con los servicios de televisión por cable, baño privado, agua caliente, wifi y garaje. El precio de las habitaciones será de \$30.00 incluido la cena. Este proyecto requiere una inversión inicial de \$266.979,35, distribuidos en adquisición de activos fijos, diferidos y capital de trabajo, la estructura financiera está compuesta de dicha forma: el 60% corresponde a \$160.187,61 con el financiamiento de la Corporación Nacional Financiera (CFN) con un interés del 9.75% anual, con un plazo de 5 años. El 40% de la inversión corresponde a \$106.791,74 por la aportación de los socios. De acuerdo con los resultados financieros, se espera una tasa de interna de rendimiento de 27.47% y un valor actual neto de \$164.334,46. Esta inversión se recuperará en un plazo aproximado de 3 años, 2 meses y 14 días. Ante lo expuesto anteriormente el proyecto si es factible. Finalmente se procedió a evaluar los posibles impactos que se van a generar para la creación del proyecto.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General.**

Elaborar un Plan de Negocio para la creación de un Lodge en el centro turístico de la Laguna Quilotoa.

### **1.3.2 Objetivos Específicos.**

- ✓ Investigar la demanda de turistas que visitan la Laguna de Quilotoa con de datos estadísticos proporcionados por los organismos gubernamentales.
- ✓ Realizar un diagnóstico al sector para determinar las preferencias de los turistas en cuanto a las actividades y servicios.
- ✓ Elaborar el estudio técnico para determinar los requerimientos básicos para que el Lodge pueda entrar en funcionamiento.
- ✓ Plasmar el estudio financiero y la evaluación del proyecto.

#### **1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Uno de los aspectos principales que se ha visto con una observación, radica que en la Provincia de Cotopaxi, el lugar turístico con mayor apoyo económicamente se ve reflejado en el Parque Nacional Cotopaxi. Por ende, la gran cantidad de turistas suelen visitar dicho sitio con mayor frecuencia. En la Laguna de Quilotoa el apoyo económico, no abastece con todos los cambios que se necesita, para lo cual es necesario solicitar a las autoridades competentes, que gestionen dichos cambios y con esto hacer que el Parque Nacional de Cotopaxi, no sea el único centro turístico más visitado por los turistas.

El problema dentro de la Laguna de Quilotoa reside, que en dicho lugar en los días festivos y vacaciones los servicios que ofrecen los hostales, no abastecen con toda la demanda de los turistas, lo cual hace que los turistas regresen a la parroquia de Zumbahua o a las ciudades más cercanas como Pujilí y Latacunga en busca de alojamiento. Esta es la principal causa para que los turistas se sientan incómodos al tener que ir hacia otros lugares para adquirir una habitación.

Por todas las características mencionadas anteriormente, se tiene la necesidad de crear un Lodge en la Laguna de Quilotoa, con el único fin de brindar un servicio de excelencia y apoyar al sector turístico. Además, es una oportunidad para crear un Lodge ya que el Ministerio de Turismo da incentivos para quienes realicen inversiones nuevas en proyectos de este tipo.

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

En la comunidad turística de la Laguna de Quilotoa, se puede observar una gran afluencia de turistas nacionales como extranjeros, quienes llegan a este lugar para la recreación turística, debido a que el lugar ofrece diferentes atracciones como son: su paisaje, la flora, la fauna, la comida típica, sus artesanías, las tradiciones y costumbres de la comunidad indígena, y lo más importantes su principal atracción la laguna de Quilotoa. Además, de las atracciones turísticas la laguna de Quilotoa, ofrece los servicios en: kayak, alquiler de acémilas y los hospedajes.

Las personas por lo natural suele aburrirse de lo mismo con el paso del tiempo, por lo cual, la innovación constante se ha convertido en algo fundamental para las empresas e instituciones, no obstante en la Laguna de Quilotoa la falta de innovación en los servicios turísticos, hacen que este lugar sea cada vez menos visitado por las personas; por ende, los turistas no logran conocer todas las maravillas que ofrece a su alrededor como son: (la Cueva del Inca, aguas termales Anchi-Quilotoa, mirador cañón del Toachi, vertientes mineral Santo Rumi, feria indígena de Zumbahua, complejo montañoso Thzirimantzi, etc.).

La importancia del estudio es conocer las falencias turísticas y aportar a mejorar los servicios que se da al turista y a la vez convertir a la laguna en uno de los sitios de mayor elección para los visitantes. Ser reconocido a nivel nacional, mediante la aplicación de las estrategias, beneficiándose directamente a los creadores del proyecto; pero sin dejar a un lado, el beneficio indirecto que son la comunidad y los turistas.

Además, lo más importante con la implementación de la nueva empresa, se generará las nuevas alternativas de fuentes de empleo, no solo para población local; sino, también para los profesionales de otras localidades con el único fin de disminuir la tasa de desempleo y mejorar la calidad de vida de las personas.

## 1.6 METODOLOGÍA

Dentro del proyecto de emprendimiento se desarrolló los siguientes componentes:

Dentro del estudio de mercado se determinará la investigación de la demanda de turistas que visitan la Laguna de Quilotoa, dichos datos estadísticos se obtendrá de las instituciones gubernamentales específicamente Ministerio del Ambiente de Ecuador (MAE), con lo cual se podrá determinar la oferta y demanda del lugar.

Una vez analizado los datos se procederá realizar un diagnóstico al sector, para determinar los gustos y las preferencias de los turistas en cuanto a las actividades y los servicios que requieran o necesitan. El método de recolección de información a implementarse será la encuesta.

En el estudio técnico permitirá determinar los requerimientos básicos para que el Lodge pueda entrar en funcionamiento, se determinará todo lo que se necesita para que pueda funcionar el establecimiento con los respectivos costos (bienes, personal, infraestructura, permisos, impuestos).

Por último se realizará el estudio y la evaluación financiera, los cuales permitirán conocer la inversión total, fuentes de financiamiento, los ingresos y los gastos. Con el resultado obtenido en la evaluación financiera se procederá a realizar la evaluación financiera aplicando los principales indicadores financieros como: (VAN, TIR, TMAR, PRI), este resultado será la clave para tomar una decisión y por ende, conocer si el proyecto es o no factible.

## 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1 PROYECTOS.

BACA, Gabriel (2010) manifiesta que “Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana” (p.2).

#### 2.1.1 Proyectos de inversión

BACA, Gabriel (2010) sostiene que “El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicios, útil al ser humano o a la sociedad” (p.2).

### 2.2 ESTRUCTURA DE UN PROYECTO.

#### 2.2.1 Estudio de Mercado.

BACA, Gabriel (2010) menciona que “El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (p.7).

##### 2.2.1.1 *Análisis de la demanda*

El análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Urbina, 2010, p. 15)

**Tipos de la demanda:**

**En relación con su oportunidad:**

**Demanda insatisfecha.**- es cuando el producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

**Demanda satisfecha.**- es cuando lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha.

- ✓ **Satisfecha saturada**, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.
- ✓ **Satisfecha no saturada**, es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

#### **En relación con su necesidad:**

**Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios.**- Son los que requiere la sociedad para su desarrollo y crecimiento, y se relacionan con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.

**Demanda de bienes no necesarios o de gusto.**- que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo.

#### **En relación con su temporalidad:**

**Demanda continua.**- es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos.

**Demanda cíclica o estacional.**- es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas o comerciales.

**De acuerdo con su destino:**

**Demanda de bienes finales**, son adquiridos directamente por el consumidor para su uso o aprovechamiento.

**Demanda de bienes intermedios o industriales**, requieren algún procesamiento para ser bienes de consumo final.

#### *2.2.1.1.1 Recopilación de información de fuentes secundarias.*

“Se denominan fuentes secundarias aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa y otras” (Urbina, 2010, p. 17).

#### *2.2.1.1.2 Métodos de proyección*

- ✓ **Método de las medias móviles.**- El método consiste en suavizar las irregularidades de la tendencia por medio de medias parciales.
- ✓ **Método de mínimos cuadrados.**- Consiste en calcular la ecuación de una curva para una serie de puntos dispersos sobre una gráfica.
- ✓ **Ecuaciones no lineales.**- Cuando la tendencia del fenómeno es claramente no lineal, se utilizan ecuaciones que se adapten al fenómeno.

#### *2.2.1.1.3 Recopilación de información de fuentes primarias.*

Las fuentes primarias son referencia de primera mano que proporciona información a la investigación, indican los hechos en base a la experiencia y están muy cerca al tema del estudio.

#### *2.2.1.1.4 Procedimiento de muestreo y determinación del tamaño de la muestra.*

Selección de una pequeña parte estadísticamente determinada. Existen dos tipos generales de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico. En el primero, cada uno de los elementos de la

muestra tiene la misma probabilidad de ser entrevistado, y en el muestreo no probabilístico, la probabilidad no es igual para todos los elementos del espacio muestral.

Para el cálculo de n (tamaño de la muestra) se puede emplear la siguiente fórmula:

$$= \frac{N \cdot Z^2 * p(1 - p)}{(N - 1)e^2 + Z^2 p(1 - p)}$$

#### *2.2.1.1.5 Medición e interpretación*

“Consiste en representar por medio de símbolos las propiedades de personas, objetos, eventos o estados” (Urbina, 2010, p.32).

#### *2.2.1.2 Análisis de la oferta.*

Según BACA, Gabriel “Es el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio” (p.32).

#### **Principales tipos de oferta:**

- ✓ **Oferta competitiva o de mercado libre.-** En ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia.
- ✓ **Oferta oligopólica.-** Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores.
- ✓ **Oferta monopólica.-** Es en la que existe un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad.

#### *2.2.1.2.1 Proyección de la oferta.*

Es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que de cada una de las terceras variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. (Urbina, 2010, p. 42)

#### *2.2.1.2.2 Determinación de la demanda potencial insatisfecha.*

### **Cálculo de la demanda potencial insatisfecha**

Cuando se tienen los dos datos graficados de oferta-demanda y sus respectivas proyecciones en el tiempo, ya sea con dos o tres variables, la demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balance oferta-demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro. (Urbina, 2010, p. 42)

#### *2.2.1.3 Análisis de los precios.*

### **Tipos de precios:**

- ✓ **Internacional.-** Es el que se usa para artículos de importación-exportación. Normalmente está cotizado en dólares estadounidenses y FOB (libre a bordo) en el país de origen.
- ✓ **Regional externo.-** Es el precio vigente sólo en parte de un continente. Por ejemplo, Centroamérica en América; Europa occidental en Europa, etc.
- ✓ **Regional interno.-** Es el precio vigente en sólo una parte del país. Por ejemplo, en el sureste o en la zona norte.
- ✓ **Nacional.-** Es el precio vigente en todo el país, y normalmente lo tienen productos con control oficial de precio o artículos industriales muy especializados.
- ✓ **Local.-** Precio vigente en una población o poblaciones pequeñas y cercanas. Fuera de esa localidad el precio cambia.

### **Proyección del precio del producto.**

Para proyectar los precios de un producto o servicio es importante considerar cuál será el precio al que vamos a vender, porque este es el camino para considerar en el cálculo de los ingresos.

#### *2.2.1.4 Estrategias de introducción al mercado.*

Estrategia de marketing “Es lógica de marketing con que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de marketing” (Kotler y Armstrong, 2007, p.49).

Mezcla de marketing “Conjunto de herramientas tácticas de marketing que son controlables (producto, precio, plaza y promoción) que la empresa combina para obtener la respuesta deseada en el mercado meta” (Kotler y Armstrong, 2007, p.53).

De acuerdo a los autores Kotler y Armstrong dentro del marketing mix se debe tomar en cuenta los cuatro Ps que son: el producto, precio, plaza y promoción. A continuación describiremos el concepto de cada uno de ella.

### **2.2.2 Estudio Técnico.**

BACA, Gabriel (2010) sostiene que el estudio técnico “Es la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal” (p.7).

#### **2.2.2.1 Determinación del tamaño óptimo de la planta.**

La determinación del tamaño de la planta “Es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica” (Urbina, 2010, p.75).

#### **Método de lange.**

Lange define un modelo particular para fijar la capacidad óptima de producción de la nueva planta, se sustenta en la hipótesis real de que existe una relación funcional entre el monto de la inversión y la capacidad productiva del proyecto, lo cual permite considerar a la inversión inicial como medida directa de la capacidad de producción. (Urbina, 2010, p.85)

#### **Fórmula para optimizar el proceso productivo**

$$\text{Costo total} = I_0(C) + \sum_{i=0}^{n-1} \frac{C}{(1+t)^t} = \text{mínimo}$$

### ***2.2.2.2 Localización óptima del proyecto.***

Es la que contribuye en mayor medida a lograr la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital, es decir; permite al inversionista a obtener el costo unitario mínimo.

#### **Método para la localización optima del proyecto.**

- ✓ **Método cualitativo por punto.-** Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización.

### ***2.2.2.3 Ingeniería del proyecto.***

Es aquella etapa donde se definen los recursos necesarios para la ejecución del proyecto.

#### **Procesos de producción**

Para representar el proceso de producción existen varios métodos pero dentro de este mencionaremos los más relevantes.

**Diagrama de bloques.-** “Consiste en que cada operación unitaria ejercida sobre la materia prima se encierra en un rectángulo; cada rectángulo o bloque se une con el anterior y el posterior por medio de flechas” (Urbina, 2010, p.91).

**Diagrama de flujo del proceso.-** “Se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas” (Urbina, 2010, p.91).

#### ***2.2.2.3.1 Distribución de la planta.***

“Es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores” (Urbina, 2010, p.94).

#### 2.2.2.3.2 *Métodos de distribución.*

El método de distribución de la planta permite calcular el espacio físico para reducir los costos no productivos y aprovechar al máximo la eficiencia de los trabajadores.

### **2.2.3 Marco legal de la empresa y factores relevantes.**

Son leyes o normas que rigen a las instituciones y a los individuos para poner en marcha un proyecto dentro de este marco legal tenemos lo que son:

La constitución legal de la empresa, la ley dicta los tipos de sociedad permitidos, su funcionamiento, sus restricciones, dentro de las cuales la más importante es la forma y el monto de participación extranjera en la empresa si existiera. (Urbina, 2010, p.103)

A continuación tenemos los aspectos que interviene con la empresa y cómo repercuten en el marco legal.

#### **Mercado**

- ✓ Legislación sanitaria sobre los permisos que deben obtenerse, la forma de presentación del producto, sobre todo en el caso de los alimentos.
- ✓ Elaboración y funcionamiento de contratos con proveedores y clientes.
- ✓ Permisos de vialidad y sanitarios para el transporte del producto.

#### **Localización**

- ✓ Estudios de posesión y vigencia de los títulos de bienes raíces.
- ✓ Litigios, prohibiciones, contaminación ambiental, uso intensivo de agua en determinadas zonas.
- ✓ Apoyos fiscales por medio de exención de impuestos, a cambio de ubicarse en determinada zona.
- ✓ Gastos notariales, transferencias, inscripción en Registro Público de la Propiedad y el Comercio.

- ✓ Determinación de los honorarios de los especialistas o profesionales que efectúen todos los trámites necesarios.

### **Estudio técnico**

- ✓ Transferencia de tecnología.
- ✓ Compra de marcas y patentes. Pago de regalías.
- ✓ Aranceles y permisos necesarios en caso de que se importe alguna maquinaria o materia prima.
- ✓ Leyes contractuales, en caso de que se requieran servicios externos.

### **Administración y organización**

- ✓ Leyes que regulan la contratación de personal sindicalizado y de confianza. Pago de utilidades al finalizar el ejercicio.
- ✓ Prestaciones sociales a los trabajadores. Vacaciones, incentivos, seguridad social, ayuda a la vivienda, etcétera.
- ✓ Leyes sobre seguridad industrial mínima y obligaciones patronales en caso de accidentes de trabajo.

### **Aspecto financiero y contable**

- ✓ La Ley del Impuesto sobre la Renta rige lo concerniente a: tratamiento fiscal sobre depreciación y amortización, etcétera.
- ✓ Si la empresa adquiere un préstamo de alguna institución crediticia, hay que conocer las leyes bancarias y de las instituciones de crédito, así como las obligaciones contractuales que de ello se deriven.

#### **2.2.4 Organización del recurso humano y organigrama general de la empresa.**

Permite identificar cómo estará estructurada la empresa, a través de organigrama estructural con sus principales funciones.

### 2.2.5 Estudio Financiero o Económico.

BACA, Gabriel (2010) menciona que el estudio económico “Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (p.8).

#### 2.2.5.1 Determinación de los costos

Es la determinación de todos los costos que intervienen en proceso productivo de un bien o un servicio, es decir indica las inversiones utilizadas para alcanzar a producir dichos productos o servicios.

**Costos de Producción.-** Es el costo total que interviene en proceso productivo de un bien o servicio. Dentro de estos costos se encuentran: costo de materia prima, costos de mano de obra, costos de energía eléctrica, costos de agua, combustibles, control de calidad, mantenimiento, cargos de depreciación y amortización, costos para combatir la contaminación y otros costos

**Costos de Administración.-** Los costos que intervienen para realizar la función de la administración en la empresa.

**Costos de venta.-** Es el costo que se incurre para comercializar un bien o para prestar un servicio.

**Costos financieros.-** Los costos financieros “Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo” (Urbina, 2010, p.143).

#### 2.2.5.2 Inversión total: fija y diferida.

“La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo” (Urbina, 2010, p.143).

#### 2.2.5.2.1 Cronograma de inversiones.

El cronograma de inversiones “Es el cálculo del tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable” (Urbina, 2010, p.143).

#### 2.2.5.3 Depreciaciones y amortizaciones.

**La depreciación.-** sólo se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos; es decir, se deprecian.

**La amortización.-** significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión y sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles.

#### 2.2.5.4 Capital de trabajo.

Son aquellos recursos necesarios que requiere la empresa para poder operar.

**El activo circulante.** Se compone básicamente de tres rubros: valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar. A continuación se describe cada uno de ellos y se da la pauta para su cálculo:

- ✓ **Valores e inversiones.-** Es el efectivo que siempre debe tener la empresa para afrontar no sólo gastos cotidianos, sino también los imprevistos.
- ✓ **Inventario.-** Se pretende sólo presentar un modelo que ayude al evaluador a determinar de manera aproximada cuál sería la inversión en inventarios que tendrían que hacer los promotores del proyecto al iniciar las operaciones de la empresa.

**Pasivo circulante.-** Son las deudas exigibles a corto plazo, es decir; las deudas que la empresa tendrá que atender en menos de un año.

Fórmula para calcular el pasivo circulante:  $TC = \text{Tasa circulante} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$

### **2.2.5.5 Punto de equilibrio.**

El punto de equilibrio hace referencia el nivel de ventas donde los costos fijos y costos variables se encuentran cubiertos.

El punto de equilibrio se puede calcular en forma gráfica, o bien, en forma matemática, como se describe a continuación.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\frac{\text{costos fijos totales}}{\text{costos fijos variables}}}{\text{volumen total de ventas}} \quad \text{Punto de equilibrio} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{P*Q}}$$

### **2.2.5.6 Estados de resultados pro-forma.**

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar. (Urbina, 2010, p.150)

### **2.2.5.7 Tasa mínima aceptable de rendimiento.**

Es un porcentaje que determina la persona que invierte en el proyecto. Esta tasa sirve como referencia para determinar si el proyecto va generar ganancias o no.

La fórmula de la TMAR es el siguiente:

$$TMAR = i + f + if; i = \text{premio al riesgo}; f = \text{inflación}$$

### **2.2.5.8 Financiamiento y tabla de pago de la deuda**

“Una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato es posible demostrar que esto le ayudará a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión” (Urbina, 2010, p.153).

### 2.2.5.9 Balance general

Es un informe financiero contable que refleja la situación económica y financiera de una empresa en un determinado tiempo.

#### Fórmula para calcular el activo:

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Capital}$$

### 2.2.6 Evaluación Financiera o Económica.

BACA, Gabriel (2010) determina que la evaluación económica “Describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto” (p.8).

#### 2.2.6.1 Valor presente neto (VPN).

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Urbina, 2010, p.182).

#### Fórmula para calcular el valor presente neto:

$$\text{VPN} = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

FNE = flujos netos de efectivo

#### 2.2.6.2 Tasa interna de rendimiento (TIR).

“Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (Urbina, 2010, p.184).

### **Fórmula para calcular el TIR**

$$P = \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

#### **2.2.6.3 Análisis de sensibilidad**

“Se denomina análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (cuán sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto” (Urbina, 2010, p.192).

### **2.3 QUÉ ES UNA EMPRESA**

Una empresa es un conjunto de personas, bienes materiales y financieras que produce un bien o servicio con la finalidad de obtener un beneficio para todos los integrantes.

#### **2.3.1 Clasificación de la empresa**

Una empresa puede clasificarse de acuerdo a la actividad que realicen, a continuación se presenta los más importantes:

##### **Clasificación según su actividad económica**

- ✓ Sector primario (agricultura)
- ✓ Sector secundario (industria)
- ✓ Sector terciario (servicios)

##### **Clasificación según su creación**

- ✓ Empresas individuales
- ✓ Sociedades anónimas
- ✓ Sociedades de responsabilidad limitada
- ✓ Cooperativas

### **Clasificación según su tamaño**

- ✓ Grandes empresas
- ✓ Pymes.

### **2.3.2 Sector terciario**

El sector terciario está constituido por todas las actividades económicas cuyo propósito es la prestación de servicios que demanda la población.

### **2.4 HOTEL**

Un hotel es un edificio planificado y acondicionado para otorgar servicio de alojamiento a las personas y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes, piscinas y guarderías. Algunos hoteles tienen servicios de conferencias y animan a grupos a organizar convenciones y reuniones en su establecimiento. (Wikipedia).

#### **Servicios que ofrece el hotel.**

Los hoteles ofrecen sus servicios de acuerdo a su categoría, pero lo mínimo que deben ofrecer son los siguientes servicios:

- ✓ Habitación
- ✓ Alimentos & Bebidas
- ✓ Salones
- ✓ Casino
- ✓ Spa
- ✓ Restaurantes
- ✓ Otros

Estos servicios ofrecen los hoteles de alta categoría y que estén especializados en esta rama de servicio.

**Tipos de habitaciones:**

- ✓ **Habitación individual o habitación simple:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de una sola persona.
- ✓ **Habitación doble:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de dos personas.
- ✓ **Habitación triple:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de tres personas.
- ✓ **Habitación cuádruple:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de cuatro personas. Este tipo de habitaciones están prohibidas en establecimientos de alojamiento turístico de cinco estrellas.
- ✓ **Habitación múltiple:** Habitación estándar destinada a la pernoctación y alojamiento turístico de cinco o más personas. Este tipo de habitación no aplica para establecimientos de cinco estrellas.
- ✓ **Habitación júnior suite:** Habitación destinada al alojamiento turístico compuesto por un ambiente adicional que se encuentre en funcionamiento.
- ✓ **Habitación suite:** Unidad habitacional destinada al alojamiento turístico compuesta de una o más áreas, al menos un baño privado y un ambiente separado que incluya sala de estar, área de trabajo, entre otros.

**Tipos de camas**

- ✓ **Cama de una plaza:** Cama cuya dimensión es de al menos 80x190 cm.
- ✓ **Cama de una plaza y media (twin):** Cama cuya dimensión es de al menos 105x190 cm. Las dimensiones de este tipo de cama deberán ser consideradas para camas adicionales.
- ✓ **Cama de dos plazas (full):** Cama cuya dimensión es de al menos 135x190 cm.
- ✓ **Cama de dos y media plazas (queen):** Cama cuya dimensión es de al menos 156x200 cm.
- ✓ **Cama de tres plazas (king):** Cama cuya dimensión es de al menos 200x200 cm.

## Tipos de comodidades

- ✓ **Alojamiento y desayuno (B&B).** El desayuno de la mañana está incluido. Esto puede variar considerablemente desde café y tostadas, a algo mucho más elaborado.
- ✓ **Media pensión.** La media pensión incluye el desayuno y la comida o la cena (te dan a elegir), otros establecimientos no te dan opción y tiene que ser la comida o la cena (predefinido por ellos).
- ✓ **Pensión completa.** La pensión completa incluye desayuno, comida y cena. El tipo de menú puede ser de varios platos a elegir o bien tipo buffet.
- ✓ **Todo incluido (all inclusive).** Todas las comidas y bebidas están incluidas en el precio. La lista de bebidas “gratis” generalmente se limita sin embargo: Probablemente el vino de la casa está bien, champán, probablemente no lo es.

### 2.4.1 Clasificación de los hoteles por estrellas

**Hoteles 6 y 7 estrellas.-** Son hoteles más lujosas del mundo, un ejemplo claro es el Hotel Burj Al Arab, sin duda uno de los hoteles más lujosos del mundo, y es también oficialmente el hotel más alto del mundo.

**Los hoteles de cinco estrellas.-** Son los hoteles de lujo por excelencia, ofreciendo emociones más allá de las necesidades reales de los viajes. Ellos cuentan con restaurantes y locales nocturnos que son de clase mundial, con una comida y entretenimiento generalmente para atraer.

Los hoteles de cinco estrellas tienden a tener decoraciones lujosas y costosas; gimnasios de lujo, piscinas y spas. Cabe decir que todo esto tiene un precio alto, y que es poco probable que sea capaz de justificar el gasto de un hotel cinco estrellas para tus viajes de negocios ordinarios.

**Hoteles 4 estrellas.-** El hotel de cuatro estrellas es un buen hotel de negocios. Todo funciona sin problemas, no hay Internet en todas las habitaciones, un centro de negocios completamente equipado, van a organizar tu traslado desde el aeropuerto y el servicio de habitaciones es aceptable, sólo un poco caro.

**Hoteles 3 estrellas.-** Los hoteles de tres estrellas son sólidos, pero aburridos. Su habitación tendrá un baño adjunto, probablemente un restaurante en la parte de abajo y un servicio de recepción las 24 horas.

**Hoteles 2 estrellas.-** Dos estrellas significa “hotel de bajo costo”. En la mayoría de los países las dos estrellas significan que probablemente tu habitación tiene su propio baño y es probable que haya una TV y teléfono en la habitación, pero las habitaciones están desnudas y es poco probable que quieras pasar más tiempo dentro de la habitación de lo estrictamente necesario.

**Hoteles 1 estrella.-** No se ven muchos de éstos, y con razón. Una estrella no solo es de bajo costo, sino que además puede significar “poco fiables”, francamente: las habitaciones son apenas funcionales, los baños compartidos están en algún lugar por el pasillo, damas y números de teléfono pintados en los baños y todo junto a un bar karaoke que no dejará de sonar toda la noche.

## 2.5 EL TURISMO

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros” (Organización Mundial del Turismo).

### 2.5.1 Clasificación del turismo

El turismo se puede clasificar de muchas maneras de acuerdo a las tendencias en las necesidades como gustos y preferencias de la gente.

#### **Clasificación en función del motivo del viaje:**

##### **Turismo masivo.**

- ✓ Relacionadas con sol y playa.
- ✓ Actividades culturales en grandes ciudades.
- ✓ Otras actividades de esparcimiento en lugares con lujosa infraestructura.

### **Turismo alternativo**

- ✓ Ecoturismo.
- ✓ Turismo de aventura.
- ✓ Turismo rural.

### **Clasificación con base en el origen del turista:**

- ✓ **Turismo extranjero.-** El turismo extranjero distingue a la nacionalidad de los visitantes, es decir si este posee una nacionalidad diferente a la del país visitante, entonces será considerado como turista extranjero.
- ✓ **Turismo nacional.-** Se puede definir sencillamente como el que realizan al punto de destino los ciudadanos que tienen la misma nacionalidad de éste.
- ✓ **Turismo internacional.-** Está formado por ciudadanos de un país que visitan a otro, independientemente de sus fines, recreativos, de negocios, culturales, etc., y que se encuentran de paso pero de conformidad con los requisitos marcados por la ley de la nación que visitan.
- ✓ **Turismo interno.-** Se entiende por turismo interno el uso y consumo de servicios turísticos, realizado por los residentes nacionales o extranjeros en un país, fuera de su domicilio habitual, pero dentro del territorio nacional por un plazo mayor de 24 horas, pero menor de 90 días.

## **2.6 MARCO CONCEPTUAL**

**Mercado.-** Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.

**Consumo nacional aparente (CNA).-** Cantidad de determinado bien o servicio que el mercado requiere.

**Demanda.-** Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

**Fuentes primarias.-** Es la información proveniente del propio usuario o consumidor del producto.

**Cuestionario.-** Permite conocer qué le gustaría al usuario consumir y cuáles son los problemas actuales en el abastecimiento de productos similares

**Oferta.-** Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

**Demanda potencial insatisfecha.-** Es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

**Precio.-** Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

**Comercialización.-** Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

**Canal de distribución.-** Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria.

**Estrategia de introducción al mercado.-** Es una mezcla de estrategia entre la publicidad y el precio.

**Nicho de mercado.-** Es la estrategia de colocar el producto en el sitio adecuado

**Manufactura.-** Actividad que toma insumos, como las materias primas, mano de obra, energía, etc., y los convierte en productos.

**Equipo clave.-** Es aquel que requiere de la mayor inversión y que, por tanto, se debe aprovechar al 100% de su capacidad.

**Ingeniería del proyecto.-** Resuelve todo lo referente a la instalación y el funcionamiento de la planta.

**Proceso de producción.-** Procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo.

**Capacidad.-** Es un aspecto muy importante, ya que, en parte, de él depende el número de máquinas que se adquiera.

**Mano de obra necesaria.-** Es útil al calcular el costo de la mano de obra directa y el nivel de capacitación que se requiere.

**Infraestructura necesaria.-** Se refiere a que algunos equipos requieren alguna infraestructura especial (por ejemplo, alta tensión eléctrica), y es necesario conocer esto, tanto para preverlo, como porque incrementa la inversión inicial.

**Costo.-** Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.

**Mercadotecnia.-** Investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; estratificación del mercado; cuotas y el porcentaje de participación de la competencia en el mercado; publicidad y tendencia de las ventas.

**Activo circulante.-** Se compone básicamente de tres rubros: valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar.

**Pasivo circulante.-** Es el financiamiento parcial y a corto plazo de la operación.

**Modelo Baumol.-** Programación exacta de las fechas y de las necesidades de dinero en efectivo, más una cantidad extra como seguridad

**Lote económico.-** Modelo que considera la existencia de ciertos costos que aumentan mientras más inventario se tiene, y que existen otros que disminuyen cuanto mayor es la cantidad existente en inventarios.

**Punto de equilibrio.**- Nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

**Estado de resultados.**-Calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto.

**Emprender.**- Es un acto de la acción funcional y creativa de la genialidad humana, hecha por un ser hacedor y realizador y un constructor de ideas y sueños.

## PLAN DE NEGOCIO

### 3. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

##### 3.1.1 Macro segmentación.

Este parámetro ayuda a dividir el mercado, mediante el uso de las tres preguntas principales.

##### **¿Qué función o necesidad vamos a satisfacer?**

La principal necesidad que se busca satisfacer es la comodidad, diversión y la tranquilidad, es decir; se ofrecerá diferentes paquetes de servicios turísticos a cada uno de los clientes. Todo esto, se hará de una manera adecuada y cuidadosa, proyectando una imagen de confianza y honestidad en cada una de las acciones, y de esta manera ganar la credibilidad de los clientes.

##### **¿Quiénes son los diferentes grupos de consumidores interesados en comparar el servicio?**

Los diferentes grupos de consumidores en hacer el uso de los servicios, estarán las personas en condición de realizar los pagos correspondientes, por la prestación de servicio de alojamiento y otros servicios adicionales.

##### **¿Cuáles son las tecnologías (actividades) existentes que pueden satisfacer estas necesidades?**

Las actividades que satisfará las necesidades de los clientes son: en el interior del Lodge se podrá disfrutar de las actividades culturales como: la música y la danza, el servicio de restaurante, la compra de artesanías propias de la zona, etc. En lo externo se podrá realizar las actividades como: el paseo en kayak, la cabalgata la observación de la flora y la fauna, y tour a diferentes sitios turísticos cercanos a la zona.

### 3.1.2 Micro segmentación

En este segmento se agrupa de manera más adecuada a la población universo, con la finalidad de obtener los datos más cercanos a la realidad en una investigación de campo.

#### Segmentación demográfica.

**Cuadro 1:** Segmentación demográfica

<b>Segmentación</b>	<b>Variables</b>
Género:	Masculino y femenino.
Edad:	18 años en adelante.
Profesión:	Todas.
Ciclo de vida familiar	Solteros, casados, divorciados y viudos
Educación:	Todos los niveles
Nacionalidad:	Ecuatoriana y Extranjera
Religión	Todas

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

#### Segmentación geográfica.

**Cuadro 2:** Segmentación geográfica

<b>Segmentación</b>	<b>Variables</b>
País:	Ecuador y resto de mundo
Región:	Todas.
Provincia:	Todas las provincias.
Ciudad:	Todas las ciudades.
Zona:	Urbana y rural

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

#### Segmentación Psicográficas.-

**Cuadro 3:** Segmentación Psicográficas

<b>Segmentación</b>	<b>Variables</b>
Personalidad	Personas extrovertidas, introvertidas, amigables, tranquilos, y comunicativos.
Estilo de vida:	Para todas aquellas personas que les gusten viajar y disfrutar de la naturaleza.
Clase social:	Clase media y alta.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Segmentación Conductual.

**Cuadro 4:** Segmentación conductual

Segmentación	Variables
Forma de pago	Al contado y otros.
Capacidad de pago	De \$20 a 30\$

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### 3.1.3 Mercado meta

El mercado meta está conformado por los turistas nacionales y extranjeros, de estrato social media y alta, con capacidad de pago desde los \$20, edad para hospedar y registrar 18 años, con una conducta preferencial por viajar y disfrutar de la naturaleza.

**Cuadro 5:** Mercado meta

Mercado Meta	Variables
Ubicación	Quilotoa.
Clase social	Media y alta
Edad	18 en adelante
Motivaciones	Turismo y negocios
Preferencias	Viajar y disfrutar de la naturaleza
Forma de pago	Efectivo y tarjeta de débito y crédito
Comportamiento de compra	Diferenciación del servicio y adquieren inmediatamente en cuanto les parece adecuado.

**Fuente:** Tablas 1, 2, 3, 4

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### 3.1.4 Población y muestra

**Tamaño del universo.-** Para el estudio de la población en general, se ha tomado como referencia a los turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Laguna de Quilotoa en el año 2018.

**Tabla 1:** Tamaño del universo

Año	Nacionales	Porcentaje	Extranjeros	Porcentaje	Total
2018	53143	81.75%	11863	18.25%	65006

**Fuente:** Ministerio de Ambiente del Ecuador

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

De acuerdo a los datos proporcionados por el Ministerio de Ambiente, en el transcurso del año 2018 ingresaron un total de 65006 turistas.

**Prueba piloto.-** Se aplicó una pequeña encuesta a 15 personas, entre nacionales y extranjeros que visitaron la Laguna de Quilotoa y fue formulada en una sola pregunta. Esta pregunta sirvió para, conocer la probabilidad de hacer el uso de los servicios y la factibilidad de su creación.

**¿En caso de crearse un nuevo Lodge en la Laguna de Quilotoa, usted estaría dispuesto/a hacer uso de sus diferentes servicios?**

Sí

No

**Tabla 2:** Prueba piloto

Opción	Número de personas	Porcentaje
Sí	8	53%
No	7	47%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

### **Análisis de prueba piloto**

De acuerdo a los datos de la encuesta, el 53% dicen que si utilizarán el servicio de hospedaje en caso de construir el Lodge; mientras, el 47% dicen lo contrario. Por tanto deducimos que el valor de  $P=0.5$  y  $Q=0.5$ , ya que tanto la P y Q alcanzan un porcentaje promedio del 50% cada uno.

**Tamaño de la muestra.-** El universo utilizado para calcular el tamaño de la muestra, son todos los turistas que visitaron la Laguna de Quilotoa.

**Tipo de muestra.-**El tipo de muestra utilizado para este proyecto, fue el tipo de muestreo probabilístico de aleatorio simple. Por tanto, al momento de aplicar la encuesta se eligió a cada individuo al azar y por pura casualidad.

### Fórmula para calcular el tamaño de la muestra:

La fórmula aplicada para el cálculo de la muestra, como se mencionó anteriormente es el probabilístico de aleatorio simple. A continuación se muestra la fórmula aplicado.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p(1-p)}{(N-1)e^2 + Z^2 p(1-p)}$$

#### Donde:

**n**= Tamaño de la muestra.

**N**= Tamaño de la población

**Z**= El nivel de confianza 95%.

**p**= Probabilidad del éxito (50%).

**q**= Probabilidad del fracaso (50%).

**e**= Nivel de error dispuesto a cometer (5%).

#### Desarrollo:

$$n = \frac{65006 \cdot 1.96^2 \cdot 0.50(1-0.50)}{(65006-1)(0.05)^2 + 1.96^2 \cdot 0.50(1-0.50)}$$

$$n = \frac{(65006 \cdot 3.8416) \cdot 0.50(0.50)}{(65005) \cdot 0.0025 + 3.8416 \cdot (0.25)}$$

$$n = \frac{249893.465 \cdot 0.25}{162.5125 + 0.9604}$$

$$n = \frac{62473.36624}{163.4729}$$

$$n = 382$$

**Modelo del cuestionario.**-El cuestionario está elaborado de 15 preguntas en español e inglés. (Ver anexos 1,2 y 3).

### 3.1.4.1 Análisis e interpretación de datos.

Para la tabulación e interpretación de resultados, están contabilizada en conjunto los resultados obtenidos de las encuestas de turistas nacionales y extranjeras.

#### Género:

**Tabla 3:** Género de los visitantes

Opción	# de personas	Porcentaje
Femenino	192	50.26%
Masculino	190	49.74%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

#### Análisis:

El total de turistas encuestadas fueron 382, de las cuales el 50.26% corresponde al género femenino; mientras, el 49.74% corresponde al género masculino.

#### Edad:

**Tabla 4:** Edad de los encuestados

Edad	# de personas	Porcentaje
15-25	107	28%
26-36	144	38%
37-47	63	16%
Más de 47	68	18%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

#### Análisis:

El 28% de los encuestados corresponden a personas de entre 15-25 años; el 38%, corresponde a personas de entre 26 a 36 año; siendo este, el porcentaje con mayor número de encuestados. Finalmente el 16% corresponde a 37-47 años y el 18%.

**Lugar de origen:****Turistas Nacionales.****Tabla 5:** Lugar de origen turista nacional

<b>Provincia</b>	<b>Número de personas</b>	<b>Porcentaje</b>
Pichincha	108	35%
Guayas	56	18%
Cotopaxi	53	17%
Tungurahua	40	13%
Chimborazo	11	4%
Los Ríos	11	4%
Loja	7	2%
Otras provincias	26	8%
<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Análisis:**

Los turistas que más visitan al Quilotoa proviene de la provincia de Pichincha, alcanzando el 35%; seguido por Guayas con 18%, y Cotopaxi con 17%. Tungurahua alcanza el 13%, Chimborazo y Los Ríos con 4%; mientras, que Loja alcanza solo un 2% y otras provincias alcanzan a un 8%.

**Turistas Extranjeros.****Tabla 6:** Lugar de origen turista extranjero

<b>País</b>	<b>Número de turistas</b>	<b>Porcentaje</b>
Alemania	4	6%
Países Bajos	7	10%
Francia	5	7%
Canadá	7	10%
Colombia	6	9%
Estados Unidos	20	29%
Austria	3	4%
Perú	3	4%
Otros países	15	21%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Análisis:**

Los turistas extranjeros que más visitan al Quilotoa son los estadounidenses llegando al 29%, seguido por los holandeses y canadienses con un porcentaje del 10%, los colombianos llegan un 9%, los alemanes el 6% y finalmente otras nacionalidades alcanzan un 21%.

**Nivel de estudio:****Tabla 7:** Nivel de estudio

Instrucción	Extranjeros	Porcentaje	Ecuatorianos	Porcentaje
Primaria	1	1%	23	7%
Secundaria	6	9%	106	34%
Superior	45	64%	174	56%
Post-grado	18	26%	9	3%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>	<b>312</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Análisis:**

Del total de los encuestados en su mayoría, son personas que poseen títulos del tercer nivel alcanzando un 64% en los extranjeros y 56% en los ecuatorianos; mientras, en el nivel de postgrado hay una gran diferencia, los extranjeros alcanzan el 26% y los ecuatorianos llegan apenas a un 3%.

**Profesión:**✓ **Ecuatorianos.****Tabla 8:** Profesión ecuatorianos

Profesión	Frecuencia	Porcentaje
Estudiantes	48	15%
Abogados	7	2%
Fuerzas Públicas	4	1%
Contadores	18	6%
Profesionales de salud	26	8%
Licenciados	13	4%
Ingenieros	58	19%
Docentes	16	5%
Otros oficios	122	39%
<b>Total</b>	<b>312</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Análisis:**

La mayoría de los turistas nacionales encuestados son profesionales en diferentes ramas, así alcanzando un 19% los ingenieros, el 15% estudiantes, el 8% los profesionales de salud, dejando a los contadores con el 6%, los abogados con un 2% y otras profesiones alcanzan un 40%.

✓ **Turistas extranjeros.****Tabla 9:** Profesión extranjeros

<b>Profesión</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Estudiantes	15	21%
Médico	3	4%
Administradores	5	7%
Ingenieros	12	17%
Licenciados	7	10%
Abogados	3	4%
Otros	25	36%
<b>Total</b>	<b>70</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Análisis:**

El 21% de los extranjeros encuestados son estudiantes, el 17% son ingenieros en distintas áreas, el 10% son licenciados, el 7% son administradores. Mientras, que los médicos y abogados llegan al 4% cada uno, y finalmente los encuestados con diferentes profesiones alcanzan un 36%.

**Nivel de ingreso:****Tabla 10:** Nivel de ingreso

<b>Nivel de ingreso</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
0-500	115	30%
501-1000	95	25%
1001-1500	51	13%
1501-2000	21	5%
Más de 2000	30	8%
No especifica	70	18%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

### Análisis:

En la tabla anterior se puede observar, que la mayoría de los encuestados perciben un salario promedio de \$0 a \$500, lo que representa un 31%; seguido por el 25%, que reciben un salario entre \$500 a \$1000; el 13% reciben de \$1000 a \$1500,dejando así; al 8%, que ganan más de \$2000.

### 1) ¿Usted se ha hospedado alguna vez en la Laguna de Quilotoa?

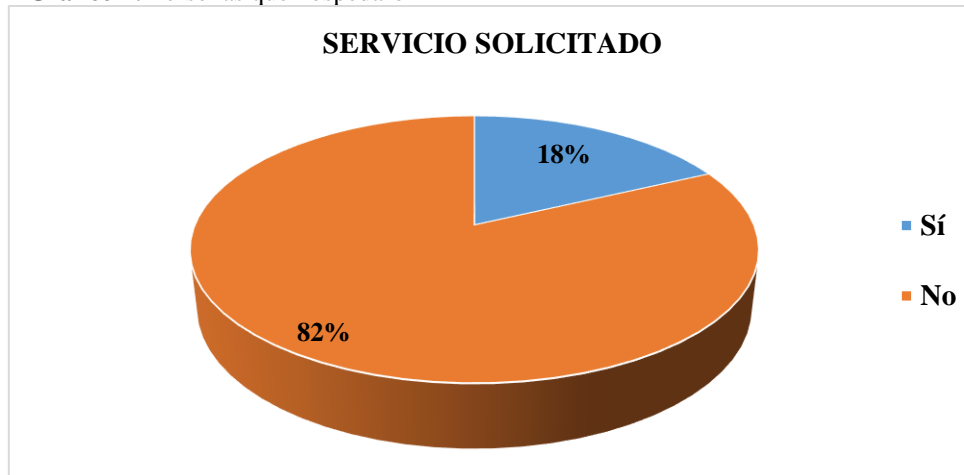
**Tabla 11:** Número de personas que hospedaron

Opción	Número de personas	Porcentaje
Sí	68	18%
No	314	82%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Grafico 1:** Personas que hospedaron



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

### Análisis:

Como puede observar un 18% de los encuestados, si han hospedado alguna vez en los hostales del Quilotoa; mientras que un 82% dicen lo contrario. Esto se debe a que algunos mencionan que no conocían sobre la existencia de los hostales.

## 2) ¿Cuál es el motivo de su visita a la laguna de Quilotoa?

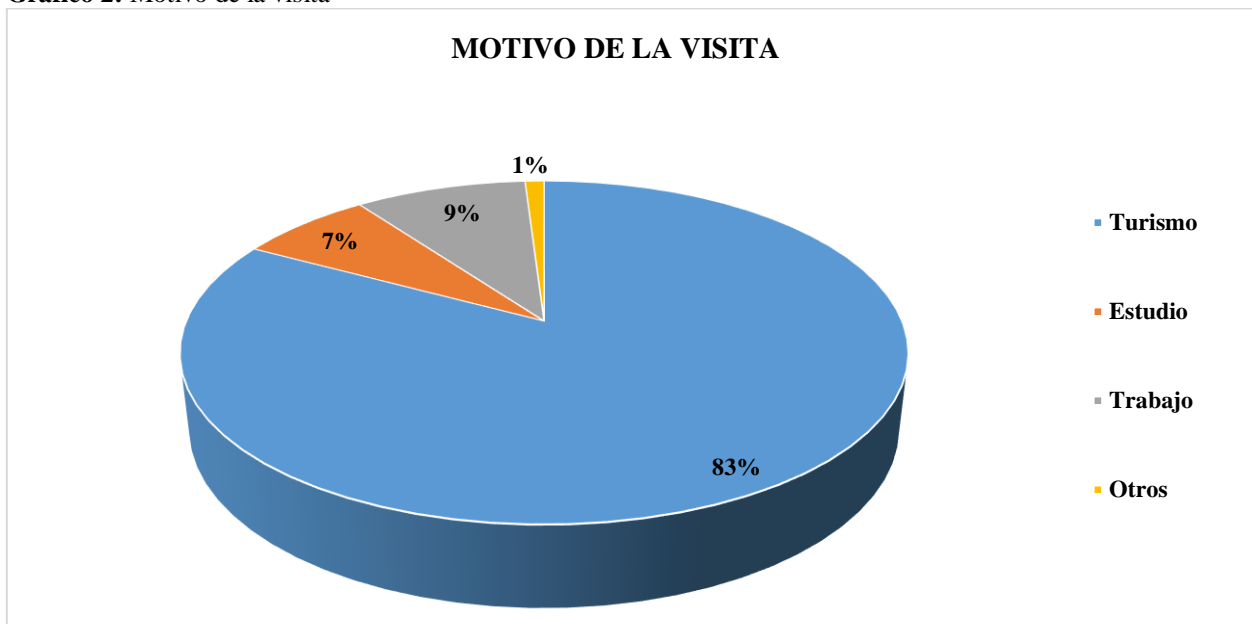
**Tabla 12:** Motivo de visita

Opción	Número de personas	Porcentaje
Turismo	56	82%
Estudio	5	7%
Trabajo	6	9%
Otros	1	1%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Fuente:** Investigación del campo

**Grafico 2:** Motivo de la visita



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

### **Análisis:**

De las personas encuestadas el 83%, mencionan que el motivo de la visita es por turismo, el 9% lo hacen por trabajo; mientras, el 7% lo hacen por sus estudios y el 1% lo visitan por otras situaciones.

### 3) ¿Con qué frecuencia usted visita la laguna de Quilotoa?

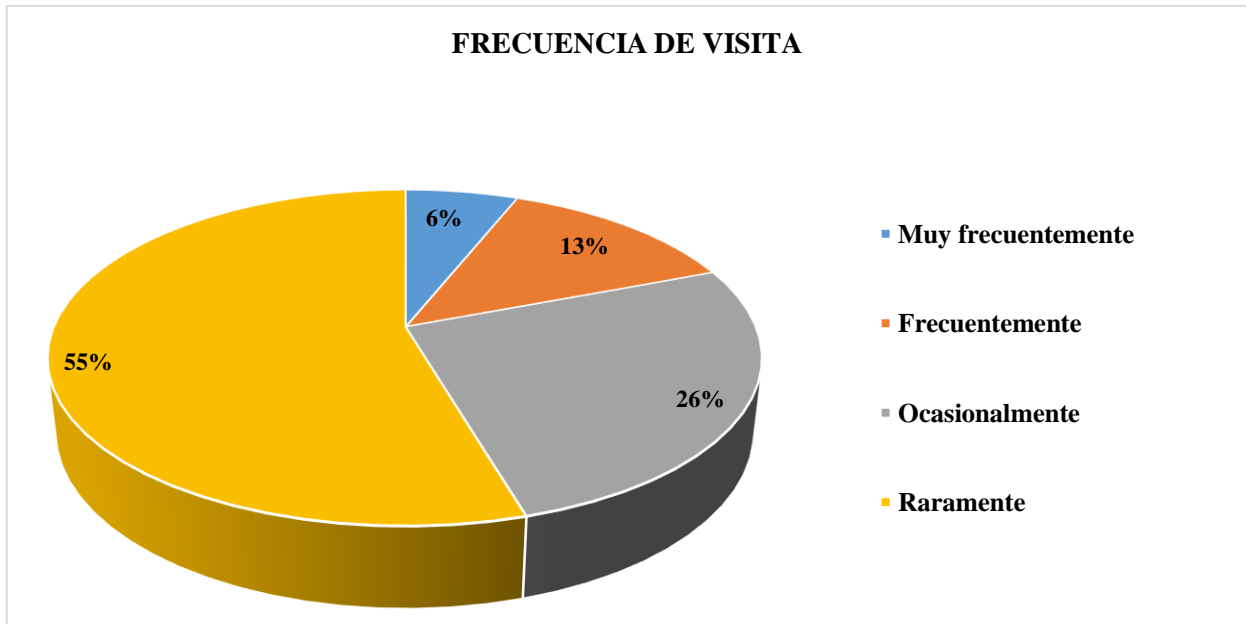
**Tabla 13:** Frecuencia de visita

Opción	Número de personas	Porcentaje
Muy Frecuentemente	4	6%
Frecuentemente	9	13%
Ocasionalmente	18	26%
Raramente	37	54%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Fuente:** Investigación del campo

**Grafico 3:** Frecuencia de visita



**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Fuente:** Investigación del campo.

#### **Análisis:**

Los resultados de la tabla muestran que, el 6% visitan muy frecuentemente, un 13% visitan frecuentemente ya sea por trabajo o por otros asuntos y el 26% visitan ocasionalmente; mientras, que el 54% de turistas lo visitan rara vez.

#### 4) ¿Con cuántas personas viaja normalmente?

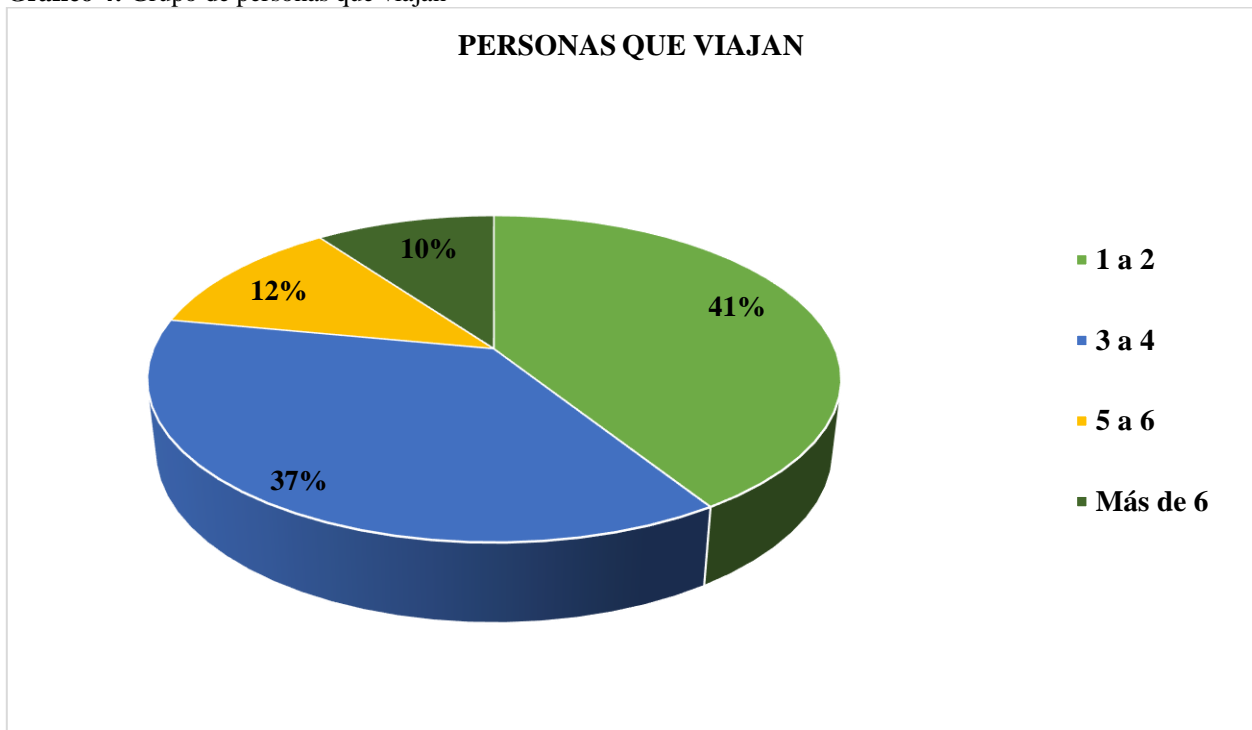
**Tabla 14:** Número de personas que viajan

Opción	Número de personas	Porcentaje
1 a 2	28	41%
3 a 4	25	37%
5 a 6	8	12%
Más de 6	7	10%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Grafico 4:** Grupo de personas que viajan



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

#### **Análisis:**

El 41% de los encuestados mencionan que suelen viajar entre 1 a 2 personas, el 37% viajan de 3 a 4 personas y el 10% de los encuestados viajan en grupo de más de 6 personas.

### 5) Cuando visita un sitio turístico. ¿Con quién suele viajar frecuentemente?

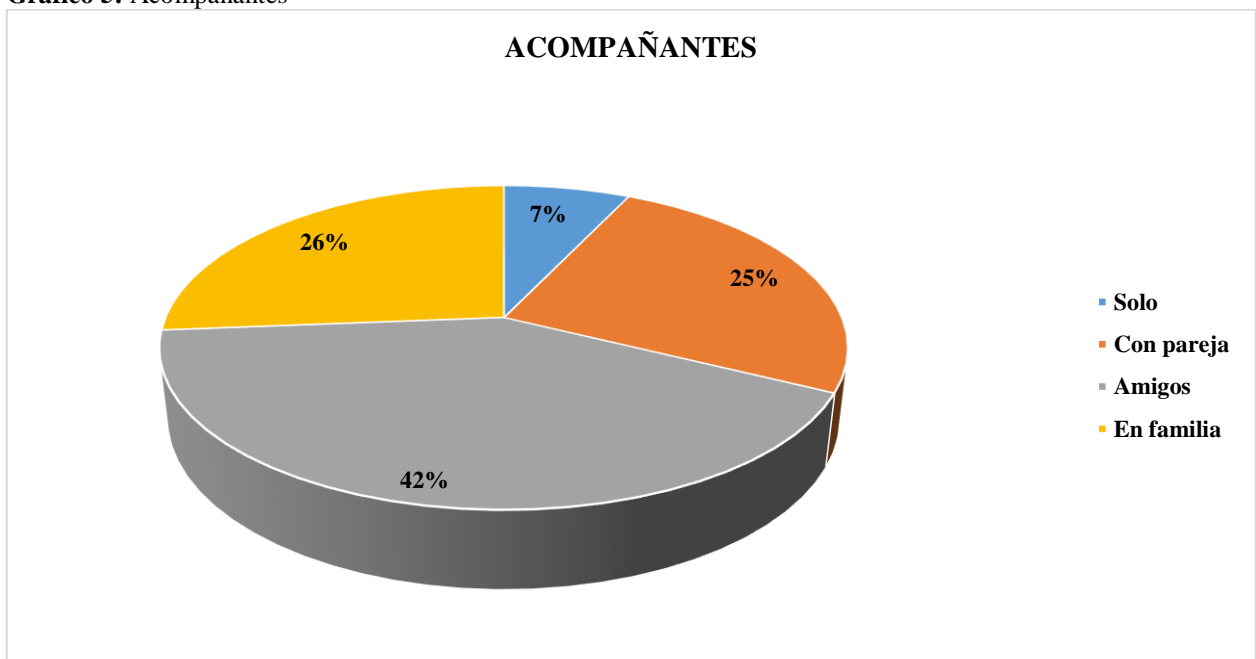
**Tabla 15:** Acompañantes

Opción	Número de personas	Porcentaje
Solo	5	7%
Con pareja	17	25%
Amigos	28	41%
En familia	18	26%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Grafico 5:** Acompañantes



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

#### **Análisis:**

Como se puede observar, los datos reflejan que el 42% de los encuestados suelen viajar con amigos, a los lugares turísticos y cuando se trata de viajar con pareja o en familia este porcentaje, es casi similar llegando a un 25% y 26% cada uno; mientras que el 7% restante mencionan que suelen viajar solos.

6) ¿En cuál de los siguientes hostales ha hospedado?

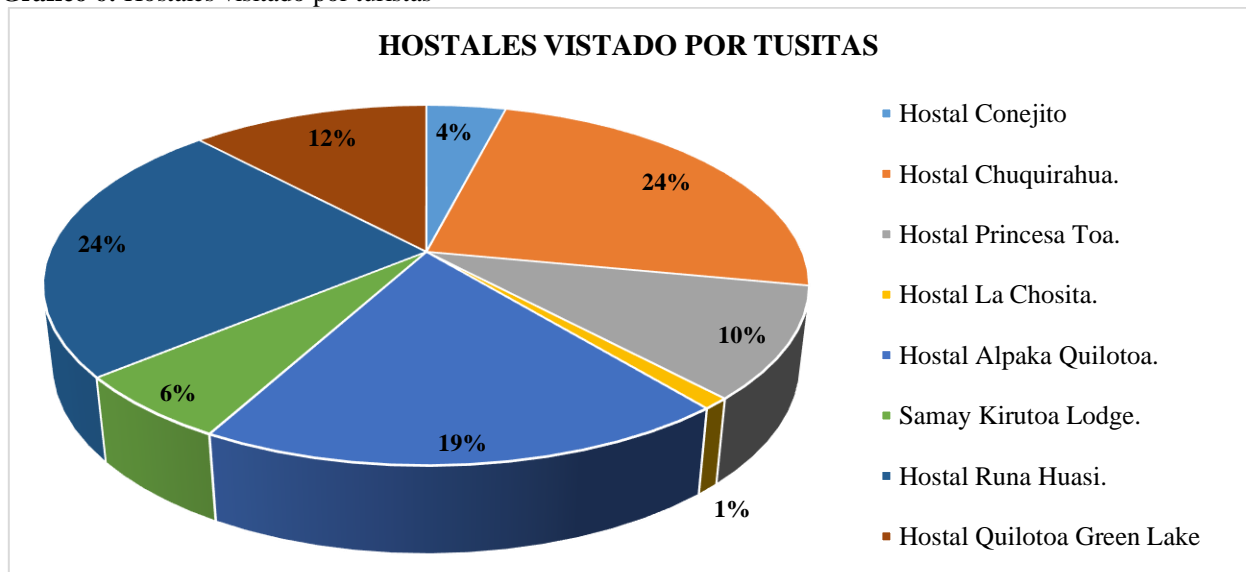
**Tabla 16:** Hostales visitado por los turistas

Hostales	N. de personas	Porcentaje
Hostal Conejito	3	4%
Hostal Chuquirahua.	16	24%
Hostal Princesa Toa.	7	10%
Hostal La Chosita.	1	1%
Hostal Alpaka Quilotoa.	13	19%
Samay Kirutoa Lodge.	4	6%
Hostal Runa Huasi.	16	24%
H. Quilotoa Green Lake	8	12%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Grafico 6:** Hostales visitado por turistas



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Análisis:**

Los hostales más visitados por los encuestados son: Chuquirahua y Runa Wasi con el 24% cada uno, seguido por el hostel Alpaka Quilotoa con el 19%, el hostel Green Lake con el 12% y el hostel Princesa Toa con el 10%, el resto de los hostales se encuentran con un porcentaje mínimo.

### 7) ¿Por cuánto tiempo usted ha permanecido hospedado en la Laguna de Quilotoa?

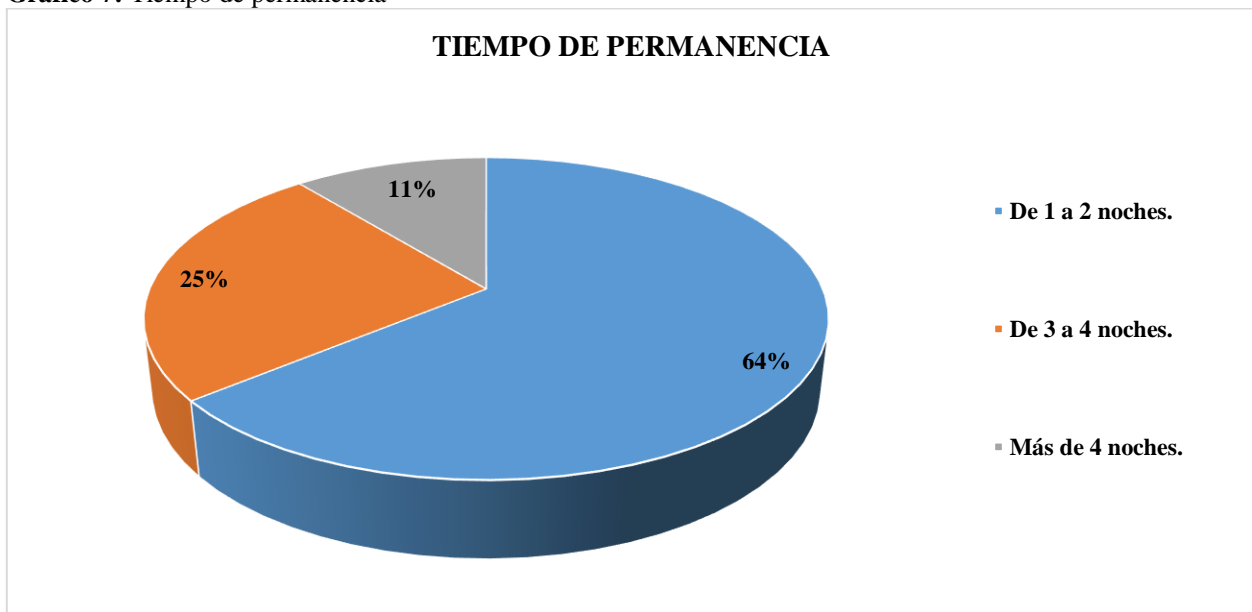
**Tabla 17:** Tiempo de permanencia

Opción	N. de personas	Porcentaje
De 1 a 2 noches.	53	78%
De 3 a 4 noches.	14	21%
Más de 4 noches.	1	1%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Grafico 7:** Tiempo de permanencia



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

#### **Análisis:**

El 64% de los turistas encuestados manifiestan que se hospedan de 1 a 2 noches, el 25% se alojan de 3 a 4 noches y el 11% de los encuestados mencionan que se quedan a visitar el lugar turístico por más de 4 días.

8) ¿Qué tan satisfecho está usted por los servicios brindados en los hostales?

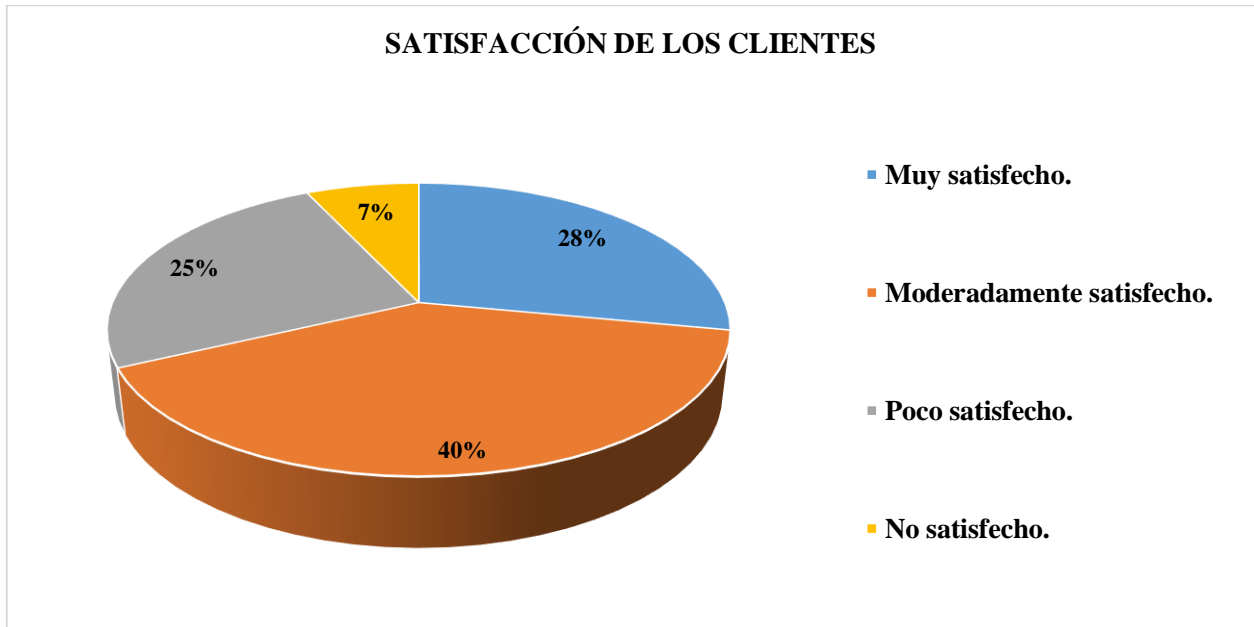
**Tabla 18:** Satisfacción de los clientes

Opción	Número de personas	Porcentaje
Muy satisfecho.	19	28%
Moderadamente satisfecho.	27	40%
Poco satisfecho.	17	25%
No satisfecho.	5	7%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Grafico 8:** Satisfacción de los clientes



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Análisis:**

En lo que se refiere a la satisfacción de los clientes, el 40% de los encuestados dicen estar moderadamente satisfecho por los servicios prestados, el 28% dicen estar muy satisfechos, el 25% mencionan estar poco satisfecho y los 7% restantes dicen que no se sienten satisfechos.

## 9) De los servicios brindados en hostales ¿Cómo lo califica usted?

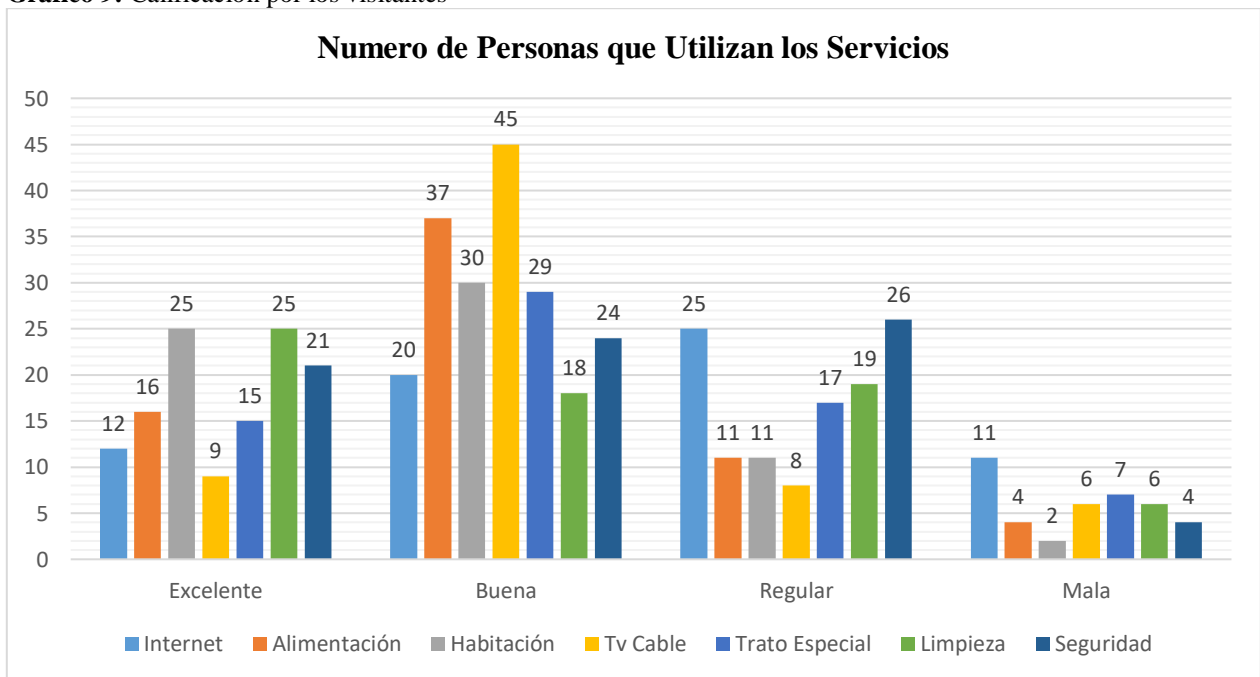
**Tabla 19:** Calificación de los servicios

Opción	Excelente	%	Buena	%	Regular	%	Mala	%
Internet	12	10%	20	10%	25	21%	11	27%
Alimentación	16	13%	37	18%	11	9%	4	10%
Habitación	25	20%	30	15%	11	9%	2	5%
Tv Cable	9	7%	45	22%	8	7%	6	15%
Trato Especial	15	12%	29	14%	17	15%	7	18%
Limpieza	25	20%	18	9%	19	16%	6	15%
Seguridad	21	17%	24	12%	26	22%	4	10%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>	<b>203</b>	<b>100%</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Gráfico 9:** Calificación por los visitantes



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Análisis:

Como se puede observar en la tabla anterior el 22% de las personas dicen que el Tv Cable, es el mejor servicio que ofrecen los hostales de la zona; mientras, el 27% de las personas consideran que no satisface sus necesidades el servicio del Internet.

### 10) ¿Qué otros factores usted toma en cuenta al momento de alquilar una habitación?

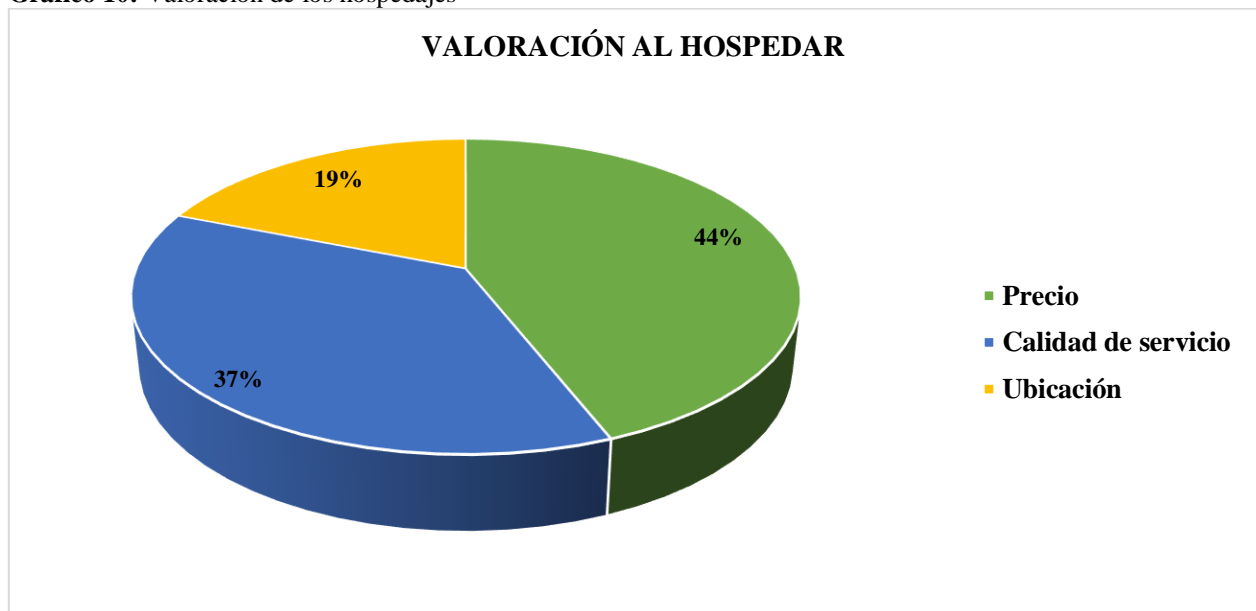
**Tabla 20:** Valoración al hospedar

Opción	N. de personas	Porcentaje
Precio	30	44%
Calidad de servicio	25	37%
Ubicación	13	19%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Gráfico 10:** Valoración de los hospedajes



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

#### **Análisis:**

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta se puede ver que, el 44% de los turistas al momento de decidir por una habitación, toman mucho en cuenta el precio; el 37% toman en cuenta la calidad de servicios y el 19% mencionan que la ubicación es lo más importante.

**11) ¿A través de qué medios, ha recibido la información sobre la existencia de los hostales en Quilotoa?**

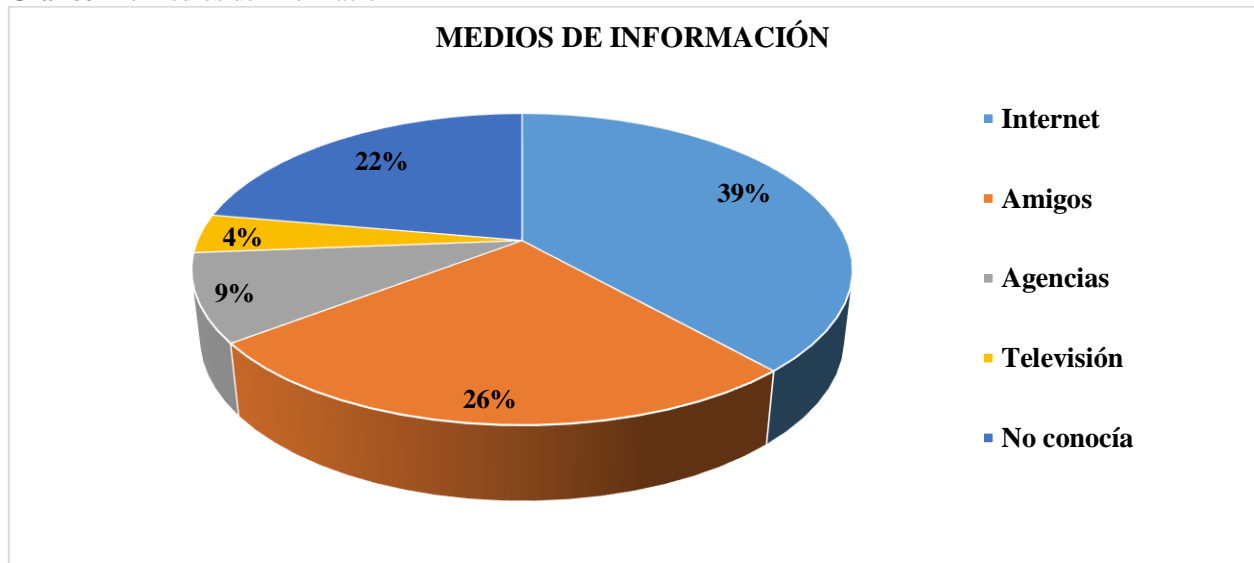
**Tabla 21:** Medios de información

Opción	N. de personas	Porcentaje
Internet	26	38%
Amigos	18	26%
Agencias	6	9%
Televisión	3	4%
No conocía	15	22%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Grafico 11:** Medios de información



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Análisis:**

El resultado de la tabla anterior muestra que, el internet es el medio de información más utilizado con el 39%, la comunicación entre los amigos el 26%. El 22% mencionan, que no conocían la existencia de los hostales por ningún medio, el 9% obtienen información de las agencias de viajes, y el 4% a través de la televisión.

12) ¿En caso de crearse un nuevo Lodge en la Laguna de Quilotoa, usted estaría dispuesto/a hacer uso de sus diferentes servicios?

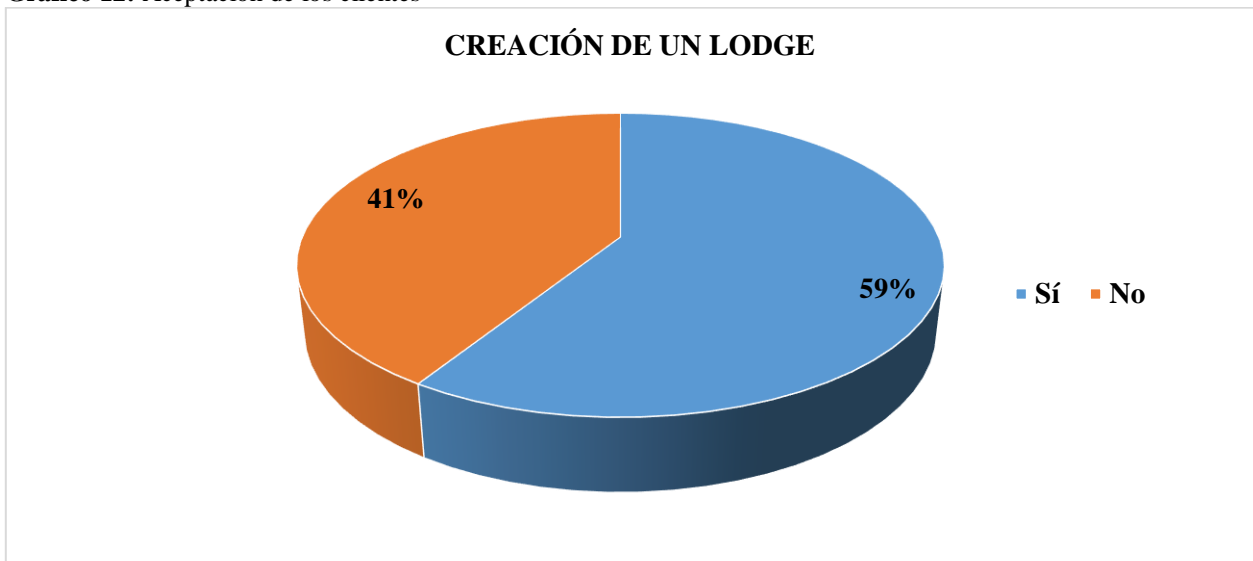
**Tabla 22:** Aceptación de los clientes

Opción	Número de personas	Porcentaje
Sí	40	59%
No	28	41%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación del campo

Elaborado por: Grupo de investigadores

**Gráfico 12:** Aceptación de los clientes



Fuente: Investigación del campo

Elaborado por: Grupo de investigadores.

### **Análisis:**

Ante la posibilidad de crear un nuevo Lodge en Quilotoa, el 59% de los encuestados afirman que sí se hospedarían; mientras, el 41% mencionan que no se debería construir un nuevo Lodge, ya que ellos indican, que se debería mejorar los servicios en los hostales existentes.

**13) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios que ofertare el Lodge por una noche de hospedaje?**

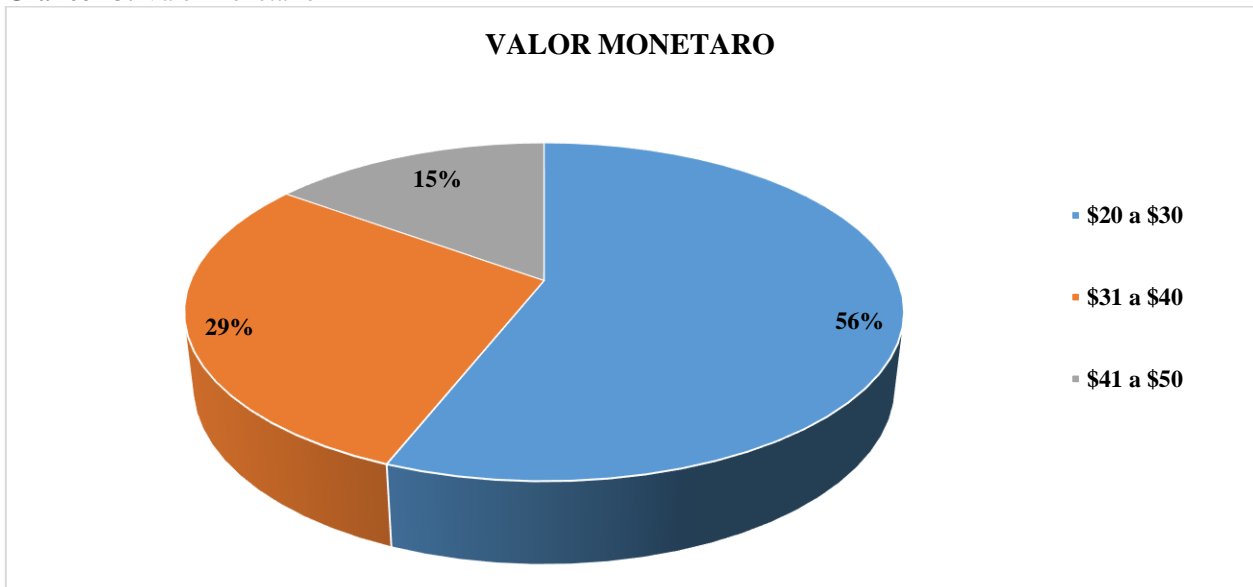
**Tabla 23:** Valor monetario

Opción	N. de personas	Porcentaje
\$20 a \$30	38	56%
\$31 a \$40	20	29%
\$41 a \$50	10	15%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Gráfico 13:** Valor monetario



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Análisis:**

El 56% de los encuestados dicen, que están dispuestos a pagar entre \$20 y \$30 por los servicios adquiridos, el 29% de \$31 a \$40\$ y el 15% están dispuestos a pagar hasta los \$50.

#### 14) ¿Qué tipo de servicios le gustaría que oferte el nuevo Lodge?

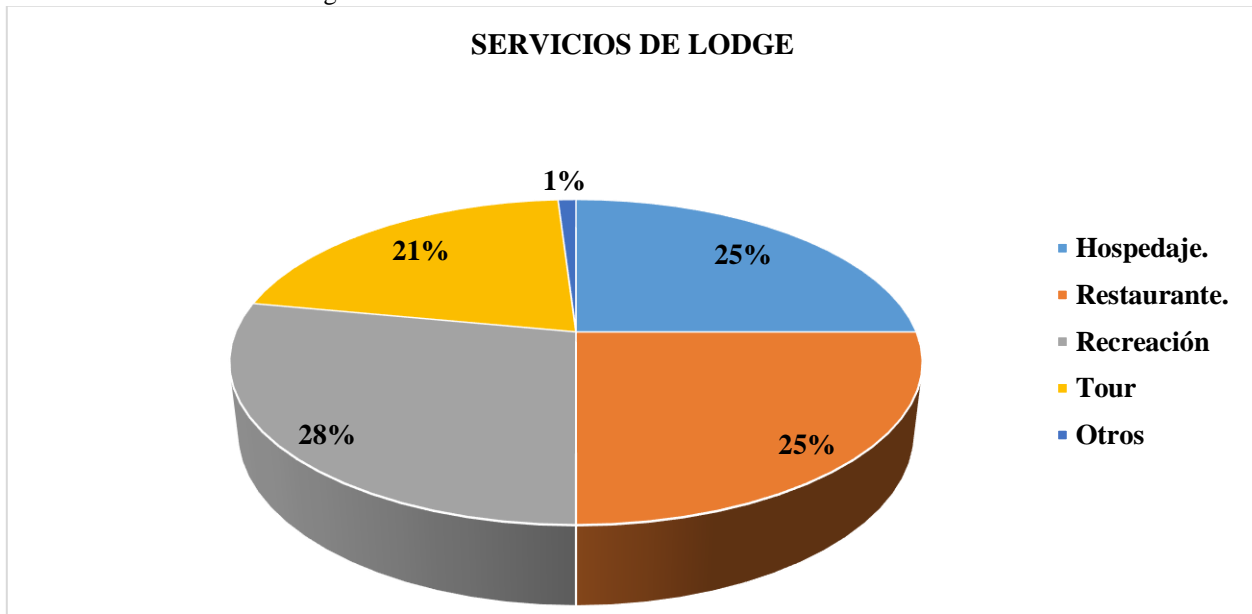
**Tabla 24:** Servicios de Lodge

Opción	Número de personas	Porcentaje
Hospedaje.	40	25%
Restaurante.	41	25%
Recreación	46	28%
Tour	35	21%
Otros	1	1%
<b>Total</b>	<b>163</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Grafico 14:** Servicios de Lodge



**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

#### **Análisis:**

Se puede observar que el 25% de los encuestados, están de acuerdo que el nuevo Lodge ofrezca el servicio de hospedaje y restaurante, el 28% prefieren el servicio de recreación, el 21% que se implemente un tour en el Lodge y el 1% solicitan que existan guías en el hostel.

**15) ¿Qué forma de pago utiliza usted con mayor frecuencia para la cancelación del servicio en los hostales?**

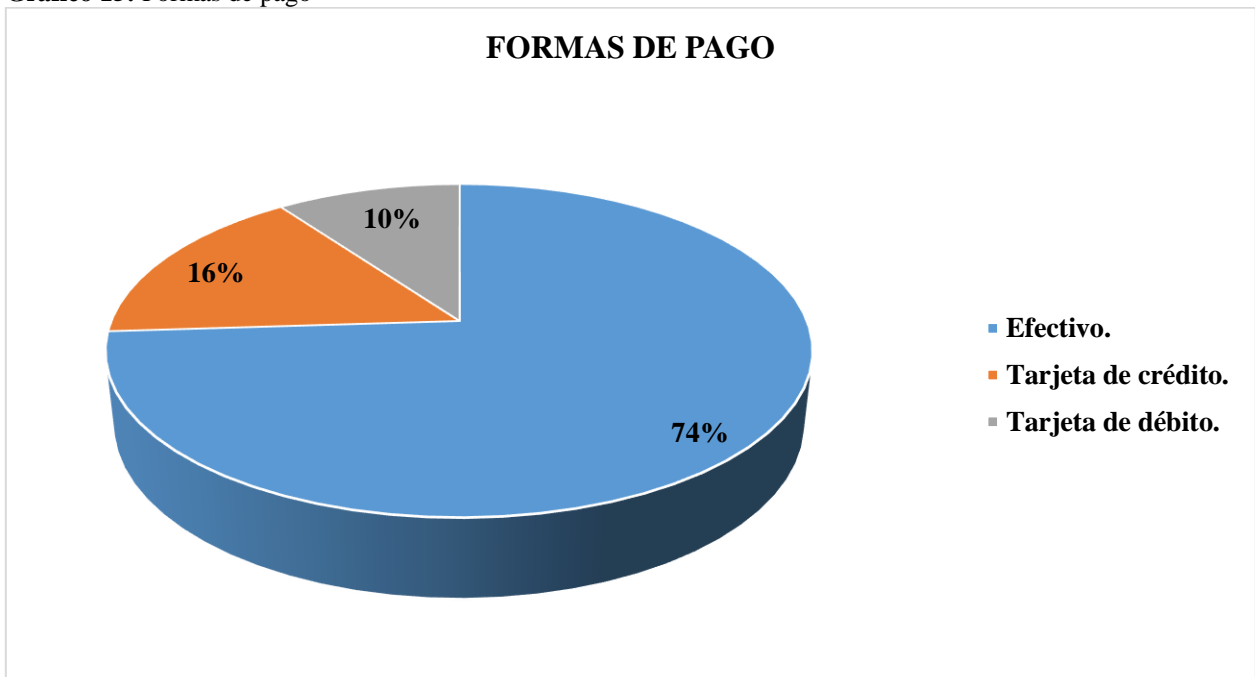
**Tabla 25:** Formas de pago

Opción	Número de personas	Porcentaje
Efectivo.	50	74%
Tarjeta de crédito.	11	16%
Tarjeta de débito.	7	10%
<b>Total</b>	<b>68</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Investigación del campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

**Grafico 15:** Formas de pago



**Fuente:** Investigación del campo.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Análisis:**

En la tabla anterior indica que la mayoría de los visitantes, cancelan en efectivo por los servicios adquiridos y esto corresponde al 74%, seguido por un 16% que cancelan con tarjetas de crédito.

### 3.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Para realizar el análisis de la demanda se procederá a estudiar la demanda histórica, la demanda actual y la demanda futura. Para ello se acudió a las fuentes primarias y fuentes secundarias.

#### 3.2.1 Análisis de la demanda histórica.

Para determinar el comportamiento de la demanda a través del tiempo, se ha enfocado en estudiar el movimiento de los turistas a nivel mundial, nacional y local.

#### El comportamiento del turismo mundial.

El turismo es un motor económico mundial, ya que según la fuente World Travel & Tourism Council (WTTC), el sector de viajes y turismo genera el 9.8% del PIB mundial y 284 millones de empleos en todo el mundo y esto equivale al 9.7% del empleo mundial.

#### ✓ Llegada de turistas internacionales

**Tabla 26:** Llegada de turistas internacionales

	Llegadas de turistas internacionales (millones)						
	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017
<b>Mundo</b>	<b>531</b>	<b>680</b>	<b>809</b>	<b>952</b>	<b>1195</b>	<b>1240</b>	<b>1326</b>
Economías avanzadas	342	430	469	515	655	686	730
Economías emergentes	189	250	339	437	540	554	597
<b>Regiones</b>							
Europa	308,5	392,9	452,7	487,7	605,1	619,5	671,7
Asia y el Pacífico	82	110,4	154,1	08,2	284,1	306	323,1
América	108,9	128,2	133,3	50,4	194,1	201,3	210,9
África	18,7	26,2	34,8	50,4	53,6	57,7	62,7
Oriente medio	12,7	22,4	33,7	55,4	58,1	55,6	58,1

**Fuente:** Organización Internacional de Turismo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

#### El comportamiento del turismo nacional.

El sector turística en el Ecuador, aporta con cerca del 5.11% al PIB generando un ingreso de 5408 millones de dólares, en las ventas y exportación de las industrias turísticas, según la fuente del SRI.

Dentro de este sector, con mayor participación se encuentran el hotelería y alojamiento, los servicios de agencias de viajes, alimentación y bebidas, y el turismo de aventura.

#### ✓ Principales mercados turísticos al Ecuador

**Tabla 27:** Principales mercados al Ecuador

<b>País</b>	<b>N. de extranjeros</b>	<b>Porcentaje</b>
Colombia	330,671	21%
Venezuela	287,972	18%
Estados Unidos	244,600	15%
Perú	139,116	9%
España	58,727	4%
Argentina	44,662	3%
Chile	44,522	3%
Alemania	33,439	2%
China	30,147	2%
Canadá	28,342	2%
Otros	366,275	23%
<b>Total</b>	<b>1608,473</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Ministerio de Turismo del Ecuador (Ecuador en cifras)

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

Como se puede evidenciar en la tabla 27. Colombia, es el país que más turistas emite al Ecuador, alcanzando los 330.672 turistas al año, seguido por Venezuela con 287.972, los estadounidenses ingresaron casi en la misma proporción, llegando a una cantidad de 244.600. Los otros países que más emiten turistas son: Perú, España, Argentina, Chile, Alemania, China y Canadá y el otro 23% restante llegan de diferentes países del mundo.

#### **El comportamiento del turismo local.**

De acuerdo a los datos proporcionados por el Ministerio del Ambiente, en los últimos dos años la demanda se incrementó en una cantidad considerable, de 9676 a 12080 personas en cuanto a los extranjeros. En el caso de los visitantes nacionales sucedió lo contrario, hubo un decrecimiento de 17.3%.

**Tabla 28.** Demanda de turistas en Quilotoa

Año	Demanda		Total	% de crecimiento anual
	Nacionales	Extranjeros		
2013	5726	1445	7171	
2014	6608	2370	8978	25,2%
2015	8905	4495	13400	49,3%
2016	63597	9672	73269	446,8%
2017	48477	12080	60557	-17,3%

**Fuente:** Ministerio del Ambiente del Ecuador.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### 3.2.2 Análisis de la demanda actual

Para el análisis de la demanda actual, está basado en los datos proporcionados por el Ministerio del Ambiente del Ecuador, dónde indica que el número de turistas que visitaron el Quilotoa en el año 2018, fue de 65006; los 11863 corresponde a extranjeros y 53143 a los turistas nacionales.

**Tabla 29:** Demanda actual

Año	Nacionales	Porcentaje	Extranjeros	Porcentaje	Total
2018	53143	81.75%	11863	18.25%	65006

**Fuente:** Ministerio del Ambiente del Ecuador.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### 3.2.3 Análisis de la demanda futuro

Para realizar el cálculo de la demanda futuro está basado en los datos entregado por el Ministerio de Ambiente del Ecuador. Aquí se realiza la suma total de los visitantes nacionales y extranjeros

**Tabla 30:** Personas que demandaron los hostales

AÑO	X	Y	X.Y	X^2
2013	1	7171	7171	1
2014	2	8978	17956	4
2015	3	13400	40200	9
2016	4	73269	293076	16
2017	5	60557	302785	25
2018	6	65006	390036	36
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>228381</b>	<b>1051224</b>	<b>91</b>

**Fuente:** Ministerio del Ambiente del Ecuador.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

## Proyección de la demanda

**Tabla 31:** Proyección de la demanda

Año	X	Y
2019	7	88442
2020	8	102835
2021	9	117229
2022	10	131623
2023	11	146017

**Fuente:** Demanda Proyectada

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

De acuerdo a la proyección realizada para año 2019, habrá 88442 visitantes a la Laguna de Quilotoa, para el 2020 existirá 102832 visitantes, para el año 2021 los visitantes incrementarán a 117229, hasta llegar a 146017 para el año 2023.

### Fórmula aplicada para el cálculo de la proyección de la demanda

$$Y = ax + b$$

$$a = \frac{n \sum x \cdot y - \sum x \sum y}{n \sum X^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{6(1,051224) - (21)(228381)}{6(91) - (21)^2}$$

$$a = \frac{6,307344 - 4,796001}{546 - 441}$$

$$a = \frac{1,511343}{105}$$

$$a = 14393,74$$

$$b = \frac{\sum y - a \sum x}{n}$$

$$b = \frac{228381 - 14393,74(21)}{6}$$

$$b = \frac{228381 - 302268,54}{6}$$

$$b = \frac{-73887,54}{6}$$

$$b = -12314,59$$

### 3.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El mercado estará dentro de mercado libre, porque al ofrecer nuestro producto y servicios, estaremos compitiendo con otros establecimientos existentes en el lugar. Para atraer más clientes a al Lodge se tomará mucho en cuenta el precio y la calidad de los servicios que ofrecen la competencia.

### 3.3.1 Oferta histórica

De acuerdo a la investigación de campo, en los últimos cinco años la oferta en el sector hotelero se ha ido incrementando. Este incremento se debe a la campaña denominada *All You Need is Ecuador*, que fomentó el gobierno nacional para promocionar el potencial turístico del país. Dentro de esta campaña se encontraba la Laguna de Quilotoa y otros sectores turísticos importantes del país.

Para ello el Ministerio de Turismo y la Organización de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa, firmaron un convenio de cooperación interinstitucional, con el objetivo de sumar esfuerzos para impulsar el desarrollo turístico de la Laguna de Quilotoa. Una de las normas principales consistía, en que debían cumplir los reglamentos de la construcción de las viviendas y los hostales. (Ver anexo 11).

Según, la información otorgada por el Sr. César Umajinga actual tesorero de la Organización Lago Verde Quilotoa menciona: *“Antes del 2014 los visitantes no llegaba mucho; por lo tanto, no existía muchos hostales aquí en la Laguna”*. Menciona además, que por al año 2013 existía 5 hostales de las cuales, cuatro eran privadas y uno pertenecía a la organización.

#### Comportamiento histórico de la oferta

Para calcular el número de personas que se hospedaron en los hostales de la Laguna de Quilotoa, está basada en la pregunta número uno de la encuesta. Donde se pudo evidenciar que el 18% del total de los encuestados, si se habían hospedado alguna vez en estos hostales.

**Tabla 32:** Oferta histórica

<b>Año</b>	<b>Oferta</b>
2013	1291
2014	1616
2015	2412
2016	13188
2017	10900

**Fuente:** Encuesta pregunta número 1

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### 3.3.2 Oferta actual

Para calcular la oferta actual, se ha tomado como referencia el porcentaje de las personas que se hospedaron en los hostales del Quilotoa, que corresponde a 65006 personas que visitaron la laguna en el año 2018. Donde el 18% de los encuestados mencionaron, que si se habían hospedado al menos una vez. Este 18 equivale a 11701 personas.

**Tabla 33:** Oferta actual

Año	Oferta
2018	11701

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

#### Principales ofertantes del servicio de alojamiento.

A través de una observación directa se pudo evidenciar que en la Laguna de Quilotoa, en la actualidad existen 8 hostales, de las cuales 7 son privados y 1 pertenece a la Organización.

Según, los datos encontrados en los buscadores de viajes Booking y Tripadvisor, de todos los hostales existentes en el lugar; hay un total de 56 habitaciones con capacidad para 156 personas, los precios por la prestación de servicio de alojamiento, van desde \$30 hasta los \$100 que incluye el desayuno y otros servicios adicionales.

**Tabla 34:** Ofertantes de los hostales

N o.	Hostal	# Habitaciones	Dirección	Servicio	Costo Aproximado	Capacidad
1	Hostal El Conejito.	3	Quilotoa centro	Alojamiento, wifi, Tv cable, tienda, parqueadero	\$40.00	8
2	Hostal Chukirahua	6	Quilotoa centro	Alojamiento, restaurante, wifi, parking,	\$46.00	22
3	Hostal La Chosita	6	Quilotoa centro	Alojamiento, wifi restaurante y garaje.	No especifica	10
4	Hostal Alpaka Quilotoa	7	Quilotoa centro	Alojamiento, wifi, y garaje, lavandería,	\$40.00	18
5	Hostal Runa Huasi	13	Quilotoa centro.	Alojamiento, wifi, lavandería y garaje.	\$37.00	40
6	Hostal Green Lake	7	Vía Chugchilán	Alojamiento, wifi, estacionamiento,	\$30.00	20

7	Samay Kirutwa Hostal	8	Vía Chugchilán	Alojamiento, wifi, y garaje	No específica	24
8	Princesa Toa	6	Quilotoa centro.	Alojamiento, wifi	\$100	10
<b>Total</b>		<b>56</b>	<b>152 Personas</b>			

Fuente: Booking y TripAdvisor.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

### 3.3.3 Análisis de la oferta futuro

#### Proyección de la oferta.

Para realizar el cálculo de la demanda futuro, está basado en el resultado de la encuesta de la pregunta número uno; donde el 18% de los encuetados mencionaron que si se habían hospedado por lo menos una vez en los establecimientos hoteleros

#### Proyección de la oferta a partir del año 2019

Tabla 35: Proyección de la oferta

Año	X	Y
2019	7	15919
2020	8	18510
2021	9	21101
2022	10	23692
2023	11	26282

Fuente: Demanda proyectada.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

De acuerdo a la proyección realizada para año 2019, habrá unos 15919 posibles clientes que utilicen los servicios de alojamiento, llegando a 26282 personas que posiblemente utilicen estos servicios para el año 2023.

#### Fórmula para calcular la proyección de la oferta

$$Y=ax+b$$

$$a = \frac{n \sum x \cdot y - \sum x \sum y}{n \sum X^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{\sum y - a \sum x}{n}$$

$$a = \frac{6(189217) - (21)(41108)}{6(91) - (21)^2}$$

$$b = \frac{41108 - 2590,8(21)}{6}$$

$$a = \frac{1.135302 - 863268}{546 - 441}$$

$$a = \frac{272034}{105}$$

$$a = 2590.8$$

$$b = \frac{41108 - 54406,8}{6}$$

$$b = \frac{-13298,8}{6}$$

$$b = -2216,47$$

### 3.4 DEMANDA INSATISFECHA.

En la demanda insatisfecha se procedió a realizar el balance entre la oferta y la demanda proyectado para los cinco años posteriores. Los resultados obtenidos indican, que existe un déficit en plazas hoteleras, y con estos antecedentes se sabe que sería muy necesario construir un nuevo Lodge, para dar un servicio mejorado a los turistas.

**Tabla 36:** Demanda insatisfecha

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2019	88442	15919	72523
2020	102835	18510	84325
2021	117229	21101	96128
2022	131623	23692	107931
2023	146017	26282	119735

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### 3.5 ANÁLISIS DE LOS PRECIOS.

De acuerdo a la información obtenida de los buscadores de viajes Booking y TripAdvisor, se pudo evidenciar que los precios por la prestación de servicios de alojamiento no son estandarizados, ya que cada uno de los hostales tiene fijados sus precios.

**Cuadro 6:** Análisis de los precios

No.	Establecimientos	Servicios	Costo aproximado
1	Hostal El Conejito.	Alojamiento, wifi, Tv cable, tienda, parqueadero	\$40.00
2	Hostal Chukirahua	Alojamiento, restaurante, wifi, parking.	\$46.00
3	Hostal La Chosita	Alojamiento, wifi, restaurante y garaje.	\$30.00
4	Hostal Alpaka Quilotoa	Alojamiento, wifi, y garaje, lavandería.	\$40.00
5	Hostal Runa Huasi	Alojamiento, wifi, lavandería y garaje.	\$37.00

6	Hostal Green Lake	Alojamiento, wifi, estacionamiento,	\$30.00
7	Samay Kirutwa Lodge	Alojamiento, wifi, y garaje.	\$45.00
8	Hostal Princesa Toa	Alojamiento,, restaurante, wifi	\$100.00

**Fuente:** Booking, TripAdvisor

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Proyección de los precios

Para proyectar los precios de las habitaciones de los ofertantes se consideró como factor principal, la inflación de año anterior que es de 0.27% de acuerdo a Ecuador en cifras.

**Tabla 37:** Proyección de los precios

No.	Establecimiento	Precio actual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Hostal El Conejito.	\$ 40,00	\$ 40,11	\$ 40,22	\$ 40,32	\$ 40,43	\$ 40,54
2	Hostal Chukirahua	\$ 46,00	\$46,12	\$ 46,25	\$ 46,37	\$ 46,50	\$ 46,62
3	Hostal La Chosita	\$ 30,00	\$ 30,08	\$ 30,16	\$ 30,24	\$ 30,33	\$ 30,41
4	Hostal Alpaka Quilotoa	\$ 40,00	\$ 40,11	\$ 40,22	\$ 40,32	\$ 40,43	\$ 40,54
5	Hostal Runa Huasi	\$ 37,00	\$ 37,10	\$ 37,20	\$ 37,30	\$ 37,40	\$ 37,50
6	Hostal Green Lake	\$ 30,00	\$ 30,08	\$ 30,16	\$ 30,24	\$ 30,33	\$ 30,41
7	Samay Kirutwa Lodge	\$ 45,00	\$ 45,12	\$ 45,24	\$ 45,37	\$ 45,49	\$ 45,61
8	Hostal Princesa Toa	\$ 100,00	\$ 100,27	\$ 100,54	\$ 100,81	\$ 101,08	\$ 101,36

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### 3.6 MARKETING MIX

**Cuadro 7:** Marketing mix

<b>Estrategias</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer una alianza comercial, con las agencias de viajes de la Ciudad de Latacunga (Greivag, Metropolitan Touring, Tierra Zero Tours).</li> <li>• Utilizar los medios más visitados que nos ofrece las Redes Sociales, para publicitar (Facebook, YouTube, Google, Google AdWords)</li> <li>• Elaborar un Sitio Web / Blog, con un catálogo virtual sobre todos los servicios que ofertará dentro del Lodge.</li> </ul>

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Cuadro de resultados.** Para terminar el desarrollo del modelo conceptual de planeación estratégica, se propone realizar un cuadro de resultados para relacionar los objetivos, estrategias y políticas. Este cuadro presenta un resumen del panorama de la planeación estratégica.

✓ **Estrategia**

Establecer una alianza comercial, con las agencias de viajes de la Ciudad de Latacunga (Greivag, Metropolitan Touring, Tierra Zero Tours)

<b>Objetivo</b>	<b>Descripción</b>
Fidelizar al 5% de los turistas que vienen cada año.	Una comunicación amigable, en donde ambas partes ganen y cumplan sus expectativas
<b>Metas</b>	<b>Acciones</b>
Fortalecer las alianzas comerciales.	Adecuar el espacio físico para garantizar en lo mayor posible la comodidad del turista.
<b>Políticas</b>	<b>Responsable</b>
Todas las personas pueden hacer uso de los servicios que ofrece el Lodge, siempre y cuando puedan cubrir los gastos que representen.	Administrador y Empleados.
<b>Tiempo</b> Enero 1 del 2020	

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

✓ **Estrategia**

Utilizar los medios más visitados que nos ofrece las Redes Sociales, para publicitarnos (Facebook, YouTube, Google, Google AdWords)

<b>Objetivo</b>	<b>Descripción</b>
Ser parte de los Hostales que lo primero que buscan es la satisfacción de los clientes.	Informar directamente con la visualización, que todos los servicios que se ofrecen son amigables con el medio ambiente
<b>Metas</b>	<b>Acciones</b>
Ser la primera opción del turista, al momento de reservar una habitación.	Enseñar y apoyar al cuidado ambiental.
<b>Políticas</b>	<b>Responsable</b>

El huésped podrá obtener un descuento del 5% en su próxima visita, con la condición de que nos traiga a un huésped nuevo, siempre y cuando se hospeden en el Lodge.	Empleado.
<b>Tiempo</b> Enero 1 del 2020	

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

✓ **Estrategia**

Elaborar un Sitio Web / Blog, con un catálogo virtual sobre todos los servicios que ofertamos dentro del Lodge.

<b>Objetivo</b>	<b>Descripción</b>
Habilitar la opción de poder reservar una o varias habitaciones.	Mejorar la calidad en la rapidez sobre la entrega del servicio.
<b>Metas</b>	<b>Acciones</b>
Incrementar la aceptabilidad del Lodge en un 5% cada año.	Un sitio web o Lodge más dinámico y directo con las necesidades de los turistas.
<b>Políticas</b>	<b>Responsable</b>
Lograr la aceptabilidad del 5% de todos los turistas que nos visitan al año.	Ingeniero en Sistemas
<b>Tiempo</b> Enero 1 del 2020	

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.

#### 4.1.1 Factores que determinan el tamaño del proyecto

##### 4.1.1.1 Tamaño del proyecto de la demanda.

Para determinar el tamaño de la demanda, está basado en el resultado de la demanda insatisfecha, en donde en función de la tendencia del mercado, el 59% de los encuestados están de acuerdo a que se construya un nuevo Lodge. Con esta referencia, se puede proyectar la cantidad de clientes a cubrir. Por lo tanto, se pretende cubrir una demanda potencial de (59% de 72523=42789). El nuevo Lodge, procura empezar con 1712 clientes al año, obteniendo una tasa de captación del 4% ( $1712/42789=0.04$ ).

**Tabla 38:** Tamaño del proyecto de la demanda

<b>Año</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda potencial a satisfacer</b>	<b>Nivel de captación 4%</b>
<b>2019</b>	72523	42789	1712
<b>2020</b>	84325	49752	1990
<b>2021</b>	96128	56716	2247
<b>2022</b>	107931	63679	2547
<b>2023</b>	119735	70644	2826
<b>Total</b>	<b>480642</b>	<b>283580</b>	<b>11322</b>

Elaborado por: Grupo de investigadores.

##### 4.1.1.2 Capacidad instalada del proyecto

La capacidad instalada, está determinada en base a la referencia de datos obtenidos en la demanda insatisfecha. De acuerdo a los cálculos realizados para el año 2023, en el Lodge se alojarán un promedio de 7 personas por noche; por tanto, la capacidad instalada máxima del Lodge será para 26 personas.

**Tabla 39:** Capacidad instalada

<b>Tipo de habitación</b>	<b># Huéspedes</b>	<b># habitación</b>	<b># camas</b>
Simple	2	2	2
Matrimonial	6	3	3
Triple	8	2	2 literas, 2 camas
Familiar	6	1	1 litera, 2 camas
Doble	4	1	2 camas
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>9</b>	<b>3 literas, 11 camas</b>

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

La capacidad instalada radica, en el porcentaje que se tendrá de participación en el mercado, se estipula que obtendrá, un 4% de captación de la demanda de turistas por satisfacer.

#### ***4.1.1.3 Tamaño del proyecto, tecnología y equipos***

La tecnología y equipos, son útiles y necesarios para ofrecer una mejor atención y comodidad para los clientes, y es por eso que, estarán disponibles los equipos tecnológicos como: la computadora, teléfonos y televisión. Por la cercanía a Latacunga, para la adquisición de estos equipos, se acudirá a las principales distribuidoras como son: Comandato, Almacenes Japón, La Ganga, Artefacta etc.

#### ***4.1.1.4 Tamaño del proyecto y mano de obra***

Por el avance de la tecnología, es fácil encontrar a los trabajadores y empleados idóneos para cada área del trabajo. Por lo tanto, esto no limita encontrar el personal para que pueda desempeñar en el Lodge. En la actualidad, existen profesionales en todas las ramas, que están dispuestos a colaborar en las empresas y es por eso que, no será muy complicado encontrar empleados.

#### ***4.1.1.5 Tamaño del proyecto y Financiamiento***

Para el financiamiento del 60% del proyecto, se acudirá a la CFN, quién otorga el crédito a una tasa de interés nominal de 9.75% anual y el 40%, será el aporte de los socios.

## 4.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.

A continuación, se muestra detalladamente la localización del proyecto en el macro y micro localización. El sitio deberá contar con facilidad de acceso y los servicios básicos necesarios que garantice la comodidad de los clientes.

### 4.2.1 Macro localización.

La macro localización, es la primera aproximación hacia su ubicación específica y para ello se ha tomado las siguientes especificaciones para su creación. El nuevo Lodge, estará ubicado en el cantón Pujilí y provincia de Cotopaxi, perteneciente a la región sierra centro del Ecuador.

**Cuadro 8:** Datos de ubicación de macro localización

Datos Generales	Ubicación
País	Ecuador
Región	Sierra
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Pujilí

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Imagen 1:** Macro localización





Fuente: Wikipedia.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

Este proyecto se localiza en la provincia de Cotopaxi, que es una de las 24 provincias del Ecuador, localizada en la región sierra centro-norte del país. El Cotopaxi, se encuentra dividida políticamente en 7 cantones; en dónde, según el último ordenamiento territorial, esta provincia pertenece a la región 3 conjuntamente con las provincias de Pastaza, Chimborazo y Tungurahua.

**Hidrografía.** El sistema hidrográfico los constituye el río Cutuchi que nace en el Cotopaxi, está formado a su vez por los ríos Manzanahuayco y Rumiñahui. Este sistema hidrográfico a la vez complementa con el Yanayacu, Nagsiche, Chalupas, Illuchi, Patoa, Pumacunchi y Qunidigua.

**Flora.** La vegetación en Cotopaxi es variada, se puede observar árboles nativos de la zona como: pino y capulí, y otras especies como: “Chuquirahua, pumamaqui, mortiño, romerillo, quinua, chochos” entre otras especies.

**Fauna.** Los animales mamíferos que habitan en esta provincia están: los lobos, cervicabra, pumas, venados, toros bravos, alpacas, conejos, osos entre otros. Dentro de lo que son las aves se encuentran: los cóndores andinos, gavián de espalda roja, curiquingue, águilas, gaviota andina y patos.

**Clima.** El clima en esta provincia varía de acuerdo a la región desde húmedo temperado, subhúmedo tropical hasta páramo lluvioso. En general la provincia posee una temperatura media anual de 12°C, por lo que cuenta con un clima templado, frío y cálido húmedo.

## Desarrollo económico

**Industrias.-** en esta provincia se encuentran las industrias alimenticias, bebidas, metalmecánica, madera, leche, etc.

**Comercio.-** en la ciudad de Pujilí guarda un bello arte de la alfarería y una llamativa cerámica pintada a mano que, son los objetos que más se destacan en las ferias del pueblo.

### 4.2.2 Micro localización.

El nuevo Lodge, estará ubicado en la Laguna del Quilotoa, que pertenece a la parroquia de Zumbahua y cantón Pujilí. Se encuentra ubicado a 65 Km de la ciudad de Latacunga y 12.5 Km de la parroquia de Zumbahua. El tiempo aproximado de llegada desde Latacunga hasta el mirador de Quilotoa, es de aproximadamente 1.5 horas en los buses.

**Cuadro 9:** Datos de micro localización

Datos Generales	Lugar
Cantón	Pujilí
Parroquia	Zumbahua
Sector	Quilotoa

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

## Croquis del micro localización

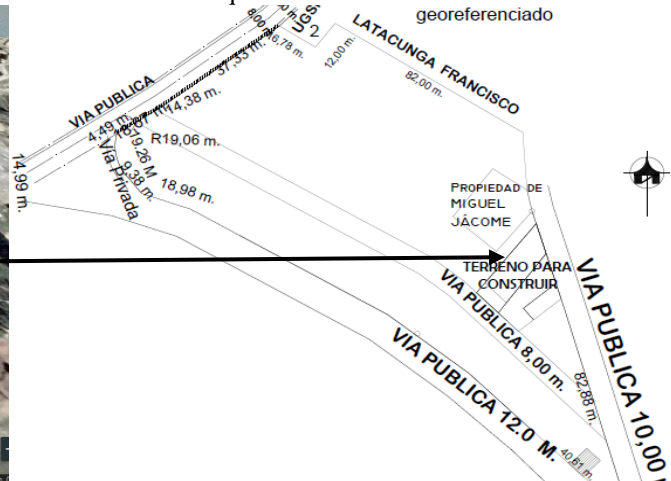
**Imagen 2.** Matriz de micro localización



**Fuente:** Google Maps y Arq. Darío Solórzano.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Ilustración 1:** Croquis de micro localización



### 4.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO.

#### 4.3.1 Descripción de los servicios.

Dentro del nuevo establecimiento se ofrecerá los siguientes servicios:

##### Servicio de alojamiento.

El nuevo Cráter Lodge Quilotoa, contará con 9 habitaciones con capacidad para 25 personas, distribuida en diferentes tipos de habitaciones. Este Lodge, contará con los siguientes tipos de habitaciones:

**Cuadro 10:** Tipo de habitaciones

<b>Habitación Simple</b>	Esta habitación dispondrá de: baño privado, agua caliente, wifi, calefacción. Para la comodidad y descanso del huésped, contará con una cama de plaza y media, closet y tv por cable.
<b>Habitación Matrimonial</b>	Esta habitación de la misma forma estará equipada con baño privado, agua caliente, wifi y calefacción. Además, dispondrá de una cama de 2 plazas, closet y tv por cable.
<b>Habitación Doble</b>	Al igual que las anteriores contará con baño privado, agua caliente, wifi y calefacción. Estará equipada con 2 camas de 2 plazas, closet y tv por cable.
<b>Habitación Triple</b>	Esta habitación dispondrá de un baño privado, agua caliente, wifi y calefacción. Para el relajamiento del huésped dispondrá de una cama de 2 plazas y una litera, un closet y tv por cable.
<b>Habitación Familiar</b>	Esta será la habitación que abarque más personas, para ello estará equipada con 2 camas de 2 plazas y 1 litera, closet y tv por cable. Además, esta habitación dispondrá de un baño privado, agua caliente, wifi y calefacción.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

##### Servicio de recepción y facturación.

Este será el lugar de mayor contacto con los clientes y será el centro de información sobre Lodge. Se atenderá las 24 horas, los 365 días del año.

**Servicio de restaurante.**

El restaurante contará con una superficie de 42.11m<sup>2</sup> y se ofrecerá: el desayuno, almuerzos, meriendas y platos a la carta para los huéspedes, así como también al público en general que deseen deleitar de la comida.

**Servicio de garaje.**

El garaje estará disponible gratuitamente para todos los huéspedes que se hospeden en el Lodge.

**Servicio lavandería y planchado.**

El servicio de lavandería estará ubicado en la tercera planta. Este servicio será útil para realizar el lavado de las sábanas y toallas. Además, esta lavandería servirá para realizar el lavado de la ropa de los huéspedes que deseen, donde el costo por este servicio será extra.

**Servicio de actividades de senderismo.**

Mediante este servicio, se ofertará los sitios turísticos cercanos a la Laguna de Quilotoa, para lo cual se contará con un guía local, que esté dispuesto a colaborar con el Lodge.

**Presentación de la música y danza.**

Este tipo de servicio es muy solicitado por los turistas extranjeros. Este este servicio se realizará de acuerdo a la solicitud de los clientes y de la temporada.

**4.3.2 Proceso operativo.**

Para la realización del proceso operativo, se ha considerado las actividades más comunes que se va a llevar a cabo dentro del Lodge y está representado por diagrama de flujo de bloques.

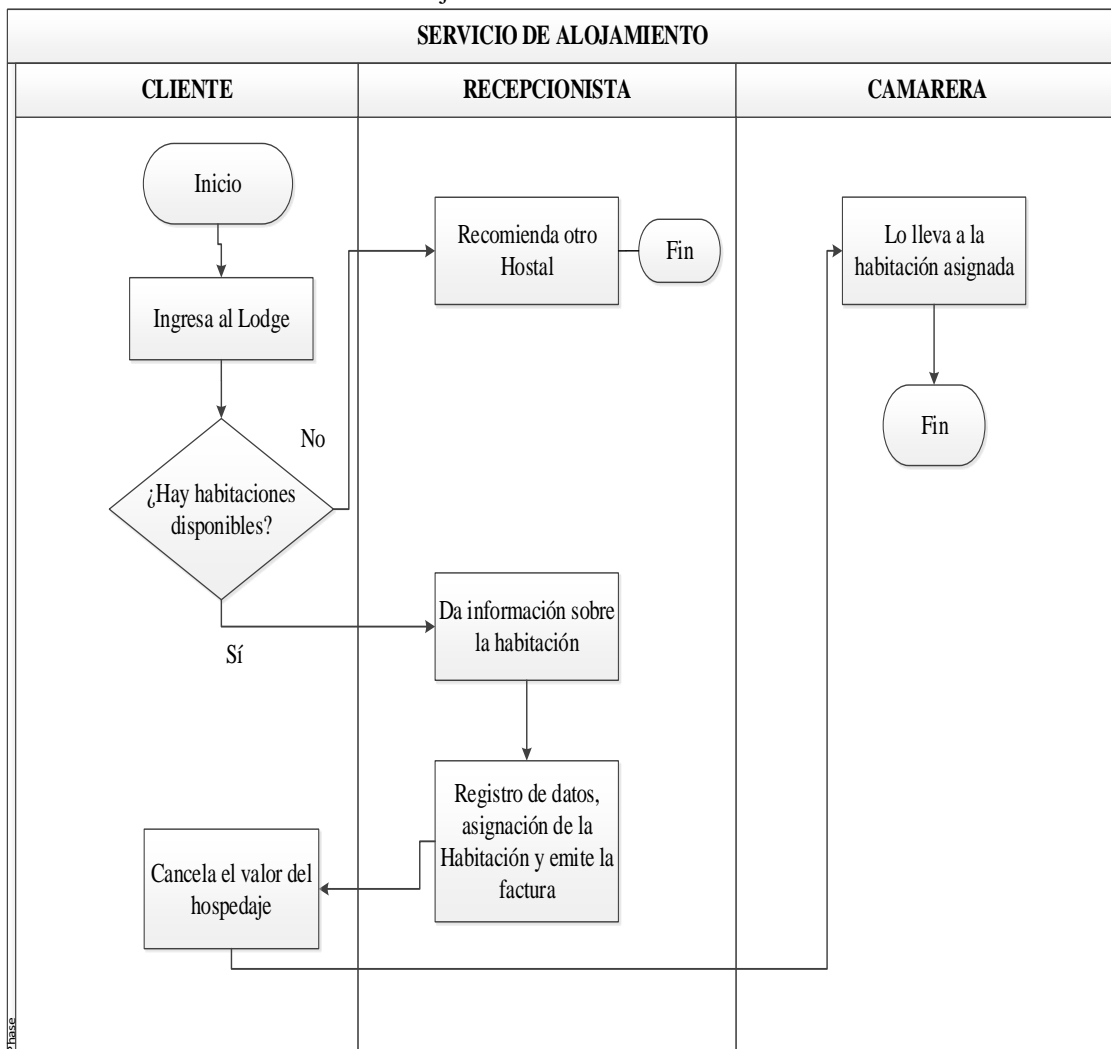
**Cuadro 11:** Símbolos de diagrama de flujo

Actividad	Símbolo
Actividades	▭
Decisión	◊
Base de datos	⌋
Inicio	○
Fin	●
Transmisión de datos	▱
Documento	▭
Línea de flujo	→

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Proceso del servicio de alojamiento.**

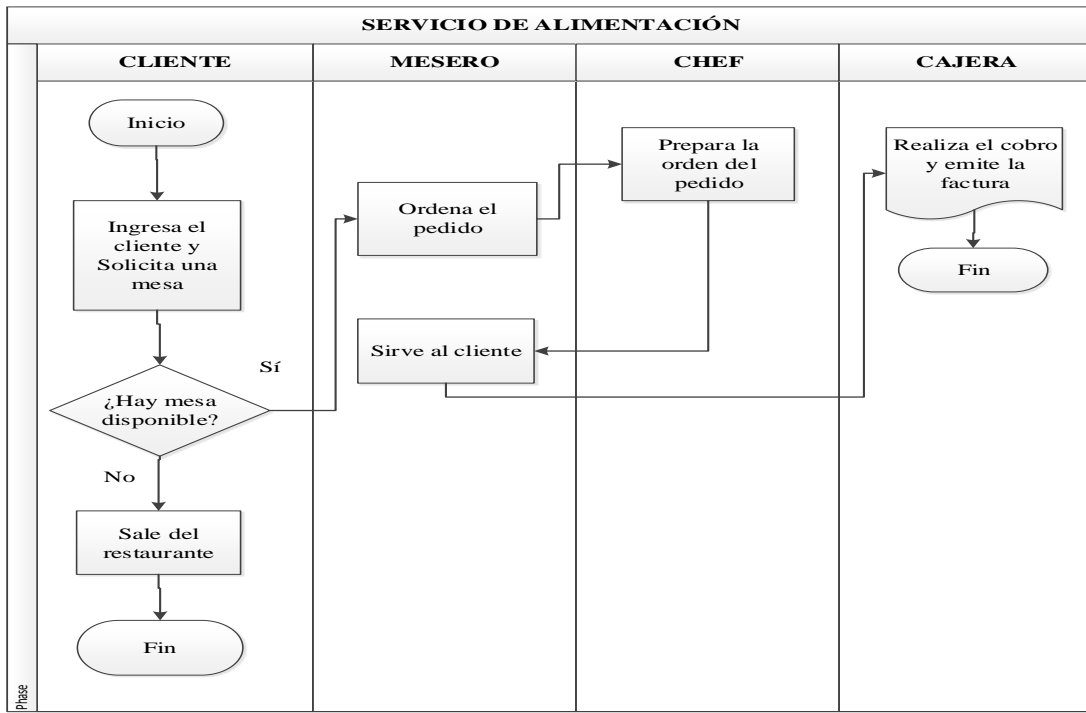
**Ilustración 2:** Proceso de servicio de alojamiento



**Elaborado por:** Grupo de investigadores

## Proceso del servicio de alimentación

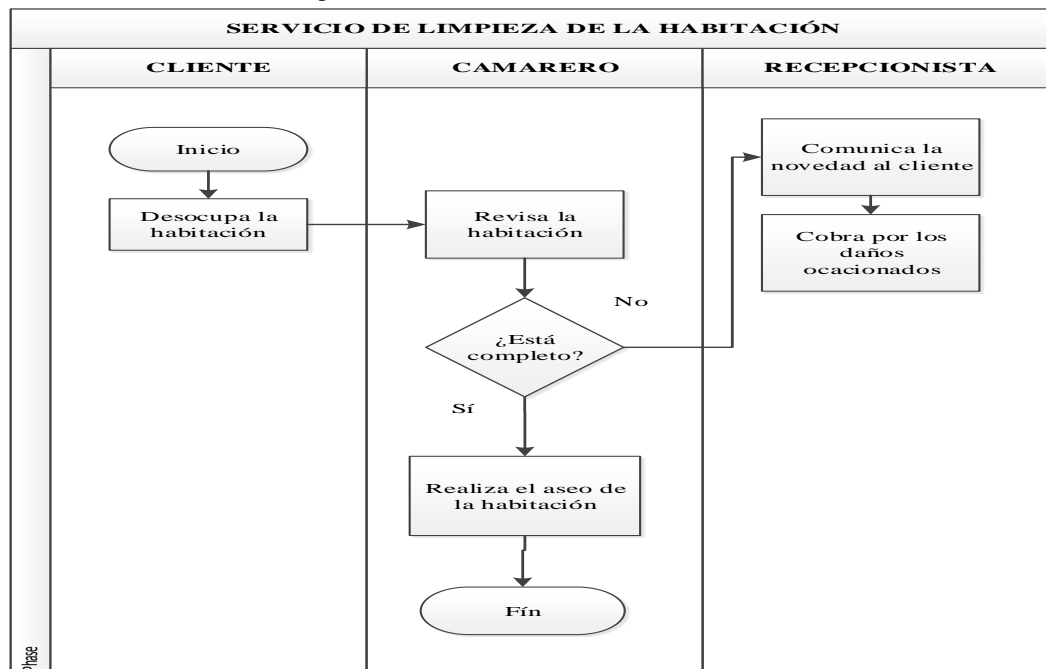
**Ilustración 3.** Proceso de servicio de alimentación



Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Proceso de limpieza de las habitaciones.

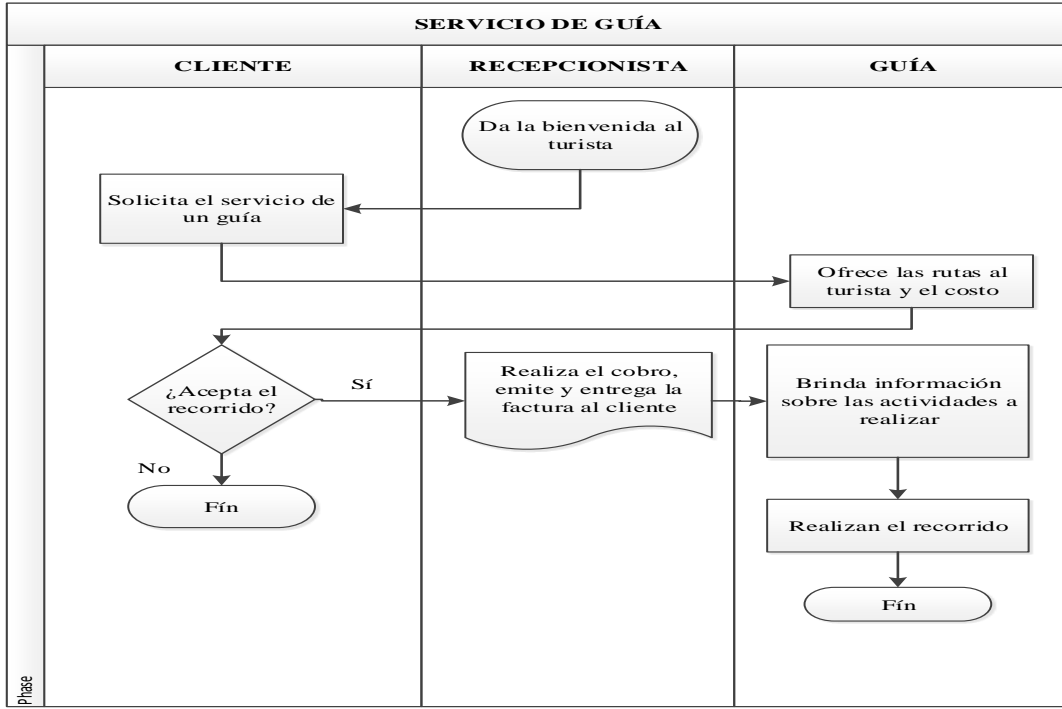
**Ilustración 4:** Proceso de limpieza de las habitaciones



Elaborado por: Grupo de investigadores.

**Servicio de senderismo.**

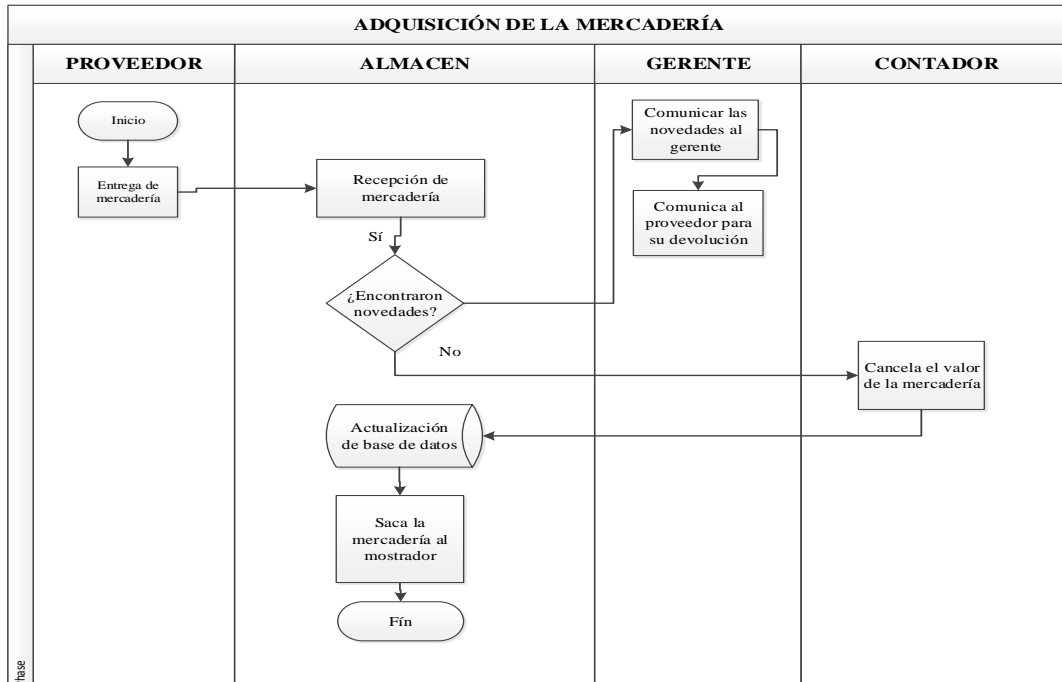
**Ilustración 5:** Servicio de senderismo



Elaborado por: Grupo de investigadores.

**Proceso de compra de artesanías**

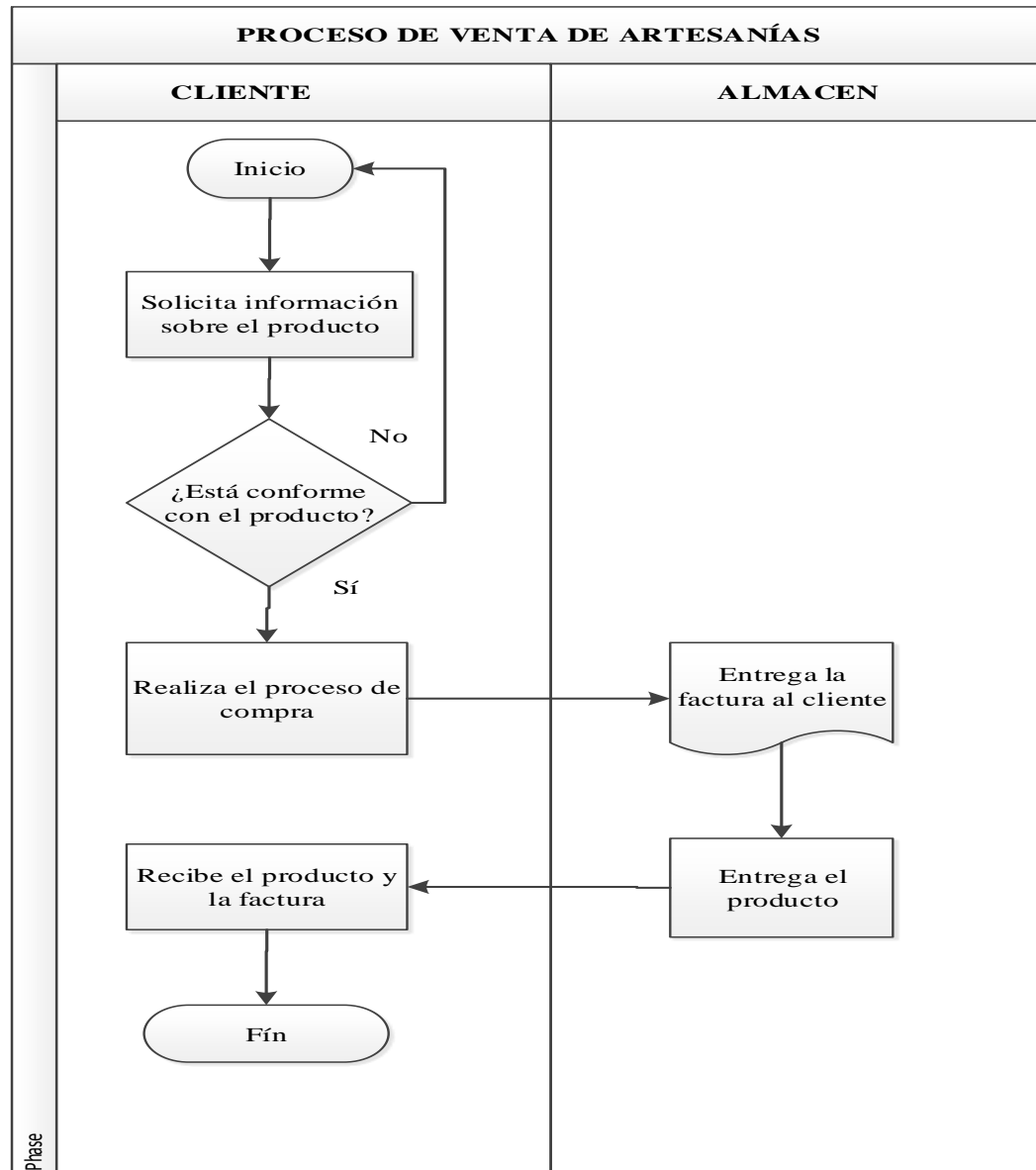
**Ilustración 6:** Adquisición de mercadería



Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Proceso de venta de artesanías

**Ilustración 7:** Proceso de venta de artesanías

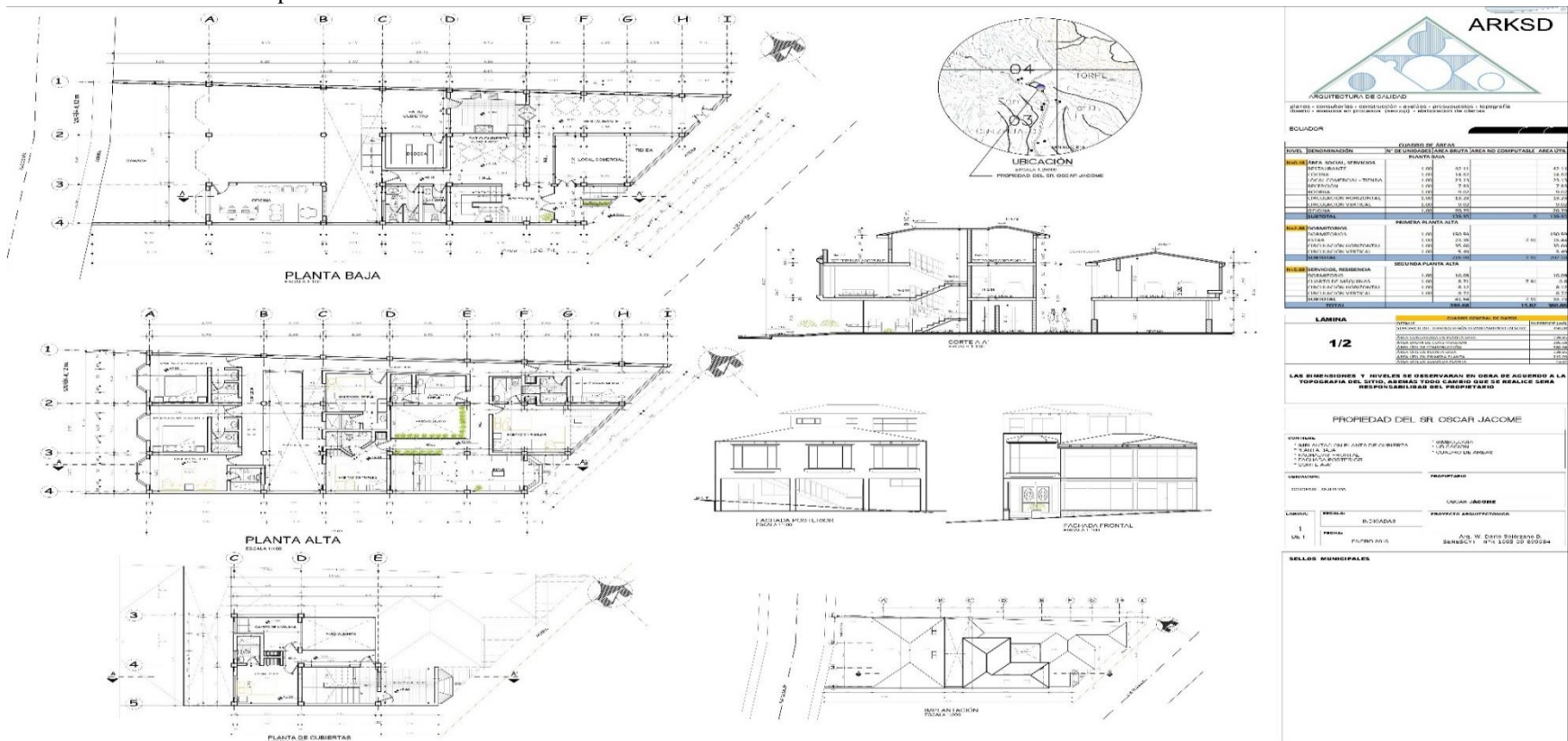


Elaborado por: Grupo de investigadores

### 4.3.3 Diseño de la planta

La planta está diseñado de tres plantas y a continuación se muestra el plano:

**Ilustración 8:** Diseño de la planta.



**Fuente:** Estudio arquitectónico, ARKSD.  
**Elaborado por:** Arq. Darío Solórzano

#### 4.3.4 Distribución física de la planta

La dimensión física de Cráter Lodge Quilotoa, constará de un total de 396.68 m<sup>2</sup>, en las tres plantas dividida en diferentes áreas.

##### **Primera planta: Área social y servicios**

**Restaurante.-** El restaurante para atención al público y para los huéspedes, tendrá una superficie de 42.11m<sup>2</sup>, con una capacidad para 32 personas.

**Cocina.-** En la cocina estará integrado por tres personas, quienes serán encargados de dar el servicio de alimentación. El área total de la cocina será de 14.82 m<sup>2</sup>.

**Bodega.-** La bodega servirá para el almacenamiento de la materia prima no perecederos del restaurante. Esta bodega tendrá una superficie de 9.02m<sup>2</sup>.

**Recepción.-** Esta área estará ubicado en la entrada principal, ya que a partir de esta área iniciará el desplazamiento de personas a diferentes sitios, y estará a cargo de una persona. La dimensión para esta área será de 7.83m<sup>2</sup>.

**Local comercial.-** Este local servirá para la exhibición de las artesanías que ofrecerá el Lodge, habrá un vendedor responsable para esta área. La superficie de esta área será de 23.13m<sup>2</sup>.

**Área administrativa.-** La dimensión de esta área será de 20.79.m<sup>2</sup>. En esta área estará el personal administrativo como: son el contador y administrador.

##### **Segunda planta: Área de alojamiento.**

**Dormitorios.-** Dentro de área de alojamiento habrá 9 habitaciones para una capacidad de 25 personas distribuidas en: habitación simple, matrimonial, doble, triple y familiar. La superficie total de las habitaciones será de 150.59m<sup>2</sup>.

**Sala Star.-** La sala star tendrá una superficie de 23.35 m<sup>2</sup>. Esta área está dentro del alojamiento y servirá a los huéspedes a tomar un descanso.

### Tercera planta: Área de servicios y residencia

**Cuarto de máquinas.-** Esta área servirá para realizar el proceso de lavado y estará a cargo de una persona. La superficie de esta área será de 8.71 m<sup>2</sup>.

### 4.3.5 Requerimiento para el proyecto

Una vez determinado el diseño y la distribución de la planta, se ha procedido a detallar los requerimientos necesarios para llevar a cabo el proyecto, así como también los costos estimados de cada uno de los requerimientos. A continuación se presenta detalladamente:

#### Requerimiento del espacio.

Están determinadas las áreas específicas del Lodge, con sus respectivas dimensiones.

**Tabla 40:** Requerimiento del espacio físico

Cantidad	Descripción	Medida m2	Valor m2	Valor total
<b>Planta Baja</b>				
<b>Área Social y servicios</b>				
1	Recepción	7,83	\$ 450,00	\$ 3.523,50
1	Cocina	14,82	\$ 450,00	\$ 6.669,00
1	Restaurante	42,11	\$ 450,00	\$ 18.949,50
1	Bodega	9,02	\$ 450,00	\$ 4.059,00
1	Local Comercial	23,13	\$ 450,00	\$ 10.408,50
1	Oficina	20,79	\$ 450,00	\$ 9.355,50
1	Circulación Horizontal	13,23	\$ 450,00	\$ 5.953,50
1	Circulación Vertical	9,02	\$ 450,00	\$ 4.059,00
<b>Subtotal</b>		<b>139,95</b>		<b>\$ 62.977,50</b>
<b>Primera Planta Alta</b>				
<b>Dormitorios</b>				
1	Sala de Star	23,35	\$ 450,00	\$ 10.507,50
1	Circulación Horizontal	35,66	\$ 450,00	\$ 16.047,00
8	Dormitorios	150,59	\$ 450,00	\$ 67.765,50
1	Circulación Vertical	5,49	\$ 450,00	\$ 2.470,50
<b>Subtotal</b>		<b>215,09</b>		<b>\$ 96.790,50</b>

<b>Segunda Planta Alta</b>				
<b>Servicios y Residencia</b>				
1	Dormitorio	16,09	\$ 450,00	\$ 7.240,50
1	Cuarto de máquinas	8,71	\$ 450,00	\$ 3.919,50
1	Circulación Horizontal	8,12	\$ 450,00	\$ 3.654,00
1	Circulación Vertical	8,72	\$ 450,00	\$ 3.924,00
<b>Subtotal</b>		<b>41,64</b>		<b>\$ 18.738,00</b>
<b>Total</b>		<b>396,68</b>		<b>\$ 178.506,00</b>

**Fuente:** Arq. Darío Solórzano.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Requerimiento de la mano de obra.

- ✓ **Mano de obra directa.** Está detallado el número de personas que estarán en contacto directamente con los turistas.

**Tabla 41:** Requerimiento de la mano de obra directa

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
1	Camarera	\$ 394,00	\$ 4.728,00
1	Chef	\$ 700,00	\$ 8.400,00
1	Mesero	\$ 394,00	\$ 4.728,00
1	Ayudante de cocina	\$ 394,00	\$ 4.728,00
1	Guía Local	\$ 394,00	\$ 4.728,00
1	Recepcionista	\$ 450,00	\$ 5.400,00
1	Vendedor	\$ 394,00	\$ 4.728,00
<b>Total</b>		<b>\$ 3.120,00</b>	<b>\$ 37.440,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

- ✓ **Mano de obra indirecta.** Aquellas personas que ofrecen sus conocimientos para el funcionamiento correcto del Lodge.

**Tabla 42:** Mano de obra indirecta

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
1	Contador	\$ 800,00	\$ 9.600,00
1	Gerente	\$ 900,00	\$ 10.800,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.700,00</b>	<b>\$ 20.400,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Requerimiento de terreno

El costo de terreno, está determinada de acuerdo al valor que se vende, por metros cuadrado en el sector.

**Tabla 43:** Requerimiento de terreno

Descripción	Área m2	Valor m2	Valor total
Terreno	350	\$ 30,00	\$ 10.500,00
<b>Total</b>			<b>\$ 10.500,00</b>

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Requerimiento para el equipamiento de Lodge.

**Tabla 44:** Equipamiento para el Lodge

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Televisión	11	\$ 499,00	\$ 5.489,00
Soporte para Tv	9	\$ 21,63	\$ 194,67
Mini componte	1	\$ 388,48	\$ 388,48
Lavadora	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Secadora eléctrica	1	\$ 490,00	\$ 490,00
Plancha a vapor	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Aspiradora	1	\$ 177,00	\$ 177,00
Calefones	2	\$ 370,00	\$ 740,00
Exhibidor de comida caliente	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Cocina industrial 6 fuegos	1	\$ 480,00	\$ 480,00
Horno de 3 latas	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Microonda	1	\$ 101,52	\$ 101,52
Licuada semindustrial	2	\$ 128,00	\$ 256,00
Batidor de 10 l	1	\$ 780,00	\$ 780,00
Cilindro de gas	5	\$ 55,00	\$ 275,00
Enfriador Vertical	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Sanduchera	1	\$ 78,40	\$ 78,40
Cafetera eléctrica	1	\$ 88,00	\$ 88,00
<b>Total</b>			<b>\$ 12.798,07</b>

**Fuente:** Proveedores La Ganga, Pika.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Requerimiento de muebles y enseres

**Tabla 45:** Requerimiento de muebles y enseres

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Camas de 2 plazas	9	\$ 89,00	\$ 801,00

Camas de 1 ½	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Literas	3	\$ 389,00	\$ 1.167,00
Chimenea esquinera	9	\$ 279,00	\$ 2.511,00
Armario Pitu	9	\$ 129,00	\$ 1.161,00
Velador	9	\$ 49,00	\$ 441,00
Lcd 42''	1	\$ 599,00	\$ 599,00
Juego de sala	1	\$ 999,00	\$ 999,00
Sillas	9	\$ 27,00	\$ 243,00
Silla	1	\$ 189,00	\$ 189,00
Anaqueles	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Mostrador	1	\$ 225,00	\$ 225,00
Mesas con sillas x 4	10	\$ 269,00	\$ 2.690,00
Sillas para niños	2	\$ 49,00	\$ 98,00
Taburetes	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Mostrador	1	\$ 225,00	\$ 225,00
Anaqueles	1	\$ 125,00	\$ 125,00
Estantería	1	\$ 149,00	\$ 149,00
Mostrador	1	\$ 225,00	\$ 225,00
Ropero doble tubo	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Estantería de madera	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Silla	1	\$ 189,00	\$ 189,00
Colchón dos plazas	9	\$ 256,00	\$ 2.304,00
Colchón 1 ½	8	\$ 99,00	\$ 792,00
Cuadros	9	\$ 72,00	\$ 648,00
Almohadas	20	\$ 4,50	\$ 90,00
Cobertor de almohada	20	\$ 4,00	\$ 80,00
Cubre colchón dos plazas	9	\$ 30,00	\$ 270,00
Cubre colchón de 1 1/2	8	\$ 25,00	\$ 200,00
Juego de sábana de 2 plazas	18	\$ 15,00	\$ 270,00
Juego de sábana de 1 ½	16	\$ 13,00	\$ 208,00
Edredones 2 plazas	12	\$ 19,00	\$ 228,00
Edredones de 1 1/2	10	\$ 15,00	\$ 150,00
Cobijas de 2 plazas	12	\$ 18,00	\$ 216,00
Cobijas de 1 ½	10	\$ 16,00	\$ 160,00
Espejos	14	\$ 5,00	\$ 70,00
Alfombras de baño	9	\$ 4,00	\$ 36,00
Toallas	50	\$ 6,00	\$ 300,00
Cortinas de habitaciones	9	\$ 110,00	\$ 990,00
Rodapiés	9	\$ 5,00	\$ 45,00
Mesa de planchar 2 en 1	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Carro trapeador	1	\$ 79,00	\$ 79,00

Basureros	20	\$ 5,90	\$ 118,00
Contenedores para la basura	3	\$ 15,90	\$ 47,70
Escobas	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Trapeadores	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Palas para la basura	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Armadores x 100	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Cabeza de maniquí	8	\$ 12,00	\$ 96,00
Maniquí niños	4	\$ 29,00	\$ 116,00
Maniquí adulto	4	\$ 100,00	\$ 400,00
Espejo	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Grapadora	5	\$ 5,50	\$ 27,50
Perforadora	5	\$ 2,10	\$ 10,50
<b>Total</b>			<b>\$ 21.144,70</b>

**Fuente:** Proveedores Muebles “El Dorado”, La Rebaja.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Requerimiento de lencería y utensilios de cocina

**Tabla 46:** Lencería y utensilios para cocina

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Juego de cacerolas	2	\$ 84,55	\$ 169,10
Paila # 30	1	\$ 4,75	\$ 4,75
Paila #36	1	\$ 7,75	\$ 7,75
Sartén teflón #26	1	\$ 15,95	\$ 15,95
Sartén teflón #24	1	\$ 13,90	\$ 13,90
Tamalera #38	1	\$ 41,00	\$ 41,00
Cuchillo filetero	2	\$ 14,00	\$ 28,00
Cuchillo espátula	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Espumadera	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Bolillo madera	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Cernidor	3	\$ 6,90	\$ 20,70
Espátula	2	\$ 5,90	\$ 11,80
Juego de cucharones	1	\$ 24,90	\$ 24,90
Tabla de picar	2	\$ 5,75	\$ 11,50
Jarras grandes	2	\$ 2,55	\$ 5,10
Escurreidor de arroz	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Pinzas para carne	2	\$ 1,75	\$ 3,50
Juego de calderos	1	\$ 35,70	\$ 35,70
Charoles	5	\$ 2,45	\$ 12,25
Salero	10	\$ 0,90	\$ 9,00
Azucarera	10	\$ 0,99	\$ 9,90

Ajiceros	10	\$ 1,60	\$ 16,00
Florero cristal	10	\$ 1,25	\$ 12,50
Mantelería	12	\$ 5,00	\$ 60,00
Cubre manteles	12	\$ 4,00	\$ 48,00
Limpiones	12	\$ 2,00	\$ 24,00
Plato tendido	48	\$ 2,50	\$ 120,00
Plato sopero	48	\$ 1,99	\$ 95,52
Plato base	48	\$ 1,95	\$ 93,60
Plato para el pan	48	\$ 1,50	\$ 72,00
Plato y taza para el café	48	\$ 2,25	\$ 108,00
Plato para frutas	48	\$ 1,25	\$ 60,00
Plato bandeja	48	\$ 2,75	\$ 132,00
Tenedor para carne	48	\$ 0,50	\$ 24,00
Tenedor para ensalada	48	\$ 0,70	\$ 33,60
Tenedor para postre	48	\$ 0,90	\$ 43,20
Cuchillo para la ensalada	48	\$ 0,90	\$ 43,20
Cuchillo para la carne	48	\$ 0,70	\$ 33,60
Cuchara para café y té	48	\$ 0,30	\$ 14,40
Cuchara para sopa	48	\$ 0,40	\$ 19,20
Vaso 12 oz 48 U.	1	\$ 27,50	\$ 27,50
<b>Total</b>			<b>\$ 1.555,12</b>

Fuente: Proveedores Pika.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Requerimiento de equipos contra incendios

**Tabla 47:** Requerimiento de equipos de seguridad

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Detector de humo	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Lámpara de emergencia	2	\$ 26,00	\$ 52,00
Extintor 10 lb PQS	1	\$ 26,00	\$ 26,00
Extintor 5 lb CO2	1	\$ 47,00	\$ 47,00
Botiquín de primeros auxilios	1	\$ 27,00	\$ 27,00
Señalética Fotoluminiscente x 3	3	\$ 8,00	\$ 24,00
Detector de GLP	1	\$ 26,00	\$ 26,00
<b>Total</b>			<b>\$ 222,00</b>

Fuente: Proveedores.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Requerimiento de muebles para la oficina

**Tabla 48:** Muebles para oficina

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Sillas	3	\$ 189,00	\$ 567,00
Escritorio	3	\$ 149,00	\$ 447,00
Estantería	1	\$ 149,00	\$ 149,00
Mesa grande con 6 sillas	1	\$ 699,00	\$ 699,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.862,00</b>

**Fuente:** Proveedores Muebles “El Dorado”.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

## Requerimiento de equipos de oficina

**Tabla 49:** Requerimiento de equipos de oficina

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Calculadora	5	\$ 18,00	\$ 90,00
Teléfono inalámbrico	2	\$ 37,00	\$ 74,00
Proyector	1	\$ 475,00	\$ 475,00
Impresora de facturación.	2	\$ 258,00	\$ 516,00
Teléfono inalámbrico	1	\$ 37,00	\$ 37,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.192,00</b>

**Fuente:** Proveedores La Ganga, La Rebaja.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

## Requerimientos de equipo de computación

**Tabla 50:** Requerimiento de equipo de computación

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Computadora	5	\$ 817,77	\$ 4.088,85
Impresora multifunción	1	\$ 416,92	\$ 416,92
<b>Total</b>			<b>\$ 4.505,77</b>

**Fuente:** Proveedor La Ganga.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

## Requerimiento de suministro de oficina

**Tabla 51:** Requerimiento de suministro de oficina

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Resmas de papel	5	\$ 3,20	\$ 16,00
Carpetas	20	\$ 0,25	\$ 5,00
Caja de clips	5	\$ 0,35	\$ 1,75
Esferos	15	\$ 0,30	\$ 4,50

Lápices	5	\$ 0,40	\$ 2,00
Archivador	5	\$ 2,00	\$ 10,00
<b>Total</b>			<b>\$ 39,25</b>

Fuente: Proveedor Pika.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Requerimiento de mercadería.

**Tabla 52:** Requerimiento de la mercadería

Concepto	Unidades que inicialmente se pueda vender en 1 mes	Costo al que se compra al distribuidor	Unidades a comercializar por año	Costo anual de mercadería
Cobija con figuras	4	\$ 15,00	48	\$ 720,00
Ponchos de alpaca	4	\$ 9,00	48	\$ 432,00
Cobija de alpaca	4	\$ 10,00	48	\$ 480,00
Saco XL	6	\$ 12,00	72	\$ 864,00
Saco L	8	\$ 11,00	96	\$ 1.056,00
Saco M	8	\$ 10,00	96	\$ 960,00
Saco S	8	\$ 9,00	96	\$ 864,00
Saco talla 8	6	\$ 8,50	72	\$ 612,00
Saco talla 0	8	\$ 5,50	96	\$ 528,00
Saco talla 2	6	\$ 6,00	72	\$ 432,00
Saco talla 4	6	\$ 6,50	72	\$ 468,00
Paquete x 12 guantes de alpaca	36	\$ 1,00	432	\$ 432,00
Gorros	20	\$ 1,50	240	\$ 360,00
Medias térmicas x 12	15	\$ 1,50	180	\$ 270,00
Chalina de alpaca	6	\$ 3,00	72	\$ 216,00
Bufanda de alpaca	20	\$ 1,10	240	\$ 264,00
Guantes de lana x 12	30	\$ 0,50	360	\$ 180,00
Poncho de alpaca para mujer	6	\$ 8,00	72	\$ 576,00
Saco hindú	5	\$ 8,00	60	\$ 480,00
Saco tarjetero	5	\$ 10,00	60	\$ 600,00
Poncho para niños	6	\$ 5,00	72	\$ 360,00
Mantel de mesa 3m	4	\$ 18,00	48	\$ 864,00
Mantel de mesa 1m	3	\$ 6,00	36	\$ 216,00
Mantel de mesa 2m	4	\$ 12,00	48	\$ 576,00
Ponchos de lana con figura	6	\$ 12,00	72	\$ 864,00
Cuelleras	24	\$ 1,00	288	\$ 288,00
Diablo una grande	3	\$ 6,00	36	\$ 216,00

Diablo una pequeño	4	\$ 5,00	48	\$ 240,00
Orejeras	24	\$ 2,50	288	\$ 720,00
Pantalones	4	\$ 3,00	48	\$ 144,00
Alpaca grande	5	\$ 12,00	60	\$ 720,00
Alpaca mediano	5	\$ 6,00	60	\$ 360,00
Alpaca pequeño	5	\$ 3,75	60	\$ 225,00
Conejo grande	5	\$ 4,00	60	\$ 240,00
Conejo pequeño	4	\$ 3,75	48	\$ 180,00
León	4	\$ 12,00	48	\$ 576,00
Cuy grande	5	\$ 6,00	60	\$ 360,00
Cuy pequeño	8	\$ 3,00	96	\$ 288,00
<b>Total</b>			<b>4008</b>	<b>\$ 18.231,00</b>

Fuente: Proveedores.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Requerimiento de gastos diferidos

**Tabla 53:** Requerimiento de gastos diferidos

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Gasto de constitución	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Afiliación al Ministerio de Turismo	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Tramites RUC	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Patente Municipal	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Permisos de Sanidad	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Capacitación	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Estudio del Proyecto	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Software	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Permiso Bomberos	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Permiso anual de funcionamiento	1	\$ 190,80	\$ 190,80
Permiso ambiental	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Imprevisto (1% de Activos Fijos)	1	\$ 221.785,66	\$ 2.217,86
<b>Total</b>			<b>\$ 5.898,66</b>

Fuente: Diferentes páginas gubernamentales.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Requerimiento para mantenimiento

**Tabla 54:** Requerimiento para del mantenimiento

Concepto	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Mantenimiento de instalaciones del hotel	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Mantenimiento de la maquinaria	1	\$ 200,00	\$ 200,00

Mantenimiento Equipo de Computo	1	\$ 75,00	\$ 75,00
<b>Total</b>			<b>\$ 475,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Requerimiento Servicios Básicos.

**Tabla 55:** Requerimiento de servicios básicos

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Luz eléctrica	\$ 40,00	\$ 480,00
Agua	\$ 40,00	\$ 480,00
Consumo de gas	\$ 15,00	\$ 180,00
<b>Total</b>	<b>\$ 95,00</b>	<b>\$ 1.140,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Requerimiento de línea telefónica, internet y tv cable

**Tabla 56:** Requerimiento de teléfono, internet y tv cable

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Línea telefónica e internet	\$ 80,00	\$ 960,00
Tv cable	\$ 60,00	\$ 720,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.680,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Requerimiento publicidad

**Tabla 57:** Requerimiento publicidad

Concepto	Cantidad	Costo mensual	Costo anual
Publicidad	1	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Página web	1	\$ 536,48	\$ 536,48
<b>Total</b>			<b>\$ 3.536,48</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Requerimiento de útiles de aseo

**Tabla 58:** Requerimiento de útiles de aseo

Descripción	Cantidad	Precio U.	Precio T.
Papel Higiénico x36	30	\$ 5,00	\$ 150,00
Shampoo en sachet 24 cajas de 100	24	\$ 22,00	\$ 528,00
Jabón hotelero 24 cajas de 100	24	\$ 13,00	\$ 312,00
Desinfectantes de manos	24	\$ 5,00	\$ 120,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.110,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

## Requerimiento de suministros de limpieza

**Tabla 59:** Requerimiento de suministros de limpieza

Descripción	Cantidad	Precio U.	Precio T.
Desinfectante Fabuloso 100 ml	18	\$ 1,99	\$ 35,82
Jabón en barra para ropa Lava todo	96	\$ 0,60	\$ 57,60
Detergente Fab 5000 gr	12	\$ 14,00	\$ 168,00
Aromatel Suavizante 970 ml	12	\$ 3,85	\$ 46,20
Ambiental Glade Aerosol 400 ml	12	\$ 2,99	\$ 35,88
Escoba	4	\$ 3,00	\$ 12,00
Pala	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Trapeador	3	\$ 4,00	\$ 12,00
Franela	6	\$ 1,00	\$ 6,00
Fundas de basura x 12	30	\$ 1,50	\$ 45,00
Guantes látex x100	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Mascarilla x100	1	\$ 25,00	\$ 25,00
<b>Total</b>			<b>\$ 462,50</b>

Fuente: El Tía

Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Requerimiento de la materia prima

La materia prima hace referencia a todos los productos e insumos, que se utilizará en el restaurante para la preparación de los alimentos. La cantidad de \$14.400 es un monto promedio, que se gasta al año de acuerdo a la información proporcionada por el propietario del restaurante del sector.

## 5. ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

### 5.1 LA EMPRESA.

#### 5.1.1 Razón Social.

El nombre escogido, para la nueva empresa es: “**Cráter Lodge Quilotoa**”. Este nombre se identifica prácticamente con la Laguna de Quilotoa. A continuación, se menciona del porqué se escogió este nombre para la empresa.

**Cráter:** Este nombre se debe a la forma de la laguna, ya que este se formó a través de una erupción volcánica.

**Lodge:** Se refiere al tipo de alojamiento, que se va a construir en este proyecto.

**Quilotoa:** Es la ubicación geográfica de la empresa.

#### 5.1.2 Logotipo y slogan

##### Logotipo.

El logotipo seleccionado para la nueva empresa de servicio de alojamiento, será de la siguiente manera:

**Ilustración 9:** Logotipo



**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Color verde.-** Se escogió el color verde, en las iniciales de nombre de la empresa, porque esto representa la naturaleza y los lugares atractivos que posee el sitio. Además, representa la coloración del agua de la laguna.

### **Slogan**

El slogan que se denominará para esta empresa será: con la siguiente frase, “**Su hogar lejos de casa**”. Puesto que la empresa ofrecerá el mejor servicio de alojamiento a sus clientes y por ende, sentirán una satisfacción enorme que hará que se sientan como en sus casas.

### **5.1.3 Constitución de la empresa.**

#### **Personalidad Jurídica**

La Persona Jurídica de la empresa será “Cráter Lodge Quilotoa”, y será reconocida por la ley, la misma que permite tener personalidad independiente de las de sus asociados. Esta empresa por su persona jurídica puede adquirir y poseer toda clase de bienes, contraer obligaciones y ejercitar acciones civiles.

La empresa “Cráter Lodge Quilotoa”, estará representado por su Gerente-propietario; quién ante la ley será el representante legal.

### **5.1.4 Titularidad de la propiedad de la empresa**

La empresa será una Compañía Anónima, ya que esta Compañía tiene característica principal, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones.

#### **Requisitos**

La compañía deberá constituirse con dos o más accionista, según dispuesto en el artículo 147 de la Ley de Compañías. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritaria pertenezca a una entidad del sector público.

## **Nombre**

En este tipo de compañías se puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaria General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías.

## **Solicitud de aprobación**

La presentación a la Superintendencia de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborado por un Abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

## **Capital**

El capital mínimo con que ha de constituirse la Compañía Anónima, es de ochocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 25% del capital total.

Es necesario manifestar que la empresa “Cráter Lodge Quilotoa”, su capital estará conformado de capital propio del 40% y 60% con financiamiento, el cuál será otorgada por la Corporación Financiera Nacional (CFN); según se detalla en el estudio financiero.

### **5.1.5 Tipo de empresa.**

A continuación, se detalla en qué tipo de empresa se encuentra “Cráter Lodge Quilotoa”:

**Empresa del Sector Terciario o de Servicios.-** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana, para realizar trabajos físicos o intelectuales. (Ley de Código Tributario).

La actividad de “Cráter Lodge Quilotoa”, comprende la prestación de servicios de alojamiento y restaurante, por tal razón, la Compañía se encuentra dentro de este tipo de empresa.

### **Accionistas.**

La empresa se constituirá con un cuerpo legal de Compañía Anónima, es decir estará constituida con un capital aportado por sus accionistas de \$ 102.549,74 y por un préstamo bancario de \$ 153.824,61. Lo cual para constituir la empresa contará con un capital total de \$ 256.374,35. La empresa estará constituido por tres socios quienes realizarán las aportaciones correspondiente.

Los socios para constituir esta empresa estará integrado por:

- ✓ Jácome Oscar, 25% de aportación =25.637,44
- ✓ Umajinga Javier, 50% de aportación.=51.274,87
- ✓ Ninasunta Alexander, 25% de aportación=25.637,44

### **5.1.6 Base filosófica de la empresa (plan estratégico)**

La responsabilidad, la honestidad, el orden y el trabajo en equipo son componentes que determinarán el éxito del Lodge. Será una empresa, que esfuere cada día para mejorar la satisfacción de los clientes, al ocupar el servicio; con el fin, de proporcionar un servicio de calidad. Se enfocará en utilizar todo al alcance, el conocimiento y esfuerzo para lograr los objetivos que se ha planteado.

#### **5.1.6.1 Misión.**

Somos una organización que brinda el servicio de hospedaje, alimentación y tours a los turistas nacionales y extranjeras, con la comodidad y confort en un ambiente natural, haciendo que el cliente disfrute de los servicios a cada momento.

#### **5.1.6.2 Visión.**

Ser una empresa líder en los próximos cinco de la industria hotelera en el sector de Quilotoa y lograr una mejor rentabilidad económica, mediante la renovación de servicios altamente competitivo, profesional y de calidad.

### *5.1.6.3 Principios y valores.*

#### **Principios:**

**Resultados.-** Obtener una alta rentabilidad como garantía de crecimiento y desarrollo de la empresa.

**Innovación.-** Mantener todos los equipos tecnológicos y procesos operativos actualizados con la tecnología más avanzada, para garantizar el incremento en los servicios y competitividad.

**Calidad.-** Perfeccionar los procesos, a través de una mejora continua, para alcanzar la excelencia y la satisfacción de los clientes y personal.

**Responsabilidad social.-** Participar y apoyar en las actividades y eventos organizado por la comunidad, pero sin perjudicar ni afectar el bienestar de la sociedad.

**Cuidado del medio ambiente.-** Practicar día a día la prevención y mejora del medio ambiente

**Desarrollo y bienestar del talento humano.-** Dar una adecuada calidad de vida a los trabajadores, sobre todo cuidar la seguridad física y emocional.

#### **Valores:**

**Honestidad:** Demostrar con transparencia, las responsabilidades asignadas en el uso de recursos materiales y financieros en su vida cotidiana.

**Respeto.-** Mantener una conducta justa con los empleados, trabajadores y los clientes. Respetar las capacidades y aptitudes de las personas, así como también su ideología, género y religión.

**Solidaridad.-** Generar el compañerismo, trabajar juntos y brindar apoyo cuando sea necesario para cumplir la misión de la empresa.

**Puntualidad.-** Cumplir con todas las obligaciones y compromisos en el tiempo establecido.

**Responsabilidad.-** Asumir las consecuencias de lo que se hace dentro de la empresa y en su entorno.

#### ***5.1.6.4 Política empresarial***

#### **Políticas generales de alojamiento**

**Check in:** 12:00 hasta 21:00

**Check out:** 11:00

**Cancelación:** Efectivo, tarjeta de crédito y débito.

**Gratuidad:** Niños hasta los 7 años.

**Niños:** Niños de 8 a 12 años, deben cancelar el 50% del valor del hospedaje.

**Garantía de reservación:** Se requiere una tarjeta de crédito para garantizar la reservación.

**Persona extra:** No se permite el acceso a las habitaciones a visitantes no registrados en la recepción, y si hay una persona extra en la habitación el valor será cargado a la cuenta del cliente.

**Mascotas:** Se admitirá bajo petición.

**Caja de seguridad:** El Lodge no es responsable por objetos o documentos que no son dejados en la recepción.

**Políticas de no arribo:** En caso de no arribo, se cobrará por una noche de estadía.

**Tabaquismo:** Todas las habitaciones y espacio públicos son libres de humo, si desean fumar habrá un espacio en la terraza.

**Registro:** Edad mínima para registrarse 18 años.

**Desayuno:** Incluye en el precio de la habitación y se sirve desde las 7:00 hasta las 11:00 en el restaurante.

**Documentos:** Es obligación presentar los documentos personales para el registro.

**Políticas de privacidad:**

El Lodge se rige según los principios de privacidad y seguridad de datos personales y usuarios del sitio web de los clientes.

La empresa no comparte información personal con terceros, excepto en casos que sea estrictamente necesario y relacionado con la reserva.

**5.1.7 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA**

La organización administrativa, es una parte muy importante ya que a través de ello se puede clasificar los niveles de jerarquización y las funciones para cada uno de los trabajadores y empleados.

**5.1.7.1 Estructura orgánica**

Mediante aplicación de la estructura orgánica, se realizará la jerarquización de los cargos de mayor a menor grado; así, poder asignar las funciones específicas y que puedan estar bien organizados de manera formal e informal.

Los elementos claves para el diseño de la estructura organizacional, están determinado de la siguiente manera.

**Nivel Superior.-** En este nivel están los accionistas del Lodge, que conformarán la junta general de socios; quienes, serán los responsables de la planificación y la toma de decisiones.

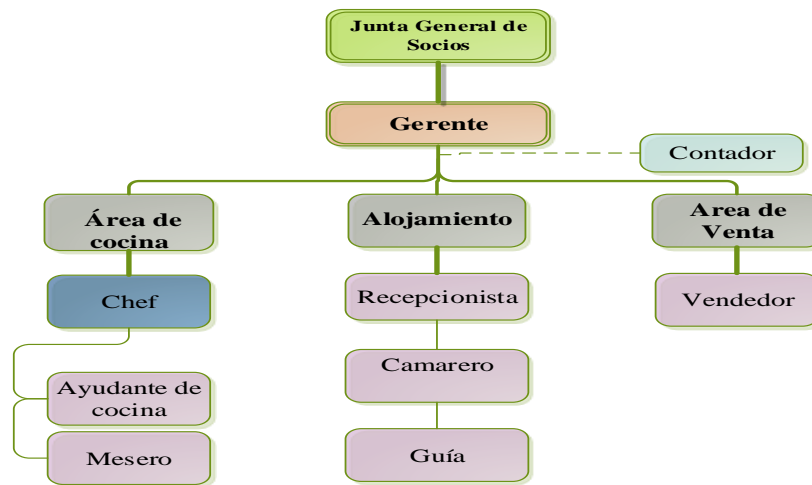
**Nivel Ejecutivo.-** En este nivel estará integrado por la gerencia general o el administrador del Lodge, y será el responsable de: dirigir, supervisar las políticas y las actividades de la empresa.

**Nivel Auxiliar.-** En este nivel estará integrado por un contador; quién, realizará las funciones de apoyo en la empresa.

**Nivel Operativo.-** En este nivel estará integrado por todos los trabajadores de Lodge y serán quienes cumplan con cabalidad todas las actividades encomendadas.

**Organigrama estructural.**

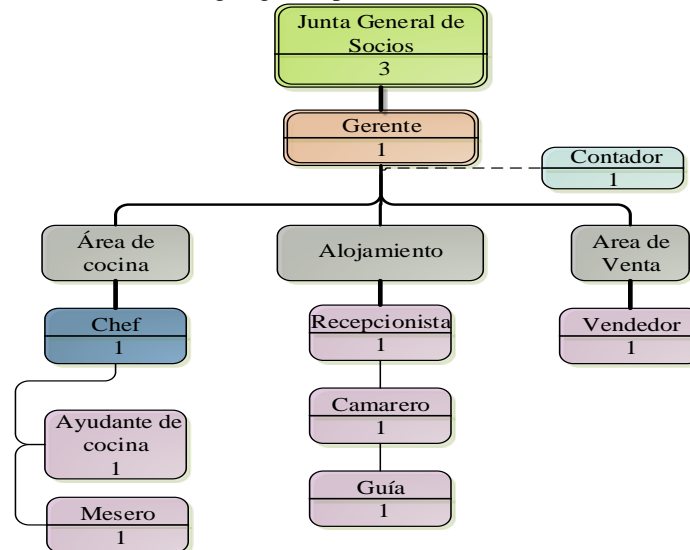
**Ilustración 10:** Organigrama estructural



Elaborado por: Grupo de investigadores.

**Organigrama Posicional**

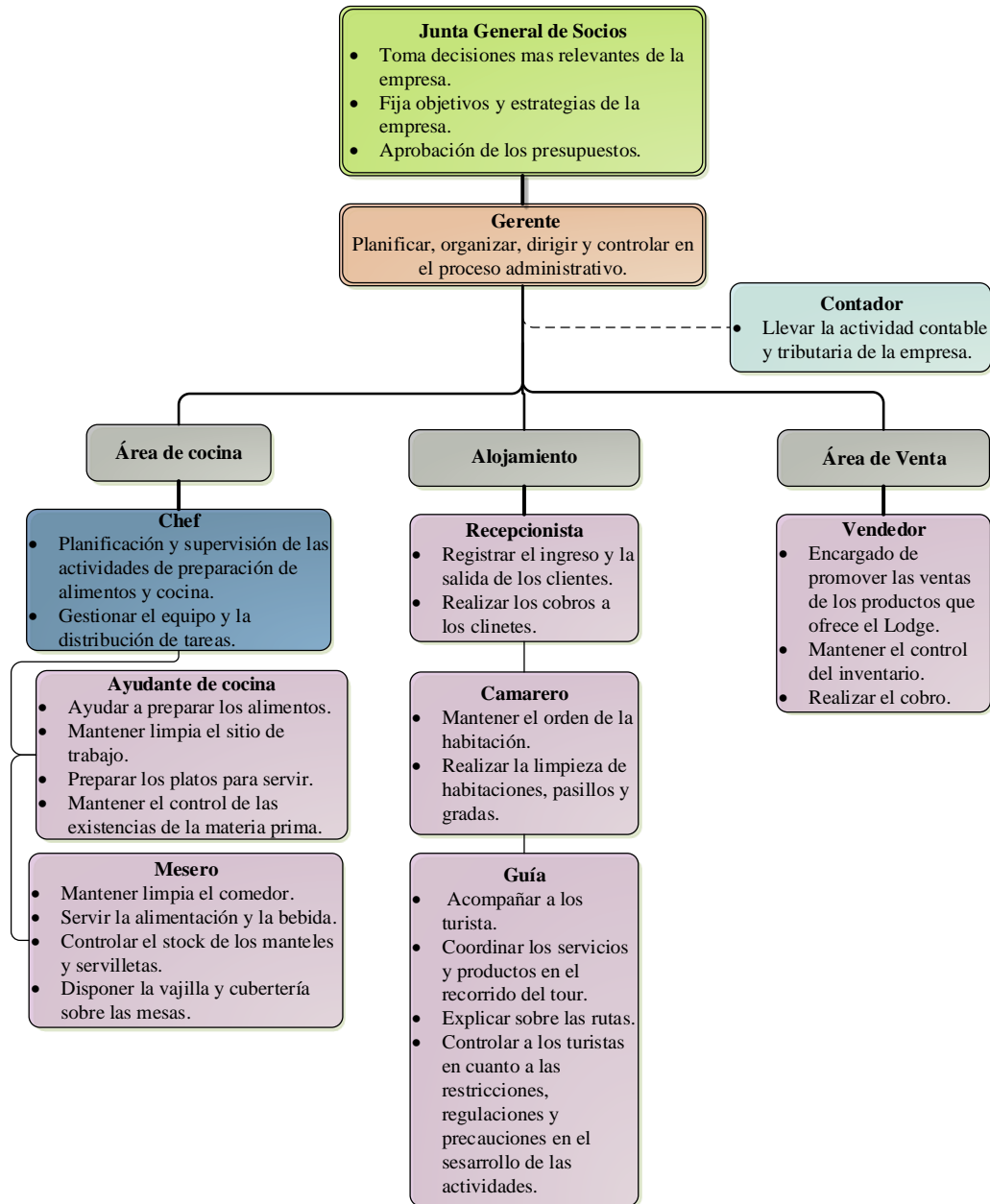
**Ilustración 11:** Organigrama posicional



Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Organigrama Funcional

Ilustración 12: Organigrama funcional



Elaborado por: Grupo de investigadores.

### 5.1.8 Distribución de funciones y responsabilidades.

El manual de funciones permitirá conocer, designar las funciones y obligaciones a cada trabajador y empleado en área correspondiente dentro de la empresa.

Dentro del manual de funciones constará de ciertas pautas que se necesitará, en cada área para el efectivo cumplimiento.

#### **Gerente**

<b>Datos</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Gerente
<b>Nivel Jerárquico</b>	Estratégico
<b>Número de Personas</b>	1
<b>Código</b>	GE – 1 – 01

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Misión del Cargo.-** Realizar el plan estratégico del Lodge, analizando la situación del mercado, para generar información de manera confiable.

#### **Funciones del Cargo:**

- ✓ Control y movimiento del dinero en los bancos
- ✓ Verificación y aprobación de los movimientos contables
- ✓ Revisar el presupuesto del Lodge.
- ✓ Llegar a un acuerdo con los proveedores, obtención de descuentos, formas de pagos efectivos o crédito.
- ✓ Supervisión de la contabilidad
- ✓ Establecer los parámetros en general de cada Nivel Jerárquico
- ✓ Analizar y comprobar el cumplimiento de las metas
- ✓ Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar el correcto desempeño de las funciones administrativas.
- ✓ Encargado de la elaboración del presupuesto para la situación económica del Lodge
- ✓ Convenios con otras instituciones.
- ✓ Indagar fuentes de financiamiento.

**Nivel académico.** Profesional con título de Ingeniero Comercial o Administrador de Empresas.

**Conocimientos Requeridos:** Contabilidad General, Finanzas, Estadística y Economía

**Habilidades:** Capacidad de comunicación, habilidades al momento de realizar negocios y habilidades financieras

**Experiencia Laboral:** 2 años mínimo.

**Condiciones del Cargo.-** Al tener el cargo como Gerente del Lodge, debe ser un profesional muy responsable y honesto por la razón de que realizará funciones de confianza.

**Riesgos del Cargo.-** Físicos, psicológicos y ergonómicos.

#### **Contador**

<b>Datos</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Contador
<b>Nivel Jerárquico</b>	Administrativo
<b>Número de Personas</b>	1
<b>Código</b>	CT – 2 – 01

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Misión del Cargo.-** Realizar los estados financieros del Lodge de forma transparente y correcta, con los todos los ingresos y egresos que se posean.

#### **Funciones del Cargo:**

- ✓ Llevar la contabilidad al día
- ✓ Ser honesto y transparente
- ✓ Conocimiento sobre contabilidad avanzada

**Perfil Necesario:** Profesional en contabilidad.

**Conocimientos Requeridos:** Contabilidad avanzada, finanzas, costo y presupuesto.

**Habilidades:** Habilidad numérica y financiera.

**Experiencia Laboral:** 2 años mínimo y tener conocimiento sobre la contabilidad.

**Condiciones del Cargo.-** Persona transparente, ya que será la encargada de llevar los asientos contables sobre la evolución numérica del Lodge.

**Riesgo del Cargo.-** Físico y psicológico.

<b>Chef</b>	
<b>Datos</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Chef
<b>Nivel Jerárquico</b>	Operativo
<b>Número de Personas</b>	1
<b>Código</b>	CH – 3 – 01

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Misión del Cargo.-** Ofrecer alimentos frescos y de calidad, cumpliendo con las necesidades y requisitos de los clientes, acorde a la carta de platos

**Funciones del Cargo:**

- ✓ Controlar la comida.
- ✓ Realizar el respectivo menú
- ✓ Obtener ingredientes frescos
- ✓ Capacidad de negociación

**Perfil Necesario:** Título de Chef

**Conocimientos Requeridos:** Conocimiento en gastronomía, dominar las técnicas básicas de repostería y tener cultura gastronómica.

**Experiencia Laboral:** 2 años mínimos.

**Habilidades:** Rapidez, ordenado y limpieza

**Condiciones del Cargo.-** Que sea una persona ordenada y limpia, puesto que los platillos deben estar acorde a las necesidades de los clientes

**Riesgos del Cargo.-** Físicos, psicológicos y químicos.

### **Ayudante de Cocina**

<b>Datos</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Ayudante de Cocina
<b>Nivel Jerárquico</b>	Operativo
<b>Número de Personas</b>	1
<b>Código</b>	AC – 3 – 01

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Misión del Cargo.-** Ayudar al chef en lo que necesite para poder realizar el trabajo de una manera más eficaz y eficiente.

#### **Funciones del Cargo:**

- ✓ Colaborar con el Chef.
- ✓ Colocar los respectivos pedidos para que el mesero los entregue.
- ✓ Mantener todos los utensilios de cocina limpios
- ✓ Tener ordenada la cocina

**Perfil Necesario:** Capacitación como ayudante de chef.

**Conocimientos Requeridos:** Conocimiento en gastronomía y dominar las técnicas básicas de cocina.

**Habilidades:** Buena comunicación, ordenado y rapidez

**Experiencia Laboral:** 1 año mínimo

**Riesgos del Cargo.-** Físicos, psicológicos y químicos.

### Mesero

Datos	
<b>Nombre del Cargo</b>	Mesero
<b>Nivel Jerárquico</b>	Operativo
<b>Número de Personas</b>	1
<b>Código</b>	MS – 3 – 01

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Misión del Cargo.-** Entregar el pedido del cliente, de forma rápida, con amabilidad, y con buena presentación.

**Funciones del Cargo:**

- ✓ Receptar las órdenes de los clientes.
- ✓ Entregar los pedidos al ayudante o al chef
- ✓ Recibir el platillo del pedido ya sea entregado por el ayudante del chef o el chef
- ✓ Entregar la orden al cliente

**Perfil Necesario:** Tener realizado cursos realizados dentro del área.

**Conocimientos Requeridos:** Conocimientos básicos como mesero

**Habilidades:** Rapidez, ordenado y tener una buena memorización.

**Experiencia Laboral:** 1 año mínimo.

**Condiciones del Cargo.-** Al tratarse de un área en donde estará constantemente en comunicación con los clientes, se recomienda que sea cortés, amable, y sobre todo tenga paciencia.

**Riesgos del Cargo.-** Físicos y psicológicos.

### Recepcionista

Datos	
<b>Nombre del Cargo</b>	Recepcionista
<b>Nivel Jerárquico</b>	Operativo
<b>Número de Personas</b>	1
<b>Código</b>	RC – 3 – 01

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Misión del Cargo.-** Atender con amabilidad y cortés a los clientes. Tener conocimientos básicos de inglés.

**Funciones del Cargo:**

- ✓ Receptar clientes.
- ✓ Asignar habitaciones disponibles
- ✓ Llevar un listado de las habitaciones ocupadas y disponibles

**Nivel Académico:** Capacitaciones en talento humano

**Conocimientos Requeridos:** Capacitaciones en el área de atención al cliente.

**Habilidades:** Rapidez, organización, conocimientos sobre Microsoft Office, saber manejar la computadora.

**Experiencia Laboral:** 2 años mínimos

**Condiciones del Cargo.-** Tener iniciativa propia y poder de convencimiento, además de ser cortés y amable con las personas.

**Riesgo del Cargo.-** Físicos y Psicológicos.

**Camarero**

<b>Nombre del Cargo</b>	Camarero
<b>Nivel Jerárquico</b>	Operativo
<b>Número de Personas</b>	1
<b>Código</b>	CM – 3 – 01

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Misión del Cargo.-** Estar disponible a las necesidades de alimentación o vestimenta de los turistas hospedados en el Lodge.

**Funciones del Cargo:**

- ✓ Encargado de la limpieza y el orden de las habitaciones, así como de los pasillos del Lodge.
- ✓ Cuidar la llave maestra o las llaves de cada una de las habitaciones.
- ✓ Llevar un control de las habitaciones a las que haya ingresado.

**Nivel Académico:** Capacitaciones en el área de talento humano.

**Conocimientos Requeridos:** Conocimientos básicos de educación y constante formación en esta área.

**Habilidades:** Buena memoria, controlar situaciones estresantes y rapidez en sus labores.

**Experiencia Laboral:** 1 año mínimo

**Condiciones del Cargo.-** Ser una persona muy responsable y honesta, presto que laborará dentro del Lodge y estará en constante comunicación con las habitaciones.

**Riesgos del Cargo.-** Físicos y psicológicos.

**Guía**

<b>Datos</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Guía
<b>Nivel Jerárquico</b>	Operativo
<b>Número de Personas</b>	1
<b>Código</b>	GA – 3 – 01

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Misión del Cargo.-** Ofrecer el servicio adicional a los turistas hospedados en el Lodge que lo requiera.

**Funciones del Cargo:**

- ✓ Recepción de los Turistas del Lodge.
- ✓ Acompañamiento a los Turistas

- ✓ Elaboración de los reportes sobre el acompañamiento.
- ✓ Conocimiento en primeros auxilios
- ✓ Comunicación con los turistas nacionales o extranjeros.

**Nivel Académico: Conocimiento en ecoturismo y hotelería.**

**Conocimientos Requeridos:** Capacitaciones dentro del área hotelera

**Habilidades:** Manejo de idiomas, buena comunicación con las personas, iniciativa propia y voluntad por superación propia.

**Experiencia Laboral:** 1 año mínimo.

**Condiciones del Cargo.-** Ser una persona muy paciente o tolerante, dinámica, extrovertida, puntual, responsable y tener conocimientos sobre el lugar turístico en el que se desempeñara.

**Riesgo del Cargo.-** Físicos y Psicológicos.

#### **Vendedor**

<b>Datos</b>	
<b>Nombre del Cargo</b>	Vendedor
<b>Nivel Jerárquico</b>	Operativo
<b>Número de Personas</b>	1
<b>Código</b>	VD – 3 – 01

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

**Misión del Cargo.-** Tener buena comunicación y poder de convencimiento, para atraer a los turistas al Lodge, ofertando todos los servicios que se ofrece.

#### **Funciones del Cargo:**

- ✓ Poder establecer un dialogo con las personas.
- ✓ Conocer el mercado al que va a ofertar el Lodge.
- ✓ Integrarse a las actividades del Lodge.

**Nivel Académico:** Secundario

- Conocimiento sobre el área de ventas.
- Buena comunicación.

**Conocimientos Requeridos:** Conocimientos sobre las habilidades básicas de ventas, habilidades de comunicación y tener capacitaciones sobre ventas.

**Habilidades:**

- ✓ Buena comunicación.
- ✓ Buena presencia.
- ✓ Buena memorización.
- ✓ Empatía y Confianza.
- ✓ Paciencia e Insistencia.

**Experiencia Laboral:** 1 año mínimo.

**Condiciones del Cargo.-** Poseer una buena capacidad de comunicación, ser tolerante y paciente, responsable.

**Riesgo del Cargo.-** Físicos, Psicológicos y Ergonómicos.

## 6. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Para realizar el estudio económico y financiero, se ha tomado como referencia los datos de estudio de mercado y técnico. Esta etapa es muy importante para la ejecución del proyecto, ya que se establecerán los recursos necesarios para su implementación.

### 6.1 PLAN DE INVERSIÓN.

La inversión inicial a efectuar en este proyecto, se expresa en valores y términos financieros que debe cumplirse en un determinado tiempo. Para ello, serán necesarias la inversión en los activos fijos, activos diferidos y el capital de trabajo.

#### 6.1.1 Activos fijos.

La inversión en los activos fijos, se refiere a la compra de las maquinarias, equipos y muebles para la adecuación y funcionamiento de Lodge.

**Tabla 60.** Activos fijos

Detalle	Valor \$
Terreno	\$ 10.500,00
Infraestructura	\$ 178.506,00
Muebles y enseres.	\$ 21.144,70
Equipo de seguridad	\$ 222,00
Equipamiento para Lodge	\$ 12.798,07
Lencería y Utensilios de cocina	\$ 1.555,12
Muebles de oficina	\$ 1.862,00
Equipo de computación	\$ 4.505,77
Equipo de oficina	\$ 1.192,00
<b>Total</b>	<b>\$ 232.285,66</b>

**Fuente:** Tablas: 42, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51 y 52.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

Como se puede observar, para invertir en los activos fijos se necesita alrededor de \$232.285,66.

## Depreciación en activos fijos

**Tabla 61:** Depreciación de Activos fijos

DEPRECIACIONES									
ACTIVO	VALOR TOTAL \$	AÑOS DE VIDA ÚTIL	% DE DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN POR AÑOS EXPRESADAS EN DÓLARES					VALOR RESIDUAL
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Terreno	\$ 10.500,00		Plusvalía						\$ 10.500,00
Infraestructura	\$ 178.506,00	20	5%	\$ 8.925,30	\$ 8.925,30	\$ 8.925,30	\$ 8.925,30	\$ 8.925,30	\$ 44.626,50
Muebles y enseres.	\$ 21.144,70	10	10%	\$ 2.114,47	\$ 2.114,47	\$ 2.114,47	\$ 2.114,47	\$ 2.114,47	\$ 10.572,35
Equipo contra incendios.	\$ 222,00	10	10%	\$ 22,20	\$ 22,20	\$ 22,20	\$ 22,20	\$ 22,20	\$ 111,00
Equipamiento para Lodge	\$ 12.798,07	10	10%	\$ 1.279,81	\$ 1.279,81	\$ 1.279,81	\$ 1.279,81	\$ 1.279,81	\$ 6.399,04
Lencería y Utensilios de cocina	\$ 1.555,12	10	10%	\$ 155,51	\$ 155,51	\$ 155,51	\$ 155,51	\$ 155,51	\$ 777,56
Muebles de oficina	\$ 1.862,00	10	10%	\$ 186,20	\$ 186,20	\$ 186,20	\$ 186,20	\$ 186,20	\$ 931,00
Equipo de computación	\$ 4.505,77	3	33,33%	\$ 1.501,77	\$ 1.501,77	\$ 1.501,77			\$ 1.501,77
Equipo de oficina	\$ 1.192,00	10	10%	\$ 119,20	\$ 119,20	\$ 119,20	\$ 119,20	\$ 119,20	\$ 596,00
<b>Total amortización</b>				<b>\$14.304,46</b>	<b>\$ 14.304,46</b>	<b>\$14.304,46</b>	<b>\$ 12.802,69</b>	<b>\$12.802,69</b>	<b>\$ 76.015,22</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Depreciación en equipo de cómputo por reposición

Una vez cumplido los tres años de funcionamiento. El activo de equipo de computación, se deprecia su valor, lo cual implica realizar la compra de dicho activo. Y esa es la razón, de realizar la tabla de depreciación de equipo de cómputo a partir del cuarto año.

**Tabla 62:** Depreciación de equipo de reposición

DEPRECIACIONES									
ACTIVO	VALOR TOTAL \$	AÑOS DE VIDA ÚTIL	% DE DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN POR AÑOS EXPRESADAS EN DÓLARES					VALOR RESIDUAL
				AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Equipo de Computación	\$ 4.517,94	3	33,33%	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.505,83	\$ 1.505,83	\$ 1.506,28
<b>Total amortización</b>				<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 1.505,83</b>	<b>\$ 1.505,83</b>	<b>\$ 1.506,28</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

### 6.1.2 Activos diferidos

Dentro de los activos diferidos están: los gastos que se paga a las instituciones, encargadas de controlar las empresas para el buen funcionamiento. Entre estas se encuentran: la Superintendencia de Compañías, el Ministerio de Turismo, SRI, Centro de Salud entre otras instituciones gubernamentales.

**Tabla 63:** Activos diferidos

Concepto	Cantidad	Valor	Total
Gasto de constitución	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Afiliación al Ministerio de Turismo	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Tramites RUC	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Patente Municipal	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Permisos de Sanidad	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Capacitación	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Estudio del Proyecto	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Software	1	\$ 500,00	\$ 500,00

Permiso Bomberos	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Permiso anual de funcionamiento	1	\$ 190,80	\$ 190,80
Permiso ambiental	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Imprevisto (1% de Activos Fijos)	1	\$ 221.785,66	\$ 2.322,86
<b>Total</b>			<b>\$ 6.003,66</b>

**Fuente:** Elaboración propia

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

### Amortización de los activos diferidos

Las inversiones realizadas en los activos diferidos, se irán amortizando al 20% de acuerdo a la *Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno*, Art. 12. Estos irán desgastando en la medida en que se vaya utilizando durante el tiempo establecido.

**Tabla 64:** Amortización de activos diferidos

AMORTIZACIONES									
Descripción	Valor	% Amortización	Años amortización	Amortización expresada en dólares					
				Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Gasto de constitución	\$ 1.000,00	20%	5	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	
Afiliación al Ministerio de Turismo	\$ 150,00	20%	5	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	
Tramites RUC	\$ 10,00	20%	5	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	
Marcas y patentes	\$ 50,00	20%	5	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	
Permisos de Sanidad	\$ 20,00	20%	5	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 4,00	
Capacitación	\$ 200,00	20%	5	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	
Estudio del Proyecto	\$ 1.500,00	20%	5	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	
Software	\$ 500,00	20%	5	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	
Permiso Bomberos	\$ 10,00	20%	5	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,00	
Permiso anual de funcionamiento	\$ 190,80	20%	5	\$ 38,16	\$ 38,16	\$ 38,16	\$ 38,16	\$ 38,16	
Permiso ambiental	\$ 50,00	20%	5	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 10,00	
Imprevisto (1% de Activos Fijos)	\$ 2.322,86	20%	5	\$ 464,57	\$ 464,57	\$ 464,57	\$ 464,57	\$ 464,57	
<b>Total</b>	<b>\$ 6.003,66</b>			<b>\$1.200,73</b>	<b>\$1.200,73</b>	<b>\$1.200,73</b>	<b>\$1.200,73</b>	<b>\$ 1.200,73</b>	

**Fuente:** Requerimiento del proyecto.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

### 6.1.3 Capital de trabajo.

El capital de trabajo, es el recurso económico que está destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio. Con estos recursos se puede cubrir al menos 3 meses de desfase en el flujo de ingresos y egresos. Es decir, este capital servirá para sustentar las actividades económicas de la empresa, hasta que pueda sostener por si sola.

Para realizar este estudio es necesario conocer las tres estructuras más importantes que son: el inventario, gastos operacionales y los gastos no operacionales.

#### ✓ Inventario de mercadería

Para el inventario de mercadería, están tomada en cuenta las artesanías que se vende en la Laguna de Quilotoa.

**Tabla 65:** Inventario de mercadería

Concepto	U. que inicialmente se pueda vender en 1 mes	Costo al que se compra al distribuidor	Unidades a comercializar por año	Costo anual de mercadería
Cobija con figuras	4	\$ 15,00	48	\$ 720,00
Ponchos de alpaca	4	\$ 9,00	48	\$ 432,00
Cobija de alpaca	4	\$ 10,00	48	\$ 480,00
Saco XL	6	\$ 12,00	72	\$ 864,00
Saco L	8	\$ 11,00	96	\$ 1.056,00
Saco M	8	\$ 10,00	96	\$ 960,00
Saco S	8	\$ 9,00	96	\$ 864,00
Saco talla 8	6	\$ 8,50	72	\$ 612,00
Saco talla 0	8	\$ 5,50	96	\$ 528,00
Saco talla 2	6	\$ 6,00	72	\$ 432,00
Saco talla 4	6	\$ 6,50	72	\$ 468,00
Paquete x 12 guantes de alpaca	36	\$ 1,00	432	\$ 432,00
Gorros	20	\$ 1,50	240	\$ 360,00
Medias térmicas x 12	15	\$ 1,50	180	\$ 270,00
Chalina de alpaca	6	\$ 3,00	72	\$ 216,00
Bufanda de alpaca	20	\$ 1,10	240	\$ 264,00
Guantes de lana x 12	30	\$ 0,50	360	\$ 180,00

Poncho de alpaca para mujer	6	\$ 8,00	72	\$ 576,00
Saco hindú	5	\$ 8,00	60	\$ 480,00
Saco tarjetero	5	\$ 10,00	60	\$ 600,00
Poncho para niños	6	\$ 5,00	72	\$ 360,00
Mantel de mesa 3m	4	\$ 18,00	48	\$ 864,00
Mantel de mesa 1m	3	\$ 6,00	36	\$ 216,00
Mantel de mesa 2m	4	\$ 12,00	48	\$ 576,00
Ponchos de lana con figura	6	\$ 12,00	72	\$ 864,00
Cuelleras	24	\$ 1,00	288	\$ 288,00
Diablo huma grande	3	\$ 6,00	36	\$ 216,00
Diablo huma pequeño	4	\$ 5,00	48	\$ 240,00
Orejeras	24	\$ 2,50	288	\$ 720,00
Pantalones	4	\$ 3,00	48	\$ 144,00
Alpaca grande	5	\$ 12,00	60	\$ 720,00
Alpaca mediano	5	\$ 6,00	60	\$ 360,00
Alpaca pequeño	5	\$ 3,75	60	\$ 225,00
Conejo grande	5	\$ 4,00	60	\$ 240,00
Conejo pequeño	4	\$ 3,75	48	\$ 180,00
León	4	\$ 12,00	48	\$ 576,00
Cuy grande	5	\$ 6,00	60	\$ 360,00
Cuy pequeño	8	\$ 3,00	96	\$ 288,00
<b>Total</b>			<b>4008</b>	<b>\$ 18.231,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

La cantidad de artesanía, está determinada para la comercialización de un año que equivale a 4008 unidades, con una inversión de \$18.231.00. Este valor representa el pago al distribuidor, el margen de ganancia está representado en los cuadros ingresos.

### ✓ **Gastos Operacionales**

Para determinar las inversiones que se requiere el Lodge para iniciar su funcionamiento, es necesario conocer los gastos operacionales, que tendrá hasta los tres primeros meses. Puesto que se requiere, una liquidez inicial, dada que los primeros meses se tendrá ventas menores a las estimaciones.

## Gastos Administrativos

**Tabla 66:** Gastos administrativos

<b>Gastos Administrativos</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>
<b>Pago del servicio del internet y teléfono</b>		<b>\$ 480,00</b>
<b>Compra de suministros de oficina</b>		<b>\$ 39,25</b>
<b>Sueldos y Salarios personal administrativo</b>		<b>\$ 20.400,00</b>
Pago de sueldo a un administrador general (Gerente)	\$ 10.800,00	
Pago sueldo al Contador	\$ 9.600,00	
<b>Beneficios de ley</b>		<b>\$ 4.762,60</b>
Décimo Tercer Sueldo	\$ 1.700,00	
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 788,00	
Aporte Patronal	\$ 2.274,60	
Fondos de Reserva	\$ -	
Vacaciones	\$ -	
<b>Mantenimiento de equipo de computación</b>		<b>\$ 75,00</b>
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>		<b>\$ 25.756,85</b>

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Grupo de investigadores

## Gastos de venta

**Tabla 67:** Gastos de venta

<b>GASTOS DE VENTA</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>
<b>Pago de servicios básicos</b>		<b>\$ 1.140,00</b>
<b>Pago del servicio del internet</b>		<b>\$ 480,00</b>
<b>Pago del Tv cable</b>		<b>\$ 720,00</b>
<b>Sueldos y salarios personal de venta</b>		<b>\$ 37.440,00</b>
Pago sueldo a camarero	\$ 4.728,00	
Pago sueldo a chef	\$ 8.400,00	
Pago sueldo a mesero	\$ 4.728,00	
Pago sueldo a ayudante de cocina	\$ 4.728,00	
Pago sueldo a Guía local	\$ 4.728,00	
Pago sueldo a Recepcionista	\$ 5.400,00	
Pago sueldo a vendedor	\$ 4.728,00	
<b>Beneficios de ley</b>		<b>\$ 10.052,56</b>

Décimo Tercer Sueldo	\$ 3.120,00	
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 2.758,00	
Aporte Patronal	\$ 4.174,56	
Fondos de Reserva	\$ -	
Vacaciones	\$ -	
<b>Pago gastos publicitarios</b>		<b>\$ 3.536,48</b>
<b>Pago gasto del mantenimiento de la maquinaria</b>		<b>\$ 200,00</b>
<b>Pago mantenimiento de las instalaciones</b>		<b>\$ 200,00</b>
<b>Pago mantenimiento de equipo de cómputo</b>		<b>\$ 75,00</b>
<b>Costo de la materia prima</b>		<b>\$ 14.400,00</b>
<b>Suministro de limpieza</b>		<b>\$ 462,50</b>
<b>Útiles de aseo</b>		<b>\$ 1.110,00</b>
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>		<b>\$ 69.816,54</b>

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

### Total gastos operacionales al año

Para que la empresa pueda operar de manera eficientemente necesita un valor promedio de \$95.573,39 al año como se puede observar en la tabla anterior. En estos gastos están los gastos administrativos y gastos de venta.

**Tabla 68:** Total gastos operacionales

<b>TOTAL GASTOS OPERACIONALES AL AÑO</b>	
Gastos Administrativos	\$ 25.756,85
Gastos de Venta	\$ 69.816,54
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 95.573,39</b>

Fuente: Tablas, 69,70.

Elaborado por: Grupo de investigadores

### ✓ Gastos no operacionales

**Tabla 69:** Gastos no operacionales

<b>GASTO NO OPERACIONALES</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>PARCIAL</b>	<b>PRESUPUESTO ANUAL</b>	<b>CÁLCULO</b>
Gastos no operacionales		\$ 955,73	Sumatoria de gastos no operacionales

Imprevistos 1%	\$ 955,73		1% de los Gastos Operacionales (95573,39 por 1%=\$955,73)
<b>TOTAL GASTO NO OPERACIONALES</b>	<b>\$ 955,73</b>		<b>Sumatoria.</b>

Elaborado por: Grupo de investigadores

**Resumen Capital de Trabajo.** El monto del capital de trabajo, está considerado los montos de inventario de mercadería, los gastos operacionales y los gastos no operacionales.

**Tabla 70:** Resumen capital de trabajo

<b>RESUMEN DE CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>RUBRO</b>	<b>EGRESO</b>	
	<b>ANUAL</b>	<b>MENSUAL</b>
Inventario de mercadería	\$ 18.231,00	\$ 1.519,25
Gastos Operacionales	\$ 95.573,39	\$ 7.964,45
Gastos no operacionales	\$ 955,73	\$ 79,64
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 114.760,12</b>	<b>\$ 9.563,34</b>
<b>Capital de Trabajo para 3 meses</b>		<b>\$ 28.690,03</b>

Fuente: Tablas, 68, 71,72.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

**Capital de trabajo para 3 meses.** El valor monetario para el capital de trabajo, está considerado para los tres primeros meses una cantidad de \$28.690,03; debido, a que este es el tiempo necesario para empezar a obtener ingresos por las operaciones de la empresa.

## 6.2 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN INICIAL

La ejecución de la inversión está representada en el siguiente cuadro:

**Tabla 71:** Estructura de inversiones

<b>ESTRUCTURA DE INVERSIONES</b>			
<b>Concepto</b>	<b>Rubro</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Referencia</b>
Inversión de activos fijos	\$ 232.285,66	87%	Tabla 63 dentro del inversión del proyecto.
Inversión de activos diferidos e intangibles	\$ 6.003,66	2%	Tabla 66 dentro del inversión del proyecto.
Inversión en capital de trabajo para 3 meses	\$ 28.690,03	11%	Tabla 73 dentro del inversión del proyecto.
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 266.979,35</b>	<b>100%</b>	<b>Sumatoria del total de inversiones</b>

Fuente: Tablas, 63, 66, 73.

Elaborado por: Grupo de investigadores

### 6.3 FUENTES DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento que se obtendrá para este proyecto, será a través de un crédito de \$160.187,61 a la Corporación Financiera Nacional (CFN), ya que esta institución otorga créditos productivos y turísticos a una tasa de interés nominal 9.75% anual. El 40%, será la aportación de los socios que es equivalente a \$106.791,74. A continuación, se detalla el uso de fondos de los recursos propios y de los recursos financiados.

Como respaldo para el otorgamiento del crédito, los socios-accionistas que gestionen con la Corporación Financiera Nacional, se proponen en garantía los siguientes bienes:

**Cuadro 12.** Garantía para el crédito

Accionistas	Tipo de garantía	Valor de Realización u Oportunidad según avalúo	Descripción	Ubicación
Oscar Jácome	Hipoteca	\$15.000	Casa de una planta.	Quilotoa -Centro
		\$20.333,82	Una casa de tres pisos	Quilotoa-El Peaje
		\$127.881.49	Un terreno, con una superficie 25576,28m2.	Quilotoa
		\$18.000	Un lote de terreno de 180,20m2.	Quito
Alexander Ninasunta	Hipoteca	\$50.000	Una finca de 4 hectáreas.	La Maná

**Fuente:** Elaboración propia.

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

La Corporación Financiera Nacional, para otorgar un crédito solicita una garantía de 125 % del total de crédito para los proyectos nuevos; por tanto, si cumple con este requisito, ya que el valor del crédito es de \$160.187,61 y la garantía suma \$231.215,31.

Los bienes inmuebles se encuentran registrado a nombre de los padres de los creadores del proyecto, quienes, facultarán sus derechos para solicitar el crédito a la CFN.

Todos los bienes inmuebles mencionada en el cuadro anterior se encuentran libre de hipoteca, limitación o gravamen hasta vigente fecha.

## Origen y aplicación de los fondos

Los recursos propios de \$ 106.791,74, serán invertidos en los activos intangibles, en el capital de trabajo y un porcentaje en la adquisición de los activos fijos. Mientras, el monto financiado se invertirá en su totalidad en la adquisición de los activos fijos.

**Tabla 72:** Origen y aplicación de los fondos

<b>FUENTES Y USOS DE FONDOS EN DÓLARES</b>			
<b>INVERSIONES</b>	<b>ORIGEN Y APLICACIÓN DE FONDOS</b>		
	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>RECURSOS PROPIOS</b>	<b>RECURSOS FINANCIADOS</b>
Activos Fijos	\$ 232.285,66	\$ 72.098,05	\$ 160.187,61
Activos Intangibles	\$ 6.003,66	\$ 6.003,66	
Capital de Trabajo	\$ 28.690,03	\$ 28.690,03	
<b>Total inversiones</b>	<b>\$ 266.979,35</b>	<b>\$ 106.791,74</b>	<b>\$ 160.187,61</b>
<b>Porcentajes</b>	<b>100%</b>	<b>40%</b>	<b>60%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

## 6.4 ESTRUCTURA FINANCIERA

La estructura financiera está determinada en 60% de financiamiento, por la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el 40% por la aportación de los socios.

**Tabla 73:** Estructura financiera

<b>DETALLE</b>	<b>MONTO DE INVERSIÓN</b>	<b>PORCENTAJE DE INVERSIÓN</b>
Capital propio	\$ 106.791,74	40%
Capital financiado	\$ 160.187,61	60%
<b>Total</b>	<b>\$ 266.979,35</b>	<b>100%</b>

Fuente: Tabla 75

Elaborado por: Grupo de investigadores.

## Tabla de amortización del crédito

La Corporación Financiera Nacional otorga créditos para el sector de turismo, a una tasa de interés del 9.75%. Los pagos de este crédito serán trimestralmente y tendrá una vigencia de 5 años para cancelar en su totalidad.

**Datos****Deuda:** \$ 160.187,61**Plazo:** 5 años.**Tasa nominal:** 9.75%**Frecuencia de pago:** trimestral**Tabla 74:** Amortización de la deuda

<b>N.- Cuota Trimestral</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Cuota Fija</b>	<b>Amortización</b>
0	\$ 160.187,61			
1	\$ 153.877,17	\$ 3.904,57	\$ 10.215,01	\$ 6.310,43
2	\$ 147.412,92	\$ 3.750,76	\$ 10.215,01	\$ 6.464,25
3	\$ 140.791,10	\$ 3.593,19	\$ 10.215,01	\$ 6.621,82
4	\$ 134.007,88	\$ 3.431,78	\$ 10.215,01	\$ 6.783,22
5	\$ 127.059,31	\$ 3.266,44	\$ 10.215,01	\$ 6.948,57
6	\$ 119.941,38	\$ 3.097,07	\$ 10.215,01	\$ 7.117,94
7	\$ 112.649,94	\$ 2.923,57	\$ 10.215,01	\$ 7.291,44
8	\$ 105.180,78	\$ 2.745,84	\$ 10.215,01	\$ 7.469,17
9	\$ 97.529,55	\$ 2.563,78	\$ 10.215,01	\$ 7.651,23
10	\$ 89.691,82	\$ 2.377,28	\$ 10.215,01	\$ 7.837,72
11	\$ 81.663,05	\$ 2.186,24	\$ 10.215,01	\$ 8.028,77
12	\$ 73.438,58	\$ 1.990,54	\$ 10.215,01	\$ 8.224,47
13	\$ 65.013,64	\$ 1.790,07	\$ 10.215,01	\$ 8.424,94
14	\$ 56.383,34	\$ 1.584,71	\$ 10.215,01	\$ 8.630,30
15	\$ 47.542,68	\$ 1.374,34	\$ 10.215,01	\$ 8.840,66
16	\$ 38.486,52	\$ 1.158,85	\$ 10.215,01	\$ 9.056,15
17	\$ 29.209,62	\$ 938,11	\$ 10.215,01	\$ 9.276,90
18	\$ 19.706,60	\$ 711,98	\$ 10.215,01	\$ 9.503,02
19	\$ 9.971,94	\$ 480,35	\$ 10.215,01	\$ 9.734,66
20	\$ 0,00	\$ 243,07	\$ 10.215,01	\$ 9.971,94
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 44.112,55</b>	<b>\$ 204.300,15</b>	<b>\$ 160.187,61</b>

Fuente: Tabla 75

Elaborado por: Grupo de investigadores

**6.5 PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN**

El presupuesto de operación incluye los ingresos y los gastos de las operaciones, lo cual estima todos los recursos o gastos necesarios para normal operación de una empresa.

### 6.5.1 Presupuestos de ingresos

Los ingresos se obtendrá de todos servicios que oferte el Lodge, por lo general se proyecta para los cinco años. La cantidad de servicios a ofertar, está determinado de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio del mercado. El precio está dada de acuerdo al costo unitario de producción más un porcentaje de utilidad y para el incremento se ha tomado la inflación de 0.27%.

#### Ingreso por la venta se servicio de alojamiento

El ingreso por el servicio de alojamiento en el Lodge será de \$53.475,00 en el primer año, y para el quinto año generará \$89.257,51.

**Tabla 75:** Ingreso por alojamiento

AÑO	# Huéspedes	Precio x Persona	Ingresos
1	2139	\$ 25,00	\$ 53.475,00
2	2487	\$ 25,07	\$ 62.342,87
3	2838	\$ 25,14	\$ 71.333,65
4	3184	\$ 25,20	\$ 80.246,50
5	3532	\$ 25,27	\$ 89.257,51
<b>Total cinco años</b>			<b>\$ 356.655,53</b>

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Grupo de investigadores

#### Ingreso por restaurante

El Lodge para generar más ingresos contará con el servicio del restaurante para los turistas, que se hospedan en el Lodge, así como también para los particulares.

#### Ingreso por restaurante de las personas que se hospedan

Para el ingreso por concepto de restaurante de las personas que se hospedan, se espera que un 95% desayune, el 20% almuerce y el 85% opten por la cena.

**Tabla 76:** Ingreso por restaurante de personas que hospedan

Año	# Huéspedes	Precio x Pedido	Ingresos
1	4278	\$ 5,00	\$ 21.390,00

2	4975	\$ 5,01	\$ 24.942,16
3	5676	\$ 5,03	\$ 28.533,46
4	6368	\$ 5,04	\$ 32.098,60
5	7063	\$ 5,05	\$ 35.697,95
<b>Total cinco años</b>			<b>\$ 142.662,17</b>

Fuente: Tablas 95

Elaborado por: Grupo de investigadores.

### Ingreso por restaurante en general

La cantidad de servicios a ofertar, está determinado de acuerdo al número de platos promedio que se vende diariamente en los restaurantes existentes.

**Tabla 77: Ingreso por restaurante**

Año	# Personas	Precio x Pedido	Ingresos
1	7200	\$ 5,00	\$ 36.000,00
2	7560	\$ 5,01	\$ 37.902,06
3	7938	\$ 5,03	\$ 39.904,62
4	8335	\$ 5,04	\$ 42.012,98
5	8752	\$ 5,05	\$ 44.232,73
<b>Total ingresos cinco años</b>			<b>\$ 200.052,38</b>

Elaborado por: Grupo de investigadores.

### Ingreso por la venta de artesanías

El precio de venta de estos productos, se basa de acuerdo a los precios establecidos por la Organización Quilotoa y el incremento en los precios de productos se varía de acuerdo a la inflación del año 2018, que es de 0.27% y se espera incrementar en las ventas en un 5% anual.

**Tabla 78: Ingreso por la venta de artesanías**

Año	Cantidad de productos	Ventas mensuales	Ventas anuales
1	4008	\$ 3.211,00	\$ 38.532,00
2	4208	\$ 3.380,65	\$ 40.567,84
3	4419	\$ 3.559,27	\$ 42.711,24
4	4640	\$ 3.747,32	\$ 44.967,89
5	4872	\$ 3.945,31	\$ 47.343,77
<b>Total cinco años</b>			<b>\$ 214.122,73</b>

Elaborado por: Grupo de investigadores.

### Ingreso por la prestación del servicio de Guía Turístico

Para determinar los ingresos por la prestación de servicio de guía turístico, se ha tomado en cuenta la referencia, la cantidad promedio de veces que solicita de este servicio. Se espera que en los próximos años, esta demanda se incremente en un 10%.

**Tabla 79:** Ingreso por servicio de Guía

Año	# Servicios	Precio x Tour	Ingresos
1	144	\$ 70,00	\$ 10.080,00
2	158	\$ 70,19	\$ 11.117,94
3	174	\$ 70,38	\$ 12.262,75
4	192	\$ 70,57	\$ 13.525,45
5	211	\$ 70,76	\$ 14.918,16
<b>Total cinco años</b>			<b>\$ 61.904,30</b>

Elaborado por: Grupo de investigadores

### 6.5.2 Presupuestos de egresos

Los egresos son las dividendos que tendrá la empresa para ejecutar las actividades eficientemente, estos egresos crecen al igual que los ingresos de 0.27% de la inflación del año anterior.

#### 6.5.2.1 Gastos operacionales.

#### Gastos Administrativos

Los gastos administrativos en los que incurrirá en el Lodge se encuentran: los sueldos más los beneficios de ley para el personal administrativo, el pago del internet, compra de suministros de oficina y mantenimiento de oficina.

**Tabla 80:** Gastos administrativos

<b>GASTOS ADMINISTRACIÓN</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO</b>
<b>Pago de servicio de internet y teléfono</b>	\$ 480,00	\$ 481,30	\$ 482,60	\$ 483,90	\$ 485,21
<b>Compra de suministros de oficina</b>	\$ 39,25	\$ 39,36	\$ 39,46	\$ 39,57	\$ 39,68

<b>Sueldos y Salarios personal administrativo</b>					
Pago de sueldo a un administrador general (Gerente)	\$ 10.800,00	\$ 10.829,16	\$10.858,40	\$10.887,72	\$10.917,11
Pago sueldo al Contador	\$ 9.600,00	\$ 9.625,92	\$ 9.651,91	\$ 9.677,97	\$ 9.704,10
<b>Beneficios de ley</b>					
Décimo Tercer Sueldo	\$ 1.700,00	\$ 1.704,59	\$ 1.709,19	\$ 1.713,81	\$ 1.718,43
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 788,00	\$ 790,13	\$ 792,26	\$ 794,40	\$ 796,54
Aporte Patronal	\$ 2.274,60	\$ 2.280,74	\$ 2.286,90	\$ 2.293,07	\$ 2.299,27
Fondos de Reserva		\$ 1.699,32	\$ 1.703,91	\$ 1.708,51	\$ 1.713,12
Vacaciones	\$	\$	\$	\$	\$
<b>Mantenimiento de equipo de computación</b>	\$ 75,00	\$ 75,20	\$ 75,41	\$ 75,61	\$ 75,81
<b>TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>	<b>\$ 25.756,85</b>	<b>\$ 27.525,71</b>	<b>\$27.600,03</b>	<b>\$27.674,55</b>	<b>\$27.749,27</b>

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Grupo de investigadores

## Gastos de venta

Los gastos de venta son egresos de dinero directamente atribuibles a la venta de un producto o servicio. Dentro de estos gastos están: los sueldos más los beneficios de ley para el personal operativa, pago de servicios básicos, pago de tv cable, el pago del internet, publicidad, etc. A continuación, está detalla a cada uno de los gastos de venta.

**Tabla 81:** Gastos de venta

<b>GASTOS DE VENTA</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO</b>
<b>Pago de servicios básicos</b>	\$ 1.140,00	\$ 1.143,08	\$ 1.146,16	\$ 1.149,26	\$ 1.152,36
<b>Pago del servicio del internet</b>	\$ 480,00	\$ 481,30	\$ 482,60	\$ 483,90	\$ 485,21
<b>Pago del Tv cable</b>	\$ 720,00	\$ 721,94	\$ 723,89	\$ 725,85	\$ 727,81
<b>Sueldos y salarios personal de venta</b>					
Pago sueldo a camarero	\$ 4.728,00	\$ 4.740,77	\$ 4.753,57	\$ 4.766,40	\$ 4.779,27
Pago sueldo a chef	\$ 8.400,00	\$ 8.422,68	\$ 8.445,42	\$ 8.468,22	\$ 8.491,09
Pago sueldo a mesero	\$ 4.728,00	\$ 4.740,77	\$ 4.753,57	\$ 4.766,40	\$ 4.779,27
Pago sueldo a ayudante de cocina	\$ 4.728,00	\$ 4.740,77	\$ 4.753,57	\$ 4.766,40	\$ 4.779,27
Pago sueldo a Guía local	\$ 4.728,00	\$ 4.740,77	\$ 4.753,57	\$ 4.766,40	\$ 4.779,27
Pago sueldo a Recepcionista	\$ 5.400,00	\$ 5.414,58	\$ 5.429,20	\$ 5.443,86	\$ 5.458,56

Pago sueldo a vendedor	\$ 4.728,00	\$ 4.740,77	\$ 4.753,57	\$ 4.766,40	\$ 4.779,27
<b>Beneficios de ley</b>					
Décimo Tercer Sueldo	\$ 3.120,00	\$ 3.128,42	\$ 3.136,87	\$ 3.145,34	\$ 3.153,83
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 2.758,00	\$ 2.765,45	\$ 2.772,91	\$ 2.780,40	\$ 2.787,91
Aporte Patronal	\$ 4.174,56	\$ 4.185,83	\$ 4.197,13	\$ 4.208,47	\$ 4.219,83
Fondos de Reserva	\$ 0,00	\$ 3.118,75	\$ 3.127,17	\$ 3.135,62	\$ 3.144,08
Vacaciones	\$ 0,00	\$	\$	\$	\$
<b>Pago gastos publicitarios</b>	\$ 3.536,48	\$ 3.546,03	\$ 3.555,60	\$ 3.565,20	\$ 3.574,83
<b>Pago gasto del mantenimiento de la maquinaria</b>	\$ 200,00	\$ 200,54	\$ 201,08	\$ 201,62	\$ 202,17
<b>Pago mantenimiento de las instalaciones</b>	\$ 200,00	\$ 200,54	\$ 201,08	\$ 201,62	\$ 202,17
<b>Costo de la materia prima</b>	\$ 14.400,00	\$ 14.438,88	\$ 14.477,86	\$ 14.516,96	\$ 14.556,15
<b>Suministro de limpieza</b>	\$ 462,50	\$ 463,75	\$ 465,00	\$ 466,26	\$ 467,52
<b>Útiles de aseo</b>	\$ 1.110,00	\$ 1.113,00	\$ 1.116,00	\$ 1.119,02	\$ 1.122,04
<b>TOTAL GASTOS DE VENTA</b>	<b>\$69.741,54</b>	<b>\$73.048,59</b>	<b>\$73.245,83</b>	<b>\$73.443,59</b>	<b>\$ 73.641,89</b>

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Grupo de investigadores

### Resumen de gastos operacionales

Los gastos operacionales que la empresa necesita para un período de un año es de \$95.573,39, en estos gastos se encuentran los gastos administrativos y de ventas.

**Tabla 82:** Resumen de gastos operacionales

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO
Gastos Administrativos	\$25.756,85	\$27.525,71	\$27.600,03	\$27.674,55	\$ 27.749,27
Gastos de Venta	\$69.741,54	\$73.048,59	\$73.245,83	\$73.443,59	\$ 73.641,89
<b>Total gastos operacionales</b>	<b>\$95.498,39</b>	<b>\$100.574,31</b>	<b>\$100.845,86</b>	<b>\$101.118,14</b>	<b>\$101.391,16</b>

Fuente: Tablas 84, 85.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

#### 6.5.2.2 Gastos no operacionales

El gasto no operacional hace referencia a la salida de dinero por razones inesperadas. En este proyecto, estos son gastos imprevistos, que pueden suscitar en el funcionamiento del Lodge.

Para ello, el porcentaje para estos gastos es el 1% del total de los gastos operacionales

**Tabla 83:** Gastos no operacionales

<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>					
<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Gastos no operacionales</b>					
Imprevistos 1%	\$ 955,73	\$ 958,31	\$ 960,90	\$ 963,50	\$ 966,10
<b>Total gastos no operacionales</b>	<b>\$ 955,73</b>	<b>\$ 958,31</b>	<b>\$ 960,90</b>	<b>\$ 963,50</b>	<b>\$ 966,10</b>

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Grupo de investigadores

### 6.5.2.3 Costo de venta

El costo de venta es el costo que se incurrirá para la adquisición de la mercadería de artesanía para que estos productos sean comercializados en el Lodge. El costo en la adquisición de la mercadería crece al 0.27% de acuerdo a la inflación anual.

**Tabla 84.** Costo de venta

<b>CONCEPTO</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>costos de venta</b>					
Inventario de mercadería	\$18.231,00	\$19.194,23	\$20.208,36	\$21.276,07	\$22.400,19
<b>Egreso variable total</b>	<b>\$18.231,00</b>	<b>\$19.194,23</b>	<b>\$20.208,36</b>	<b>\$21.276,07</b>	<b>\$22.400,19</b>

Fuente: Elaboración propia.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

### Resumen de egreso total

El egreso total que generará en la ejecución de las actividades en el Lodge será de \$130.169,32 en el primer año, alcanzando a una suma de \$ 140.245,70 para el quinto año. En la variación de los costos el incremento es de 0.27% anual inflación acumulada del 2018.

**Tabla 85:** Resumen egreso total

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>COSTO DE VENTA</b>					
Inventario de mercadería	\$18.231,00	\$19.194,23	\$20.208,36	\$21.276,07	\$22.400,19
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>					
Gastos Administrativos	\$25.756,85	\$27.525,71	\$27.600,03	\$27.674,55	\$27.749,27
Gastos de venta	\$69.741,54	\$73.048,59	\$73.245,83	\$73.443,59	\$73.641,89
Depreciaciones	\$14.304,46	\$14.304,46	\$14.304,46	\$14.308,52	\$14.308,52
Amortizaciones	\$1.179,73	\$ 1.179,73	\$ 1.179,73	\$ 1.179,73	\$ 1.179,73
<b>GASTOS NO OPERACIONALES</b>					
Otros gastos no Operacionales	\$ 955,73	\$ 958,31	\$ 960,90	\$ 963,50	\$ 966,10
<b>EGRESO TOTAL</b>	<b>\$130.169,32</b>	<b>\$136.211,05</b>	<b>\$137.499,32</b>	<b>\$138.845,96</b>	<b>\$140.245,70</b>

Fuente: Tablas, 86, 87, 88.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

### 6.5.3 Cuentas por pagar.

Aquí se detalla el pago del interés por el préstamo solicitado a la institución financiera (CFN). Esta proyección se realiza en base a la tabla de amortización del préstamo.

**Tabla 86:** Cuentas por pagar

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos Financieros</b>					
Gasto Interés	\$ 14.680,30	\$ 12.032,93	\$ 9.117,84	\$ 5.907,97	\$ 2.373,51
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>\$ 14.680,30</b>	<b>\$ 12.032,93</b>	<b>\$ 9.117,84</b>	<b>\$ 5.907,97</b>	<b>\$ 2.373,51</b>

Fuente: Tabla de amortización CFN

Elaborado por: Grupo de investigadores.

## 6.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio, ayuda a mostrar las actividades de la empresa, en donde los ingresos totales son iguales a los egresos totales; es decir, determinará cuál será el nivel de ventas para poder cubrir los costos de la empresa y a partir de ahí para conseguir los beneficios. A continuación, se presenta las tablas de los costos fijos y variables.

**Costos variables.** Los costos variables se modifican de acuerdo a las variaciones del volumen de producción o el nivel de actividad, es decir todas estas variables son directamente proporcionales.

**Tabla 87: Costos variables**

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de Obra Directa	\$47.492,56	\$50.739,54	\$50.876,54	\$51.013,91	\$51.151,64
Útiles de aseo	\$ 1.110,00	\$ 1.113,00	\$ 1.116,00	\$ 1.119,02	\$ 1.122,04
Suministro de limpieza	\$ 462,50	\$ 463,75	\$ 465,00	\$ 466,26	\$ 467,52
Costo de la materia prima	\$14.400,00	\$14.438,88	\$14.477,86	\$14.516,96	\$14.556,15
Inventario de mercadería	\$18.231,00	\$19.194,23	\$20.208,36	\$21.276,07	\$22.400,19
<b>Total costos variables</b>	<b>\$81.696,06</b>	<b>\$85.949,40</b>	<b>\$87.143,77</b>	<b>\$88.392,20</b>	<b>\$89.697,54</b>

Fuente: 85, 88.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

**Costos fijos.** Los costos fijos siempre estarán incurriendo en los costos de producción, independientemente del nivel de producción de la empresa. Es decir, aunque el Lodge no genere ingresos de todas formas estos gastos serán cubiertos.

**Tabla 88: Costos fijos**

CONCEPTO	COSTOS FIJOS				
	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Mano de Obra Indirecta	\$25.162,60	\$26.929,86	\$27.002,57	\$27.075,48	\$27.148,58
Pago de servicio de internet y teléfono	\$ 960,00	\$ 962,59	\$ 965,19	\$ 967,80	\$ 970,41
Compra de suministros de oficina	\$ 39,25	\$ 39,36	\$ 39,46	\$ 39,57	\$ 39,68
Mantenimiento de equipo de computación	\$ 75,00	\$ 75,20	\$ 75,41	\$ 75,61	\$ 75,81
Pago de servicios básicos	\$ 1.140,00	\$ 1.143,08	\$ 1.146,16	\$ 1.149,26	\$ 1.152,36
Pago gastos publicitarios	\$ 3.536,48	\$ 3.546,03	\$ 3.555,60	\$ 3.565,20	\$ 3.574,83
Pago del mantenimiento de la maquinaria	\$ 200,00	\$ 200,54	\$ 201,08	\$ 201,62	\$ 202,17
Pago mantenimiento de las instalaciones	\$ 200,00	\$ 200,54	\$ 201,08	\$ 201,62	\$ 202,17
Pago del Tv cable	\$ 720,00	\$ 721,94	\$ 723,89	\$ 725,85	\$ 727,81
Gastos no operacionales	\$ 955,73	\$ 958,31	\$ 960,90	\$ 963,50	\$ 966,10
Depreciaciones	\$14.304,46	\$14.304,46	\$14.304,46	\$14.308,52	\$14.308,52
Amortizaciones	\$ 1.179,73	\$ 1.179,73	\$ 1.179,73	\$ 1.179,73	\$ 1.179,73
<b>Total costos fijos</b>	<b>\$48.473,26</b>	<b>\$50.261,65</b>	<b>\$50.355,55</b>	<b>\$50.453,75</b>	<b>\$50.548,16</b>

Fuente: 64, 65, 67, 84.

Elaborado por: Grupo de investigadores.

### Calculo del punto de equilibrio.

El punto de equilibrio muestra el ingreso mínimo durante los primeros 5 años del proyecto, en donde se podrá observar el punto exacto de ingresos para no tener pérdidas.

### Fórmula para calcular el punto de equilibrio en múltiples servicios.

$$P.E.Q_x = \frac{COSTOS FIJOS * \% PARTICIPACIÓN}{MARGEN PONDERADO TOTAL}$$

$$P.E.Q_s = P.E.Q * PRECIO$$

**Tabla 89.** Punto de equilibrio

RESUMEN PUNTO DE EQUILIBRIO					
Años	Venta estimada	Costo Variable Unitario	Costos Fijos	(u) Equilibrio	(v) Equilibrio
AÑO 1	17769	\$ 14,47	\$ 48.473,26	9204	\$ 90.752,80
AÑO 2	19389	\$ 14,00	\$ 50.261,65	9060	\$ 90.392,92
AÑO 3	21045	\$ 12,84	\$ 50.355,55	8470	\$ 85.401,30
AÑO 4	22718	\$ 11,81	\$ 50.453,75	8022	\$ 81.639,61
AÑO 5	24429	\$ 10,89	\$ 50.548,16	7663	\$ 78.660,83

Elaborado por: Grupo de investigadores.

Como se puede observar en la tabla de resumen, para que la empresa no tenga pérdidas en el primer año, debe realizar una venta aproximada de 17769 servicios y por un valor económico de \$90.752,80.

## 6.7 ESTADOS FINANCIEROS

Los estados financieros son informes que nos permiten conocer la situación económica y financiera de la empresa en un periodo determinado, generalmente un año.

### 6.7.1 Estado de situación inicial

El estado de situación inicial o llamado también el balance situación inicial permite representar los activos, pasivos y patrimonio en la iniciación del negocio.

**Tabla 90:** Estado de situación inicial

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>CORRIENTE</b>		<b>CORRIENTE</b>	\$ -
Caja/Bancos	\$ 28.690,03	--	
<b>NO CORRIENTE</b>		<b>NO CORRIENTE</b>	\$ 160.187,61
<b>PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>		Préstamo bancario a largo plazo	\$ 160.187,61
Terreno	\$ 10.500,00		
Infraestructura	\$ 178.506,00		
Muebles y enseres.	\$ 21.144,70		
Equipo de seguridad	\$ 222,00		
Equipamiento para Lodge	\$ 12.798,07		
Lencería y Utensilios de cocina	\$ 1.555,12		
Muebles de oficina	\$ 1.862,00		
Equipo de computación	\$ 4.505,77		
Equipo de oficina	\$ 1.192,00		
		<b>PATRIMONIO</b>	\$ 106.791,74
		Capital Social	\$ 106.791,74
		<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 266.979,35</b>
<b>DIFERIDOS E INTANGIBLES</b>			
Gasto de constitución	\$ 1.000,00		
Afiliación al Ministerio de Turismo	\$ 150,00		
Tramites RUC	\$ 10,00		
Patente Municipal	\$ 50,00		
Permisos de Sanidad	\$ 20,00		
Capacitación	\$ 200,00		
Estudio del Proyecto	\$ 1.500,00		
Software	\$ 500,00		
Permiso Bomberos	\$ 10,00		
Permiso anual de funcionamiento	\$ 190,80		
Permiso ambiental	\$ 50,00		
Imprevisto (1% de Activos Fijos)	\$ 2.322,86		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 266.979,35</b>		

Elaborado por: Grupo de investigadores

## 6.7.2 Estado de resultados

El estado de resultados, permite conocer el desempeño de la actividad económica dentro de la empresa, para saber si la empresa ha logrado resultados positivos o ha sufrido pérdida al finalizar un periodo determinado.

**Tabla 91:** Estado de resultados

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 159.477,00</b>	<b>\$ 176.872,87</b>	<b>\$ 194.745,71</b>	<b>\$ 212.851,41</b>	<b>\$ 231.450,12</b>
(-) Costo de Venta	\$ 18.231,00	\$ 19.194,23	\$ 20.208,36	\$ 21.276,07	\$ 22.400,19
<b>(=) RESULTADO BRUTO EN VENTAS</b>	<b>\$ 141.246,00</b>	<b>\$ 157.678,64</b>	<b>\$ 174.537,35</b>	<b>\$ 191.575,34</b>	<b>\$ 209.049,93</b>
<b>(-) GASTOS OPERACIONALES</b>					
(-) Gasto Administrativo	\$ 25.756,85	\$ 27.525,71	\$ 27.600,03	\$ 27.674,55	\$ 27.749,27
(-) Gastos de Venta	\$69.741,54	\$73.048,59	\$ 73.245,83	\$ 73.443,59	\$73.641,89
<b>(=) RESULTADO OPERACIONAL</b>	<b>\$ 45.747,61</b>	<b>\$ 57.104,33</b>	<b>\$ 73.691,49</b>	<b>\$ 90.457,20</b>	<b>\$ 107.658,77</b>
<b>(+) INGRESOS NO OPERACIONALES</b>					
(+) Ingreso por la venta de activos depreciados	\$ -	\$ -		\$ 1.501,77	\$ -
<b>(-) GASTOS NO OPERACIONALES</b>					
(-) Gastos Financieros	\$ 14.680,30	\$ 12.032,93	\$ 9.117,84	\$ 5.907,97	\$ 2.373,51
(-) Otros Gastos No Operacionales	\$ 955,73	\$ 958,31	\$ 960,90	\$ 963,50	\$ 966,10
<b>(=) RESULTADO ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES</b>	<b>\$ 30.111,57</b>	<b>\$ 44.113,09</b>	<b>\$ 63.612,75</b>	<b>\$ 83.585,74</b>	<b>\$ 104.319,16</b>
(-) 15% Participación empleados	\$ 4.516,74	\$ 6.616,96	\$ 9.541,91	\$ 12.537,86	\$ 15.647,87
<b>(=) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 25.594,84</b>	<b>\$ 37.496,12</b>	<b>\$ 54.070,84</b>	<b>\$ 71.047,88</b>	<b>\$ 88.671,29</b>
(-) 25% Impuesto a la renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) RESULTADO ANTES DE LA RESERVA</b>	<b>\$ 25.594,84</b>	<b>\$ 37.496,12</b>	<b>\$ 54.070,84</b>	<b>\$ 71.047,88</b>	<b>\$ 88.671,29</b>
(-) 5% Reserva Legal	\$ 1.279,74	\$ 1.874,81	\$ 2.703,54	\$ 3.552,39	\$ 4.433,56
<b>(=) RESULTADO NETO EN EL EJERCICIO</b>	<b>\$ 24.315,10</b>	<b>\$ 35.621,32</b>	<b>\$ 51.367,30</b>	<b>\$ 67.495,48</b>	<b>\$ 84.237,72</b>

Fuente: Tablas, 83, 84, 85, 87, 88, 91

Elaborado por: Grupo de investigadores

### 6.7.3 Flujo de caja

El estado de flujo de efectivo, muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Es decir, muestra las entradas y las salidas de dinero en las diferentes actividades de una empresa en un periodo contable, con su respectivo saldo inicial y final.

**Tabla 92:** Flujo de caja

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>(A) INGRESOS OPERACIONALES</b>						
Ingresos por ventas	\$ 0,00	\$ 159.477,00	\$ 176.872,87	\$ 194.745,71	\$ 212.851,41	\$ 231.450,12
<b>(B) EGRESOS OPERACIONALES</b>	\$ 0,00	\$ 113.729,39	\$ 119.768,54	\$ 121.054,22	\$ 122.394,21	\$ 123.791,35
Gasto administrativo	\$ 0,00	\$ 25.756,85	\$ 27.525,71	\$ 27.600,03	\$ 27.674,55	\$ 27.749,27
Gasto de venta	\$ 0,00	\$ 69.741,54	\$ 73.048,59	\$ 73.245,83	\$ 73.443,59	\$ 73.641,89
Costo de mercadería	\$ 0,00	\$ 18.231,00	\$ 19.194,23	\$ 20.208,36	\$ 21.276,07	\$ 22.400,19
<b>(C) = FLUJO OPERACIONAL</b>	\$ 0,00	\$ 45.747,61	\$ 57.104,33	\$ 73.691,49	\$ 90.457,20	\$ 107.658,77
<b>(D) INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	\$ 266.979,35	\$ 15.505,19	\$ 15.505,19	\$ 15.505,19	\$ 17.015,08	\$ 15.509,25
Venta de activos depreciados	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.505,83	\$ 0,00
Crédito a largo plazo	\$ 160.187,61	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Aporte de los socios	\$ 106.791,74	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depreciación	\$ 0,00	\$ 14.304,46	\$ 14.304,46	\$ 14.304,46	\$ 14.308,52	\$ 14.308,52
Amortización	\$ 0,00	\$ 1.200,73	\$ 1.200,73	\$ 1.200,73	\$ 1.200,73	\$ 1.200,73
<b>( E ) EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	\$ 0,00	\$ 46.332,50	\$ 48.435,31	\$ 51.362,85	\$ 54.361,39	\$ 57.474,00
Pago de intereses	\$ 0,00	\$ 14.680,30	\$ 12.032,93	\$ 9.117,84	\$ 5.907,97	\$ 2.373,51
Pago de crédito	\$ 0,00	\$ 26.179,73	\$ 28.827,10	\$ 31.742,19	\$ 34.952,06	\$ 38.486,52
Pago participación a los trabajadores	\$ 0,00	\$ 4.516,74	\$ 6.616,96	\$ 9.541,91	\$ 12.537,86	\$ 15.647,87
Pago impuesto a la renta	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Otros gastos no operacionales	\$ 0,00	\$ 955,73	\$ 958,31	\$ 960,90	\$ 963,50	\$ 966,10
<b>(F) = FLUJO NO OPERACIONAL</b>	-\$ 266.979,35	-\$ 30.827,31	-\$ 32.930,11	-\$ 35.857,65	-\$ 37.346,31	-\$ 41.964,75
<b>(G) FLUJO DE CAJA GENERADO (C+F)</b>	-\$ 266.979,35	\$ 14.920,30	\$ 24.953,21	\$ 40.195,84	\$ 51.761,89	\$ 65.222,01
Saldo Inicial de caja	\$ 0,00	\$ 24.315,10	\$ 47.744,40	\$ 72.697,61	\$ 111.644,45	\$ 163.406,34
<b>SALDO FINAL DE CAJA</b>	-\$ 266.979,35	\$ 47.744,40	\$ 72.697,61	\$ 111.644,45	\$ 163.406,34	\$ 228.628,35

Fuente: Tablas, 64, 65, 83, 86, 87.

Elaborado por: Grupo de investigadores

### 6.7.4 Balance general

El Lodge, en el primer año de operación contará con un Pasivo y Patrimonio de \$270.911,19 que irá en aumento en el transcurso de los años.

**Tabla 93:** Balance general

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>						
Caja/Bancos	\$ 28.690,03	\$ 48.127,40	\$ 73.121,61	\$ 112.005,45	\$ 163.903,34	\$ 229.155,35
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 28.690,03</b>	<b>\$ 48.127,40</b>	<b>\$ 73.121,61</b>	<b>\$ 112.005,45</b>	<b>\$ 163.903,34</b>	<b>\$ 229.155,35</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 232.285,66</b>	<b>\$ 217.981,20</b>	<b>\$ 203.676,74</b>	<b>\$ 189.372,27</b>	<b>\$ 175.063,76</b>	<b>\$ 160.755,24</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 6.003,66</b>	<b>\$ 4.802,93</b>	<b>\$ 3.602,19</b>	<b>\$ 2.401,46</b>	<b>\$ 1.200,73</b>	<b>\$ 0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 266.979,35</b>	<b>\$ 270.911,52</b>	<b>\$ 280.400,54</b>	<b>\$ 303.779,19</b>	<b>\$ 340.167,83</b>	<b>\$ 389.910,59</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>A CORTO PLAZO</b>						
15% Participación de los empleados	\$ 0,00	\$ 4.516,74	\$ 6.616,96	\$ 9.541,91	\$ 12.537,86	\$ 15.647,87
25% Impuesto a la renta	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>A LARGO PLAZO</b>						
Préstamos bancarios	\$ 160.187,61	\$ 134.007,88	\$ 105.180,78	\$ 73.438,58	\$ 38.486,52	\$ 0,00
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 160.187,61</b>	<b>\$ 138.524,62</b>	<b>\$ 111.797,74</b>	<b>\$ 82.980,50</b>	<b>\$ 51.024,38</b>	<b>\$ 15.647,87</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 106.791,74	\$ 106.791,74	\$ 106.791,74	\$ 106.791,74	\$ 106.791,74	\$ 106.791,74
Utilidades acumulada	\$ 0,00	\$ 24.315,10	\$ 59.936,41	\$ 111.303,71	\$ 178.799,19	\$ 263.036,91
Reserva Legal	\$ 0,00	\$ 1.279,74	\$ 1.874,81	\$ 2.703,54	\$ 3.552,39	\$ 4.433,56
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 106.791,74</b>	<b>\$ 132.386,58</b>	<b>\$ 168.602,96</b>	<b>\$ 220.798,99</b>	<b>\$ 289.143,32</b>	<b>\$ 374.262,22</b>
<b>TOTAL PASIVO +PATRIMONIO</b>	<b>\$ 266.979,35</b>	<b>\$ 270.911,19</b>	<b>\$ 280.400,70</b>	<b>\$ 303.779,49</b>	<b>\$ 340.167,71</b>	<b>\$ 389.910,09</b>

Fuente: Tablas 64, 67, 97.

Elaborado por: Grupo de investigadores

## 7. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera, permite medir y calificar el comportamiento económico de un proyecto. Para este análisis los resultados obtenidos anteriormente de las inversiones, costos y financiamiento son muy importantes, ya que a través de esto se puede conocer si el proyecto es o no es factible.

### 7.1 CRITERIOS DE LA EVALUACIÓN

Para la evaluación financiera de este proyecto, se ha tomado los principales indicadores como son el TMAR, VAN, TIR, PRI (Periodo de Recuperación del Capital), Costo – Beneficio y entre otros.

#### 7.1.1 TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento).

El TMAR es el porcentaje mínimo que los accionistas y los prestamistas esperan obtener una ganancia por la inversión realizada en el proyecto. A continuación, se procederá a realizar el cálculo de la TMAR, mediante la aplicación de la siguiente fórmula.

$$TMAR = i + f + if$$

**Donde:**

i=premio al riesgo

f= inflación

$$TMAR = 12\% \text{ riesgo} + 0.27\% \text{ inflación} + 12\% * 0.27\% = 12.3\%$$

**Tabla 94:** Tasa mínima aceptables de rendimiento (TMAR)

FINANCIAMIENTO	APORTACIÓN	% PARTICIPACIÓN	TMAR	PONDERACIÓN
Capital Propio	\$ 106.791,74	40%	12,3%	4,9%
Crédito Bancario	\$ 160.187,61	60%	9,75%	5,85%
<b>TMAR BLOGL MIXTA</b>				<b>10,8%</b>

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

La TMAR del capital de \$266.979,35 resultó ser de 10.8%, esto quiere decir que, este es el rendimiento mínimo que deberá ganar la empresa para pagar el 12.3% a los inversionistas y 9.75% a los prestamistas. Si el rendimiento global no cubre el 10.8%, la empresa no alcanzará cubrir el pago de los interés a los accionistas ni a los prestamistas.

### 7.1.2 VAN (Valor Actual Neto)

El VAN permite conocer la ganancia o la pérdida en valores monetarios una vez recuperado la inversión en el tiempo presente. Si el resultado de los flujos es mayor que la inversión, significa que se podrá contar con los recursos para recuperarla y obtener la rentabilidad.

De acuerdo a los criterios de los evaluadores de los proyectos, si el VAN es positivo el proyecto debe ser aceptado, y si es negativo el proyecto debe ser rechazado. Para ello se aplica la siguiente fórmula.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FNF}{(1+i)^t} - II$$

**Dónde:**

**FNF:** Fondo neto de flujos

**i=** Tasa de descuento.

**t=** Periodo de tiempo.

**II=** Inversión Inicial.

**Tabla 95:** Valor Actual Neto (VAN).

<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>Total</b>
Flujos netos de Fondos		48.127,40	73.121,61	112.005,45	163.903,34	229.155,35	
Tasa de descuento		10,80%	10,80%	10,80%	10,80%	10,80%	
Flujos Actualizados		43.436,28	59.561,58	82.341,71	108.749,88	137.224,36	431.313,81
(-) Inversión Inicial	<b>-266.979,35</b>						
<b>VAN</b>		<b>\$ 164.334,46</b>					

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

El Valor Actual Neto del proyecto es de \$164.334,46 dólares, valor positivo y es mayor a cero; por tanto, respalda la rentabilidad del proyecto.

### 7.1.3 TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno, es la tasa de descuento que se hace que la valor actual neto (VAN) sea igual a cero; es decir, que el dinero que se gana cada año se reinvierte en su totalidad en el interior de la empresa. El criterio de la aceptación de la TIR dice que, si el rendimiento de la empresa es mayor a la TMAR, la inversión es económicamente aceptable. Para realizar el cálculo de la TIR se aplicó la siguiente fórmula:

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{FNF}{(1+i)^n} = 0$$

**Tabla 96.** Tasa Interna de Retorno (TIR)

AÑO	0	1	2	3	4	5	Total
Flujos netos de Fondos	-266.979,35	48.127,40	73.121,61	112.005,45	163.903,34	229.155,35	
Tasa de descuento		10,80%	10,80%	10,80%	10,80%	10,80%	
Flujos Actualizados		43.436,28	59.561,58	82.341,71	108.749,88	137.224,36	431.313,81
<b>TIR</b>	<b>27,47%</b>						

**Elaborado por:** Grupo de investigadores.

Como se puede observar en la tabla anterior, la TIR es superior a la TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento); se puede decir que el presente proyecto es viable. En consecuencia, este porcentaje de rentabilidad puede interesar a los inversionistas a invertir en este proyecto.

### 7.1.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación de la inversión, es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere, para que los flujos netos de efectivo de la inversión recuperen su inversión inicial. La fórmula utilizada para calcular el periodo de recuperación de la inversión es la siguiente:

$$PRI = \frac{II - FAMI}{FAS} + AT$$

**Donde:**

**II:** Inversión Inicial

**FAMI:** Flujo Acumulado Menor a la Inversión

**FAS:** Flujo del Año Siguiente al de FAM

**AT:** Número de años que han recorrido hasta FAMI

**Tabla 97:** Periodo de Recuperación de la Inversión

INVERSIÓN INICIAL	\$ 266.979,35	
Año	Flujo de Fondos	Flujo de Fondos Acumulados
1	\$ 48.127,40	\$ 48.127,40
2	\$ 73.121,61	\$ 121.249,01
3	\$ 112.005,45	\$ 233.254,46
4	\$ 163.903,34	\$ 397.157,81
5	\$ 229.155,35	\$ 626.313,16

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

$$PR = \frac{266.979,35 - 233.254,46}{163.903,34} + 3$$

$$PR = 3.20576081$$

$$\text{Meses} = 0.20576081 * 12 = 2,46912972$$

$$\text{Días} = 0.46912972 * 30 = 14,07389160$$

**PRI= 3 años, 2 meses y 14 días.**

### 7.1.5 Relación Beneficio-Costo

El beneficio-costo señala la cantidad de recursos que se pierden o se ganan con respecto al monto de la inversión, y para ello, se consideran los ingresos netos que generarán el proyecto y los costos totales necesarios para su funcionamiento. El criterio del beneficio costo se dice que, si el índice es mayor a 1, el proyecto es rentables. La fórmula que se aplica es el siguiente:

$$RB/C = \frac{\sum \frac{\text{Ingresos Totales}}{(1+i)^t}}{\sum \frac{\text{Egresos Totales}}{(1+i)^t}}$$

**Tabla 98:** Relación Costo Beneficio (B/C)

AÑOS	INGRESOS	COSTOS	Coficiente de actualización $(1+i)^n$	B. Actualizado (ingreso/coeficiente)	Costo Actualizado (egresos/coeficiente)
			$i=TMAR= 10,8\%$		
0		\$106.791,74	1,00	\$0,00	\$106.791,74
1	\$159.477,00	\$130.190,32	1,11	\$143.970,04	\$117.531,09
2	\$176.872,87	\$136.232,05	1,23	\$144.148,25	\$111.026,71
3	\$194.745,71	\$137.520,32	1,36	\$143.281,51	\$101.178,70
4	\$212.851,41	\$138.866,96	1,51	\$141.375,08	\$92.234,89
5	\$231.450,12	\$140.266,70	1,67	\$138.780,30	\$84.105,61
<b>RC/B=</b>				<b>\$711.555,18</b>	<b>\$612.868,74</b>
<b>RC/B=</b>					<b>\$1,16</b>

Elaborado por: Grupo de investigadores

El índice de beneficio costo es mayor a 1 como se muestra en la tabla anterior. Para este caso el costo beneficio es de \$1,16, lo cual quiere decir que por cada dólar que invierto, me generará una rentabilidad de 0.16 centavos una vez puesta en marcha la empresa.

## 7.2 ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD

El análisis de la sensibilidad permite identificar el impacto que puede ocasionar los factores dentro de un proyecto, esto debido al cambio de las variables del mismo. La valoración de estos criterios permitirá a los inversionistas conocer si el proyecto es viable o no.

**Tabla 99:** Análisis de la sensibilidad

	%	VAN	TIR%	PRI		TMAR%	C/B
<b>DATOS DEL ESTUDIO</b>		<b>\$ 164.334,46</b>	<b>27,47%</b>	<b>3,029</b>	<b>Años</b>	<b>10,80%</b>	<b>\$ 1,16</b>
Disminución de Ingresos	5%	60,259,68	17,35%	3,907	Años	10,8%	\$ 1,10
Disminución de Ingresos	10%	-\$ 43.815,10	5,60%	4,925	Años	10,8%	\$ 1,04
Disminución de Ingresos	15%	-\$ 147.889,88	-9,15%	7,521	Años	10,8%	\$ 0,99
Incremento de Costos	5%	\$ 102.850,24	21,72%	3,527	Años	10,8%	\$ 1,11
Incremento de Costos	10%	\$ 41.366,02	15,42%	3,1021	Años	10,8%	\$ 1,07
Incremento de Costos	15%	-\$ 20.118,20	8,41%	4,602	Años	10,8%	\$ 1,03

Elaborado por: Grupo de investigadores

Al observar el cuadro anterior, se puede evidenciar que el proyecto es muy sensible a la disminución de los ingresos y sensibles al incremento de los costos. Para ello, es fundamental establecer las medidas preventivas al momento de fijar los precios de los servicios, debido a que, son puntos claves para que el proyecto tenga una rentabilidad adecuada.

### 7.3 RAZONES FINANCIERAS

Las razones financieras, son indicadores económicos y financieros, que permiten conocer la realidad económica de una empresa; es decir, permite detectar a la empresa para hacer frente a sus obligaciones de pago, de generar utilidades o reaccionar positivamente ante diversos eventos.

#### 7.3.1 Razones de liquidez

La razón de liquidez, mide la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Dentro de esta razón está: la tasa circulante y la prueba del ácido.

**Tasa Circulante.-** Se obtiene dividiendo los activos circulantes sobre los pasivos circulantes.

$$Tasa\ Circulante = \frac{Activo\ Circulante}{Pasivo\ Circulante}$$

**Tabla 100:** Razón circulante.

Razón Circulante				
AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$ 1,04	\$ 1,51	\$ 2,18	\$ 3,02	\$ 3,99

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

Como se puede observar en la tabla anterior, la empresa si puede cumplir con los pagos de sus obligaciones de corto plazo; además, la empresa cuenta una cantidad monetaria extra para poder solventar por cada nuevo pasivo a corto plazo.

**Prueba del ácido.-** La prueba ácida, se obtiene al restar los inventarios de los activos circulantes y dividir entre los pasivos circulantes, la fórmula para calcular está determinado de la siguiente manera.

$$Tasa\ de\ prueba\ \acute{a}cido = \frac{Activo\ Circulante - Inventarios}{Pasivo\ Circulante}$$

**Tabla 101:** Prueba ácida

Prueba ácido=				
AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
0,65	1,11	1,79	2,62	3,60

Elaborado por: Grupo de investigadores

De acuerdo a los resultados obtenidos, deducimos que si puede cubrir las deudas adquiridas a corto plazo sin recurrir a la venta de los inventarios de mercadería, a excepción del primer año ya que tenemos un valor menor a uno.

**Capital Neto de Trabajo.-** Se determina mediante la diferencia entre los activos corrientes y pasivos corrientes. Se dice que, mientras menor sea el pasivo corriente, mayor es la salud financiera de la empresa. La fórmula para calcular el capital neto de trabajo es la siguiente:

$$Capital\ de\ trabajo = Activo\ Corriente - Pasivo\ Corriente$$

**Tabla 102:** Capital Neto de Trabajo

Capital de trabajo=				
AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
\$	\$	\$	\$	\$
1.794,90	24.686,30	60.642,61	109.541,96	171.681,35

Elaborado por: Grupo de investigadores

De acuerdo a la tabla anterior se concluye que, el capital neto de trabajo para el primer año será de \$1.794,90, llegando así al quinto año a una cantidad de \$171.681,35.

### 7.3.2 Razones de apalancamiento

La razón o la tasa de apalancamiento, permite medir el grado en que la empresa se ha financiado por medio de una deuda a terceros. Dentro de la tasa de apalancamiento se encuentran las siguientes tasas:

**Razón de deuda total a activo total.-** También conocida como la tasa de deuda, mide el porcentaje total de fondos provenientes de las instituciones financieras.

Un valor aceptable para esta tasa es de 33%. La Fórmula para calcular esta tasa es la siguiente:

$$Deuda = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

**Tabla 103:** Deuda total

Deuda				
AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
51%	40%	27%	15%	4%

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

En la tabla anterior se puede apreciar que, la deuda a terceros supera los 51%, lo cual quiere decir que la deuda sobre pasa el límite establecido para mantener una deuda. Pero a partir del año tres la deuda se reduce al 27%, lo cual es un buen porcentaje ya que el activo de la empresa se incrementa y la deuda ya es mínima.

**Apalancamiento.** Determina el grado en que la empresa se financia por terceros; es decir, mide el grado de dependencia respecto a los terceros. El criterio del apalancamiento dice que, si es mayor a 50% la empresa se encuentra en riesgo y para ello se aplica la siguiente fórmula.

$$Apalancamiento = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

**Tabla 104:** Apalancamiento

Apalancamiento				
AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
105%	66%	38%	18%	4%

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

Como se puede apreciar en la tabla anterior, el apalancamiento de la deuda en los dos primeros años lo ponen en riesgo a la empresa. Pero, a partir del tercer año a medida que va incrementando el patrimonio de la empresa, el apalancamiento ya es mínima y por lo tanto el riesgo es menor.

### 7.3.3 Razones de rentabilidad

El análisis de la rentabilidad, mide las utilidades producidas por la empresa y si los riesgos que asumen los propietarios son aceptables.

Esta tasa permite conocer que tal efectivamente se administra la empresa. Entre las principales tasas para medir la rentabilidad son las siguientes.

**Margen de Utilidad sobre Ventas.-** Se calcula dividiendo el ingreso neto después de impuestos sobre las ventas. Su fórmula es:

$$\text{Margen de Utilidad sobre Ventas} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Ventas totales anuales}}$$

**Tabla 105.** Margen de utilidad sobre ventas

Margen de beneficio sobre ventas				
AÑO 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
15,25%	20,14%	26,38%	31,71%	36,40%

Elaborado por: Grupo de investigadores

Analizando la tabla anterior, se puede decir que el margen de utilidad es razonable, ya que los costos no son muy elevados y sobre todo, durante los cinco años no se paga el impuesto a la renta. Teniendo en el primer año un margen de utilidad neta del 15.25%.

**Rendimiento sobre Activos Totales.-** Se obtiene dividiendo la utilidad neta libre de impuestos entre los activos totales. Su fórmula es:

$$\text{Rendimiento sobre Activos Totales} = \frac{\text{Utilidad Neta libre de Impuestos}}{\text{Activos Totales}}$$

**Tabla 106:** Rendimientos sobre activos totales

Rendimientos sobre Activos Totales				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
9,45%	13,37%	17,80%	20,89%	22,74%

Elaborado por: Grupo de investigadores

**Rendimiento sobre el Valor Neto de la empresa.-** Esta tasa mide el rendimiento sobre la inversión de los accionistas, se obtiene al dividir la utilidad neta sobre capital contable. Su fórmula es:

$$\text{Rendimiento sobre el Valor Neto de la empresa} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

**Tabla 107:** Rendimiento sobre el patrimonio

<b>Rendimiento sobre el Patrimonio</b>				
<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
18,37%	21,13%	23,26%	23,34%	22,51%

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

Como se puede observar, el rendimiento sobre el patrimonio en el primer año es de 18.37%, llegando al quinto año a un porcentaje de 22.51%. Este incremento es considerable, ya que cada año va generando un porcentaje adicional.

### Resumen general de las razones financieras

**Tabla 108:** Resumen razones financieras

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>RAZON DE LIQUIDEZ</b>					
Razón Circulante	1,04	1,51	2,18	3,02	3,99
Prueba ácido	0,65	1,11	1,79	2,62	3,60
Capital de Trabajo	1.794,90	24.686,30	60.642,61	109.541,96	171.681,35
<b>RAZON DE APALANCAMIENTO</b>					
Deuda	51%	40%	27%	15%	4%
Apalancamiento	105%	66%	38%	18%	4%
<b>RAZON DE RENTABILIDAD</b>					
Beneficio sobre ventas	15,25%	20,14%	26,38%	31,71%	36,40%
Rendimiento sobre Activos	9,45%	13,37%	17,80%	20,89%	22,74%
Rendimiento sobre Patrimonio	18,37%	21,13%	23,26%	23,34%	22,51%

**Elaborado por:** Grupo de investigadores

## 8. IMPACTO AMBIENTAL

### 8.1 FACTIBILIDAD AMBIENTAL

Dentro de este estudio determinará el impacto de la creación de un Lodge, en la Laguna Quilotoa, en lo cual se determinará varios elementos para su respectivo análisis:

#### Requerimientos Legales

**Cuadro 13:** Requerimientos legales

Permisos	A quien se debe pagar y/o cubrir obligación	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Funcionamiento Turismo	Ministerio Turismo / Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Ambiental (Latacunga)	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas

**Elaborado por:** Grupo de Investigadores

**Fuente:** <https://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=17&submenu1=10&idiom=1>

**Determinación de la Línea Base Ambiental.** Para conocer la determinación de la línea base ambiental, se aplicará la matriz de Leopold, “matriz diseñada específicamente para conocer el impacto que producirá cualquier tipo de construcción”. (Ver anexo 15).

### 8.2 PLAN DE MANEJO AMBIENTAL

La construcción de algo puede ocasionar contaminación o incluso la destrucción de la naturaleza que nos rodea, en lo cual es de suma importancia que el Lodge mantenga un compromiso en cuidar y velar el medio ambiente, con políticas que se establezcan en el Lodge ayuda a que se pueda

realizar el respectivo cuidado del medio ambiente entre las cuales después de haber analizado la matriz de Leopold se puede establecer lo siguiente:

- ✓ Utilización de productos biodegradables
- ✓ Productos reusables
- ✓ Disminuir el uso de recursos naturales que no sean muy necesarios

### **Establecer el encargado del Medio Ambiente**

Las actividades que pueden realizar el o los encargados del medio ambiente, el cumplimiento se lo obtienen al comprobar de la siguiente manera:

- ✓ Comprobar el consumo de energía, el agua y el incremento de los desperdicios.
- ✓ La comunicación con las personas encargadas en la recolección de los residuos, puede ser un gran factor en la disminución de la contaminación.
- ✓ Establecer medidas, para corregir el incumplimiento de algún político al cuidado de la naturaleza
- ✓ Realizar campañas continuas, sobre las consecuencias que puede traer en el lugar, si no se lo cuida de una manera correcta.

### **Comunicación con los clientes.**

Los empleados, son la clave en la implementación de una nueva forma de cuidar el medio ambiente, por lo cual ellos también están encargados de notificar a los clientes sobre dichos cambios, se puede observar maneras en las cuales se puede transmitir la información de empleado a cliente:

- ✓ Mantener folletos en la recepción, sobre los cambios positivos que se puede obtener si todos cuidamos el medio ambiente.
- ✓ Instalar un buzón de sugerencias.
- ✓ Explicar sobre el cuidado de la energía y del agua, evitando el desperdicio

### **Gestiones de Acciones Preventivas**

Las utilizaciones de materiales ecológicos (fundas biodegradables), pueden ser una muy buena acción para el Lodge como para el turista y de esta manera se puede seguir teniendo las mismas actividades, sin perder la calidad de los servicios que se ofertan.

Los materiales biodegradables y reusables, permiten que el turista se vuelva una persona aportadora al cuidado de la naturaleza.

### **Consumo Agua**

El Lodge debe estar consiente sobre la cantidad de agua que se maneje, con lo cual se evitará el sobre uso del agua, con este punto se busca disminuir el daño de la tierra, la disminución en la contaminación del agua, establecer conciencia en las personas sobre los daños que puede provocar el uso masivo del agua, aprender y enseñar a usar el agua que tenemos de manera razonable.

Las frases son un medio muy utilizado para el cuidado del medio ambiente, a continuación, se enlistará algunas de dichas frases que se puede utilizar:

- ✓ “El agua es vida, no la desperdicies.”
- ✓ “Al afeitarte, cepillarte los dientes, bañarte, procura cerrar el grifo si no lo estas utilizando.”
- ✓ “El Medio Ambiente es nuestra familia, ayuda a cuidar a un miembro más de la familia.”

### **Zonas Verdes**

La creación del Lodge dentro de un área natural con su respectiva naturaleza, traerá consigo la utilización de un sector determinado del terreno, una buena estructura y un razonable uso en el diseño provocará una sostenibilidad de los recursos naturales. Además, se pretende establecer conciencia tanto como en los empleados y en los turistas hacia la NO CONTAMINACION del lugar, evitando el uso de técnicas que no son adecuadas para evitar el deterioro del lugar.

Existen varias acciones que pueden ayudar a que tanto los empleados como los turistas, puedan adoptarlos, ya que son muy buenos para el cuidado de la naturaleza y también algunas formas son buenas para la salud de cada persona:

- ✓ Dentro de un lugar donde se está rodeado por mucha flora y fauna, una muy buena idea es la caminata o el ciclismo, medio que es 100% ecológico a la hora de cuidar el medio ambiente.
- ✓ Establecer varios puntos, donde se colocará tachos para la recolección de la basura.
- ✓ Enseñanza a los empleados, turistas y personas de la comunidad, en el manejo de los desperdicios y la correcta utilización de los recursos naturales.
- ✓ Repartición de señales en cada lugar donde el turista pueda obtener agua de forma gratuita, para mostrar el uso correcto y eficiente del agua.

### **Consumo de Energía**

Como todo negocio, siempre es importante contar con una fuente de energía, pero siempre hay que tener en cuenta que un sobre uso de este medio también afecta crucialmente al medio ambiente.

La entrega de la información hacia los turistas en la Laguna de Quilotoa, se lo puede realizar de diversas formas:

- ✓ Los empleados y turistas deben conocer la importancia del desperdicio innecesario de la energía dentro y fuera del Lodge, apagar las luces cuando no se las necesiten puede ser un muy buen comienzo
- ✓ Distribución de señales dentro del Lodge y notas informativas sobre el uso correcto de las instalaciones dentro de cada habitación.
- ✓ Realización de folletos que contengan la información necesaria y que el cliente los pueda tener fácilmente. La entrega de los folletos se los realizará en la recepción.

## 9. CONCLUSIONES

- ✓ Los servicios que se ofrecerán en el Lodge, son más vinculados al cuidado del ambiente, por la razón de ser una estancia más unida al Medio Ambiente.
- ✓ Comparando con los años pasados, se logró observar un gran crecimiento de turistas en el año 2018, el cual representa a 65,006 turistas, comparado con el año 2017 que fueron de 60,557 turistas, de los 65006 turistas que se obtuvo en el 2018, el 81.75% equivale a 53,143 turistas nacionales, mientras que los turistas extranjeros son del 18.25% (11863 turistas).
- ✓ Los datos obtenidos en la encuesta informan que el 22% de los turistas afirman que el Tv Cable es el mejor servicio que ofrecen los hostales de la zona, mientras tanto el 27% de las personas consideran que no se satisface sus necesidades en el servicio del Internet.
- ✓ Para que se pueda cubrir el 5% de turistas al año, el Lodge debe iniciar sus instalaciones con: 2 habitaciones sencillas, 3 matrimoniales, 2 habitaciones triple, 1 habitación familiar y 1 habitación doble.
- ✓ La inversión inicial es de \$256.734,35, el 60% será un préstamo recibido por la Corporación Nacional Financiera (CFN) que corresponde a \$153.824.61, y el 40% restante será capital propio de los socios que corresponde a \$102.549,61.
- ✓ La inversión se recuperará en 3 años con 29 días, lo cual hace que el proyecto sea rentable.
- ✓ Tras haber obtenido los resultados financieros, se puede observar un rendimiento del 30.53% y un valor actual neto de \$191.036,53, y por ende, se determinó que dicho proyecto es factible.

## 10. RECOMENDACIONES

- ✓ Crear su sitio web, mejorar el marketing a través del internet y promocionarse por las redes sociales que sean permitidas (FaceBook, Youtube, Twitter), ya que la mayoría de personas están utilizando este tipo de servicios como medio para informarse, también sirve como medio para darse a conocer y así mismo ir ofreciendo los servicios.
- ✓ La innovación constante de los servicios puede ayudar a ser cada vez más competitivo, por lo cual, las innovaciones que llamen la atención de los turistas pueden ser muy beneficiosos por ejemplo: la página Web, platillos típicos del lugar, reconocimientos favorables (cuidados del medio ambiente).
- ✓ Mejorar constantemente los servicios, adaptándose continuamente a los cambios que se vaya dando con el paso del tiempo, con el propósito de hacerse más competitivos y lograr mantenerse con el lapso del tiempo.
- ✓ Capacitar a todos los trabajadores en temas como: atención al cliente, ofrecimiento de los servicios, manejo de la tecnología, ya que esto puede ayudar a mejorar la calidad del servicio y atraer nuevos huéspedes.
- ✓ Estar pendiente de que todas las técnicas de seguridad se estén cumpliendo (alimentarias, hospedaje, guía turístico, almacén).

## 11. BIBLIOGRAFÍA:

### Internet.

- World Travel Tourism Council. (2018). *Consejo Mundial de viajes y Turismo*. Recuperado de: <https://sp.wttc.org/>.
- World Travel Tourism Council. (2018). *Tendencia de Turismo Internacional en 2017*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>.
- Ministerio del Turismo. (2018). *Movimientos Internacionales: Llegada de extranjeros*. Recuperado de: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internacionales>.
- Organización Mundial de Turismo. (2018). *Panorama OMT del Turismo Internacional: Tendencia del turismo internacional en 2017*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>.
- Tripadvisor LLC. (2018). *Tripadvisor: Portal de viajes Quilotoa*. Colombia. Recuperado de [https://www.tripadvisor.co/Hotel\\_Review-g3440304-d7308972-Reviews-Hostal\\_Princesa\\_Toa-Quilotoa\\_Cotopaxi\\_Province.html](https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g3440304-d7308972-Reviews-Hostal_Princesa_Toa-Quilotoa_Cotopaxi_Province.html).
- Booking. (2018). *Booking: Quilotoa, 7 hoteles encontrados*. Holanda. Recuperado de <https://www.booking.com/searchresults.es>.
- Wikipedia. (2018). *Wikipedia: Provincia de Cotopaxi*. Ecuador. Recuperado de [https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia\\_de\\_Cotopaxi#Indicadores\\_socio\\_econ%C3%B3micos\[12\]E2%80%8B](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Cotopaxi#Indicadores_socio_econ%C3%B3micos[12]E2%80%8B).
- Chevrolet. (2018). *Chevrolet: Descubre sus inversiones para su negocio*. Recuperado de [https://www.chevrolet.com.ec/pick-ups/dmax-camioneta?ds\\_rl=1259849&gclid=CjwKCAiAgrfhBRA3EiwAnfF4tkDb60V4SAegDziHnJW-OnJrOXmX\\_TRu3K\\_o4GBi1Ob68fkbe9DWHBoCJtkQAvD\\_BwE](https://www.chevrolet.com.ec/pick-ups/dmax-camioneta?ds_rl=1259849&gclid=CjwKCAiAgrfhBRA3EiwAnfF4tkDb60V4SAegDziHnJW-OnJrOXmX_TRu3K_o4GBi1Ob68fkbe9DWHBoCJtkQAvD_BwE).
- Significados.com. (2017). *Qué es emprendimiento*. Recuperado 20 de julio del 2018 de: <https://www.significados.com/emprendimiento/>

Debitoor. (2015). *Glosario de Contabilidad: Qué es una empresa*. Madrid, España. Recuperado el 20 de julio del 2018 de: <https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa>.

Wikipedia. (2018). *Qué es un hotel*. Recuperado el 20 de julio del 2018 de: <https://es.wikipedia.org/wiki/Hotel>.

Turismo.org. (2014). *Hoteles: Clasificación del hotel*. Recuperado el 20 de julio del 2018 de: <https://turismo.org/hoteles/>.

Questionpro.com. (2018). *Qué es escala de Likert y cómo usarla*. Recuperado el 25 de noviembre del 2018 de: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-es-la-escala-de-likert-y-como-utilizarla/>

Trámites ecuador.com. (2019). *Procedimiento para la emisión de licencias ambientales*. Recuperado el 10 de enero del 2018 de: <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/ambiental/ministerio-de-ambiente/procedimiento-para-emision-de-licencias-ambientales/>

Webcorp.ec. (2019). *¿Cuánto cuesta crear una página web?*. Recuperado el 15 de enero del 2018 de: <https://webcorp.ec/cuanto-cuesta-hacer-una-pagina-web>

### **Libros electrónica.**

Arias, Fidias. G. (2006). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Episteme.

Baca, Urbina. Gabriel. (2010). *Evaluación de proyectos*. Distrito Federal, México: Mc Graw Hill.

Baca, Carlos. (2009). *Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación*. México.

Kotler & Armstrong. (2008). *Fundamento de Marketing*. Naucalpan de Juárez, México. Pearson Educación.

Nassir, Sapag. Ch. (2011). *Proyecto de inversión, Formulación y Evaluación*. Santiago, Chile: Pearson Educación.

Ibáñez, Reyna. M. (2011). *Teoría general del turismo: Un enfoque global y nacional*. México: Artes gráficas de la UABC.

Weinberger, Villarán. Karen. (2009). *Plan de Negocios: Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: Nathan Associates Inc.

Valbuena, Álvarez. Rubén. (2006). *Guía de Proyectos Formulación y evaluación*. Ciudad de México, México: Macchi Grupo Editor.

Morales, Castro. Arturo. (2009). *Proyectos de Inversión Evaluación y Formulación*. Distrito Federal, México: Mc Graw Hill Educación.

### **Páginas gubernamentales.**

Empresa Eléctrica Provincial Cotopaxi. (2018). *Pliego tarifario de servicios eléctricos*. Recuperado de <https://elepcosa.com.ec/servicios/pliego-tarifario/>

Municipio de Pujilí. (2018). *Sistema de servicios al público*. Recuperado de <https://www.municipiopujili.gob.ec/pujili/index.php/servicios>

Ministerio de Turismo. (2018). *Programas y Servicios*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/programas-y-servicios/>

Ministerio de Ambiente. (2018). *Sistema de Administración Ambiental*. Recuperado de <http://saf.ambiente.gob.ec:8008/saf2/>

Sistema de Rentas Internas. (2018). *SRI en línea*. Recuperado de <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/#/inicio/NAT>

Superintendencia de Compañías. (2019). *Portal Constitución Electrónica*. Recuperado de <https://appscvs.supercias.gob.ec/consultasTramiteConstitucion/>

## 12. ANEXOS

**ANEXOS**

## ANEXOS ESTUDIO DE MERCADO

### ANEXOS 1: Encuesta a los turistas nacionales

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI  
INGENIERÍA COMERCIAL  
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS NACIONALES

**Objetivo:** Recopilar la información que nos permitan conocer las necesidades y expectativas de los turistas nacionales y extranjeros que visitan a la Laguna de Quilotoa.

**Instrucciones:**

Antes de llenar la encuesta lea detenidamente a cada una de las preguntas.  
Escoja solo una respuesta y marque con una X la respuesta que usted considere.  
Escriba con letra clara en los renglones donde sea necesario.  
Trate de contestar todas las preguntas.

- **Género:**
- Masculino  Femenino:
- **Indique la edad en que se encuentra**  
Edad \_\_\_\_\_
- **Mencione el lugar de procedencia.**  
Provincia \_\_\_\_\_
- **Nivel de estudios.**  
Primaria  Secundaria  Superior  Post-grado
- **Profesión** \_\_\_\_\_
- **Indique su ingreso mensual** \_\_\_\_\_

1) **¿Usted ha hospedado alguna vez en la Laguna de Quilotoa?**

Sí  No

Si su respuesta es "Sí" continúe llenando la encuesta caso contrario muchas gracias.

2) **¿Cuál es el motivo de su visita a la laguna de Quilotoa?**

Turismo  Estudio  Trabajo  Otros: Especifique cuál \_\_\_\_\_

3) **¿Con qué frecuencia usted visita la laguna de Quilotoa?**

Muy frecuentemente.   
Frecuentemente   
Ocasionalmente   
Raramente.

4) **¿Con cuántas personas viaja normalmente?**

1 a 2  3 a 4  5 a 6  Más de 6

5) **Cuando visita un sitio turístico. ¿Con quién suele viajar frecuentemente?**

Solo  Con pareja  Amigos  En familia

6) **¿En cuál de los siguientes hostales ha hospedado?**

Hostal Conejito   
Hostal Chuquirahua.   
Hostal Princesa Toa.   
Hostal La Chosita.   
Hostal Alpaka Quilotoa.   
Samay Kirutoa Lodge.

Hostal Runa Huasi.   
 Hostal Quilotoa Green Lake

7) **¿Por cuánto tiempo usted ha permanecido hospedado en la Laguna de Quilotoa?**

De 1 a 2 noches.  De 3 a 4 noches.  Más de 5 noches.

8) **¿Qué tan satisfecho está usted por los servicios brindados en los hostales?**

Muy satisfecho.   
 Moderadamente satisfecho.   
 Poco satisfecho.   
 No satisfecho.

9) **De los servicios brindados en hostales ¿Cómo lo califica usted?**

SERVICIOS	Excelente	Buena	Regular	Mala
Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alimentación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Habitación	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tv cable	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trato especial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10) **¿Qué otros factores usted toma en cuenta al momento de alquilar una habitación?**

Precio.  Calidad de servicio.  Ubicación.

11) **¿A través de qué medios ha recibido la información sobre la existencia de los hostales en Quilotoa?**

Agencias de viajes.  Internet.  Televisión.  Radio   
 Prensa escrita.  Revistas.  Amigos, conocidos  Trípticos.

Otros: Especifique cual \_\_\_\_\_

12) **¿En caso de crearse un nuevo Lodge en la Laguna de Quilotoa, usted estaría dispuesto/a a hacer uso de sus diferentes servicios?**

Sí  No

13) **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios que ofertare el Lodge por una noche de hospedaje?**

\$20 a \$30  \$31 a \$40   
 \$41 a \$50  \$51 a \$60   
 Más de \$61

14) **¿Qué tipo de servicios le gustaría que oferte el nuevo Lodge?**

Hospedaje.  Restaurante.  Recreación.  Tour.   
 Otros: Especifique cuál \_\_\_\_\_

15) **¿Qué forma de pago utiliza usted con mayor frecuencia para la cancelación del servicio en los hostales?**

Efectivo.  Tarjeta de crédito.  Tarjeta de débito.  Cheque.

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXOS 2: Encuesta a los turistas extranjeros habla hispanos

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI INGENIERÍA COMERCIAL ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS EXTRANJEROS

**Objetivo:** Recopilar la información que nos permitan conocer las necesidades y expectativas de los turistas extranjeros que visitan a la Laguna de Quilotoa.

#### Instrucciones:

Antes de llenar la encuesta lea detenidamente a cada una de las preguntas.  
Escoja solo una respuesta y marque con una X la respuesta que usted considere.  
Escriba con letra clara en los renglones donde sea necesario.  
Trate de contestar todas las preguntas.

- **Género:**
- Masculino  Femenino:
- **Indique la edad en que se encuentra**  
Edad \_\_\_\_\_
- **Mencione el lugar de origen.**  
País \_\_\_\_\_
- **Nivel de estudios.**  
Primaria  Secundaria  Superior  Post-grado
- **Profesión** \_\_\_\_\_
- **Indique su ingreso mensual** \_\_\_\_\_

1) **¿Usted ha hospedado alguna vez en los hostales de la Laguna de Quilotoa?**

Sí  No

Si su respuesta es "Sí" continúe llenando la encuesta caso contrario muchas gracias.

2) **¿Cuál es el motivo de su visita a la laguna de Quilotoa?**

Turismo.  Estudio.  Trabajo.  Otros: Especifique cuál \_\_\_\_\_

3) **¿Con qué frecuencia usted visita la laguna de Quilotoa?**

Muy frecuentemente.   
Frecuentemente   
Ocasionalmente   
Raramente.

4) **¿Con cuántas personas viaja normalmente?**

1 a 2  3 a 4  5 a 6  Más de 6

5) **Cuando visita un sitio turístico. ¿Con quién suele viajar frecuentemente?**

Solo  Con pareja  Amigos.  En familia

6) **¿En cuál de los siguientes hostales ha hospedado?**

Hostal Conejito   
Hostal Chuquirahua.   
Hostal Princesa Toa.   
Hostal La Chosita.   
Hostal Alpaka Quilotoa.   
Samay Kirutoa Lodge.   
Hostal Runa Huasi.   
Hostal Quilotoa Green Lake.

**7) ¿Por cuánto tiempo se quedó hospedando en el hostel?**

De 1 a 2 noches.  De 3 a 4 noches.  Más de 5 noches.   
Especifique cuántas noches \_\_\_\_\_

**8) ¿Qué tan satisfecho está usted por los servicios brindados en los hostales?**

Muy satisfecho.   
Moderadamente satisfecho.   
Poco satisfecho.   
No satisfecho.

**9) De los servicios brindados en el hostel ¿Cómo lo califica usted?**

SERVICIOS	Excelente	Buena	Regular	Mala
Internet				
Alimentación				
Habitación				
Tv cable				
Trato especial				
Limpieza				
Seguridad				

**10) ¿Qué otros factores usted toma en cuenta al momento de alquilar una habitación?**

Precio.  Calidad de servicio.  Ubicación.

**11) ¿A través de qué medios ha recibido la información sobre la existencia de los hostales en Quilotoa?**

Agencias de viajes.  Internet.  Televisión.  Radio.   
Prensa escrita.  Revistas.  Amigos, conocidos  Trípticos.

Otros: Especifique cual \_\_\_\_\_

**12) ¿En caso de crearse un nuevo Lodge en la Laguna de Quilotoa, usted estaría dispuesto/a a hacer uso de sus diferentes servicios?**

Sí  No

**13) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios que ofertare el Lodge por una noche de hospedaje?**

\$20 a \$30  \$31 a \$40   
\$41 a \$50  \$51 a \$60   
Más de \$61

**14) ¿Qué tipo de servicios le gustaría que oferte el nuevo Lodge?**

Hospedaje.  Restaurante.  Recreación.  Tour.

Otros: Especifique cuál \_\_\_\_\_

**15) ¿Qué forma de pago utiliza usted con mayor frecuencia para la cancelación del servicio en los hostales?**

Efectivo  Tarjeta de crédito.  Tarjeta de débito  Cheque.

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

### ANEXOS 3: Encuesta a turistas extranjeros habla inglesa

**TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI  
COMMERCIAL ENGINEERING  
SURVEY FOR FOREIGN TOURISTS**

**Objective:** Collect information that will allow us to know the needs and expectations of foreign tourists who visit the Quilotoa Lagoon.

**Instructions:**

Before filling out the survey, read carefully each of the questions.

Choose only one answer and mark with an X the answer you consider.

Write clearly in the regions where necessary.

Try to answer all the questions.

**Gender:**

Male:

Female:

**How old are you?**

\_\_\_\_\_

**Mention the place of origin.**

Country \_\_\_\_\_

**What is your level study?**

Primary

High School

Higher

Post-graduate

**What's your occupation?**

\_\_\_\_\_

**How much is your monthly income?**

\_\_\_\_\_

**1) Have you ever stayed at the hostels of the Quilotoa lagoon?**

Yes:

No

If your answer is "Yes," I continued to fill out the survey otherwise, thank you very much.

**2) What is the reason for your visit to the Quilotoa lagoon?**

Tourism.

Study

Work.

Others.

Specify which \_\_\_\_\_

**3) How often do you visit the Quilotoa lagoon?**

Very often.

Frequently

Occasionally

Rarely

**4) How many people travel with you normally?**

1 to 2

3 to 4

5 to 6

More than 6

**5) When you visit a tourist site. With whom do you usually travel?**

Lonely.

With couple.

Friends.

In family.

**6) In which of the following hostels have you stayed?**

Hostal Conejito

Hostal Chuquirahua.

Hostal Princesa Toa.

Hostal La Chosita.

Hostal Alpaka Quilotoa.

Samay Kirutoa Lodge.   
 Hostal Runa Huasi.   
 Hostal Quilotoa Green Lake.

**7) How long did you stay at the hostel?**

1 to 2 nights       3 to 4 nights       More than 5 nights.   
 Specify how many nights \_\_\_\_\_

**8) How satisfied are you with the services provided in the hostels?**

Very satisfied.       Moderately satisfied.       Little satisfied       Dissatisfied.

**9) Of the services provided in the shelters, how do you score it?**

SERVICIOS	Excellent	Useful	Regular	Inconvenient
Internet				
Feeding				
Habitation				
Tv cable				
Special treatment				
Cleanness				
Security				

**10) What other factors do you consider when renting a room?**

Price.       Service quality.       Location.

**11) Through what means have you received information about the existence of hostels in Quilotoa?**

Travel agency.       Internet.       Tv.       Radio.       Friends.   
 Others, Specify which \_\_\_\_\_

**12) In case of creating a new Lodge in the Quilotoa Lagoon, would you be willing to make use of its different services?**

Yes.       No.

**13) How much would you be willing to pay for the services offered by the Lodge for one night's lodging?**

\$20 to \$30       31 to \$40   
 \$41 to \$50       51 to \$60   
 More than \$61

**14) What kind of services would you like the new Lodge to offer?**

Lodging.       Restaurant.       Recreation.       Tours.   
 Others: Specify which. \_\_\_\_\_

**15) What form of payment do you use most frequently to cancel the service at the hostels?**

Cash.       Credit card       Debit card       Check.

**THANKS FOR YOUR COOPERATION**

## ANEXOS 4: Total de visitas al Quilotoa.

MINISTERIO DEL AMBIENTE



Oficio Nro. MAE-DPACOT-2018-1782-O

Latacunga, 06 de diciembre de 2018

**Asunto:** RESPUESTA AL SR CARLOS NINASUNTA QUIEN SOLICITA SE FACILITE LOS DATOS ESTADISTICOS DEL NUMERO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN LA LAGUNA QUILOTOA A PARTIR DEL AÑO 2005 AL 2015

Estudiante  
Carlos Alexander Ninasunta Sigcha  
En su Despacho

De mi consideración:

En respuesta al Oficio s/n en donde el *SR CARLOS NINASUNTA SOLICITA SE LE FACILITE LOS DATOS ESTADISTICOS DEL NUMERO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN LA LAGUNA QUILOTOA A PARTIR DEL AÑO 2005 AL 2015* ; esta Cartera de Estado pone en su conocimiento la información solicitada, basada en la Plataforma del Sistema de Información de Biodiversidad del MINISTERIO DEL AMBIENTE.

Sin embargo es importante destacar que la visitación solicitada en Laguna de Quilotoa existe a partir del año 2013, registrada en la plataforma del Sistema de Información de Biodiversidad.

AÑO	NACIONALES	EXTRANJEROS
2013	5726	1445
2014	6608	2370
2015	8905	4495

Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

Dirección Provincial de Cotopaxi • Código Postal: 050101 / Latacunga - Ecuador • Teléfono: (593 3) 2812768 / 2801211  
Dirección: Remigio Romero y Cordero 10-30 y Medardo Ángel Silva (Sector Rumipamba)



Oficio Nro. MAE-DPACOT-2018-1733-O

Oficio Nro. MAE-DPACOT-2018-1733-O

Latacunga, 23 de noviembre de 2018

Latacunga, 23 de noviembre de 2018

**Asunto:** RESPUESTA AL SR OSCAR JACOME QUIEN SOLICITA SE LE FACILITE LOS DATOS ESTADISTICOS DEL NUMERO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN LA LAGUNA DEL QUILOTOA DEL AÑO 2016 AL 2018

Señor  
Oscar Gustavo Jacome Latacunga  
En su Despacho

De mi consideración:

En resferencia al Oficio s/n en donde el SR OSCAR JACOME SOLICITA SE LE FACILITE LOS DATOS ESTADISTICOS DEL NUMERO DE TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS QUE VISITAN LA LAGUNA DEL QUILOTOA DEL AÑO 2016 AL 2018 esta Cartera de Estado a través de la Plataforma de Información de Biodiversidad perteneciente al Ministerio del Ambiente, pone en su conocimiento la respuesta a la información solicitada.

AÑO 2016	NACIONALES: 63597	EXTRANJEROS: 9672
AÑO 2017	NACIONALES: 48477	EXTRANJEROS: 12080
AÑO 2018	NACIONALES: 53143	EXTRANJEROS: 11863

Con sentimientos de distinguida consideración.

Atentamente,

*Documento firmado electrónicamente*

Ing. Daniela Isabel Culqui Pesantez  
**DIRECTORA PROVINCIAL DE AMBIENTE COTOPAXI**

Firma: *[Handwritten Signature]*  
Nombres: *Oscar Gustavo Jacome Latacunga*  
Cédula: *030371630-3*  
Cargo: \_\_\_\_\_  
Fecha: *27/11/2018*  
Hora: *13:12*  
Sello: \_\_\_\_\_

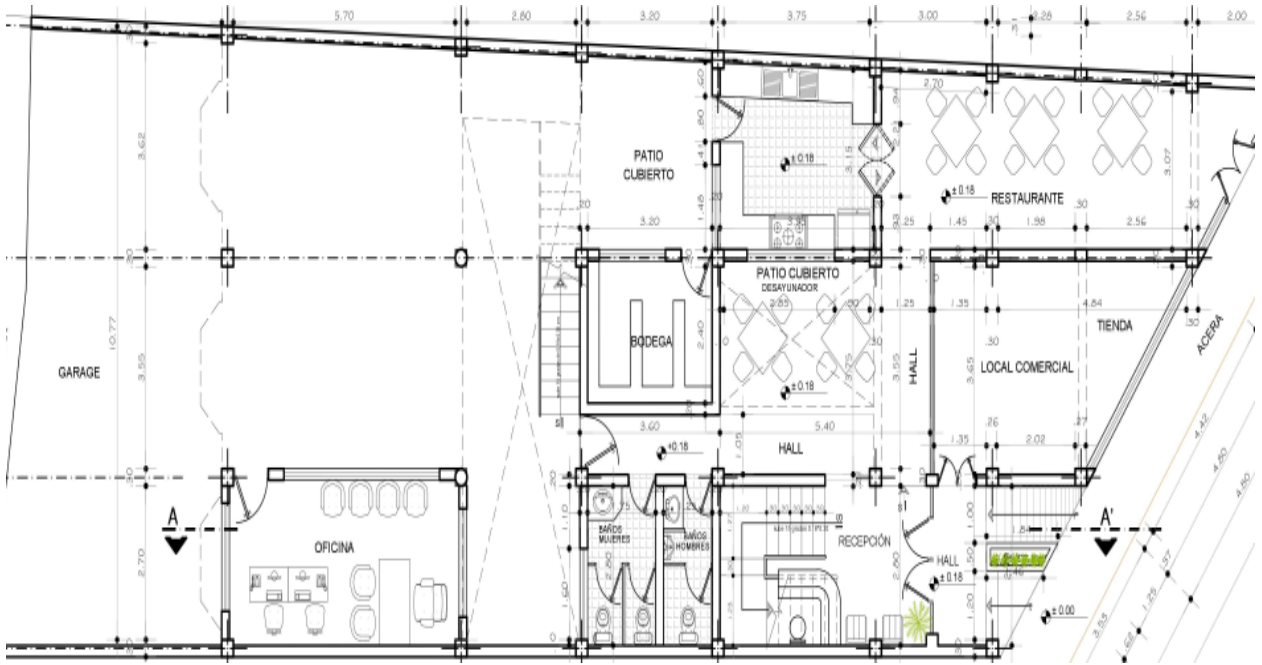
## ANEXOS 5: Modelo Canvas

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relación con el Cliente	Segmento de Clientes
<p>Los socios claves para nuestra empresa serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Agencias de turismo.</li> <li>• Agencia de viajes.</li> <li>• Acuerdos con las cadenas hoteleras.</li> <li>• Salones</li> <li>• Proveedores de útiles de aseo.</li> <li>• Proveedores de alimento.</li> <li>• Proveedores de bebidas.</li> <li>• Gremios que desarrollen ferias, eventos a nivel nacional.</li> <li>• Empresas de insumos para una habitación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratar personal para la empresa.</li> <li>• Desarrollar una página web.</li> <li>• Crear redes sociales para promocionar el producto y el servicio.</li> <li>• Dar mantenimiento de los programas informáticos.</li> <li>• Administración y recepción de los clientes.</li> <li>• Mantenimiento del hotel.</li> <li>• Programar las rutas y las actividades para los visitantes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compartir los modos de vida como la cultura y las tradiciones de la zona.</li> <li>• Desarrollaremos actividades culturales (danza y música).</li> <li>• Realizaremos descuentos especiales para grupos.</li> <li>• Realidad virtual para buscar y reservar viajes.</li> <li>• Diferenciación en la entrega.</li> <li>• Sala de eventos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El trato a los clientes será personalizada.</li> <li>• Desarrollaremos comunidades de los clientes a través de las redes sociales para mejorar la comunicación y conocer las aportaciones de los interesados.</li> <li>• Ofrecer actividades dentro de las instalaciones.</li> </ul>	<p>Los clientes a quienes nos dirigimos está enfocado principalmente para la Población Económicamente Activa (PEA) y se puede deducir básicamente en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hombres y mujeres</li> <li>• Turistas extranjeros y nacionales</li> <li>• Familias</li> <li>• Solteros</li> <li>• Grupo de amigos.</li> <li>• Parejas</li> <li>• Los menores de edad deben estar acompañados por sus padres o algún familiar (niños).</li> </ul>
	<p><b>Recursos Claves</b></p> <p>Los recursos claves para nuestra empresa</p> <p><b>Recursos humanos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal de mantenimiento, de limpieza, de seguridad, guía turístico, administrativa, de recepción con nivel de inglés intermedio, chef con su ayudante y personal servicios hoteleros.</li> </ul> <p><b>Recursos técnicos y tecnológicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las instalaciones.</li> <li>• Plataformas virtuales.</li> <li>• Cámaras de seguridad.</li> <li>• Equipos de computación.</li> </ul> <p><b>Recursos económicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aporte de los socios.</li> <li>• Financiamiento de las instituciones financieras.</li> </ul>		<p><b>Canales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reservaciones a través de la página web, vía telefónica y agencia de viajes.</li> <li>• Asistencia a las ferias y eventos sociales de la zona.</li> <li>• Desarrollo del blog y las redes sociales que los clientes puedan conocer el perfil de la empresa.</li> <li>• Publicidad por los medios de comunicación más sintonizada de la provincia y del país.</li> </ul>	

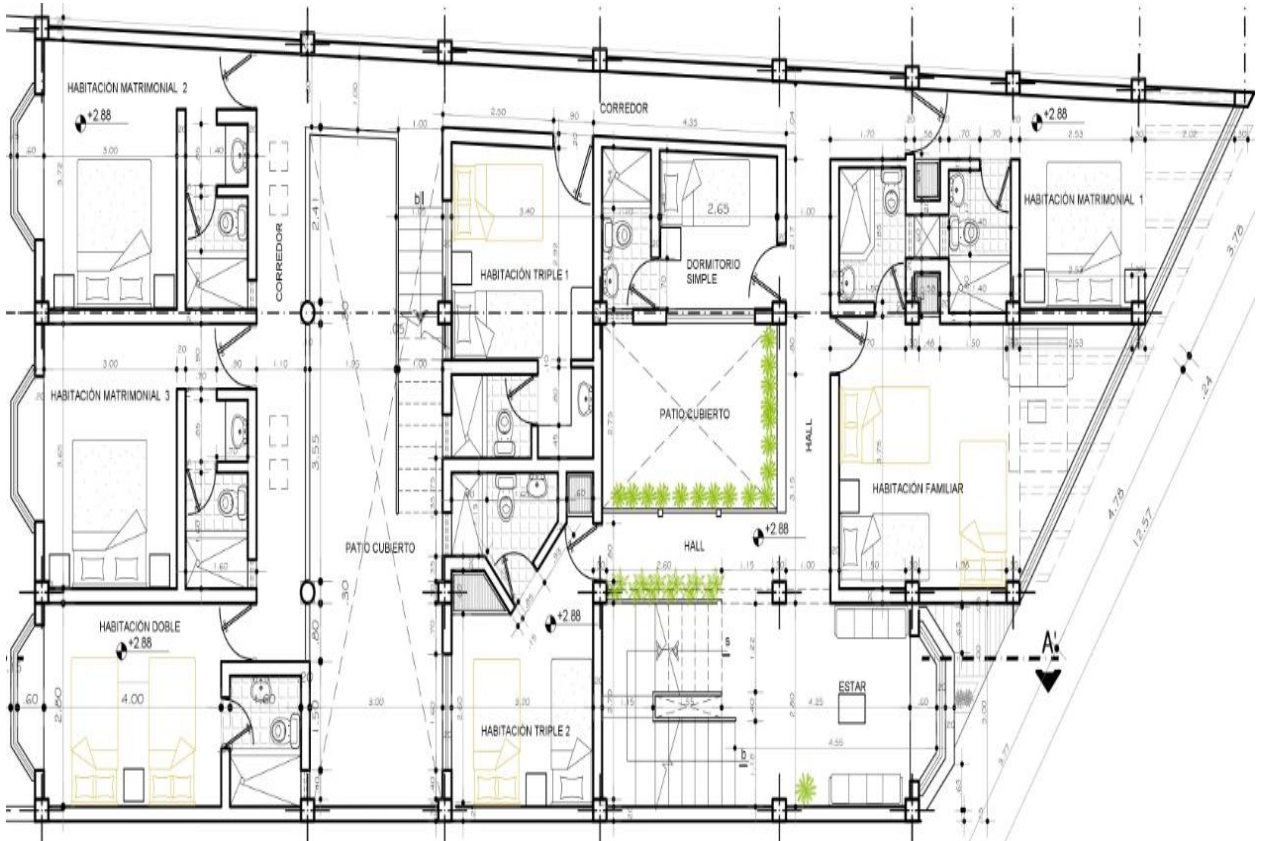
	<b>Recurso natural:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El entorno natural.</li> </ul>			
<p style="text-align: center;"><b>Estructura de Costos</b></p> <p>Los principales costos que incurriremos en nuestra actividad serán:</p> <p><b>Costos Fijos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos para todo el personal de hotel.</li> <li>• Costos por licencia de funcionamiento, patente municipal, impuesto predial, pago bomberos.</li> </ul> <p><b>Costos Variables:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios básicos (luz, agua, teléfono).</li> <li>• Limpieza y mantenimiento del hotel.</li> <li>• Pago a los proveedores.</li> <li>• Costos en la publicidad</li> <li>• Costo en mantenimiento de la web.</li> <li>• Costos de materiales y suministros.</li> <li>• Otros gastos como la asistencia a las ferias</li> </ul>		<p style="text-align: center;"><b>Flujos de ingreso</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El flujo de ingreso de nuestro negocio será de la tarifa por el hospedaje en el hotel.</li> <li>• Servicio de alimentación.</li> <li>• La oferta de los paquetes turísticos.</li> <li>• Una tienda de recuerdos (artesanías elaboradas en la zona: máscaras, pinturas naif).</li> <li>• Venta de productos elaborados a base de tagua (aretes, collares, pulsera, etc).</li> <li>• Ingreso extra por la venta de vestuarios fabricados con la materia prima proveniente de la alpaca</li> <li>• Aceptaremos pagos mediante (cheques, tarjetas de crédito, tarjeta de débito y en efectivo.</li> <li>• Se aceptaran transferencias para que puedan reservar su habitación con anterioridad.</li> </ul>		

# ANEXOS ESTUDIO TÉCNICO

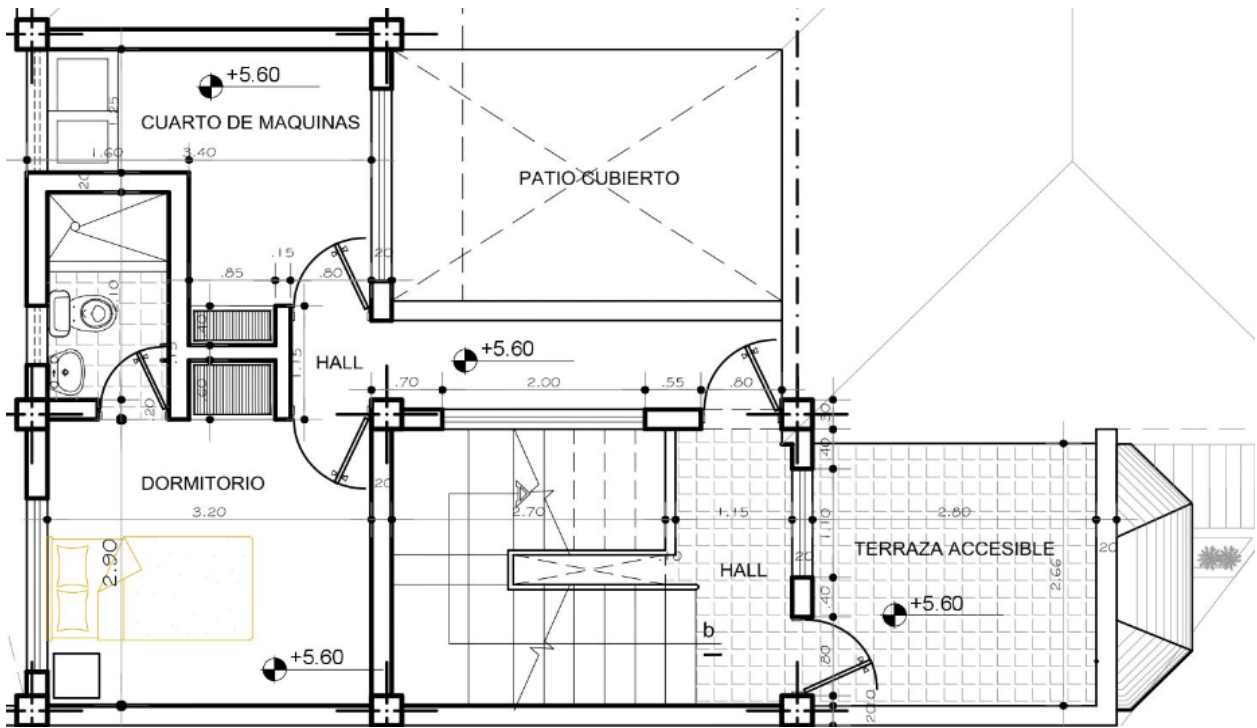
## ANEXOS 6: Plano arquitectónico planta baja



## ANEXOS 7: Planta alta



### ANEXOS 8: Planta de cubierta



### ANEXOS 9: Fachadas posterior y frontal



## ANEXOS 10: Proformas



Latacunga, 21 de Enero del 2019

### PROFORMA

A petición de verbal del Sr. Oscar Jácome, Certifico la siguiente Proforma:

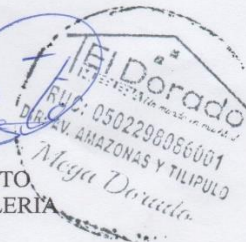
CODIGO	DETALLE	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
1225	CAMA 2 PLZS	89	9	801
12067	LITERA	389	2	778
10053	COLCHON 2 PLZS	256	9	2304
10696	COLCHON DE 1 1/2	99	9	891
11875	SILLAS	27	9	243
3632	CUADROS	72	9	648
11099	JUEGO DE SALA	999	2	1998
12019	LCD 42"	599	1	599
EX084	SILLON CUERINA	189	3	567
8873	ESTANTERIA	149	1	149
10583	COMEDOR 6 SILLAS	699	1	699
11458	COMEDOR 4 SILLAS	269	1	269
12219	ALMOHADAS	4.5	30	135
11415	EDREDON	19	12	228
11167	ARMARIO PITU	129	9	1161
9453	CAMA 1 1/2	99	9	891
10877	FRENTE DE ESTACION	149	3	447
7157	VELADOR	49	9	441
2176	CHIMENEA ESQUINERA	279	9	2511
				<b>\$ 15,760.00</b>

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Atentamente,

0992048123

GABRIEL BASURTO  
VENDEDOR MUEBLERIA





# DISTRIBUIDORA CENTRO

PRODUCTOS PLASTICOS al por mayor y menor

Domínguez Mena María Eugenia

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD

RUC. 0501312243001

Juan Abel Echeverría 444 y Dos de Mayo Telf. (03) 2813-518 Latacunga  
ESTABLECIMIENTO: Quito 73-58 y Padre Salcedo Telf. 2801 350 Latacunga

Fecha: 21 / 01 / 2019  
DIA MES AÑO

**Proforma**  
**0000176**

Cliente: Oscar Jacome

Dirección: Quilotoa Telf. ....

RUC. / C.I. 0503770307 Guía de Remisión: .....

Cant.	DESCRIPCION	V. Unit.	V. Total
2	J60 Cacerola x6 pieza	84.55	169.10
1	puila # 30		4.75
1	puila # 36		7.75
1	Sarten # 26		15.95
1	Sarten # 24		13.90
1	Tamperera # 38		41.00
2	Cuchillo Filibador	7.90	75.80
2	Espatula	5.90	11.80
3	Colador Mango	6.90	20.70
1	Juego Cocharon		24.90
2	Tablas Picar	5.75	5.50
2	Jarras Jumbo	2.55	5.10
2	Pinzas Troman.	1.75	3.50
1	J60 Olla X3		35.70
5	Bandejas Uni	2.45	12.25
10	Salero	0.90	9.00
10	Azucarero	0.99	9.90

	SUB TOTAL	416.60
	DESCUENTO	
	TARIFA 0 %	
	TARIFA 12 %	
	Importe del IVA	49.99
	<b>TOTAL</b>	<b>466.60</b>

Firma ..... Cliente .....  
Original: ADQUIRENTE Copia Amarilla: EMISOR



# DISTRIBUIDORA CENTRO

PRODUCTOS PLASTICOS al por mayor y menor

Domínguez Mena María Eugenia

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD

RUC. 0501312243001

Juan Abel Echeverría 444 y Dos de Mayo Telf. (03) 2813-518 Latacunga  
ESTABLECIMIENTO: Quito 73-58 y Padre Salcedo Telf. 2801 350 Latacunga

Fecha: 21 / 01 / 2019  
DIA MES AÑO

**Proforma**  
**0000177**

Cliente: Oscar Jacome

Dirección: Quilotoa Telf. ....

RUC. / C.I. 0503770307 Guía de Remisión: .....

Cant.	DESCRIPCION	V. Unit.	V. Total
3	Ajero	1.60	4.80
10	Floreros Cristal	1.25	12.50
48	plato Cuadrado Corona	2.50	12.00
48	plato Sopero Corona	1.99	95.52
48	plato Base Corona	1.95	93.60
48	Toza Corona Cuad	1.50	72.00
48	Plato Pequeño	1.30	62.40
48	Cevichero Vitro Cer <sup>vos</sup>	1.25	60.00
4	Doc. Juego Cubierto	12.90	51.60
1	Baja Vaso	27.50	27.50
1	Cand. Tripiador		79.00
20	Basurero Baiven	5.90	118.00
1	Tacho Vaiven	15.90	15.90
1	Tacho Vaiven Pika	15.90	15.90

	SUB TOTAL	739.93
	DESCUENTO	
	TARIFA 0 %	
	TARIFA 12 %	
	Importe del IVA	88.79
	<b>TOTAL</b>	<b>828.72</b>

Firma ..... Cliente .....  
Original: ADQUIRENTE Copia Amarilla: EMISOR

**GUALPA LLAMBA MARÍA TRÁNSITO** RUC: 0501521710001  
**PROFORMA**  
**0000248**

• VENTA AL POR MENOR DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA APARATOS DE USO DOMÉSTICO  
 • VENTA AL POR MENOR DE COCINAS INDUSTRIALES

Dirección: Av. Amazonas S/N y Benjamín Terán • Cel: 0982 922 588 • Latacunga

CLIENTE: *José Omar*  
 RUC / C.I. *050371030-7*  
 DIRECCIÓN: *Quilotoa* TELÉFONO: *0990340461*

CANT.	DETALLE	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	<i>cocina de 6 quemadores</i>	<i>480</i>	<i>480</i>
1	<i>horno de 3 hojas</i>	<i>450</i>	<i>450</i>
1	<i>enfriador vertical de 2 puertas</i>	<i>1.800</i>	<i>1.800</i>
2	<i>lavadoras semiindustriales</i>	<i>128</i>	<i>256</i>
1	<i>batidora de 10 litros</i>	<i>780</i>	<i>780</i>
5	<i>utensilio de gaj</i>	<i>55</i>	<i>275</i>
SUB TOTAL			<i>4.041</i>
SUB TOTAL 0%			
DESCUENTO			
SUB TOTAL			
IVA			
VALOR TOTAL			<i>4.041</i>

FIRMA AUTORIZADA: *[Firma]*  
 FIRMA CLIENTE: *[Firma]*

**ALMACENES la Ganga electrodomésticos**

**PROFORMA**

CLIENTE: Hotel DUMUM  
 RUC: 05003586505  
 TELEFONO: 099214501  
 FECHA: 20/01/2019

MARCA	DESCRIPCION	VALOR
INDURAMA	MICROONDAS 20 CR	101.52
OSTER	LICUADORA 4655	84.26
OSTER	BATIDORA MANUAL	33.88
LG	LAVADORA 18 KL	600.35
OSTER	PLANCHA A VAPOR	54.05
WHIRPOOL	SECADORA ELECTRICA	489.98
HP	COMPUTADORA TODO EN UNO	817.77
EPSON	IMPRESORA MULTIFUNCION L3150	416.92
RIVIERA	TV LED	285.82
CHAIDE	COLCHON ZAFIRO	100.71
	SOPORTE TV	21.63
SONY	MINICOMPONENTE M40	338.48
	TOTAL	3345.37

NOTA: LOS PRECIOS SON VALIDOS POR LA PROMOCION VIGENTE TERMINA EL DIA 21 DE ENERO 2019

ALMACENES LA GANGA S.A.  
 SUCURSAL LATACUNGA 3  
 Dir. Felix Valdivia / Antonio Clavijo  
 Tel: (03) 2 812 000

Ing. Tatiana Lascano  
 Jefe de Almacen

*Detector Humo 10*  
*Lampara Emergencia 26*  
*Semáforo Flouminisente 8,00 x3*  
*Extintor 10lb PDS 26,00*  
*Extintor 5lb CO2 47,00*  
*Detector GLP (GAS) 26,00*

**\$159,00**

## ANEXOS 11: Reglamento para la adecuación y construcción en Quilotoa



Oficio Nro. MT-DTPC-CZ3-2012-0089-O

Latacunga, 30 de agosto de 2012

**Asunto:** ADECUACIÓN Y CONSTRUCCIÓN DE FACILIDADES Y PLANTA TURÍSTICA EN CUMPLIMIENTO DE LA IDENTIDAD ARQUITECTÓNICA DE QUILOTOA Y LA NORMATIVA VIGENTE

Señor  
José Segundo Latacunga  
**Presidente**  
**COMUNIDAD PONCE QUILOTOA**

Señor  
José Marcelo Pastuña Jati  
**Presidente**  
**ORGANIZACIÓN COMUNITARIA DE DESARROLLO TURÍSTICO LAGO VERDE QUILOTOA**

Señor  
Juan César Umaginga  
**Presidente**  
**COMITÉ DE GESTIÓN CIRCUITO TURÍSTICO**  
En su Despacho

De mi consideración:

Reciba un cordial saludo de la Dirección Provincial de Cotopaxi del Ministerio de Turismo.

En el marco del convenio de cooperación interinstitucional entre el Ministerio de Turismo y la Organización Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa suscrito con el objeto de aunar esfuerzos para impulsar el desarrollo turístico del Destino Quilotoa, pongo en su conocimiento la Identidad Arquitectónica del Destino Quilotoa determinada y socializada en conjunto con técnicos y representantes de la Comunidad de Quilotoa, MINTUR, MAE, MIDUVI, MCCH, el 17 de julio de 2012:

Consideración inicial:

- La identidad arquitectónica se plantea en coherencia con las obras emblemáticas ejecutadas en Quilotoa hasta la presente fecha: Galería Artesanal Quilotoa, Sendero de descenso hacia la laguna y Restaurante Comunitario Kirutwa.

Viviendas nuevas:

- Implantación de la vivienda respetando curvas de nivel y en coherencia con las formas orgánicas de la topografía del sitio específico y el paisaje de la zona.

Oficio Nro. MT-DTPC-CZ3-2012-0089-O

Latacunga, 30 de agosto de 2012

- No puede superar las dos plantas.
- Paredes de ladrillo visto, revocado tipo media caña.
- Columnas de madera redondas inmunizadas y tratamiento color natural.
- Cubierta de teja con aleros grandes mínimo de 1 m y una pendiente mínima del 30%.
- Ventanas con seguridad y rejas de protección anti robo, de madera inmunizada y tratamiento de color natural; con antepecho alto y vidrio doble.
- Puertas de madera de especies permitidas por el MAE, inmunizada y tratamiento con aceite de linaza.
- En la parte exterior de la vivienda se debe colocar piedra envejecida y/o adoquín de piedra envejecida.

Mejoramiento de fachadas de las viviendas:

- Las viviendas que tengan mampostería e bloque, cemento u otro material se debe recubrir con ladrillo.
- Las viviendas que tengan cubierta de fibrocemento se debe colocar teja de barro tipo andina.
- Las que tengan lozas de hormigón se debe hacer una cubierta a cuatro aguas con cubierta de teja cerámica tipo andina, y deberá descansar sobre estructura de madera, correas de listonería de madera inmunizada y tratamiento color natural.
- Ventanas y puertas de madera inmunizada y tratamiento color natural.

Baterías sanitarias:

- Técnicamente diseñada.
- Diseño interior con cerámicas de pared y piso que facilite la limpieza y desinfección.
- Urinarios deben ser secos.
- Diferenciadas para hombres, mujeres y, capacidad especial.
- Cumplir normas y lineamientos CONADIS de acceso universal.
- Tratamiento de aguas: negras en pozos tricamerales; grises en pozos de infiltración.

Caminerías:

- Deben ser recorridos con diseños totalmente orgánicos evitando diseños rectilíneos.
- Piso de piedra envejecida o adoquín de piedra con forma irregular y recubrimientos de piedra plana.
- Los bordillos tipo piedra prefabricada deben ser redondos y se deben evitar las aristas.
- Cumplir normas y lineamientos CONADIS de acceso universal.

Acceso vehicular:

- Piso de adoquín tipo piedra de color marrón de alto tráfico.
- Los bordillos tipo piedra prefabricada deben ser redondos y se deben evitar las aristas.
- Debe incluir canaletas tipo piedra de color marrón para el desalojo de agua lluvia.

Mobiliario urbano / uso público:

- Basureros recicladores de tres recipientes.

Oficio Nro. MT-DTPC-CZ3-2012-0089-O

Latacunga, 30 de agosto de 2012

- Bancas de descanso, protección de sol y lluvia.
- Paradero de buses.
- Las bancas de descanso, basureros, parada de buses o cualquier mobiliario que se proponga debe ser de madera inmunizada con diseño rústico.

Jardineras:

- Los diseños deben tener formas orgánicas.
- Implementar Sp. nativas o endémicas de la zona.
- Los bordes deben ser de piedra natural.

Iluminación de áreas de uso público:

- Diseño ornamental y original.
- Utilización de energías renovables (paneles solares).

Señalización:

- En madera, cubierta de teja de barro tipo andina.
- Estricto cumplimiento de la línea gráfica del Manual de Señalización para el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado del MAE.

Adicionalmente a lo mencionado, pongo en su conocimiento el Art. 216 del Reglamento de General de Actividades Turísticas.- Autorización para construcción y adecuación de edificaciones.- El Ministerio de Turismo autorizará la construcción y adecuación de edificaciones destinadas al funcionamiento de actividades turísticas, luego del estudio de la siguiente documentación, que le deberá ser presentada:

1. Antecedentes de la empresa y de los empresarios o promotores.
2. Proyecto de inversión y financiamiento.
3. Anteproyecto arquitectónico.

Previamente a la aprobación de los planos definitivos por las autoridades competentes, el Ministerio de Turismo procederá a revisarlos y a dar su visto bueno. De no cumplirse con este requisito, los planos no podrán ser aprobados por dichas autoridades.

El Ministerio de Turismo determinará las dimensiones y características técnicas que de acuerdo a la categoría y capacidad deberán reunir las diferentes clases de alojamientos.

Las edificaciones a las que se refiere este artículo, deberán contar con accesos, medios de circulación e instalaciones adecuadas para personas con discapacidades.

Finalmente, adjunto la Norma INEN y CONADIS de Accesibilidad de las personas al Medio Físico; y la Norma de Arquitectura del Reglamento de ejercicio profesional.

Con todo el antecedente y contexto expuesto, le solicito gentilmente ejecute las obras

Oficio Nro. MT-DTPC-CZ3-2012-0089-O

Latacunga, 30 de agosto de 2012

planificadas por la Organización Comunitaria de Desarrollo Turístico Lago Verde Quilotoa (de adecuación y construcción de facilidades y planta turística) en cumplimiento de la identidad turística referida y la normativa vigente, con el objetivo de dotar de una imagen turística estandarizada y ordenada en la zona, así como también de ofertar servicios turísticos cumpliendo estándares de calidad.

Por la atención que brinde al presente, remito mi estima y consideración.

Atentamente,

Ing. Jorge Eduardo Albán Escobar  
**DIRECTOR TÉCNICO PROVINCIAL COTOPAXI**

Anexos:

- Reglamento General de Actividades Turísticas
- Ayuda Memoria Identidad Arquitectónica

Copia:

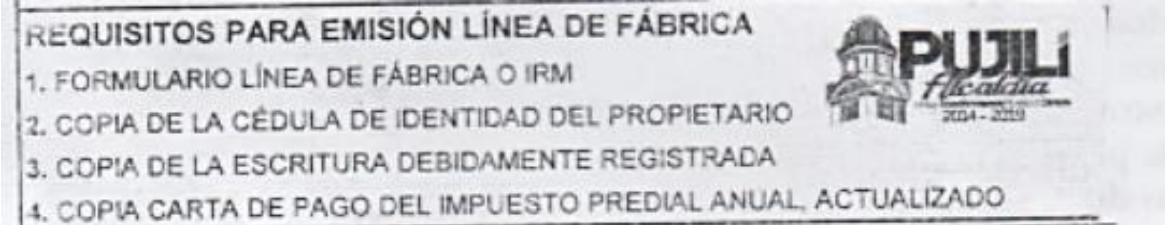
Señorita Abogada  
Claudia Gisela Falconí Ycaza  
**Directora de Desarrollo**

Señor Magíster  
Diego Mauricio Calvopiña Andrade  
**Coordinador Zonal 3**

Señor Arquitecto  
Hugo Fernando Nieto Medina  
**Servidor Público**

Señor Ingeniero  
Luis Salomón Choloquina Unaicho  
**Servidor Público**

### ANEXOS 12: Requisitos para la emisión de línea de fábrica



### ANEXOS 13: Requisitos para la aprobación de planos arquitectónicos




### ANEXOS 14: Lugar específico para construir el Lodge



Anexo 15. Certificado de no afectación a las áreas protegidas

28/6/2018 saf.ambiente.gob.ec:8008/saf2/index.php/mapas/visor\_oficina\_tecnica/ver\_certificado\_no\_afectacion/0503918864/207260/05


 **Ministerio del Ambiente**

Solicitud N. : MAE-DPACOT-2018-46665  
Fecha Emisión: 06-28-2018

### CERTIFICA

Mediante Acuerdo Ministerial No. 056 de 06 de junio del 2013, publicado mediante Registro Oficial No.21 del 24 de junio del 2013, la Ministra del Ministerio del Ambiente acuerda emitir los Certificados de no Afectación, a las Áreas Naturales Protegidas, Bosques y Vegetación Protectores o Patrimonio Forestal del Estado a través del Sistema de Administración Forestal (SAF).

#### Mapa




#### Leyenda

- Área Nacional de Recreación
- Parque Nacional
- Refugio de Vida Silvestre
- Reserva Biológica
- Reserva Ecológica
- Reserva Geobotánica
- Reserva Marina
- Reserva de Producción de Fauna
- Otros
- Patrimonio Forestal del Estado
- Bosques protectores

Datum  
Proyección Universal Transversa de Mercator WGS84 ZONA 17 Sur

Datos de verificación  
Código del predio: 207260



Datos de mapas ©2018 Google Imágenes ©2011 Informar de un error de Maps

INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE					
Cédula/RUC:	0503918864		Nombre:	SILVIA JEANETH TIPAN MASABANDA	
Datos de Domicilio:					
Provincia:	COTOPAXI	Cantón:	PUJILI	Parroquia:	ZUMBAHUA
Sector:	QUILOTOA		Área:	2.5000 ha.	
Dirección:	VIA CHUCHILAN CAMINO PUBLICO SIN		Teléfono:	0990340461/0990340461	
			Correo Electrónico:	silviaipan1992@hotmail.com	

COORDENADAS DEL PREDIO							
No	X	Y	No	X	Y	No	X
1)	731642.62	9903757.84	2)	731659.57	9903747.2	3)	731664.91
						4)	731731.15
							9903755.65
							9903713.74

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN							
SISTEMA	AFECTA	SISTEMA	AFECTA	SISTEMA	AFECTA	SISTEMA	AFECTA
Bosques Protectores	NO	Franja de Diversidad y Vida	NO	Patrimonio Forestal del Estado	NO	Patrimonio de Áreas Protegidas	NO
Socio Bosque Comunitario	NO	Socio Bosque Individual	NO	Zonas Intangibles	NO		

\* La veracidad de la información ingresada para la obtención del presente certificado es de estricta responsabilidad del solicitante.  
 \* En caso de imprecisiones se deberá iniciar el proceso de obtención de un nuevo certificado.

**ESTE DOCUMENTO NO ACREDITA LA TENENCIA DE LA TIERRA**  
Calle Madrid 1159 y Andalucía | Quito - Ecuador | Teléfono: 593-2 398-7600

saf.ambiente.gob.ec:8008/saf2/index.php/mapas/visor\_oficina\_tecnica/ver\_certificado\_no\_afectacion/0503918864/207260/05

**Anexos 16:** Evaluación del impacto ambiental

CARGOS	No.	FACTORES FISICOS																		FACTORES QUIMICOS			FACTORES BIOLÓGICOS			FACTORES ERGONÓMICOS				FACTORES PSICOSOCIALES					FACTORES DE RIESGO DE ACCIDENTES MAYORES			CUALIFICACIÓN	
		Temperatura alta	Temperatura baja	Iluminación insuficiente	Ruido	Vibración	Contacto con electricidad	Polvo	Intoxicación por pinturas, barnices, suministros de limpieza	Emisión de vapores tóxicos	Contacto con sustancias químicas	Por presencia de vectores (roedores, moscas, cucarachas)	Por (microorganismos, hongos, parásitos)	Por desechos contaminantes (basura)	Sobre esfuerzo físico	Levantamiento manual de objetos	Movimiento corporal repetitivo	Posición forzada de pie	Posición forzada encorvada	Stress	Trabajo a presión	Alta responsabilidad	Horas Extras	Trabajo monótono	Trato con clientes y usuarios	Incendio	Explosión	desastres naturales	ESTIMACION DEL RIESGO										
																													RIESGO INTOLERABLE	RIESGO IMPORTANTE	RIESGO MODERADO	RIESGO TOLERABLE	RIESGO TRIVIAL						
Junta General de Socios	2	MO				TO							TO						TO	TO	MO	MO	MO					TO						4	6				
Gerente	1	MO				TO	TO						TO						TO	MO	MO	MO	MO					TO						5	6				
Contador	1	MO		TO	TO	TO							TO					TO	MO	MO	MO	MO					TO							5	8				
Chef	1	MO		TO	TO		TO	TO				MO	TO	MO	TO	TO		TO		TO	TO	MO		TO		TO	TO	TO					4	15					
Ayudante de Cocina	1	MO			TO		TO	TO				MO	TO	MO	TO	TO		TO		TO	TO	TO		TO	TO	TO	TO						3	15					
Mesero	1	MO			MO							TO	TO	TO	TO	TO	TO	TO	TO	TO					MO		TO	TO					3	12					
Recepcionista	1	MO			MO	TO							TO					TO	TO						MO		TO						3	6					
Camarero	1	MO										TO		TO	TO	TO	TO	TO								TO		TO					1	9					
Guia	1	MO				MO						TO		TO						MO						MO		TO					4	7					
Vendedor	1	MO				MO						TO		TO						MO	TO		MO		MO		TO						5	7					
Lavanderia	1	MO		MO	MO	TO	MO					MO	TO	MO	MO	MO	MO			TO							TO						10	5					
Mantenimiento	1	MO				TO	MO					TO		MO	MO	MO	MO			TO	TO						TO	TO					7	7					

Anexos 17: Rol de pagos

Cargo	Sueldo Básico	IESS Patronal	13 Sueldo mensual	14 Sueldo mensual	Total Sueldo	IESS Personal	Líquido a Recibir	Anual	A partir de 2 año	
									Fondo de reserva mensual	Fondo de reserva anual
Camarera	\$ 394,00	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 503,60	\$ 37,23	\$ 356,77	\$ 6.043,17	\$ 32,82	\$ 393,84
Chef	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 32,83	\$ 869,22	\$ 66,15	\$ 633,85	\$ 10.430,60	\$ 58,31	\$ 699,72
Mesero	\$ 394,00	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 503,60	\$ 37,23	\$ 356,77	\$ 6.043,17	\$ 32,82	\$ 393,84
Ayudante de cocina	\$ 394,00	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 503,60	\$ 37,23	\$ 356,77	\$ 6.043,17	\$ 32,82	\$ 393,84
Guia Local	\$ 394,00	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 503,60	\$ 37,23	\$ 356,77	\$ 6.043,17	\$ 32,82	\$ 393,84
Recepcionista	\$ 450,00	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 32,83	\$ 570,51	\$ 42,53	\$ 407,48	\$ 6.846,10	\$ 37,49	\$ 449,82
Vendedor	\$ 394,00	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 503,60	\$ 37,23	\$ 356,77	\$ 6.043,17	\$ 32,82	\$ 393,84
<b>Total</b>	<b>\$ 3.120,00</b>	<b>\$ 347,88</b>	<b>\$ 260,00</b>	<b>\$ 229,83</b>	<b>\$ 3.957,71</b>	<b>\$ 294,84</b>	<b>\$ 2.825,16</b>	<b>\$ 47.492,56</b>	<b>\$ 259,90</b>	<b>\$ 3.118,75</b>

Cargo	Sueldo Básico	IESS Patronal	13 Sueldo	14 Sueldo	Total Sueldo	IESS Personal	Líquido a Recibir	Anual	A partir de 2 año	
									Fondo de reserva mensual	Fondo de reserva anual
Contador	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 66,67	\$ 32,83	\$ 988,70	\$ 75,60	\$ 724,40	\$ 11.864,40	\$ 66,64	\$ 799,68
Gerente	\$ 900,00	\$ 100,35	\$ 75,00	\$ 32,83	\$ 1.108,18	\$ 85,05	\$ 814,95	\$ 13.298,20	\$ 74,97	\$ 899,64
<b>Total</b>	<b>\$ 1.700,00</b>	<b>\$ 189,55</b>	<b>\$ 141,67</b>	<b>\$ 65,67</b>	<b>\$ 2.096,88</b>	<b>\$ 160,65</b>	<b>\$ 1.539,35</b>	<b>\$ 25.162,60</b>	<b>\$ 141,61</b>	<b>\$ 1.699,32</b>

**Anexos 18:** Punto de equilibrio anual

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1</b>								
DESCRIPCIÓN	VENTAS/ ANULAES	% PARTICIPACIÓN	PRECIO	COSTO VARIABLE UNITARIO	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	MARGEN PONDERADO	PTO. EQUILIBRIO Q.	PTO. EQUILIBRIO \$
Alojamiento	2139	12,0%	\$ 25,00	\$ 6,62	\$ 18,38	\$ 2,21	1332	\$ 33.310,47
Restaurante	11478	64,6%	\$ 5,00	\$ 3,23	\$ 1,77	\$ 1,14	7150	\$ 35.749,19
Artesanías	4008	22,6%	\$ 9,61	\$ 6,07	\$ 3,55	\$ 0,80	2497	\$ 24.002,22
Guía	144	0,8%	\$ 70,00	\$ 41,97	\$ 28,03	\$ 0,23	90	\$ 6.279,00
<b>TOTALES</b>	<b>17769</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 27,40</b>	<b>\$ 14,47</b>	<b>\$ 51,73</b>	<b>\$ 4,38</b>	<b>11069</b>	<b>\$ 99.340,88</b>

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2</b>								
DESCRIPCIÓN	VENTAS/ ANULAES	% PARTICIPACIÓN	PRECIO	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	MARGEN PONDERADO	PTO. EQUILIBRIO Q.	PTO. EQUILIBRIO O \$
Alojamiento	2487	12,8%	\$ 25,07	\$ 6,05	\$ 19,02	\$ 2,44	1374	\$ 34.450,60
Restaurante	12535	64,7%	\$ 5,01	\$ 3,09	\$ 1,93	\$ 1,25	6927	\$ 34.727,65
Artesanías	4208	21,7%	\$ 9,64	\$ 6,11	\$ 3,53	\$ 0,77	2326	\$ 22.417,74
Guía	158	0,8%	\$ 70,19	\$ 40,74	\$ 29,45	\$ 0,24	88	\$ 6.143,76
<b>TOTALES</b>	<b>19389</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 27,48</b>	<b>\$ 14,00</b>	<b>\$ 53,93</b>	<b>\$ 4,69</b>	<b>10714</b>	<b>\$ 97.739,75</b>

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3</b>								
DESCRIPCIÓN	VENTAS/ ANULAES	% PARTICIPACIÓN	PRECIO	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	MARGEN PONDERADO	PTO. EQUILIBRIO Q.	PTO. EQUILIBRIO \$
Alojamiento	2838	13,5%	\$ 25,14	\$ 5,31	\$ 19,82	\$ 2,67	1328	\$ 33.375,00
Restaurante	13614	64,7%	\$ 5,03	\$ 2,85	\$ 2,18	\$ 1,41	6370	\$ 32.020,24
Artesanías	4419	21,0%	\$ 9,67	\$ 6,05	\$ 3,62	\$ 0,76	2067	\$ 19.983,38
Guía	174	0,8%	\$ 70,38	\$ 37,14	\$ 33,24	\$ 0,28	82	\$ 5.737,40
<b>TOTALES</b>	<b>21045</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 27,55</b>	<b>\$ 12,84</b>	<b>\$ 58,86</b>	<b>\$ 5,12</b>	<b>9846</b>	<b>\$ 91.116,02</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4								
DESCRIPCIÓN	VENTAS/ ANULAES	% PARTICIPACIÓN	PRECIO	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	MARGEN PONDERADO	PTO. EQUILIBRIO Q.	PTO. EQUILIBRIO \$
Alojamiento	3184	14,0%	\$ 25,20	\$ 4,75	\$ 20,45	\$ 2,87	1291	\$ 32.525,90
Restaurante	14703	64,7%	\$ 5,04	\$ 2,65	\$ 2,39	\$ 1,55	5959	\$ 30.039,26
Artesanías	4640	20,4%	\$ 9,69	\$ 5,99	\$ 3,70	\$ 0,76	1881	\$ 18.226,60
Guía	192	0,8%	\$ 70,57	\$ 33,85	\$ 36,72	\$ 0,31	78	\$ 5.482,20
<b>TOTALES</b>	<b>22718</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 27,63</b>	<b>\$ 11,81</b>	<b>\$ 63,26</b>	<b>\$ 5,48</b>	<b>9208</b>	<b>\$ 86.273,96</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5								
DESCRIPCIÓN	VENTAS/ ANULAES	% PARTICIPACIÓN	PRECIO	COSTO VARIABLE	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	MARGEN PONDERADO	PTO. EQUILIBRIO Q.	PTO. EQUILIBRIO \$
Alojamiento	3532	14,5%	\$ 25,27	\$ 4,29	\$ 20,98	\$ 3,03	1259	\$ 31.826,20
Restaurante	15815	64,7%	\$ 5,05	\$ 2,47	\$ 2,59	\$ 1,68	5639	\$ 28.500,57
Artesanías	4872	19,9%	\$ 9,72	\$ 5,94	\$ 3,78	\$ 0,75	1737	\$ 16.881,18
Guía	211	0,9%	\$ 70,76	\$ 30,86	\$ 39,90	\$ 0,34	75	\$ 5.319,31
<b>TOTALES</b>	<b>24429</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 27,70</b>	<b>\$ 10,89</b>	<b>\$ 67,24</b>	<b>\$ 5,81</b>	<b>8711</b>	<b>\$ 82.527,25</b>

## HOJA DE VIDA

**NOMBRES Y APELLIDOS:** Oscar Gustavo Jácome Latacunga

**FECHA DE NACIMIENTO:** 21/08/1990

**LUGAR DE NACIMIENTO:** Zumbahua-Pujilí

**CEDULA DE CIUDADANIA:** 0503770307

**ESTADO CIVIL:** Casado

**DIRECCION:** Calle Modesto Villavicencio y José Joaquín de Olmedo (Pujilí).

**TELEFONO:** 0998632833

**CORREO ELECTRÓNICO:** [jacomeoscarvec03@gmail.com](mailto:jacomeoscarvec03@gmail.com)



### **ESTUDIOS Y TITULOS**

**Primarios:** Escuela Aurelio Dávila Cajas (Zumbahua).

**Secundarios:** Instituto Tecnológico Superior “Vicente León” (Latacunga).

**Superiores:** Universidad Técnica de Cotopaxi (Latacunga) por culminar.

**Idiomas:** Español

### **CURSOS Y SEMINARIOS**

Participación en el curso de “Auxiliar Técnico en Computación” en el centro de Capacitación Ocupacional Grupo Ecuador Latacunga con una duración de 40 horas en el año 2007.

Participación en el curso de “Manejo y Administración de Empresas Comunitarias” con una duración de 45 horas realizada en la ciudad de Pujilí en el año 2009.

Participación en el seminario denominado “La Tributación en la Economía Ecuatoriana”, dictado en la Universidad Técnica de Cotopaxi con una duración de 40 horas en el año 2015.

Participación en la conferencia sobre “La Bolsa y su Funcionamiento” impartida en el auditorio de la Bolsa de Valores de Quito con una duración aproximada de 4 horas en el año 2016.

Participación en el “Primer Concurso de Video Inglés”, realizado en la Universidad Técnica de Cotopaxi en el año 2017.

Participación en el curso de “Asistencia Técnica para el Desarrollo de los Destinos Turismo Comunitario”, realizada en el cantón Pujilí con una duración de 40 horas en el año 2018.

Participación en el taller del “Programa de Educación Financiera”, impartida en la Universidad Técnica de Cotopaxi con una duración de 10 horas en el año 2018.

Participación en el programa de educación financiera denominada “Aprendamos, Compartamos y Progreseemos”, impartida en la sala de educación continua de la Universidad Técnica de Cotopaxi con una duración de 2 horas.

## HOJA DE VIDA

**NOMBRES Y APELLIDOS:** Carlos Alexander Ninasunta Sigcha

**FECHA DE NACIMIENTO:** 29 de Agosto de 1994

**LUGAR DE NACIMIENTO:** Quevedo – Los Ríos

**CEDULA DE CIUDADANIA:** 050358650-5

**ESTADO CIVIL:** Soltero

**DIRECCION:** Latacunga, Las Fuentes Av. Río Cenepa y Av. Río Yanayacu

**TELEFONO:** 0987908747

**CORREO ELECTRÓNICO:** [alexcarl127@gmail.com](mailto:alexcarl127@gmail.com)



### **ESTUDIOS Y TITULOS**

**Primarios:** Escuela mixta “Consejo Provincial de Cotopaxi” (2000 – 2006)

**Secundarios:** Colegio Técnico “Dr. Camilo Gallegos Domínguez” (2006 – 2012)

**Superiores:** Universidad Técnica de Cotopaxi (2013 - hasta la actualidad)

**Idiomas:** Español

### **CURSOS Y SEMINARIOS**

Participación en el seminario denominado “La Tributación en la Economía Ecuatoriana”, dictado en la Universidad Técnica de Cotopaxi con una duración de 40 horas en el año 2015.

Participación en la conferencia sobre “La Bolsa y su Funcionamiento” impartida en el auditorio de la Bolsa de Valores de Quito con una duración aproximada de 4 horas en el año 2016.

Participación en el taller del “Programa de Educación Financiera”, impartida en la Universidad Técnica de Cotopaxi con una duración de 10 horas en el año 2018.

Participación en el programa de educación financiera denominada “Aprendamos, Compartamos y Progreseemos”, impartida en la sala de educación continua de la Universidad Técnica de Cotopaxi con una duración de 2 horas.



Favor ingresar todos los datos solicitados, con absoluta veracidad, esta información es indispensable para el ingreso de los servidores públicos al Sistema Informático Integrado de Talento Humano (SIITH)



DATOS PERSONALES									
NACIONALIDAD	CÉDULA	PASAPORTE	AÑOS DE RESIDENCIA	NOMBRES	APELLIDOS	FECHA DE NACIMIENTO	LIBRETA MILITAR	ESTADO CIVIL	
EcuATORIANA	0502786833		llene si es extranjero	YADIRA PAOLA	BORIA BRAZALES	18/12/1982		CASADA	
DISCAPACIDAD	N° CARNÉ CONADIS	TIPO DE DISCAPACIDAD	MODALIDAD DE INGRESO	FECHA DEL PRIMER INGRESO AL SECTOR PÚBLICO	FECHA DE INGRESO A LA INSTITUCIÓN	FECHA DE INGRESO AL PUESTO	GENERO	TIPO DE SANGRE	
NO				01/11/2007	01/10/2009		FEMENINO		
MODALIDAD DE INGRESO LA INSTITUCIÓN			FECHA INICIO	FECHA FIN	N° CONTRATO	CARGO	UNIDAD ADMINISTRATIVA		

CONTRATO SERVICIOS OCASIONALES

01/10/2009

DOCENTE

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
HUMANÍSTICAS  
HUMANÍSTICAS

TELÉFONOS		DIRECCIÓN DOMICILIARIA PERMANENTE								
TELÉFONO DOMICILIO	TELÉFONO CELULAR	CALLE PRINCIPAL	CALLE SECUNDARIA	N°	REFERENCIA	PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA		
32270229	987073579	SIMON RODRIGUEZ	COLAYA	20	FRENTE PARQUE	COTOPAXI	LATACUNGA	ELOY ALFARO		
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL				AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICA						
TELÉFONO DEL TRABAJO	EXTENSIÓN	CORREO ELECTRÓNICO INSTITUCIONAL	CORREO ELECTRÓNICO PERSONAL	AUTOIDENTIFICACIÓN ÉTNICA		ESPECIFIQUE NACIONALIDAD INDÍGENA		ESPECIFIQUE SI SELECCIONÓ OTRA		
32266164		<a href="mailto:yadira.borja@utc.edu.ec">yadira.borja@utc.edu.ec</a>	<a href="mailto:yadiraborja53@yahoo.es">yadiraborja53@yahoo.es</a>	MESTIZO				SI		
CONTACTO DE EMERGENCIA			DECLARACIÓN JURAMENTADA DE BIENES							
TELÉFONO DOMICILIO	TELÉFONO CELULAR	NOMBRES	APELLIDOS	No. DE NOTARIA		LUGAR DE NOTARIA		FECHA		
32252541	987998314	CARLOS IVAN	ARMAS							
INFORMACIÓN BANCARIA			DATOS DEL CÓNYUGE O CONVIVIENTE							
NÚMERO DE CUENTA	TIPO DE CUENTA	INSTITUCIÓN FINANCIERA	APELLIDOS	NOMBRES		No. DE CÉDULA	TIPO DE RELACIÓN	TRABAJO		
0601011927	AHORRO	CACPECO	ARMAS ARMAS	CARLOS IVAN		0502197932	CONVIVIENTE	CHOFER		
INFORMACIÓN DE HIJOS				FAMILIARES CON DISCAPACIDAD						
No. DE CÉDULA	FECHA DE NACIMIENTO	NOMBRES	APELLIDOS	NIVEL DE INSTRUCCIÓN		PARENTESCO	N° CARNÉ CONADIS	TIPO DE DISCAPACIDAD		
	03/11/2004	ANDRES SEBASTIAN	ARMAS BORJA	EDUCACIÓN BÁSICA (3ER CURSO)		MADRE				
	28/08/2011	CARLOS ALEJANDRO	ARMAS BORJA	EDUCACIÓN BÁSICA (3ER CURSO)		MADRE				
FORMACIÓN ACADÉMICA										
NIVEL DE INSTRUCCIÓN	No. DE REGISTRO (SENECYT)	INSTITUCIÓN EDUCATIVA	TÍTULO OBTENIDO	EGRESADO	AREA DE CONOCIMIENTO	PERIODOS APROBADOS	TIPO DE PERIODO	PAIS		
TERCER NIVEL	1004-08-805093	ESPE	INGENIERIA COMERCIAL		ECONOMIA			ECUADOR		
4TO NIVEL - DIPLOMADO	1020-10-713135	UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI	DIPLOMA SUPERIOR EN DIDACTICA DE LA EDUCACION SUPERIOR		EDUCACIÓN			ECUADOR		
4TO NIVEL -	1027-12-86030556	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA-SEDE AMBATO	DIPLOMA SUPERIOR EN GESTION DEL TALENTO		ECONOMIA			ECUADOR		

DIPLOMADO			HUMANO					
4TO NIVEL - MAERSTRÍA	1027-15-86060788	PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA-SEDE AMBATO	MAGISTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS MENCION PLANEACION		ECONOMIA			ECUADOR
EVENTOS DE CAPACITACIÓN								
TIPO	NOMBRE DEL EVENTO (TEMA)		EMPRESA / INSTITUCIÓN QUE ORGANIZA EL EVENTO	DURACIÓN HORAS	TIPO DE CERTIFICADO	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	PAÍS
CONGRESO	INTERNACIONAL DE SECRETARIAS Y ASISTENTES EJECUTIVAS		LIDERAZGO	20	APROBACIÓN	19/06/2013	20/06/2013	ECUADOR
CURSO	GESTIÓN EN EL AULA UNIVERSITARIA		UTC	32	APROBACIÓN	12/03/2013	15/03/2013	ECUADOR
TALLER	ADMINISTRADOR DE SISTEMAS DE GESTIÓN		PERFORMANCE	40	APROBACIÓN	22/10/2013	25/10/2013	ECUADOR
CURSO	IMAGEN PERSONAL		UTC	24	APROBACIÓN	01/01/2013	03/01/2013	ECUADOR
CURSO	REFORMA UNIVERSITARIA		UTC	40	APROBACIÓN	01/09/2015	05/09/2013	ECUADOR
CURSO	PERSPECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA		UTC	16	APROBACIÓN	14/07/2014	15/07/2014	ECUADOR

D	CURSO	PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	ABACO	40	APROBACIÓN	05-nov-14	07-nov-14	ECUADOR
	CURSO	SEMINARIO DE DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE RECURSOS HUMANOS	UTC	40	APROBACIÓN	01/12/2014	05/12/2014	ECUADOR
	CURSO	TECNICAS E INSTRUMENTOS DE APRENDIZAJE	UTC	40	APROBACIÓN	01/09/2014	05/09/2014	ECUADOR
	TALLER	ENTORNOS VIRTUALES	COMPUTERS NETWORKS	40	APROBACIÓN	01/05/2014	05/05/2014	ECUADOR
	TALLER	HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS INTEGRADAS PARA LA CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE AULAS VIRTUALES	UTC	40	APROBACIÓN	22/04/2015	24/04/2015	ECUADOR
	CURSO	FORO EMPRESARIAL:IMAGEN CORPORATIVA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL	UTC	40	APROBACIÓN	14/01/2015	15/01/2015	ECUADOR
	SEMINARIO	INNOVACIÓN PYMES	UTC	40	APROBACIÓN	01/05/2015	30/05/2015	ECUADOR
	SEMINARIO	DISEÑO DE AULAS VIRTUALES	UTC	40	APROBACIÓN	28/01/2016	12/02/2017	ECUADOR
	SEMINARIO	PERSPECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA	UTC	8	APROBACIÓN	13/01/2016	13/01/2016	ECUADOR
	CERTIFICAD P	Rediseño						
NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN / ORGANIZACIÓN		UNIDAD ADMINISTRATIVA (DEPARTAMENTO / ÁREA /DIRECCIÓN)	DENOMINACIÓN DEL PUESTO	TIPO DE INSTITUCIÓN	FECHA DE INGRESO	FECHA DE SALIDA	MOTIVO DE SALIDA	
UNIDAD EDUCATIVA LUIS FERNANDO RUIZ				PÚBLICA OTRA	01/11/2007	01/10/2009	VISTO BUENO POR PARTE DEL TRABAJADOR	
		DOCENTE						
Formar profesionales competentes mediante el ofrecimiento de programas académicos de nivel superior, basados en la tecnología, la práctica. Con programas que se distinguen por su pertinencia, dinamismo y rigor académico. Los estudiantes se destacarán por las contribuciones que realicen en su ambiente profesional y en su entorno social.								

\* Adjuntar mecanizado de historia laboral del IEES

\* Todos la información registrada en el presente formulario debe constar en el expediente personal del archivo que maneja la Dirección de Talento Humano