



"Responsabilidad con pensamiento positivo"

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA "ISRAEL"
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Escuela de Administración de Empresas

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA
PARROQUIA DE ZUMBAHUA, CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE
COTOPAXI**

**Informe del trabajo de grado presentado como requisito previo a la obtención del título
Ingeniera en Administración de Empresas**

AUTORA:
Nelly Lucía, Guanotuña Umajinga

TUTOR: Msc. RAMIRO PASTÁS G.

QUITO - ECUADOR

2018



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de, MSC. RAMIRO PASTAS DIRECTOR del Proyecto: Plan de negocios para la creación de una hostería en la parroquia de Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi. Presentado por la ciudadana Nelly Lucía, Guanotuña Umajinga, estudiante del programa de Ingeniería en Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la revisión y evaluación respectiva por parte del Tribunal de grado que se digne para su correspondiente estudio y calificación.

Quito,.....

EL TUTOR

Msc. Ramiro Pastás



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales, de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Nelly Lucía Guanotuña Umajinga

C.I. 0502877483



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Tecnológica Israel.

Quito,.....

Para constancia firman:
TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL



"Responsabilidad con pensamiento positivo"

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios que me ha iluminado y me ha permitido culminar mi carrera, también a mí amado esposo y hermano a quienes han apoyado incondicionalmente y me han motivado en mi formación académica, creyeron en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades.

A mis profesores a quienes le debo una gran parte de nuestros conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y como también un eterno agradecimiento a esta prestigiosa Institución la cual abre sus puertas a los estudiantes para preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.



“Responsabilidad con pensamiento positivo”

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a las personas más importantes de mi vida y que los amo profundamente. A Dios, mi amado esposo y a mi hermano ya que son quienes están junto a mí apoyándonos en los buenos y los malos momentos de mi vida, han estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortalezas para continuar con mi carrera profesional, su comprensión y paciencia brindada durante los años de estudio.

ÍNDICE

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	II
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	III
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
DEDICATORIA	VI
Resumen.....	1
Abstract.....	2
Introducción.....	3
Problema de investigación.....	4
Objetivo General	5
Objetivos Específicos.....	5
Hipótesis	5
CAPÍTULO I	6
MARCO TEÓRICO.....	6
1.1. Turismo en el Ecuador.....	6
1.1.1. Costos de operación en el sector turístico e incentivos a empresas que se dediquen al turismo.	7
1.1.2. Turismo comunitario en Ecuador.....	8
1.1.3. Análisis documental del sector turístico	9
1.1.4. Estadísticas turísticas del MINTUR.....	12
1.2. Parroquia de Zumbahua.....	18
1.2.1. Datos generales de la Parroquia Zumbahua	18
1.2.2. Economía de la Parroquia Zumbahua	19
1.2.3. Turismo en la Parroquia Zumbahua.....	22
1.2.4. Atractivos turísticos de Zumbahua	24
1.2.5. Patrimonio cultural e intangible turístico de la Parroquia Zumbahua	25
1.3. Plan de negocios.....	28
1.4. Marco conceptual	31
CAPÍTULO II	35
MARCO METODOLÓGICO	35
2.1. Descripción de la investigación	35
2.2. Alcance y diseño de la investigación	36
2.3. Instrumentos de investigación	36
2.3.1. Encuesta	36
2.3.2. Entrevista.....	38
CAPÍTULO III.....	39

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA, CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI	39
3.1. Proceso de marketing	39
3.1.1. Análisis PESTEL.....	39
3.1.1.2. Análisis Económico.....	39
3.2. Análisis de Porter	42
3.2.1. Poder de negociación de los clientes	42
3.2.2. Rivalidad entre empresas	43
3.2.3. Amenazas de nuevos entrantes	44
3.2.4. Poder de negociación de proveedores	44
3.2.5. Amenazas de productos sustitutos	44
3.3. Análisis del cliente	45
3.3.1. Tabulación y resultados de encuestas	45
3.3.2. Resultados de la entrevista	61
3.3.3. Segmentación de mercado	63
3.3.4. Determinación de la demanda para el proyecto	63
3.3.5. Determinación de la oferta para el proyecto	65
3.3.6. Determinación de la demanda insatisfecha.....	68
3.4. Plan de marketing.....	68
3.4.1. Objetivo de plan de marketing.....	68
3.4.2. Análisis FODA	69
3.4.3. Establecimiento de estrategias	69
3.4.4. El producto o servicio.....	71
3.4.5. Precio	74
3.4.6. Plaza	77
3.4.7. Promoción	78
3.5. Procesos de organización y gestión empresarial	82
3.5.1. Misión organizacional	82
3.5.2. Visión organizacional	82
3.5.3. Objetivos empresariales.....	82
3.5.4. Organización funcional de la empresa	83
3.5.5. Descripción de cargos.....	83
3.6. Procesos del servicio	86
3.6.1. Cadena de valor y descripción de procesos.....	86
3.6.2. Mapa de procesos	88
3.6.3. Flujograma del proceso productivo	89
3.7. Localización	91
3.7.1. Macrolocalización	91

3.7.2. Microlocalización	94
3.8. Infraestructura	95
3.9. Capacidad instalada	98
3.10. Proceso financiero	100
3.10.1. Requerimiento de insumos	100
3.10.2. Requerimiento de activos fijos	101
3.10.3. Depreciaciones de los activos fijos	104
3.10.4. Costos de infraestructura	108
3.10.5. Activos diferidos	108
3.10.6. Mano de obra.....	108
3.11. Proceso financiero	109
3.11.1. Proyección de ingresos, costos y gastos.....	109
3.12. Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital	111
3.13. Proyecciones de estado de resultados, situación financiera, estado de flujo de caja	114
3.14. Determinación de la tasa de descuento	117
3.15. Valoración del proyecto	118
3.16. Procesos legales.....	120
3.16.1. Tipo de organización a constituirse	120
3.16.2. Permisos necesarios para constituir la empresa	121
3.17. Estudio ambiental	124
3.17.1. Ficha ambiental	124
3.18. Evaluación del impacto ambiental de la construcción de la planta	127
3.18.1. Método de Leopold	127
3.19. Conclusiones	132
3.20. Recomendaciones	134
BIBLIOGRAFÍA	135
ANEXOS	141

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Incentivos económicos y tributarios otorgados al Sector Turístico.....	11
Tabla 2. Establecimientos registrados por el MINTUR.....	12
Tabla 3. Número de establecimientos de alojamientos y alimentos y bebidas.....	14
Tabla 4. Población de Zumbahua.....	18
Tabla 5. Autoidentificación según su cultura y costumbres en la Parroquia Zumbahua.....	19
Tabla 6. Distribución de la PEA en Zumbahua.....	20
Tabla 7. Población económicamente activa por actividad.....	21
Tabla 8. Atractivos turísticos en la parroquia.....	23
Tabla 9. Patrimonio cultural tangible e intangible y conocimiento ancestral.....	26
Tabla 10. Sector hotelero de la Parroquia Zumbahua.....	28
Tabla 11. Descripción de la investigación.....	35
Tabla 12. Sector hotelero de la Parroquia Zumbahua.....	43
Tabla 13. Género.....	45
Tabla 14. Ocupación.....	46
Tabla 15. ¿Usted es turista?.....	47
Tabla 16. ¿Conoce usted lugares turísticos de la parroquia de Zumbahua?:.....	48
Tabla 17. ¿Cómo se informó de este lugar turístico?.....	49
Tabla 18. ¿Qué días visita Usted la Parroquia Zumbahua?.....	50
Tabla 19. ¿Cómo calificaría los servicios que existen en la parroquia de Zumbahua?.....	51
Tabla 20. ¿Sé quedaría alojado usted en la parroquia de Zumbahua?.....	53
Tabla 21. ¿Cree usted que debería implementarse una hostería en este sector?.....	54
Tabla 22. ¿Qué actividades le gustaría realizar?.....	55
Tabla 23. ¿Al haber una hostería que servicios le gustaría que le ofrezcan?.....	56
Tabla 24. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría que le brinde?.....	57
Tabla 25. ¿Qué tipo de servicio habitacional prefiere usted?.....	58
Tabla 26. ¿Cuánto está dispuesto a pagar diariamente por persona?.....	59
Tabla 27. ¿Cuándo visita este sector, con quien lo hace?.....	60
Tabla 28. Segmentación de mercado.....	63
Tabla 29. Proyección de la demanda.....	63
Tabla 30. Proyección de la oferta.....	64
Tabla 31. Oferta del proyecto al año 2012.....	65
Tabla 32. Oferta de la zona del año 2004 al 2012.....	66
Tabla 33. Proyección de la oferta.....	67
Tabla 34. Determinación de la demanda insatisfecha.....	68
Tabla 35. Análisis FODA.....	69
Tabla 36. Matriz de ANSOFF.....	70
Tabla 37. Descripción de los servicios que ofrecerá la hostería.....	72
Tabla 38. Determinación precio estadía básico.....	75
Tabla 39. Determinación de precio paquete de 1 día.....	75
Tabla 40. Determinación de precio paquete de 2 días.....	76
Tabla 41. Platos a la carta.....	77
Tabla 42. Medios de publicidad y comunicación.....	78
Tabla 43. Presupuesto de medios de comunicación.....	79
Tabla 44. Descuentos establecidos.....	79
Tabla 45. Descripción.....	80
Tabla 46. Presupuesto de marketing y ventas.....	81
Tabla 47. Descripción de cargos.....	83
Tabla 48. Descripción de los procesos empresariales.....	87
Tabla 49. Simbología de diagramas de flujo.....	89

Tabla 50. Descripción geográfica de Zumbahua	91
Tabla 51. Matriz de macrolocalización	92
Tabla 52. Detalle de la infraestructura.....	95
Tabla 53. Días feriados nacionales del Ecuador	99
Tabla 54. Requerimiento de insumos	100
Tabla 55. Costo de servicios básicos	101
Tabla 56. Calculo de muebles y enseres áreas operativas.....	101
Tabla 57. Cálculo de muebles y enseres áreas administrativas.....	102
Tabla 58. Maquinaria y equipo área de operaciones.....	103
Tabla 59. Maquinaria y equipo de administración.....	103
Tabla 60. Equipo de computación	104
Tabla 61. Vehículos	104
Tabla 62. Depreciaciones de muebles y enseres parte operativa	105
Tabla 63. Depreciaciones de muebles y enseres parte administrativa	106
Tabla 64. Depreciación de maquinaria y equipo parte operativa.....	106
Tabla 65. Depreciación de maquinaria y equipo parte administrativa	107
Tabla 66. Depreciaciones del Equipo de Computación	107
Tabla 67. Depreciaciones del vehículo.....	107
Tabla 68. Depreciación construcción de la hotería.....	108
Tabla 69. Gastos de constitución y amortización	108
Tabla 70. Mano de obra.....	109
Tabla 71. Ingreso proyectados.....	110
Tabla 72. Costos proyectados.....	110
Tabla 73. Gastos proyectados.....	111
Tabla 74. Inversión inicial.....	111
Tabla 75. Cálculo del capital de trabajo	112
Tabla 76. Estructura del capital	112
Tabla 77. Entidades financieras.....	113
Tabla 78. Condiciones de financiamiento a largo plazo	113
Tabla 79. Tabla de amortización anual.....	113
Tabla 80. Estado de resultados proyectado.....	114
Tabla 81. Estado financiero proyectado para cinco años	115
Tabla 82. Flujo del proyecto anual	116
Tabla 83. Flujo de caja del inversionista	117
Tabla 84. Cálculo de tasas de descuento	118
Tabla 85. Evolución de los flujos del proyecto.....	119
Tabla 86. Detalle de permisos para constituir una empresa turística	121
Tabla 87. Ficha Ambiental	125
Tabla 88. Parámetros a considerar la al evaluar el impacto ambiental en el Método de Leopold	128
Tabla 89. Forma general de realización del Método de Leopold.....	128
Tabla 90. Forma general de realización del Método de Leopold.....	129
Tabla 91. Resultados del método de Leopold.....	130
Tabla 92. Análisis de resultados negativos de obtenidos de la matriz de Leopold.....	131
Tabla 93. Listado de alimentos.....	150
Tabla 94. Calculo de mano de obras.....	153
Tabla 95. Listado de precios de platos fuertes.....	154

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Balanza turística del Ecuador.	7
Figura 2. Cinco pilares de la gestión turística ecuatoriana.....	10
Figura 3. Número de establecimiento registrados por el MINTUR del 2011-2015	13
Figura 4. Establecimientos de alojamiento	15
Figura 5. Establecimientos de alimentos y bebidas	15
Figura 6. Categoría de lujo	16
Figura 7. Categoría primera.....	16
Figura 8. Categoría segunda.....	17
Figura 9. Pasos para la realización de las encuestas	36
Figura 10. Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....	42
Figura 11. Género de los encuestados	45
Figura 12. Ocupación de los encuestados.....	46
Figura 13. Tipo de turista	47
Figura 14. Conocimiento de los lugares turísticos de la parroquia de Zumbahua	48
Figura 15. Información sobre el lugar turístico	49
Figura 16. Días de visita a la Parroquia Zumbahua?	50
Figura 17. Calificación de los servicios existentes en Zumbahua.....	51
Figura 18. Posibilidad de alojado usted en la parroquia de Zumbahua	53
Figura 19. Implementación de una hostería en este sector.....	54
Figura 20. Actividades elegidas por el cliente	55
Figura 21. Servicios que le gustaría que le ofrezcan al turista	56
Figura 22. Tipo de alimentación le gustaría que le brinde al turista	57
Figura 23. Tipo de servicio habitacional	58
Figura 24. Dispuesto a pagar diariamente por persona	59
Figura 25. Tipo de acompañantes con quien desearía ir a Zumbahua.....	60
Figura 26. Proyección de la demanda turística en Zumbahua.....	65
Figura 27. Proyección de la oferta.....	67
Figura 28. Modelo CANVAS del negocio	71
Figura 29. Marca del proyecto.....	73
Figura 30. Mapa turístico del Volcán Quilotoa	74
Figura 31. Distribución directa.....	77
Figura 32. Distribución a través de intermediarios	78
Figura 33. Organigrama Organizacional	83
Figura 34. Cadena de Valor.....	86
Figura 35. Mapa de procesos de la empresa	88
Figura 36. Flujo general del proceso del servicio de la hostería	90
Figura 37. Cualidades del terreno a comprarse.....	94
Figura 38. Vista aérea del terreno.....	94
Figura 39. Vista frontal y posterior de la hostería	96
Figura 40. Primer piso.....	96
Figura 41. Segundo piso.....	97
Figura 42. Exteriores	97
Figura 43. Piscina cubierta	98
Figura 44. Número proyectado de huéspedes	99
Figura 45. Análisis de los resultados obtenidos por el Método de Leopold.....	130

Resumen

El presente plan de negocios, contiene una investigación realizada para la puesta en marcha de una hostería en la Parroquia de Zumbahua, dado por su gran potencial turístico y lugares reconocidos tanto a nivel nacional e internacional. Es por ello, que durante la realización del presente estudio se realizó un marco teórico especializado en el turismo ecuatoriano, de la Provincia de Cotopaxi y de la Parroquia Zumbahua. Para conocer de mejor manera la situación actual de esta industria. Posteriormente, en el segundo capítulo se determinó la metodología a llevarse para el presente estudio, planteándose así dos instrumentos a aplicarse los cuales fueron una encuesta y una entrevista que fueron parte fundamental para conocer información primaria de los turistas y expertos del sector ubicados en la zona de estudio.

Mientras que en el tercer capítulo se realizó la propuesta de negocios en el que se toma en cuenta un proceso de marketing donde se determinarían estrategias, las 4p's y los montos necesarios para poner en marcha el negocio y fidelizar al segmento de mercado. Además se establecieron tanto los procesos organizacionales como la capacidad instalada del proyecto, para posteriormente realizar un estudio financiero el cual determinó que existe una factibilidad en el proyecto.

En el flujo del proyecto y del inversionista el VAN el mismo es mayor a cero, lo que significa que para ambos aspectos del proyecto el mismo es viable debido a que para el flujo del proyecto se obtuvo un VAN de \$56.040,23, mientras que para el flujo del inversionista se obtuvo un VAN de \$36.594,35. Con respecto al costo/beneficio calculado, en el caso del flujo del proyecto por cada dólar invertido se obtiene 23 centavos adicionales, esto sin contar con el financiamiento. Mientras que para el segundo caso y donde se considera el financiamiento por cada dólar invertido se obtiene 48 centavos adicionales. Lo cual ratifica un óptimo nivel del proyecto. Y con respecto a la TIR, se denota que ambos casos el proyecto es rentable, tanto sin la deuda a largo plazo además que en el flujo del proyecto se obtuvo un porcentaje del 18,80%, mientras que para el flujo del inversionista se obtuvo una TIR del 36,60%.

Palabras claves: Turismo, Zumbahua, hostería, plan de negocios, turismo comunitario.

Abstract

This business plan contains an investigation carried out for the commissioning of a hostel in the Parish of Zumbahua, given its great tourist potential and recognized places both nationally and internationally. That is why, during the realization of this study, a theoretical framework specialized in Ecuadorian tourism was made, that of the Province of Cotopaxi and of the Zumbahua Parish. To know better the current situation of this industry. Later, in the second chapter the methodology to be carried out for the present study was determined, thus proposing two instruments to be applied which were a survey and an interview that were a fundamental part to know primary information of the tourists and experts of the sector located in the area. study.

While in the third chapter the business proposal was made taking into account a marketing process where strategies were determined, the 4p's and the amounts necessary to start up the business and retain the market segment. In addition, both the organizational processes and the installed capacity of the project were established, to subsequently carry out a financial study which determined that there is a feasibility in the project.

Since in the project flow and the investor the NPV is greater than zero, which means that for both aspects of the project it is viable since a NPV of \$ 56,040.23 was obtained for the project flow, while for the investor's flow, a NPV of \$ 36,594.35 was obtained. With respect to the calculated cost / benefit, in the case of the project flow for each dollar invested, 23 additional cents are obtained, without counting the financing. While for the second case and counting on the financing for each dollar invested, you get 48 additional cents. Which ratifies an optimum level of the project. And with regard to the IRR, it is noted that both cases the project is profitable, both without the long-term debt since in the project flow a percentage of 18.80% was obtained, while for the investor flow was obtained an IRR of 36.60%.

Keywords: Tourism, Zumbahua, inn, business plan, community tourism.

Introducción

El turismo es un sector muy importante, tanto en el contexto nacional como a nivel mundial, debido a que propenden al fomento de nuevas plazas de trabajo y al desarrollo socio-económico del lugar donde se realiza esta actividad, para influenciar tanto en el estilo de vida de los residentes, así como también de los turistas que visitan los diferentes atractivos. Es por ello, que las personas u organizaciones que trabajan en este medio constituyen un gran aporte, porque proporcionan manejo sostenible y sustentable de los atractivos naturales como son la conservación del medio ambiente, además que esta actividad representa una fuente importante de ingresos de divisas tanto a nivel local como a nivel país. Según World Travel and Tourism Council (2016); El Comercio (2016), “el turismo continúa como la tercera fuente de ingresos no petroleros, detrás del banano y el camarón, donde contribuye de manera directa con el 2,1% del PIB nacional, con una cifra de 292 millones para el 2016”.

Sin embargo, ante tales cifras positivas el Ecuador aún no cuenta con un sistema turístico desarrollado en varias zonas del país como por ejemplo en la Parroquia Zumbahua del Cantón Pujilí, ubicado en la Provincia de Cotopaxi, por lo que, la principal motivación del presente estudio es la creación de una hostería para fomentar el turismo, porque “la Parroquia cuenta con un sin número de atractivos turísticos como la laguna del Quilotoa, ubicado en el Volcán que lleva su mismo nombre, Cañón de Zumbahua, Cañón Tochai entre otros, además de un patrimonio intangible como sus fiestas, leyendas y cuentos que forman parte de la cultura de la zona. Zumbahua tiene un gran potencial turístico, debido a que se estima que 26.299 entre turistas nacionales y extranjeros la visitan anualmente” (Salcedo & Sarabia, 2013). Sin embargo, existen un sin número de factores que no permiten un buen desarrollo por ejemplo:

- a) Difícil acceso a algunos lugares en épocas de invierno.
- b) Pérdida de identidad cultural, costumbres y tradiciones.
- c) Fenómenos naturales como la actividad sísmica en el Volcán Quilotoa entre otros.

Ante tal situación el turismo comunitario es “una solución que se pretende involucrar en el presente proyecto, porque representa una oportunidad de generación de ingresos y de desarrollo para comunidades ubicadas cerca de atractivos turísticos” (CODESPA, 2016). Es por ello, que para el presente estudio en el primer capítulo, se obtuvo un

marco conceptual sobre el turismo en el Ecuador, Cotopaxi y Zumbahua. Mientras que en el segundo capítulo se estableció la metodología a utilizarse para la investigación de campo, con la ayuda de dos herramientas de investigación las cuales son la encuesta y entrevista, y por último con toda la información recolectada presentar el presente plan de negocios a través de varios estudios para la determinación de su factibilidad.

Problema de investigación

“El Ecuador al tener gran variedad de atractivos naturales y culturales, diversidad en especies de flora y fauna, es un país con un gran potencial de afluencia turística nacional como internacional” (Calderón, 2016). Según Navas (2015), “desde hace aproximadamente veinte años, las nacionalidades indígenas del Ecuador han buscado alternativas para adaptarse a las nuevas situaciones socio-culturales para enfrentar la crisis económica, profundizada por el proceso de globalización”. En este sentido, empiezan a construir desde sus lugares de origen experiencias de autogestión turística, las mismas que ven en el turismo la posibilidad de mejorar sus condiciones de vida y de abrir espacios para encuentros interculturales.

Zumbahua posee atractivos que la hacen merecedora a ser visitados por turistas, razón por la cual es necesario invertir en el sector turístico mediante el plan de negocio para la creación de una hostería en la Parroquia, con la finalidad de brindar hospedaje, alimentación y recreación para aprovechar los distintos destinos naturales situados en la zona. Sin embargo existen una serie de problemas que afectan el desarrollo del sector como son:

- La falta de información sobre lugares, servicios, rutas, horarios de medios de transporte, infraestructura existente, seguridad, costos, etc.
- Deficiente infraestructura de servicios y de vías de comunicación.
- Poca inversión estatal para el desarrollo económico, también se constata una débil inversión interna de las empresas locales lo que complica el crecimiento sostenido.
- Migración por parte la población joven del sector.
- Abandono de la actividad agrícola en el sector, por la sequía.

Por lo que han tenido la necesidad de enfocarse en un proyecto, donde gracias a la construcción de la hostería, se brinde servicios de calidad a los visitantes tanto nacionales como extranjeros, para aprovechar los atractivos de la zona a través del turismo comunitario, por medio de la creación de una empresa que ofrecerá a sus clientes un ambiente de paz, tranquilidad, servicio de calidad y cómodos precios, para complacer los gustos de los turistas.

Ante tales antecedentes, se presenta el problema de investigación siguiente:

¿Qué vía será necesaria para el desarrollo comunitario y la promoción de actividades turísticas que genere ingresos económicos, con la visita de turistas nacionales y extranjeros?

Objetivo General

Diseñar una propuesta de plan de negocios para la creación de la hostería en la Parroquia de Zumbahua, con componentes estructurales que permita incrementar la actividad turística.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente el plan de negocios a desarrollarse, a través de una investigación bien estructurada del tema, por medio de herramientas bibliográficas y netgráficas.
- Realizar un diagnóstico situacional y actual del turismo en la Parroquia Zumbahua mediante encuestas, entrevistas y demás herramientas de investigación, para la determinación de las necesidades del mercado potencial.
- Analizar la viabilidad financiera del proyecto, a través de la sistematización de la información monetaria de los estudios precedentes así como la forma de financiamiento.

Hipótesis

Por medio de la creación de una hostería en la Parroquia Zumbahua, se permitirá brindar servicios turísticos de calidad.

- Variable Independiente: Hostería en la Parroquia Zumbahua.
- Variable Dependiente: Servicios turísticos de calidad.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. Turismo en el Ecuador

Ecuador, es un país privilegiado por su ubicación, porque posee un clima incomparable y atractivos naturales y arquitectónicos únicos a nivel mundial. Para PROECUADOR (2016), Ecuador ostenta las siguientes características que lo hacen un potencial turístico:

- a) “Es uno de los 17 países con mayor biodiversidad en el mundo.
- b) Variedad de climas y paisajes para el disfrute del turista nacional e internacional.
- c) Además de conservar especies que solamente en el país se las pueden encontrar, se lo considera el “Destino Verde de Sudamérica” (PROECUADOR, 2016).

Esto queda demostrado en la repercusión económica que tiene el turismo en el país, debido a que fue “el tercer mayor productor de importancia dentro de las exportaciones no petroleras del 2015 el cual representó USD 1,557 millones, un crecimiento del 4.70% con respecto al valor del 2014. El sector de alojamiento y servicio de comida presentó un valor agregado bruto de USD 2,322 millones en el 2015, esto es un 2.30% de participación en el PIB” (PROECUADOR, 2016, pág. 8), esto quiere decir que este sector representa uno de los rubros más importantes en la economía nacional en lo que respecta a ingresos no petroleros, lo que trae consigo ganancias en diversos sectores complementarios como son: la alimentación y el alojamiento.

Con respecto a la balanza turística que tiene el país, es decir, “los ingresos de divisas por los visitantes internacionales (exportaciones) y el egreso de divisas por los nacionales que salen al exterior (importaciones)” (MINTUR, 2015), Ecuador tiene un desenvolvimiento positivo, “ el cual registró superávits desde el año 2012; en el 2015 el superávit fue de USD 533 millones, lo que representó un crecimiento del 14.16% con respecto al 2014” (PROECUADOR, 2016; MINTUR, 2015). Por lo cual, si se logra un mejor desarrollo de esta actividad, puede convertirse una mayor fuente de ingresos que ayuda a repuntar otros sectores relacionados.

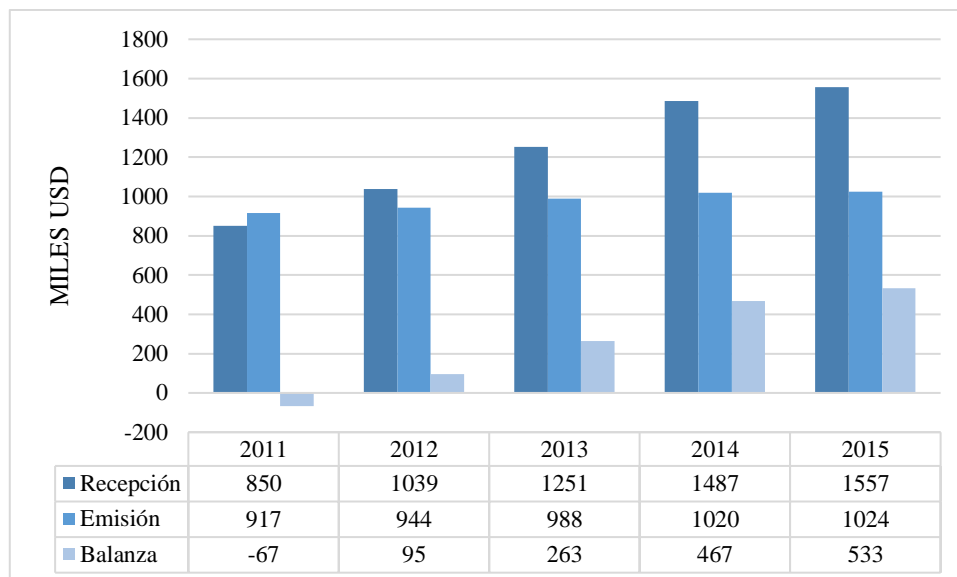


Figura 1. Balanza turística del Ecuador.

Nota: La recepción implica el ingreso de turística, la emisión su egreso y la balanza la diferencia entre ambos rubros.

Fuente: PROECUADOR. (2016). Perfil sectorial del turismo 2016. PROECUADOR.

Se denota que el turismo está en su auge en el Ecuador, debido a que se vislumbra un panorama positivo y de crecimiento, con una recuperación sostenida desde el año 2012, además se demuestra la existencia de mayor recepción de turistas extranjeros, lo que da como resultado un impacto efectivo para todos los lugares que ofrecen esta actividad, donde incluye a Zumbahua, la cual es considerada como el objeto de estudio del presente proyecto.

1.1.1. Costos de operación en el sector turístico e incentivos a empresas que se dediquen al turismo.

La actividad turística, al tener un buen desenvolvimiento en el Ecuador, posee los costos más bajos en el sector hotelero, “por ejemplo los básicos asciende a un total de USD 1.138 anuales y 461.5 miles en costos de mano de obra” (PROECUADOR, 2016), esto hace que el país sea competitivo en esta área, “además de contar con excelentes suministros de agua, luz y teléfono así como también incentivos tributarios dados por la LORTI o Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno” (SRI, 2015) de los cuales se tiene:

- Reducción del impuesto a la Renta.
- Exoneración del pago a la salida de divisas.
- Exoneración del Impuesto a la renta por 5 años.
- Reducción de 10 puntos porcentuales de la tarifa del Impuesto a la renta sobre el monto reinvertido en activos productivos.

Además de capacitación técnica con MIPYMES, hace que cause un efecto positivo en el sector, porque es bien conocido que forma parte fundamental de la actual política que tiene el gobierno a través del Plan de Desarrollo Toda una Vida (PDTV), que lo que busca es el mejoramiento de las condiciones de vida de la población a través del emprendimiento, y por ende el progreso de sus habitantes con una oferta de productos o servicios diferenciados, involucrándose en actividades comunitarias como es el turismo. El Objetivo 5 del PDTV va encaminado a ello: “Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad” (MINTUR, 2018, pág. 1).

1.1.2. Turismo comunitario en Ecuador

“El turismo comunitario es toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural y el manejo adecuado del patrimonio cultural” (García Palacios, 2016), es decir, que el turismo representa una actividad donde las comunidades desarrollan sus potencialidades para compartir con los turistas nacionales o extranjeros, sus costumbres y tradiciones sin dañar el medio ambiente y de una forma organizada.

Según García Palacios (2016), está amparado por diversas legislaciones como son:

- a) “Ley del Turismo del 2012, donde se reconoce esta actividad en el Ecuador.
- b) En el Plan de Desarrollo Toda una Vida, es interpretado como un sector más de la gestión turística con políticas y acciones propias, que respeta la especificidad cultural de las comunidades que forman Ecuador” (García Palacios, 2016).

La concepción del turismo comunitario se lo expresa como un medio y no como un fin que permite el desarrollo local y la consolidación política de las diversas organizaciones

indígenas que forman parte de esta actividad. “En el país, desde el 2002, se han proliferado organizaciones que ofrecen esta actividad y que están agremiadas: la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador con más 150 comunidades, recintos, centros, palenques de las nacionalidades y pueblos del Ecuador” (Grupo Partenon, 2014), que tiene por objeto promover dicha actividad.

En el Ecuador, se puede encontrar turismo comunitario en diversas áreas, especialmente en la Sierra Ecuatoriana donde “viven pueblos ancestrales, incluso antes de la conquista española. Estas poblaciones han guardado las costumbres más antiguas de sus pueblos” (El Comercio, 2014) y las dan a conocer a propios y extraños. Cabe resaltar que no existen cifras económicas sobre el impacto del turismo comunitario en el Ecuador para realizar análisis comparativos de este rubro, lo cual es negativo, debido a que estos datos aportarían al fortalecimiento de la industria, que tanto le hace falta, para establecer un mejoramiento continuo en el sector y sea uno de las industrias no petroleras con mayor ganancia que aporte al fortalecimiento, no solo del turismo, sino de otros sectores como son: construcción, restaurantes, viajes, entre otros.

1.1.3. Análisis documental del sector turístico

En este punto se quiere hacer hincapié de la legislación, en la cual se encuentra regida la industria turística nacional en el aspecto político y legal como se ve a continuación:

1.1.3.1. Análisis político de la industria turística

“El turismo es clave en un país, es un sector indispensable para su progreso socioeconómico, además su continua expansión y diversificación ha permitido no solo la creación de puestos de trabajo sino, además, la generación de ingresos de exportación y la ejecución de infraestructura” (Maldonado & Proaño, 2015). Esto quiere decir, que el Ecuador es un gran generador de turismo debido a que gracias a esta actividad existe el desarrollo de otros sectores relacionados, como son el alimenticio, hospedaje, construcción entre otros. Por esta razón el Ministerio de Turismo (MINTUR) ha generado políticas para la gestión turística y generar:

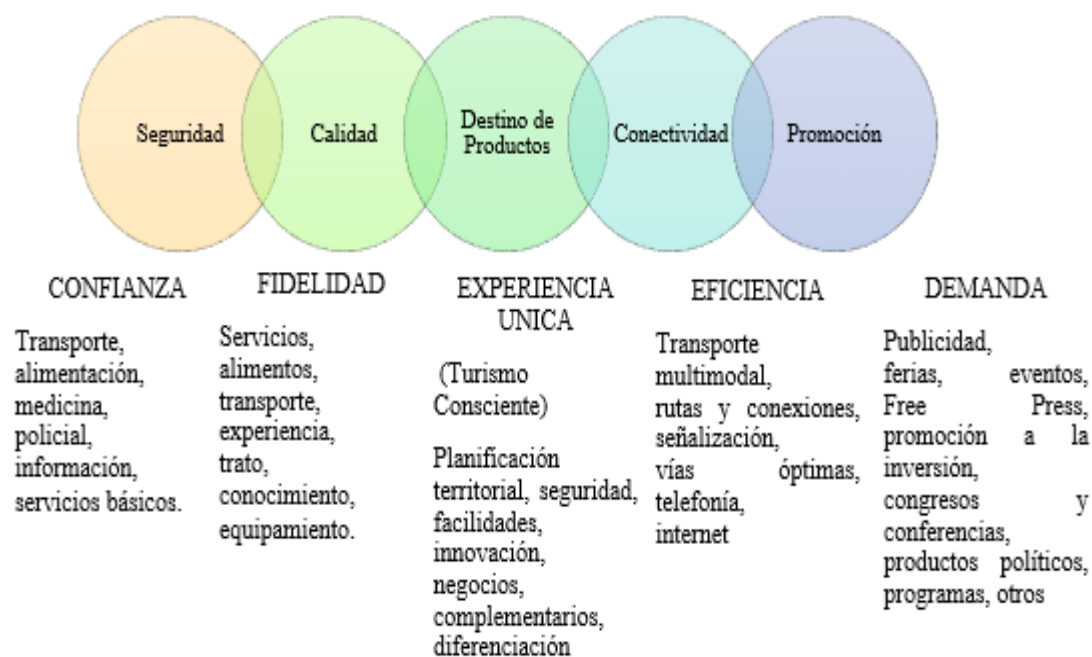


Figura 2. Cinco pilares de la gestión turística ecuatoriana

Fuente: MINTUR. (2017). Cinco pilares estratégicos y seis Programas Nacionales para convertir a Ecuador en Potencia Turística, MINTUR.

La seguridad no solamente representa el cuidado al turista nacional y extranjero sino el tema salud (contingencia contra una enfermedad), manejo de alimentos; la calidad tiene que ver con procesos integrales de formación, capacitación y certificación; mientras que, el destino de productos se refiere a la fundamentación de destinos consolidados de primer nivel que son conocidos a nivel mundial; la conectividad trata del mejoramiento de la vías de acceso a los diferentes destinos turísticos; por último la promoción que son esfuerzos para generar demanda. Todos esos pilares estarán íntimamente entrelazados con importantes proyectos como: “Programa de Destinos Turísticos de Excelencia, Programa Nacional de Señalización Turística, Programa Nacional de Capacitación para la Excelencia Turística, Programa Nacional de Crédito para el Desarrollo de Servicios Turísticos, Programa Nacional de Fortalecimiento Institucional y Programa Nacional de Promoción Turística” (Gallegos, 2013).

Todas estas acciones apunta a que, en el Ecuador, el cambio de la Matriz Productiva está dirigido al aprovechamiento de los recursos naturales para la generación de servicios que crean buenas experiencias a los turistas nacionales y extranjeros, lo cual es positivo debido a que se muestran esfuerzos por parte del gobierno nacional encaminados a potencializar al sector turístico, que generan ingresos al país. Esto se lo

ve ratificado por medio de políticas tributarias y económicas que impulsan su mejoramiento, como se puede observar a continuación:

Tabla 1
Incentivos económicos y tributarios otorgados al Sector Turístico

Incentivos para nuevas inversiones turísticas	Incentivos para contratos de inversión turística	Incentivos para asociaciones públicas - privadas
<ul style="list-style-type: none"> • Impuesto a la Renta IR: Exoneración por 5 años para nuevas empresas en sectores priorizados. • Tarifa del 17% (25% normal) del IR para Zonas Especiales de Desarrollo Económico ZEDE. • Doble deducción del costo de depreciación anual de activos fijos, nuevos y productivos por 5 años. • 10 % reducción de la tarifa del IR sobre el monto reinvertido en activos productivos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad sobre los incentivos tributarios, hasta por 15 años, renovable una vez (vigencia máxima por 30 años). • Dirigido a inversiones de más de USD 1 millón y que genere nuevos empleos. • Con el contrato firmado, la empresa puede solicitar la reducción de aranceles (total o parcial) para bienes de capital importados. • Se excluyen de pagos de sobre tasas a los bienes importados de uso del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo compartido entre la parte pública y privada. • Financiamiento del proyecto asumido total o parcialmente por el gestor privado. • Cubre el ciclo de vida del proyecto. • Recuperación de la inversión: pago de los usuarios finales del servicio, pagos diferidos en el tiempo por parte del sector público, o una combinación de ambas.

Fuente: PROECUADOR. (2016). Perfil sectorial del turismo 2016, PROECUADOR.

Tiene gran impacto positivo para la actividad turística ecuatoriana, dado que el conocimiento ayudará a que los nuevos emprendedores tengan observancia en lo que respecta a cuestiones tributarias para que se acojan a los beneficios tributarios que el SRI ofrece al ejercicio de esta actividad, debido a que por desconocimiento de estos beneficios están donde se pierde recursos económicos que pueden servir para mejorar su actividad y de la comunidad.

1.1.3.2. Análisis legal de la industria turística ecuatoriana

En el Ecuador existe la legislación reguladora de la actividad turística que está fundamentado en el Plan Nacional Toda una Vida “el cual trata de promocionar aprovechamiento de mercados regionales o la atracción de nuevas inversiones relacionadas con temas como gastronomía o turismo comunitario, son propuestas presentes en los distintos espacios de diálogo ” (MINTUR, 2018). Es decir que a través del PNTV, se fundamenta para apoyar al derecho de un trabajo digno y regulado por la ley para aportar al desarrollo de las comunidades de Zumbahua. En la Constitución de la

República “se garantiza los derechos de las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas de acuerdo con el artículo 57 de la Constitución”. (Asamblea Nacional, 2008)

La Ley de Turismo, “tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios” (Congreso Nacional, 2002). En el artículo 3 de esta Ley uno de los principios de actividad turística es la “iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones para preservar su identidad, y proteger su ecosistema a través de la participación en la prestación de servicios turísticos” (Congreso Nacional, 2002). Este conjunto de legislaciones tienen un impacto positivo en el sector porque promueven la inversión, trabajo digno, igualdad de condiciones y protección de las diversas nacionalidades.

1.1.4. Estadísticas turísticas del MINTUR

1.1.4.1. Establecimientos registrados por el MINTUR

A continuación se presenta el número de establecimientos registrados al MINTUR, desde el 2011 al 2015, lastimosamente este Ministerio no ha actualizado esta información del 2016 y 2017, para poder realizar un mejor análisis de este aspecto.

Tabla 2
Establecimientos registrados por el MINTUR

Actividad	Alojamiento	Servicio de alimentos y bebidas	Otros*	Total
2011	4.032	12.496	2.150	18.678
2012	4.334	13.261	2.134	19.729
2013	4.672	14.057	2.340	21.069
2014	5.189	15.741	2.525	23.455
2015	5.488	17.325	2.859	25.672

Nota: Otros*, incluye actividades de operación, intermediación y centros de recreación
Fuente: CFN. (2017). Ficha sectorial: Sector de Turismo, CFN.

Mientras que a continuación se ve en forma gráfica lo antes expuesto:

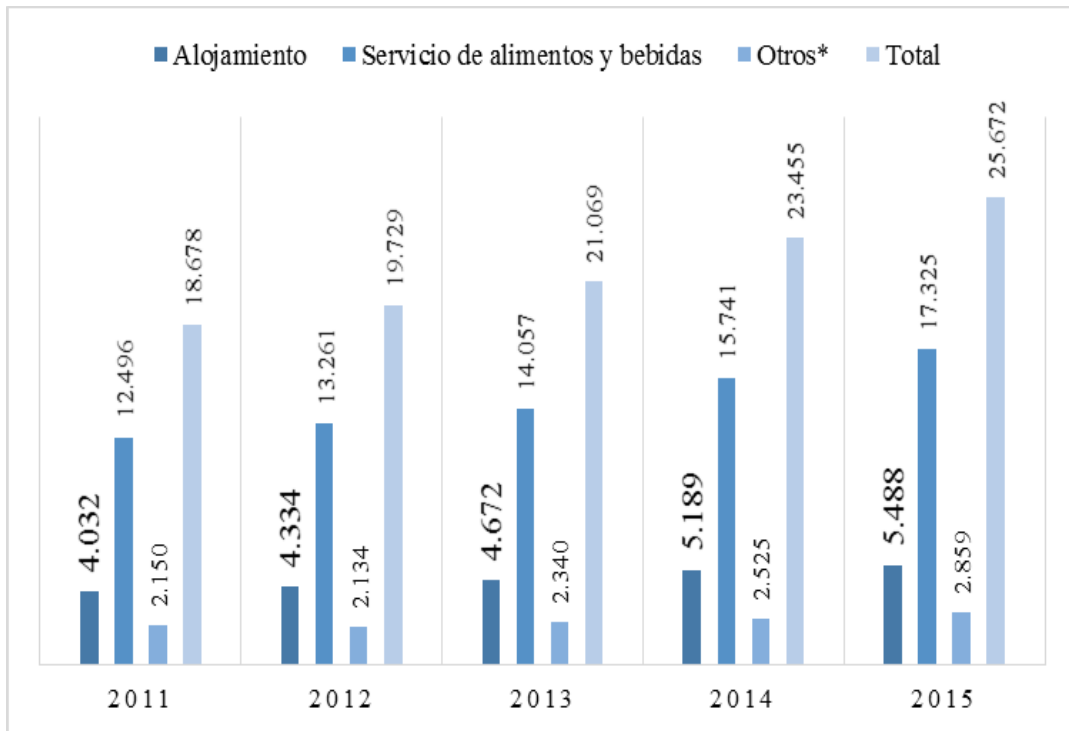


Figura 3. Número de establecimiento registrados por el MINTUR del 2011-2015
Fuente: CFN. (2017). Ficha sectorial: Sector de Turismo, CFN.

Como el presente proyecto, es un establecimiento dedicado al alojamiento se puede denotar que a nivel nacional, la tendencia de este tipo de negocios es alta entre el 2011 al 2015 en un 36%, lo cual es algo positivo debido a que la actividad turística en el Ecuador es uno de los más representativos. También otros aspectos como los servicios de alimentos y bebidas están al alza en un 38% entre el año 2011 al 2015, mientras que en rubro de otros el crecimiento ha aumentado en 33% durante los años de este estudio.

En la categoría de alojamiento y servicios de alimentos y bebidas a continuación se presenta la capacidad que tiene este tipo de establecimiento por provincia:

Tabla 3
Número de establecimientos de alojamientos y alimentos y bebidas

PROVINCIA	ALOJAMIENTO			ALIMENTOS Y BEBIDAS		
	Establecimientos	Hab.	Plazas	Establecimientos	Mesas	Sillas
Azuay	283	4.315	6.453	1.496	7.116	27.735
Bolívar	53	843	1.842	110	945	3.780
Cañar	61	1.076	1.706	242	2.260	940
Carchi	53	919	1.965	52	854	3.416
Cotopaxi	148	2.123	4.447	258	3.044	12.125
Chimborazo	163	2.668	6.020	478	4.789	19.156
El Oro	151	3.745	6.991	541	5.609	22.145
Esmeraldas	394	7.194	22.259	215	2.504	9.884
Guayas	431	14.503	31.805	5.091	48.755	184.706
Imbabura	214	3.624	7.836	423	6.326	25.253
Loja	204	3.798	6.991	459	5.352	21.279
Los Ríos	122	2.274	4.750	250	3.244	12.976
Manabí	649	10.656	28.027	995	10.967	43.867
Morona Santiago	82	1.500	2.955	125	1.407	5.628
Napo	178	2.646	6.688	111	1.096	4.384
Pastaza	84	1.303	3.013	200	2.055	8.220
Pichincha	850	15.453	32.928	4.197	54.813	219.123
Tungurahua	357	5.806	12.849	1.067	10.386	41.379
Zamora Chinchipe	53	764	1.482	66	693	2.772
Galápagos	202	2.204	4.864	132	1.362	5.460
Sucumbíos	153	3.011	5.549	83	1.039	4.156
Orellana	114	2.428	4.805	75	864	3.456
Sto. Domingo de los Tsáchilas	136	2.752	4.859	169	2.069	8.276
Santa Elena	353	5.875	17.702	490	4.474	16.352
TOTAL	5.488	101.480	228.786	17.325	182.023	706.468

Fuente: CFN. (2017). Ficha sectorial: Sector de Turismo, CFN.

Como se puede denotar, la provincia con mayor número de establecimiento en lo que se refiere en alojamiento tiene la provincia de Pichincha, mientras que el Guayas tiene el mayor número de establecimientos dedicados a alimentos y bebidas. Además, Zamora Chinchipe tiene el menor número de establecimientos de alojamiento, por tanto Carchi de alimentos y bebidas. Con respecto a Cotopaxi, donde está ubicada la parroquia Zumbahua, un total posee 148 establecimientos de alojamiento, lo que equivale un 3% del total de alojamiento con respecto a nivel nacional, por consiguiente lo que respecta a nivel de alimentos y bebidas Cotopaxi posee un total del 1%. Lo cual denota una clara necesidad de establecimientos para satisfacer a turistas nacionales e internacionales.

Ahora si se clasifica en establecimientos, según su categoría (primera, segunda y de lujo), ha continuación se presenta las siguientes estadísticas:

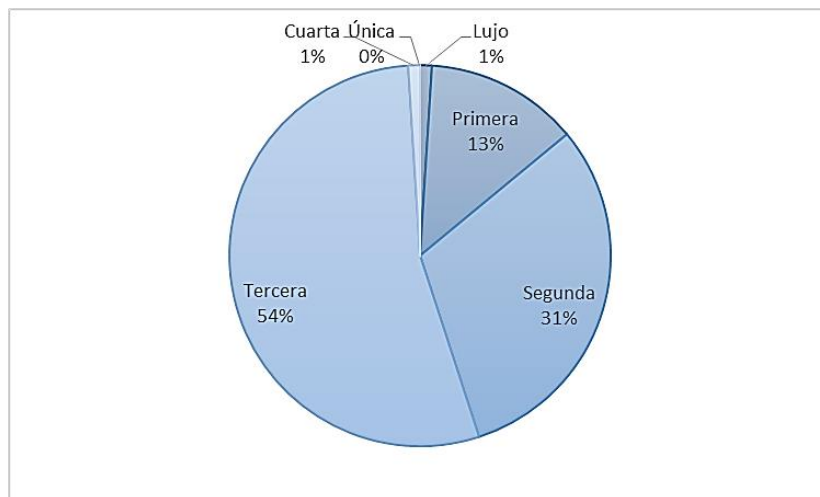


Figura 4. Establecimientos de alojamiento
Fuente: CFN (2017). Ficha sectorial: Sector de Turismo, CFN.

Con respecto al alojamiento, actualmente en el Ecuador existen en su mayoría establecimientos de tercera categoría a nivel nacional y en segundo lugar de segunda categoría, esto se da por la inversión que se necesitaría para tener establecimientos de lujo o primera categoría.

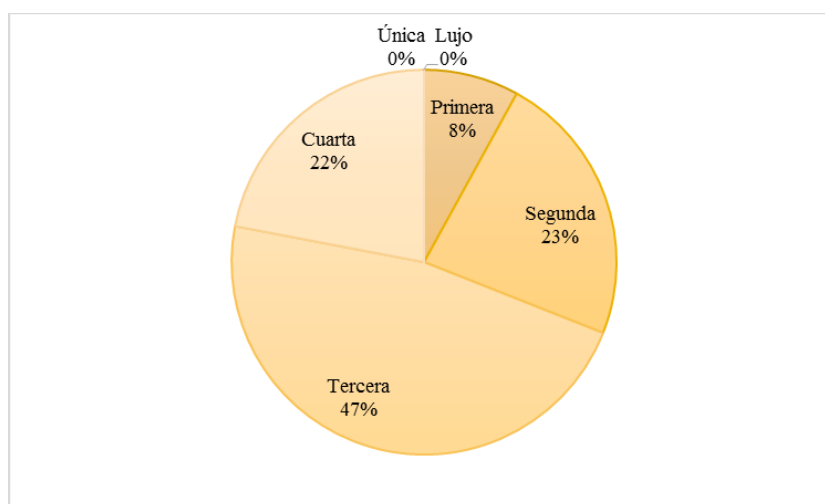


Figura 5. Establecimientos de alimentos y bebidas
Fuente: CFN (2017). Ficha sectorial: Sector de Turismo, CFN.

Mientras que los establecimientos de alimentos y bebidas tienen similar situación que los de alojamiento, esto se da por la inversión representativa para poder establecer establecimientos de primera y de lujo. Por lo cual, es necesario que entidades financieras gubernamentales apoyen con crédito a este tipo de proyectos.

1.1.4.2. Indicadores coyunturales de alojamiento por categoría

A continuación se analiza a las categorías existentes de alojamiento por cada una de las categorías, como se puede ver a continuación:

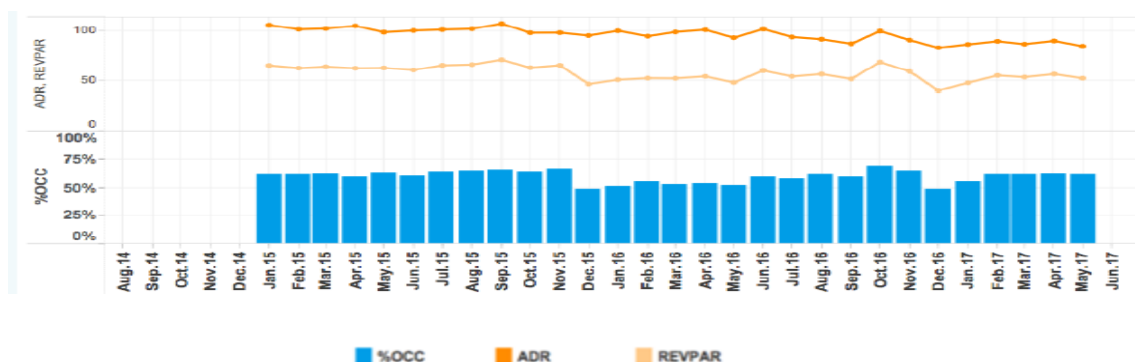


Figura 6. Categoría de lujo

Nota: %OCC = Tasa de ocupación (Occupancy Rate), habitaciones ocupadas entre habitaciones disponibles. ADR = Tarifa media diaria (Average Daily Rate), ingresos por habitación entre habitación vendida. Indica el precio medio (en dólares) de venta de una habitación. REVPAR = Ingresos por habitación disponible (Revenue Per Available Room), ingresos totales por alojamiento entre el número de habitaciones disponibles. Refleja la combinación que se ha obtenido entre ocupación y precio de venta de la habitación (en dólares).

Fuente: CFN (2017). Ficha sectorial: Sector de Turismo, CFN.

Con respecto a la tasa de ocupación de habitaciones disponibles, están entre un rango de ocupación de entre el 50% al 73%, sobre todos en los meses de octubre. Por tanto la tarifa media diaria está en los \$100, de modo que los Ingresos por habitación disponible están entre un 60 al 70 número de personas por mes.

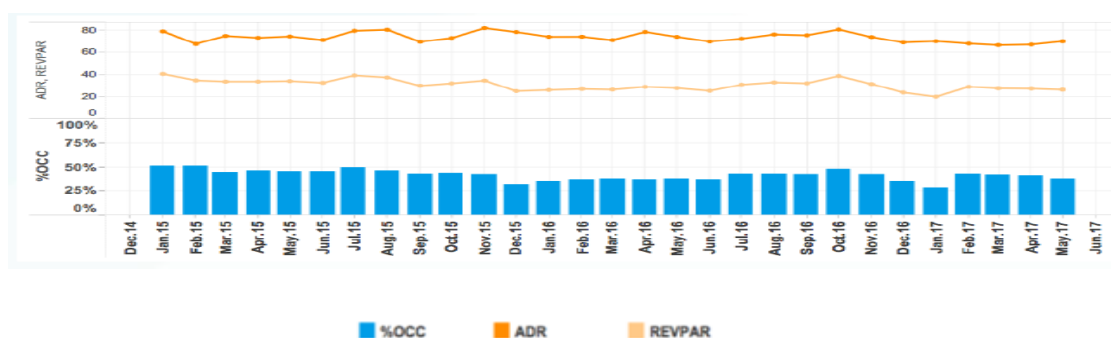


Figura 7. Categoría primera

Nota: %OCC = Tasa de ocupación (Occupancy Rate), habitaciones ocupadas entre habitaciones disponibles. ADR = Tarifa media diaria (Average Daily Rate), ingresos por habitación entre habitación vendida. Indica el precio medio (en dólares) de venta de una habitación. REVPAR = Ingresos por habitación disponible (Revenue Per Available Room), ingresos totales por alojamiento entre el número de habitaciones disponibles. Refleja la combinación que se ha obtenido entre ocupación y precio de venta de la habitación (en dólares).

Fuente: CFN (2017). Ficha sectorial: Sector de Turismo, CFN.

Para la categoría primera la tasa de ocupación de habitaciones disponibles, están entre un rango de ocupación de entre el 49% al 50%, por lo cual se tiene una tendencia estable. Mientras que la tarifa media diaria está en los \$40 a \$20, donde el mes más bajo el de diciembre 2016, por otra parte los ingresos por habitación disponible están entre un 60 al 80, número de personas por mes.

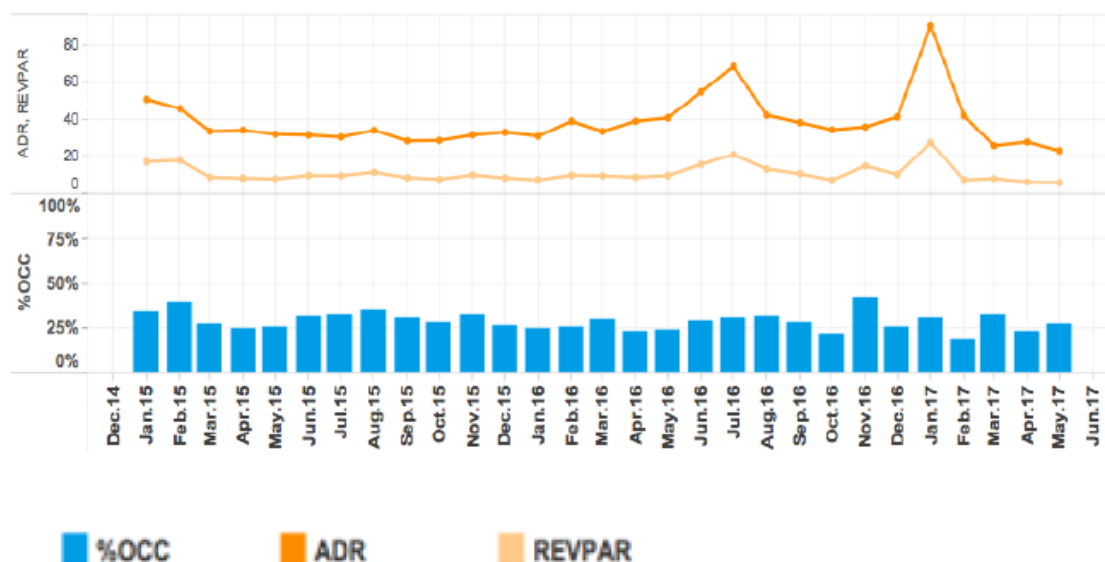


Figura 8. Categoría segunda

Nota: %OCC = Tasa de ocupación (Occupancy Rate), habitaciones ocupadas entre habitaciones disponibles. ADR = Tarifa media diaria (Average Daily Rate), ingresos por habitación entre habitación vendida. Indica el precio medio (en dólares) de venta de una habitación. REVPAR = Ingresos por habitación disponible (Revenue Per Available Room), ingresos totales por alojamiento entre el número de habitaciones disponibles. Refleja la combinación que se ha obtenido entre ocupación y precio de venta de la habitación (en dólares).

Fuente: CFN (2017). Ficha sectorial: Sector de Turismo, CFN.

Para la categoría segunda la tasa de ocupación de habitaciones disponibles, están entre un rango de ocupación de entre el 25% al 35%, por lo cual se tiene una tendencia estable. De modo que la tarifa media diaria está en los \$10 a \$20, donde este es el mes más bajo el de febrero 2017, por consiguiente los ingresos por habitación disponible están entre un 40 al 80, número de personas por mes, en que el mes más alto es el de febrero 2017.

1.2. Parroquia de Zumbahua

1.2.1. Datos generales de la Parroquia Zumbahua

Una vez conocido el Turismo en el Ecuador, es necesario conocer más detalladamente el objeto del presente estudio, la Parroquia Zumbahua, lugar donde se pretende llevar a cabo el presente plan de negocios.

Según Parra (2002) la Parroquia tiene las siguientes características:

- a) “Extensión: 12.738 hectáreas, de las cuales 4.000 hectáreas son de páramo.
- b) Temperatura: Varía entre los 8 y 16°C.
- c) Límites: Al Norte con el Cantón Sigchos y la Parroquia Guangaje; al Sur con la Parroquia Angamarca y parte del Cantón Salcedo y la Provincia de Tungurahua; al Este con Pujilí y Salcedo; y al Oeste con las Parroquias Pilaló y El Tingo” (Parra, 2002).

Con respecto a la población, se estima que un total de 12.643 habitantes distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 4
Población de Zumbahua

Descripción	Número
Total Población Hombres	5.924
Total Población Mujeres	6.719
Total población	12.643

Nota: El porcentaje de hombres equivale un 47% y el de mujeres un 19%.

Fuente: GAD Parroquia Zumbahua. (2015). Plan de desarrollo Territorial. Zumbahua: GAD Parroquia Zumbahua.

Cabe resaltar, que la mayoría de la población se concentra en la cabecera parroquial que, en relación al Cantón Pujilí, representa el 18,31%. Además habitan una mayoría poblacional indígena y en menor porcentaje mestizos y blancos. Al ser una población netamente indígena el idioma predominante es el Quichua, sin embargo también hablan el idioma castellano (GAD Parroquia Zumbahua, 2015; Parra, 2002). Como se puede ver en la siguiente Tabla:

Tabla 5
Autoidentificación según su cultura y costumbres en la Parroquia Zumbahua

Auto-identificación según su cultura y costumbres	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
Indígena	5.855	6.648	12.503
Afro ecuatoriano/a Afrodescendiente	6	4	10
Negro/a	1	1	2
Mulato/a	1	-	1
Montubio/a	-	2	2
Mestizo/a	37	37	74
Blanco/a	17	17	34
Otro/a	7	10	17
Total	5.924	6.719	12.643

Nota: El 98% se identifica con la cultura y costumbres indígenas.

Fuente: Parra, L. (2002). Plan de Ordemaniento territorial GAD Zumbahua

Ante estos dos cuadros estadísticos se puede observar que, al ser un pueblo netamente indígena, tiene una serie de conocimientos ancestrales y culturales que pueden ser explotados, convirtiéndose en una forma de economía que pueden beneficiar a las comunidades indígenas asentadas en la localidad, donde la población de etnia Panzaleos está ubicada en esta región. Es por ello, que existe una gran potencialidad debido a que existe población joven que puede obtener fuentes de ingresos a través de actividades comunitarias y el reconocimiento nacional e internacional que tiene la población con respeto a su cultura, tradiciones y lugares turísticos, adicionalmente, propendería a la no migración a las grandes ciudades.

1.2.2. Economía de la Parroquia Zumbahua

“El componente económico productivo se basa en la participación de los todos los actores del campo productivo, constituyéndose en un proceso colectivo de construcción de acuerdos entre los actores y agentes del desarrollo a nivel parroquial” (GAD Parroquia Zumbahua, 2015). El cual se compone de la siguiente manera:

- Sector primario: Corresponde a la agricultura, la minería, la ganadería, la pesca, la caza, la silvicultura, la apicultura y la acuicultura.
- Sector secundario: Sector la siderurgia, industrias mecánicas, química, textil, producción de bienes de consumo, el hardware informático, etc.
- Sector terciario: Es el sector de servicios, al cual pertenece el turismo.

Como se puede ver en la Tabla 3, se presenta la distribución de PEA (Población Económicamente Activa) por sectores económicos.

Tabla 6
Distribución de la PEA en Zumbahua

Parroquia	Sectores			Total
	Primario	Secundario	Terciario	
Zumbahua	3.872	620	844	5.336
Porcentaje	72,56%	11,62%	15,82%	100%

Nota: La PEA de la población de la Parroquia Zumbahua está enfocada a actividades primarias.
Fuente: GAD Parroquia Zumbahua. (2015). Plan de desarrollo Territorial. Zumbahua: GAD Parroquia Zumbahua, GAD Parroquia Zumbahua.

Al ser el 98% de la población indígena, las principales actividades de la Parroquia están enfocadas a la agricultura y ganadería donde este es su mayor sustento; sin embargo por esta actividad tienen ingresos bajos, por lo que la agricultura no tiene acceso a créditos, mientras que los otros sectores, su desarrollo es menor debido a que no existen industrias en el sector que permitan su impulso, lo cual estimula la éxodo de sus habitantes.

A continuación se presenta información de los sectores económicos, según GAD Parroquia Zumbahua (2015):

- “Con respecto al sector económico, en Zumbahua: el sector primario ocupa el primer lugar con la agricultura, ganadería y pesca; en segundo lugar está la construcción con 10,48%; y el terciario con el 3,22% el transporte y almacenamiento” (GAD Parroquia Zumbahua, 2015). A continuación se presenta la PEA (Población Económicamente Activa) por actividad:

Tabla 7
Población económicamente activa por actividad

Sector	Rama de actividad	Personas	%	Pea por sector	% de pea por sector
PRIMARIO	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	3.872	72,56	3.872	72,56
SECUNDARIO	Industrias manufactureras	61	1,14	620	11,62
	Construcción	559	10,48		
	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	1	0,02		
	Distribución de agua y alcantarillado y gestión de desechos	1	0,02		
	Comercio al por mayor y menor	157	2,94		
	Transporte y almacenamiento	172	3,22		
	Actividades de alojamiento y servicios de comidas	15	0,28		
TERCIARIOS	Información y comunicación	1	0,02	844	15,82
	Actividades financieras y seguros	2	0,07		
	Actividades profesionales, científicas y técnicas	4	0,07		
	Actividades de servicios administrativos	3	0,06		
	Administración pública y defensa	17	0,32		
	Enseñanza	59	1,11		
	Actividades de atención a la salud humana	48	0,90		
	Arte, entretenimiento y recreación	14	0,26		

Fuente: GAD Parroquia Zumbahua. (2015). Plan de desarrollo Territorial. Zumbahua: GAD Parroquia Zumbahua, GAD Parroquia Zumbahua.

De esto se desprende que, las actividades terciarias en la zona son mucho menores a las primarias. Y las actividades que tienen que ver con el turismo en este caso las de alojamiento y servicio de comidas son apenas una parte de la economía del sector. Por lo cual es necesario que a través de proyectos turísticos se impusiera estas actividades para mejorar la economía del sector.

1.2.3. Turismo en la Parroquia Zumbahua

“El turismo es una actividad que se ha convertido en un ingreso muy importante para las familias de la Parroquia, la que depende en gran medida de la dedicación de los miembros quienes integran diversos tipos de negocios como son hoteles, hosterías, cabañas, entre otros, donde cada comunidad se especializa en diferentes lugares de interés cultural y natural, tales como: indígenas, festivos, mercados indígenas, trabajo artesanal, comidas tradicionales y tradicionales indígenas” (MINTUR, 2013). Sin embargo, la actividad está concentrada y organizada en el Quilotoa, lo que no permite un desarrollo equitativo de la Parroquia hacia otros atractivos turísticos de la zona. Según GAD Parroquia Zumbahua (2015), son:

- “Poca información sobre lugares, servicios, rutas, horarios de medios de transporte, infraestructura existente, seguridad, costos, etc.
- Deficiencia de infraestructura de servicios adecuada y de vías de comunicación.
- Poca inversión estatal para el desarrollo turístico, también se constata una débil inversión interna de las empresas locales, lo que complica el crecimiento sostenido de este sector (GAD Parroquia Zumbahua, 2015).”

Esto se ratifica en la Tabla 4 donde se observa la forma cómo está organizado el turismo en el área, destacándose el turismo comunitario realizado por quienes habitan en las cercanías del Quilotoa.

Tabla 8
Atractivos turísticos en la parroquia

Comunidad/ sector	Atractivo	Forma de organización
Ponce	Laguna Quilotoa (volcán apagado)	Comunitaria
Tigua	Pinturas autóctonas	Individual y asociaciones
Cabecera parroquial	Feria indígena (sábados)	Pública
Anchi (río Toachi)	Aguas termales	Comunitaria

Nota: En la tabla se presenta la forma de organización con respecto a los lugares más visitados en Zumbahua.

Fuente: GAD Parroquia Zumbahua. (2015). Plan de desarrollo Territorial. Zumbahua: GAD Parroquia Zumbahua, GAD Parroquia Zumbahua.

Sin embargo, el desarrollo del turismo tiene aspectos positivos que deben ser aprovechados para mejorar la actividad en la región, según Romo Arellano et.al (2013) se rescatan los siguientes:

- “Existencia de una básica infraestructura hotelera.
- El servicio de transporte público es regular y permanente, hasta los sectores principales.
- Se cuenta con recursos culturales tales como: música, danza, etnografía, gastronomía, etc.
- Existencia de un inventario de recursos turísticos naturales y culturales actualizado.
- La Laguna del Quilotoa como un volcán único en el mundo por sus particularidades.
- Riqueza en potencialidades turísticas naturales, culturales y paisajísticas.
- La existencia de un importante folklore, costumbres y tradiciones de la cultura indígena local” (Romo Arellano et.al, 2013).

En el aspecto turístico de la zona, se denota que, aunque el gobierno nacional, no ha apoyado grandemente al turismo de la región se observa que internamente las comunidades se han organizado para que esta actividad se lleve a cabo con el aprovechamiento de los lugares más visitados por los turistas nacionales y extranjeros. Sin embargo, se debería ejecutar un ordenamiento territorial que permita a las comunidades y organizaciones que se dedique a esta actividad tener en cuenta la infraestructura, lugares potenciales que se podrían aprovechar por medio el turismo.

1.2.4. Atractivos turísticos de Zumbahua

A continuación, se da a conocer los atractivos turísticos que tiene la Parroquia Zumbahua, esta información es de gran utilidad, debido a que permite conocer los lugares tomados como referencia para planificar las rutas y visitas a diversas comunidades, así como también la observación de flora y fauna que existe en la zona. Los principales lugares son:

- Volcán Quilotoa: “Está ubicado a 79 km (47.4 millas) al noroeste de Latacunga, posee una altura aproximada de 3.940 m.s.n.m (13.002 pies). Está ubicado a 79 km (47.4 millas) al noroeste de Latacunga. Se puede acceder por la vía Latacunga - La Mana hasta llegar a la población de Sigchos ubicada a 15km (9 millas) de Zumbahua, desde aquí se pueden tomar varios senderos hacia la reserva” (Salcedo & Sarabia, 2013).
- Reserva ecológica Los Ilinizas: “La reserva se encuentra en las provincias de Pichincha y Cotopaxi, cuenta con una extensión de 149.900 hectáreas. Los ecosistemas de Los Ilinizas albergan especies de flora propias de la serranía como el arrayán, quishuar, el puma maqui y el romerillo. En cuanto a la fauna se refiere, presenta mayoritariamente mamíferos menores como: chucuri, raposas, zorros hediondos, guantas y guatusas que se piensa comparten el hábitat con pumas, tigrillos e incluso el oso de anteojos” (Salcedo & Sarabia, 2013).
- Laguna Quilotoa: “La Laguna del Quilotoa es una de las 15 lagunas de origen volcánico apreciadas como las más hermosas del mundo según TwistedSifter. El Quilotoa es el volcán más occidental de los Andes ecuatorianos, dentro de su cráter se ha formado una caldera con un diámetro de casi 9 km. Este es el producto del colapso del volcán, ocurrido hace unos 800 años. Según estudios, el flujo volcánico logró alcanzar el Océano Pacífico” (Ministerio de Turismo, 2014).
- Andenes de cultivo prehispánico: “Los andenes de cultivo de la región de Zumbahua se encuentran a 3750 m.s.n.m a 44 Km. de Pujilí centro poblado más cercano al atractivo, la mayor parte de ellos visibles a simple vista se despliegan sobre dos tipos de terreno” (Salcedo & Sarabia, 2013).
- Cañón de Zumbahua: “Se encuentra a 12 Km. de la zona de Zumbahua a 3847 m.s.n.m, el cañón de Zumbahua se formó por una cobertura de flujo piroclástico, este depósito, compuesto de varios flujos, varía mucho en su espesor. El valle

antiguo fue rellenado con un espesor de piroclastos que suma más de 180 m en algunos cortes” (Salcedo & Sarabia, 2013).

- Cañón Toachi: “El Cañón de Toachi es producto de flujos piroclásticos cuya fuente fue el volcán Quilotoa. Los materiales que forman la base del cañón son elementos pumiceos, lapillis y bombas volcánicas. La emisión de estos flujos tiene una edad sugerida de 1800 años. Es un gran accidente geográfico a manera de una gigantesca quebrada que atraviesa en parte la reserva y es visible desde un mirador natural en las cercanías de Sigchos. Es un sitio con un bello paisaje en cuyo interior profundo corre el río Toachi, principal eje hidrográfico de la Zona” (Torres, 2010).
- Bosque protector Toachi- Pilatón: “El bosque pertenece a la zona de vida bosque húmedo montano. El sistema hídrico más representativo lo constituyen los ríos Toachi y Pilatón que nacen en los costados de la cordillera occidental. Estos ríos presentan una gran riqueza pesquera. Este ecosistema mantiene recursos forestales, silvestre, faunísticos y escénicos únicos en el país, que le otorga un enorme potencial de nichos ecológicos y de variedad de hábitat, rico en biodiversidad, y que debe ser cuidado. Este bosque húmedo primario es uno de los pocos que quedan sobre nuestras cordilleras” (Torres, 2010).

1.2.5. Patrimonio cultural e intangible turístico de la Parroquia Zumbahua

En la Tabla 9, se presentan los principales elementos que intervienen en el desarrollo turístico de la Parroquia, en lo que respecta al patrimonio cultural tangible e intangible y conocimiento ancestral:

Tabla 9
Patrimonio cultural tangible e intangible y conocimiento ancestral

Factor	Explicación
Identidad	Anteriormente hombres y mujeres tenían una vestimenta tradicional, las mujeres con una bayeta roja o rosado, el anaco era negro y los hombres solían utilizar el poncho rojo, pantalón blanco, ambos con sus respectivas alpargatas. Actualmente tienen una vestimenta muy diferente, los chales tienen otros colores y otras formas y diseños, la falda es más corta y está hecha de diferentes telas, en vez de las alpargatas ya utilizan zapatos de taco, los sombreros tienen otro diseño y también disponen de colores diferentes para el gusto de toda persona.
Platos típicos del área	Papas cocinadas, el yanu “Habas cocinadas con mellocos y papas”, melloco, yaguarlocro, sopa de cebada, sopa de habas, sopa de borrego, quinua, máchica, leche de arroz, avena y cebada de arroz.
Actividades productivas como actividades culturales	La feria de la Parroquia Zumbahua ha constituido el principal atractivo de la zona central, el mercado indígena de los días sábados con su característico mercado de animales, empieza muy temprano y culmina pasado el mediodía, también existen tradiciones únicas en Los Andes como la fiesta del Corpus Christi celebrada en una manera indígena integral sin aculturizaciones mestizas.
Patrimonio Intangible	El patrimonio intangible que posee la Parroquia constituyen las leyendas y cuentos locales, entre los cuales se tiene: Cuento del tío lobo y sobrino conejo, Leyenda del búho lechuza (pukunku), las fiestas de noche buena en la Comuna La Cocha, la historia local del cerro Puñutiyana – Zumbahua, leyenda del Cerro de Señora Rum, historia local del Cerro de Jahua Pata, leyenda del Cerro de Cruz Loma Tiglán, leyenda de Condor Matzi y leyenda de inundación. En lo que tiene que ver con los yacimientos arqueológicos en la Parroquia se tiene principalmente las terrazas de Zumbahua.
Artesanías	En la comunidad de Tigua Rumichaca se encuentran artesanos dedicados a la elaboración de pinturas, artesanías y máscaras elaboradas de pino. Mientras que en la comunidad de Ponce Quilotoa se dedican a la comercialización de pinturas, máscaras, artesanías y vestimenta (sacos, ponchos, bufandas, guantes, chales) elaborados de lana de llamingo y alpaca.
Festividades	Las festividades de la Parroquia de Zumbahua son la fecha de parroquialización, carnaval, semana santa, fiesta de difuntos y fin de año

Nota: Este es un resumen del patrimonio tangible e intangible y conocimiento ancestral.

Fuente: GAD Parroquia Zumbahua. (2015). Plan de desarrollo Territorial. Zumbahua: GAD Parroquia Zumbahua, GAD Parroquia Zumbahua

Como se puede contemplar, Zumbahua posee una vasta cantidad de atractivos turísticos y un patrimonio cultural tangible, intangible y conocimiento ancestral increíble que puede ser explotado en diversos proyectos turísticos y de integración entre las comunidades de la zona y personas interesadas en invertir en esta localidad, por lo que al poseer atractivos únicos a nivel ecuatoriano y mundial se crea un factor diferenciador e importante para la promoción de diversos productos y servicios, lo que incrementaría ingresos a la economía y especialmente fuentes de trabajo en la Parroquia, que, como se dijo anteriormente se evitaría la migración, en especial de la población joven.

1.1.1. Potencial hotelero en la Parroquia Zumbahua

“El Ecuador al tener gran variedad de atractivos naturales y culturales, diversidad en especies de flora y fauna, permite que goce de un gran potencial de afluencia turística nacional como internacional” (Calderón, 2016). Según Navas (2015), “desde hace aproximadamente veinte años, las nacionalidades indígenas del Ecuador han buscado alternativas para adaptarse a las nuevas situaciones socio-culturales para enfrentar la crisis económica, profundizada por el proceso de globalización”. En este sentido, se empiezan a construir desde sus lugares de origen experiencias de autogestión turística, las mismas que han encontrado en el turismo una posibilidad de mejorar sus condiciones de vida y de abrir espacios para encuentros interculturales. Zumbahua por ser un lugar situado políticamente en la provincia Cotopaxi, posee atractivos que se hacen merecedores a ser visitados por turistas, debido a que ofrece recursos naturales y culturales que atraen la atención de muchas personas amantes de la naturaleza y la cultura, pero desafortunadamente el desconocimiento de este potencial ha hecho que se relegue a segundo plano esta actividad.

Es así que, se tiene como evidencia que apenas “el 0,28% de la Población Económicamente Activa o PEA, se dedica a actividades de tipo turístico, además a esto se añade la poca inversión estatal para el desarrollo de este sector terciario, lo que también se constata una débil inversión interna de las empresas locales lo que complica el crecimiento sostenido de este sector” (Tulpa, 2015). Pese a ello, la capacidad hotelera en el sector es alto por las siguientes razones:

- Atracción de turistas que buscan servicios hoteleros, esto beneficia a la promoción de la Parroquia.
- “La política de desarrollo nacional a través del Ministerio de Turismo y Ambiente, que entre sus acciones da capacitaciones sobre turismo en los sectores como el Quilotoa” (Hora, 2012). Donde se existe un nexo de apoyo al turismo con el Municipio de Pujilí en materia de promoción, capacitación, seguridad, infraestructura.

Según Calvopiña (2010), “se determinó que en el año 2010, el número aproximado de turistas que pasan por la Parroquia es de 4.136 entre nacionales y extranjeros

anualmente”. En base al número de plazas disponibles, el proyectado de turistas anuales que podría recibir el Cantón es de 900 visitantes aproximadamente lo que contrastado con los datos del Ministerio del Ambiente denota la capacidad insuficiente en cuanto a la planta hotelera disponible, por lo que el potencial hotelero que tiene la parroquia es alto dada la demanda insatisfecha en este sector. Y esto se refleja en la Tabla 6 donde apenas se tienen 16 establecimientos dedicados a la hotelería.

Tabla 10
Sector hotelero de la Parroquia Zumbahua

No	Nombre comercial	Sector	Tipo
1	Cabañas Quilotoa	Quilotoa	Hostal
2	Chocita	Quilotoa	Hostal
3	Chikirawa	Quilotoa	Hostal
4	Conejito	Quilotoa	Hostal
5	Pachacama	Quilotoa	Hostal
6	Princesa Toa 2	Quilotoa	Hostal
7	Samana Wasi	Quilotoa	Hostal
8	Alpaca	Quilotoa	Hostal
9	Cráter Lake Lodge	Quilotoa	Hostal
10	Kirutwa Urcuwasi	Quilotoa	Posada
11	Condormatzy	Zumbahua	Hostal
12	Richard	Zumbahua	Hostal
13	Oro verde	Zumbahua	Hotel
14	Quilotoa	Zumbahua	Hotel
15	Zumbahua	Zumbahua	Pensión
16	Shalala	Zumbahua	Cabaña

Fuente: Calvopiña, S. (2010). Diagnóstico situacional de los atractivos turísticos naturales y culturales del Cantón Pujilí, UTE.

Al existir una demanda insatisfecha de infraestructura turística se puede desarrollar de mejor manera el turismo comunitario del sector, sin embargo se debe tener en cuenta factores externos que puede afectar el desarrollo de estas iniciativas como son:

- Difícil acceso a algunos lugares en épocas de invierno.
- Pérdida de la identidad cultural, costumbres y tradiciones.
- Fenómenos naturales como: actividad sísmica, erupción Volcán Quilotoa.

1.3. Plan de negocios

En este punto, se da a conocer la teoría sobre las particularidades de lo que implica la realización de un plan de negocios. En primer lugar es necesario definir qué es un plan o proyecto de negocios. “Es un esfuerzo temporal que se emprende con el objetivo de

crear un producto o servicio único. Una iniciativa de este tipo requiere de una planificación, orientada al largo plazo, donde se diseñe el modo en que se utilizarán los recursos de la organización para alcanzar las metas planteadas. En este sentido, puede determinarse que todo proyecto tiene un principio y un final, recursos definidos y unos objetivos” (OBS, 2017). Es decir, que un plan de negocios se caracteriza en la elaboración de un producto o servicio para su posterior lanzamiento en un determinado horizonte de tiempo, por lo cual se establecen objetivos, un tiempo establecido, costo, recursos y calidad durante su elaboración.

Según Romero (2014), existen 4 etapas para la realización de un plan de negocios:

- **Idea:** Identificar problemas que puedan resolverse y oportunidades de negocio que puedan aprovecharse.
- **Preinversión:** Se prepara y evalúa el proyecto. Se realizan los distintos estudios de viabilidad (comercial, técnica, legal, de gestión, de impacto ambiental y financiera) con distinto nivel de profundidad (perfil, prefactibilidad, factibilidad).
- **Inversión:** Se diseña y se materializa físicamente la inversión requerida por el proyecto de acuerdo a lo especificado en la etapa anterior.
- **Operación:** Se pone en marcha el proyecto y se concretan los beneficios netos que fueron estimados previamente.

Por lo anteriormente expresado, un buen plan de negocios se fundamenta en una idea la cual va desarrollándose a través de estudios especializados que completan el desarrollo, para de esta manera determinar la inversión y su futura puesta en marcha, a fin de determinar algunos factores como son el tamaño de mercado, la parte técnica (es decir la operatividad de negocio), lo que se espera tanto como ingresos, gastos y costos del proyecto para la verificación de su viabilidad. La viabilidad consiste “en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos, además resulta útil para evaluar la posible ampliación” (Vega, 2006). La viabilidad de un plan o proyecto de negocios trata de verificar si el proyecto es aceptable o no para su inversión, fundamentándose en la recopilación de información de diversos estudios. Los cuales se los aprecia a continuación:

- Estudio de Mercados: “Tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas, u otras entidades que, dadas ciertas condiciones, comprarán una cantidad tal del producto o servicio, que justifica su puesta en marcha” (Romero, 2014).
- Estudio Técnico: “Es aquel mediante el cual se define los métodos, técnicas, y tecnología, empleado para lograr la producción de los bienes o servicios que se van a comercializar” (Romero, 2014).
- Estudio Ambiental: “El estudio de impacto ambiental es el instrumento básico para la toma de decisiones sobre los proyectos, obras o actividades que requieren licencia ambiental y se exigirá en todos los casos en que se requiera licencia ambiental de acuerdo con la ley y este reglamento. Este estudio deberá corresponder en su contenido y profundidad a las características y entorno del proyecto, obra o actividad” (www.anla.gov.co, 2011).
- Estudio Legal Administrativo: “Tiene como finalidad establecer los lineamientos entorno al marco legal y la determinación de la estructura administrativa (Romero, 2014)”.
- Estudio Financiero: “Es aquel que ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron los diferentes estudios anteriores, a través de la elaboración de cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto” (Romero, 2014).

Al tener estudios previamente establecidos se tiene una herramienta fundamental para la realización del emprendimiento con los siguientes beneficios:

- Ser una herramienta fundamental para la toma de decisiones en lo que respecta a encaminar de mejor manera un emprendimiento.
- Conocimiento del negocio: gracias a los estudios se puede entender tanto interna como externa, al sector como al negocio que se quiere realizar.
- Ayuda en el establecimiento de un adecuado sistema de inversiones que contribuya a fundamentar el desarrollo de la futura organización.

Es decir, que el modelo de negocios que a continuación se va a seguir va a servir de guía para la verificación de la factibilidad en los diversos ámbitos del funcionamiento empresarial, desde el punto de vista de marketing y ventas, productivo, organizacional, ambiental y legal. Lo cual permite dar a conocer un marco de referencia completo

donde se desarrolla a profundidad la idea de negocio. Por lo cual la aplicación de este modelo, se va dar con la ayuda de los inversionistas interesados en el proyecto y a su vez por medio de alianzas estratégicas con las comunidades del sector, para poder abaratar los costos en los tours planificados para el conocimiento de la Parroquia Zumbahua, lo cual da como resultado una cooperación económica que ayudará a beneficiar la economía de la zona.

1.4. Marco conceptual

- **Proyecto:** “Conjunto de actividades concretas que se realizan con el fin de satisfacer necesidades y resolver problemas específicos” (Rodríguez, 2012).
- **Producto Turístico:** “Está formado por los mismos bienes y servicios que integran la oferta turística, a lo que debe sumar las motivaciones que determinan o ayudan a tomar la decisión y realizar el viaje y la imagen que tiene ese producto (Ochoa Llamas, Conde, & Maldonado, 2012)”.
- **El Sistema Turístico:** “La naturaleza de la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática es decir un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente” (Rodríguez, 2012).
- **Información Turística:** “Es aquella que pretende la transmisión eficaz y comprensible desde una empresa u organismo hacia otras empresas intermedias o potenciales consumidoras a petición suya o por iniciativa propia para dar a conocer las características y condiciones de un destino turístico o de un producto, a través de la repuesta de cualquier duda o cuestión referido a los mismos que puede ser realizada por parte de oficinas de turismo, organismos oficiales principalmente embajadas y consulados por cualquier persona turista o personas generalmente residente en un determinado lugar” (Cantos Martín, 2015).
- **Actividad Turística:** “Se puede definir como el resultado de los actos particulares de consumo realizados por personas fuera del lugar de su domicilio habitual que, por diferentes motivos, visitan temporalmente sitios que ofrecen bienes y servicios turísticos” (Gisper, 1999, pág. 48).
- **Agencias De Viajes Mayoristas:** “Son las que proyectan, elaboran, organizan y venden en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a

través de los otros dos tipos de agencias de viajes, debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organizan y venden en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países” (CAPTUR, 2005).

- **Agencias De Viajes Internacionales:** “Son las que comercializan el producto de las agencias mayoristas, vendiéndolo directamente al usuario; o bien proyectan, elaboran, organizan o venden toda clase de servicios o paquetes turísticos, directamente al usuario o comercializan, tanto local como internacionalmente, el producto de las agencias operadoras. Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se desarrollen en el exterior a otras agencias de viajes dentro del territorio nacional” (CAPTUR, 2005).
- **Agencias De Viajes Operadoras:** “Son las que elaboran, organizan, y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país” (Gisper, 1999).
- **Bienes Turísticos:** “Atractivos Turísticos, o recursos Turísticos. Es la materia prima del turismo. Se clasifican en: Naturales (ríos, playas, etc.) y Creados:(Iglesias, museos, etc.)” (Guido, 2011).
- **Circuito Turístico:** “Recorrido circular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su recorrido” (Gisper, 1999).
- **Clúster Turístico:** “Un espacio geográfico determinado por unas ventajas comparativas concretas, lo bastante homogéneas, territorialmente enmarcadas en una relativa unidad y con unas condiciones de conectividad promisorias, donde se dan los atractivos naturales o culturales necesarios para perfilar un buen producto turístico o una familia de productos turísticos” (Guido, 2011).
- **Consumo Turístico:** “Todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino” (CAPTUR, 2005).
- **Empresa Turística:** “Por extensión, unidad de organización dedicada a la prestación de servicios turísticos, entre otras, Aerolíneas, Hoteles, Agencias de Viaje, Restaurantes, Arrendadoras de Vehículos etc” (CAPTUR, 2005).

- **Turismo Sostenible:** “El turismo sostenible es aquel que satisface la demanda de turistas y regiones anfitrionas en el presente mientras se protegen y se optimizan oportunidades para el futuro” (Blasco, 2005).
- **Turismo Comunitario:** “El turismo comunitario se considera como estrategia de desarrollo y objeto de investigación científica. El creciente número de artículos recogidos en las revistas más prestigiosas dedicadas monográficamente a la investigación turística” (Blasco, 2005).
- **Mercadeo Turístico:** “Conjunto de técnicas y acciones relativas a la transferencia y venta de servicios turísticos del productor al consumidor del producto turístico” (Alcandía Mayor de Bogotá, 2015).
- **Plan:** “En planificación, se puede definir como el conjunto de disposiciones adoptadas con miras a la ejecución de un proyecto” (Guido, 2011).
- **Plan Turístico:** “Desde la perspectiva del paquete turístico, se puede definir como las alternativas u opciones que se encuentran dentro del mismo” (Gisper, 1999).
- **Planificación Turística:** “Conjunto de acciones dirigidas a encauzar o modificar el proceso de desarrollo de un país, región o localidad, hacia unos fines determinados en consideración con la política turística nacional o regional en armonía con los planes nacionales, regionales o locales de desarrollo económico y social” (Gisper, 1999).
- **Política Turística:** “Acción del estado integrada por una serie de normas orgánicas, esfuerzos, tendencias y disposiciones destinada a indicar, regular fomentar y proteger la actividad turística en conjunción con el sector privado” (Gisper, 1999).
- **Zonas Turísticas:** “Son las extensiones de territorio que por contener un potencial de recursos turísticos deben someterse a especiales medidas de protección y a un planeamiento integrado que ordene su desarrollo” (CAPTUR, 2005).
- **Análisis PESTEL:** “El análisis PESTEL es un instrumento de planificación estratégica para definir el contexto de la industria. Analiza factores externos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y jurídicos que pueden influir en la organización a constituirse” (ONU, 2012).

- **Cinco fuerzas de PORTER:** “El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión desarrollada por el profesor e investigador Michael Porter, que permite analizar una industria o sector, a través de la identificación y análisis de cinco fuerzas en ella” (Páez, 2013)

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Descripción de la investigación

Para el presente trabajo investigativo se tomó en cuenta un enfoque metodológico mixto, “que analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o en una serie de investigaciones, para responder a un planteamiento del problema” (UNAD, 2016), porque durante la realización del estudio se pretende obtener dos tipos de información, la primera de tipo cuantitativo a través de encuestas enfocadas a turistas nacionales y extranjeros del sector de Zumbahua y, segundo de tipo cualitativa, por lo que a través de entrevistas al experto del sector de estudio se quiere fundamentar el proceso de investigación. Para ello, que se presentan las etapas de investigación:

Tabla 11
Descripción de la investigación

Etapa	Descripción de etapa	Sub-etapas
Planificación	Sirve para la construcción del marco teórico, además permite conocer al sector turístico tanto en el Ecuador, como en Zumbahua.	<ul style="list-style-type: none">• Revisión de literatura relacionada.• Construcción del marco teórico
Diseño y elaboración de encuesta	Ejecución de un instrumento de investigación adecuado para conocer información primaria sobre el Turismo en Zumbahua.	<ul style="list-style-type: none">• Validación del cuestionario
Diseño y elaboración de entrevista	Elaboración de una entrevista a expertos del sector Turístico de Zumbahua.	
Presentación de resultados	Son los datos más sobresalientes que se pueden obtener del estudio y que servirán de base para la realización del plan de negocios.	

Nota: Son las etapas que se establecieron para el desarrollo del presente estudio y que servirán para la construcción de las diversas etapas del plan de negocios.

Elaborado por: Nelly Guanotuña

2.2. Alcance y diseño de la investigación

Una vez descrita la información, es importante conocer el alcance que tuvo este estudio, el alcance es tipo descriptivo-transversal, “muestra con precisión ángulos o dimensiones de un fenómeno, suceso, comunidad, contexto o situación. Para lo que se debió definir qué se medirá: conceptos, variables, componentes, entre otras” (Hernández et.al, 2014) y es de tipo transversal debido a que se lo realiza en un período determinado de tiempo.

“El diseño de la investigación refiere a estrategias concebidas para obtener la información que se desea conocer del objeto de estudio” (Hernández et.al, 2014). Por lo cual, el diseño de la investigación para el presente trabajo es no experimental, porque se toma en consideración que es aquel que se utiliza cuando el investigador no influye en las variables de investigación y solamente observa la situación del objeto de estudio, es decir, de la Parroquia Zumbahua.

2.3. Instrumentos de investigación

2.3.1. Encuesta

“La encuesta, es un método de recopilación de información primaria de tipo cuantitativa” (Mas, 2010) , es por ello, que la misma será enfocada a los turistas que visitan la parroquia para conocer de primera mano información sobre sus requerimientos y necesidades en lo que concierne al servicio turístico, lo cual sirve de ayuda en la fundamentación de estrategias adecuadas para la resolución del plan de negocios. En el Anexo 1, se encuentra el modelo de encuesta, cabe resaltar que está enfocada, tanto para turistas nacionales y extranjeros que visitan Zumbahua.

Para la realización de las encuestas y su posterior tabulación fue necesario realizar los siguientes pasos:

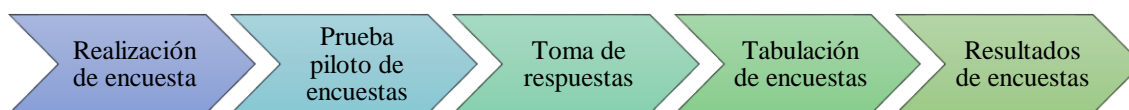


Figura 9. Pasos para la realización de las encuestas
Elaborado por: Nelly Guanotuña

En donde previamente se realizó un modelo de encuesta, posteriormente sus contenidos fueron evaluados, tanto por un académico, como por 10 personas, con el objeto de examinar el texto, a continuación se midió el grado de comprensión. Posteriormente se realizó una toma de respuestas a la muestra determinada, para continuar con la tabulación y determinación de resultados. Cabe resaltar, que los resultados obtenidos forman parte del análisis del cliente, en el punto 3.3.1. del presente estudio.

2.3.1.1. Población y muestra

“En estadística, el término “población” se refiere al conjunto de elementos que se quiere investigar, estos elementos pueden ser objetos, acontecimientos, situaciones o grupo de personas” (INEEN, 2017), mientras que la muestra es una representación significativa de las características de una población, que bajo, la asunción de un error (generalmente no superior al 5%). Para la aplicación de instrumentos cuantitativos, como la encuesta se tomó en cuenta como población la cantidad de 26.299 turistas (hombres y mujeres) que visitan Zumbahua, cabe resaltar que este dato está tomado de estudios turísticos en la zona realizados por Salcedo & Sarabia (2013), se obtuvo una muestra de 379 personas, para obtener información que aporte al tema de estudio. A continuación se presenta el cálculo de la muestra:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

Z = Valor expresado en desviaciones típicas y que está en función de un nivel de Confianza dado.

P = Probabilidad de ocurrencia (éxito)

Q = Probabilidad de no ocurrencia (fracaso)

e = Error de estimación

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5 \cdot 26.299}{0,05^2(26.299 - 1) + 1,96^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}$$

$$n = 25257,5596 / 66,7054$$

$$n = 378,64$$

$$n = 379$$

2.3.2. Entrevista

La entrevista es un instrumento de investigación de tipo cualitativo que es provocado por el entrevistador, realizado a sujetos seleccionados a partir de un plan de investigación, es importante para dicho fin hacerlo al menos a dos expertos del sector para obtener información primaria que sustente a la encuesta realizada a turistas que visiten a la parroquia Zumbahua. En el Anexo2, se muestra el modelo de entrevista realizado para el presente estudio, mientras que las conclusiones de esta herramienta estarán presentes en el punto 3.3.2. del presente estudio.

CAPÍTULO III

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA PARROQUIA DE ZUMBAHUA, CANTÓN PUJILÍ, PROVINCIA DE COTOPAXI

3.1. Proceso de marketing

3.1.1. Análisis PESTEL

3.1.1.1. Análisis Político y Legal

Con respecto al análisis político, el gobierno nacional apoya firmemente a la actividad turística en el Ecuador, por esta razón, en la legislación política como en la tributaria expresa apoyo a este sector, sin embargo, esto no es suficiente porque los emprendedores desconocen este tipo de beneficios que les podría ayudar y dinamizar esta industria, por lo cual, es necesario que, por parte del gobierno, se brinde capacitación para dar a conocer todos los beneficios para fomentar el turismo tanto nacional como internacional. Para el sector turístico, tiene una gran potencialidad ya que ha sido uno de los sectores con mayor crecimiento a nivel nacional.

Además, el turismo en el Ecuador, tiene una legislación basada en Plan Toda una Vida, el cual se fundamenta aspectos turísticos que antes no eran tomados en cuenta como son el turismo comunitario, inversión, trabajo digno, igualdad de condiciones y protección de las diversas nacionalidades.

3.1.1.2. Análisis Económico

El sector turístico sufrió una baja muy importante, inclusive en el año 2016. Por lo que en ese año sucedieron fenómenos naturales que afectaron a esta actividad como son los terremotos que azotaron al país y que afectaron grandemente, en especial, a Esmeraldas y Manabí. En pocas palabras, la crisis actual y el terremoto han mermado la actividad turística en el Ecuador. A continuación se presentan cifras que demuestra tal aseveración:

- Respecto a la cantidad de extranjeros que han ingresado en el 2016, “la Dirección de Migración registra un total de 1.352.405 turistas y salieron 1.323.235” (METROECUADOR, 2017).
- “En lo que va de 2016, la venta de los boletos para vuelos internacionales bajó un 22%, donde se genera una pérdida de 35.7 millones de dólares. Los boletos nacionales bajaron también un 34% de las ventas en el primer semestre de este

año, comparado al mismo período en 2015, lo que significa una reducción de 14,2 millones de dólares” (La Hora, 2016).

Como se puede ver en los anteriores puntos, el sector turístico en el 2016 sufrió una disminución, sin visitantes existirá menos ocupantes de servicios de hotelería, restaurantes, entretenimiento y otros que forman parte de esta actividad. En consecuencia a ello, el Gobierno Nacional, lanzó una campaña para incentivar al turismo de las zonas afectadas para su recuperación, por esta razón los primeros meses del 2017, se registraron cifras positivas. Es por ello, que poco a poco la actividad turística en el Ecuador está en recuperación para ser uno de los ingresos más representativos del PIB ecuatoriano, sin embargo se debe tener mesura del comportamiento económico en este último período.

3.1.1.3. Análisis social y cultural

Con respecto al análisis social, se encontró los siguientes problemas en la población de la parroquia Zumbahua:

- Pérdida progresiva de la identidad: Actualmente la influencia del internet y la globalización ha ayudado a que se merme la identidad cultural propia de la zona, por lo que los jóvenes pierden el interés en su cultura.
- Migración por parte la población joven del sector: Existe un abandono de la actividad agrícola en el sector, por efecto de la sequía.

Esto acrecienta en la parte turística al no tener población que esté dispuesta a trabajar en la parroquia, no se podrá desarrollar, se resaltan los siguientes problemas en lo que respecta al turismo y la sociedad de la parroquia Zumbahua:

- Débil participación de turismo comunitario.
- Falta de iniciativas turísticas por parte de la parroquia.
- El servicio de alojamiento y alimentación es deficiente.

Con respecto al análisis cultural, Zumbahua posee un gran patrimonio intangible el cual está mencionado en el punto 1.2.4. Patrimonio cultural e intangible, en el cual se tiene una serie de actividades productivas y culturales como la feria de artesanías, los cuentos, leyendas y tradiciones que hacen a este lugar único en el Ecuador y en el mundo, es por ello, que el presente plan de negocios tratará de impulsar fuentes de

empleo para aportar a la disminución de fenómenos migratorios en la parroquia, a través del turismo, no solamente en la Laguna del Quilotoa sino en otros lugares de gran potencial paisajístico de la parroquia.

3.1.1.4. Análisis tecnológico y ecológico

El turismo comunitario es aquel realizado por las comunidades que viven en Zumbahua, que lo hacen de manera artesanal, para que el visitante conozca de primera mano su cultura y tradiciones. Además, según Romo Arellano et.al (2013) la tecnología que aporta a los servicios turísticos de la zona radica en:

- Existencia de una básica infraestructura hotelera.
- El servicio de transporte público es regular y permanente, hasta los sectores principales.

Existe desarrollo de la infraestructura básica en la zona, que debe mejorar para recibir a un mayor número de turistas, para que, no solamente se concentren en una zona en particular como es el Quilotoa, sino también se pueda conocer otros lugares turísticos importantes.

Con respecto al aspecto ecológico, la actividad turística que se pretende realizar en la zona tiene un mínimo impacto en el medio ambiente, las actividades recreativas se realizarán sin perjudicar al medio ambiente delicado. Es por ello, “que el turismo comunitario es una alternativa al turismo de masas, con menos impacto ambiental y sociocultural en la comunidad anfitriona” (Neudel, 2015). Hay que recordar que “Zumbahua está constituida por un bloque de páramos de gran importancia por los servicios ambientales que ofrece como la regulación del régimen hídrico y con ello la dotación de agua, es un recurso escénico para el turismo y es el espacio de vida de las comunidades indígenas asentadas” (GAD Parroquia Zumbahua, 2015).

3.2. Análisis de Porter

A continuación se presenta, el modelo de las cinco Fuerzas de Porter que se pueden observar en la Figura 4:

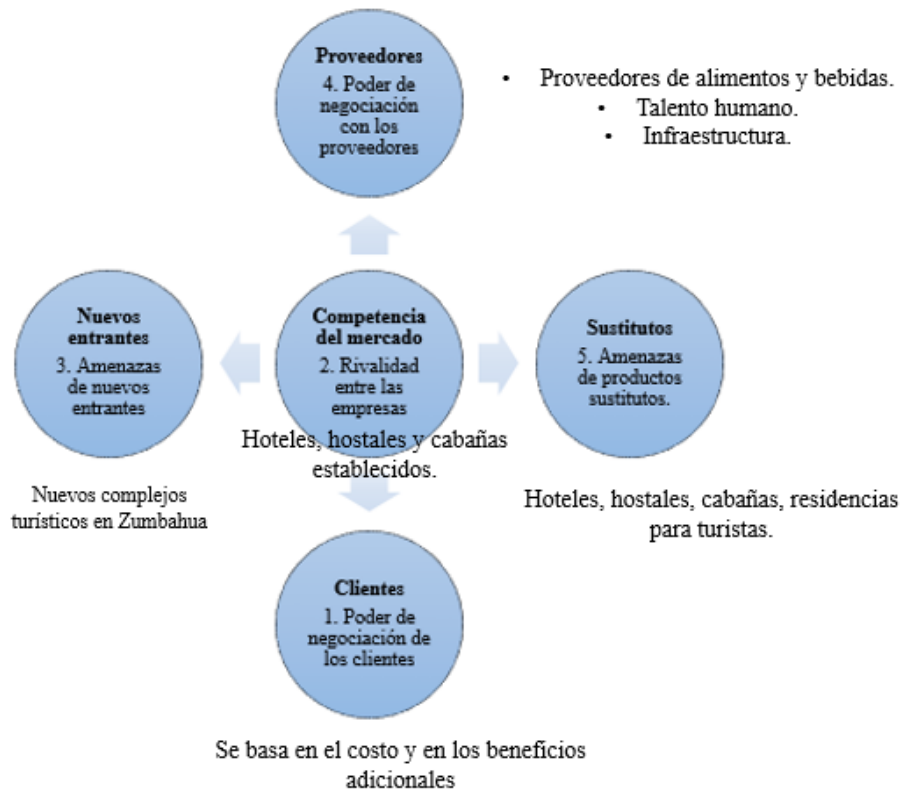


Figura 10. Modelo de las cinco fuerzas de Porter
Fuente: Páez, L. (2013). El modelo de las cinco fuerzas de Porter, www.crecenegocios.com

3.2.1. Poder de negociación de los clientes

“El poder de negociación de los clientes: está asociado al grado en que los clientes o huéspedes tienen poder de negociación y a la medida en que éstos son sensibles al precio” (Loreto, 2012). En este caso es medio, debido a que ya está informado de las diferentes ofertas que tiene la Parroquia en lo que respecta a hospedaje, el poder de elección que tiene el cliente es importante, pues se va a basar en el costo y en los beneficios adicionales para tomar la decisión de quedarse o buscar otra opción.

3.2.2. Rivalidad entre empresas

Con respecto a la rivalidad entre empresas es media, pues está dada en la principal atracción turística del sector, el Quilotoa.

Tabla 12

Sector hotelero de la Parroquia Zumbahua

No	Nombre comercial	Sector	Tipo
1	Cabañas Quilotoa	Quilotoa	Hostal
2	Chocita	Quilotoa	Hostal
3	Chikirawa	Quilotoa	Hostal
4	Conejito	Quilotoa	Hostal
5	Pachacama	Quilotoa	Hostal
6	Princesa Toa 2	Quilotoa	Hostal
7	Samana Wasi	Quilotoa	Hostal
8	Alpaca	Quilotoa	Hostal
9	Cráter Lake Lodge	Quilotoa	Hostal
10	Kirutwa Urcuwasi	Quilotoa	Posada
11	Condormatzy	Zumbahua	Hostal
12	Richard	Zumbahua	Hostal
13	Oro verde	Zumbahua	Hotel
14	Quilotoa	Zumbahua	Hotel
15	Zumbahua	Zumbahua	Pensión
16	Shalala	Zumbahua	Cabaña

Fuente: Calvopiña, S. (2010). Diagnóstico situacional de los atractivos turísticos naturales y culturales del Cantón Pujilí, UTE.

De las 16 áreas de descanso que tiene el sector, 10 están concentradas en el Quilotoa, mientras que 6 están ubicadas en diversas zonas de Zumbahua, el turismo se concentra en un solo punto estratégico, el Quilotoa. Sin embargo no se explota los otros atractivos ni patrimonios intangibles de la región. Además que como se notó en el análisis económico, el sector turístico está al alza por lo cual la competencia posee estrategias de comercialización y ventas para que el turista escoja sus servicios. “Por ejemplo las tarifas promedio para una habitación estándar es de \$27 a \$30 por noche”, según (Tripadvisor, 2017), hace atractivo para los turistas nacionales y extranjeros la estadía. Sin embargo según Bleggli (2006), la zona tiene varias dificultades como son:

- Falta de conocimiento en materia turística, coordinación, planificación y organización.
- Falta de recursos económicos para la implementación de la infraestructura básica.
- Falta de capacitación en atención al cliente.

3.2.3. Amenazas de nuevos entrantes

“La amenaza de nuevos entrantes es baja: el sector necesita un Plan Estratégico de Desarrollo turístico para mejorar la infraestructura e instalaciones, organización, planificación, la coordinación y sobre todo capacitación para llegar a ser un destino turístico a nivel nacional e internacional” (Bleggli, 2006). Hace difícil el interés en invertir en una zona con tales necesidades, existen muchas carencias para tener un sistema turístico de calidad. Para establecer una hostería la inversión es altamente considerable.

3.2.4. Poder de negociación de proveedores

El poder de negociación de los proveedores es alto: si los centros de hospedaje están aliados con agencias turísticas, dependerán de éstas, el destino de los clientes a los diversos centros de hospedaje en la región. Por lo cual es una limitante para el turismo en Zumbahua el encontrar proveedores realmente interesados que ofrezcan buenas condiciones para la promoción en la localidad. Las agencias de turismo son parte importante en la generación de ventas por ser intermediarios entre el cliente y los centros de hospedaje, son un medio para que se dé a conocer Zumbahua.

3.2.5. Amenazas de productos sustitutos

“El valle de Zumbahua conforma una variedad de potencialidades turísticas naturales; además se toma en cuenta como potencial principal la laguna volcánica del Quilotoa, y otros atractivos a sus alrededores como son los páramos, picachos empinados donde se puede practicar cualquier tipo de deportes extremos, bosques tropicales que se encuentran en las declinaciones de la cordillera occidental, los famosos cañones “Zumbahua” que fueron producidos por la última erupción del volcán, la zona es netamente montañosa y alberga muchas terrazas cuadrangulares donde se puede distinguir una riqueza paisajística digna de admirar y típica de la región andina ecuatoriana” (Bleggli, 2006, pág. 17). El área tiene varias opciones de estadía y entretenimiento para la permanencia del sector, desde cabañas con entrenamiento deportivo extremo, hasta hoteles con cómodos precios para la estadía. El turista nacional y extranjero tiene una serie de servicios sustitutos del sector además de hosterías.

3.3. Análisis del cliente

3.3.1. Tabulación y resultados de encuestas

Para la tabulación de las encuestas se adquirieron un total de 379 encuestas; se obtuvieron los siguientes resultados:

Información general:

- **Género**

Objetivo de la pregunta: Conocer el género de cada uno de los encuestados.

Tabla 13

Género

Alternativa	Respuesta
Masculino	188
Femenino	191
Género	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

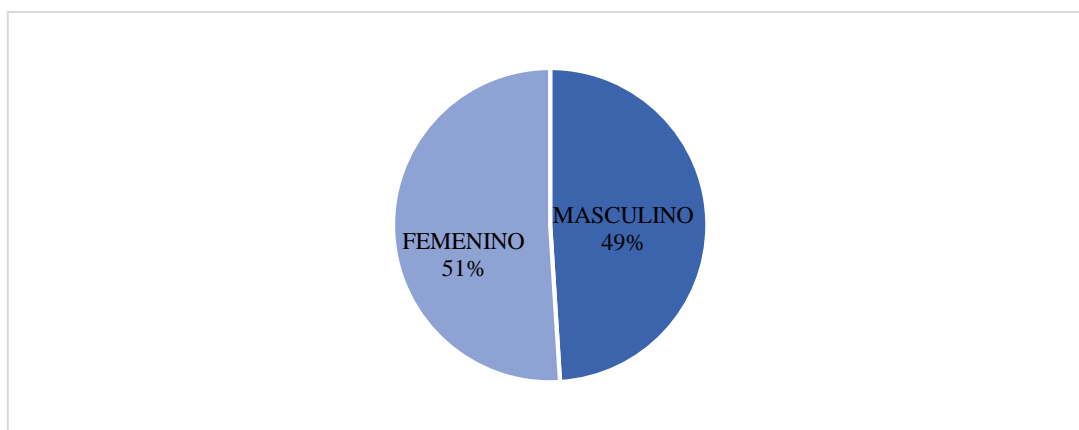


Figura 11. Género de los encuestados

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: se encuestaron a 188 personas pertenecientes al género masculino, y 191 del género femenino, de un total de 379. No existe mayor diferencia, hay equilibrio de visitantes de ambos géneros.

- **Ocupación**

Objetivo de la pregunta: Conocer a qué se dedica cada encuestado, para establecer la actividad del visitante.

Tabla 14
Ocupación

Alternativa	Respuesta
Estudia	81
Trabaja	223
Jubilado	75
Ocupación	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

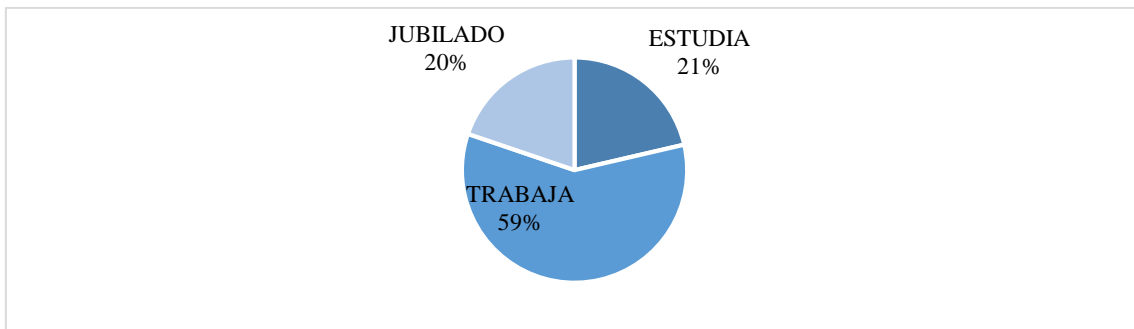


Figura 12. Ocupación de los encuestados
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: La adquisición de servicios de hospedaje y turismo está dada en su mayoría por personas que tienen un trabajo fijo, debido a que tiene mayor poder adquisitivo. En segundo lugar están los estudiantes, si bien sus ingresos vienen de sus ahorros, los jóvenes demuestran un alto interés por conocer la Parroquia. En tercer lugar, y con una mínima diferencia, corresponden a los jubilados, porque, a más de sus ahorros disponibles, tienen el tiempo necesario para optar por vacaciones en un tiempo determinado.

Con respecto a las preguntas de las encuestas se obtuvo la siguiente información:

- 1. ¿Usted es turista?

Objetivo de la pregunta: Conocer la nacionalidad del visitante.

Tabla 15
¿Usted es turista?

Alternativa	Respuesta
Nacional	251
Extranjero	128
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

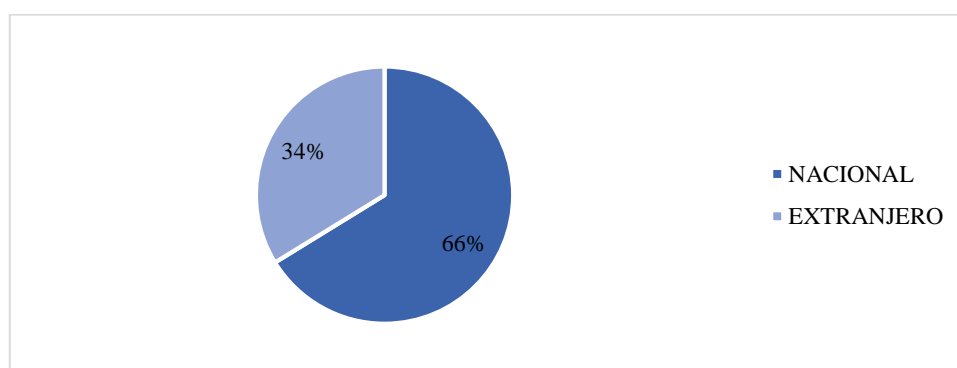


Figura 13. Tipo de turista
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: Esta pregunta permite conocer que Zumbahua, es un destino turístico tanto nacional como internacional, es un lugar que posee enorme potencial para realizar actividades tanto al aire libre, como culturales. Por lo tanto debe explotarse a través de un plan de marketing bien estructurado.

- **2. ¿Conoce usted lugares turísticos de la parroquia de Zumbahua?**

Objetivo de la pregunta: Determinar el conocimiento de los encuestados sobre Zumbahua.

Tabla 16
¿Conoce usted lugares turísticos de la parroquia de Zumbahua?

Alternativa	Respuesta
Si	228
No	151
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

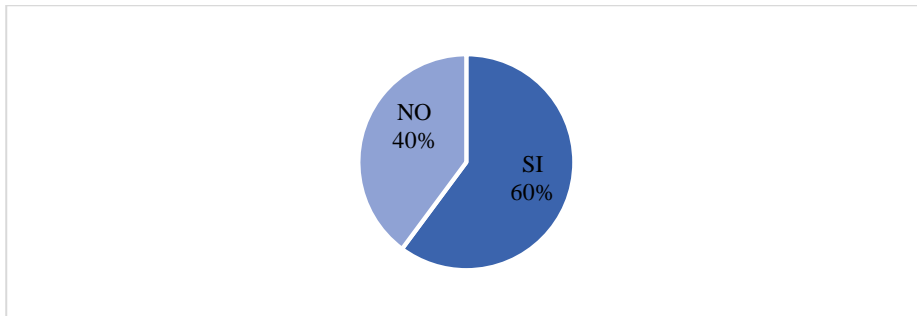


Figura 14. Conocimiento de los lugares turísticos de la parroquia de Zumbahua
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: La importancia de esta pregunta, radica en establecer qué tan conocido y familiar son los lugares de la parroquia Zumbahua. Da a conocer que más de la mitad de turistas han visitado consecutivamente, donde este es un lugar ideal para descanso y diversión. Mientras que en lo opuesto a ello, una parte de los encuestados han concurrido por primera vez, no conocen el lugar. Es la oportunidad para dar a conocer el potencial turístico de la zona.

- **3. ¿Cómo se informó de este lugar turístico?**

Objetivo de la pregunta: Conocer el medio de publicidad mediante el cual se informó de Zumbahua.

Tabla 17
¿Cómo se informó de este lugar turístico?

Alternativa	Respuesta
Radio televisión	48
Prensa escrita	21
Internet	181
Agencia de viajes	48
Amigos o personas que conocen	69
Otros	12
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

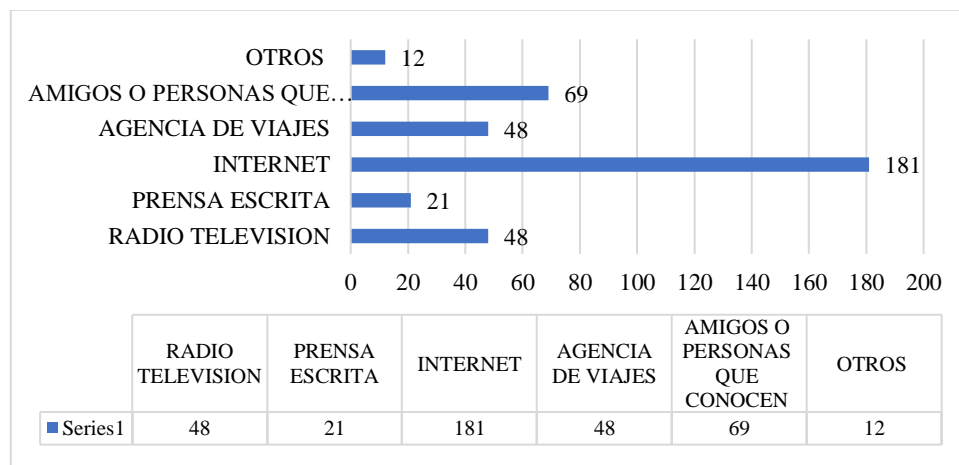


Figura 15. Información sobre el lugar turístico
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: Se revela que la tendencia actual en comunicación turística es el internet, por el alto alcance tanto a nivel nacional como internacional y algo muy interesante es que en segundo lugar se tienen las recomendaciones personales, lo cual quiere decir que si el turista ha tenido una excelente experiencia en Zumbahua, va a recomendar a sus familiares y a otras personas para que visiten el lugar.

- **4. ¿Qué días visita Usted la Parroquia Zumbahua?**

Objetivo de la pregunta: Conocer qué días de la semana frecuentan para realizar turismo en Zumbahua.

Tabla 18
¿Qué días visita Usted la Parroquia Zumbahua?

Alternativa	Respuesta
Lunes-viernes	124
Fin de semana	140
Feriados	115
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

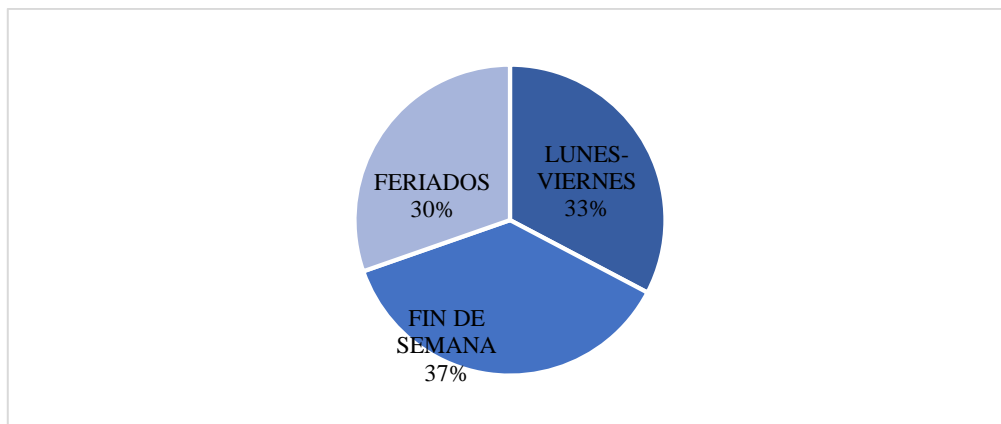


Figura 16. Días de visita a la Parroquia Zumbahua?
 Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: En primer lugar se tiene los fines de semana, porque para los turistas resulta más cómodo visitar los fines de semana, debido a que los días sábados y domingos son tiempos de esparcimiento familiar, por lo cual se tiene un tiempo propicio para hacer turismo en la zona. Seguido de lunes a viernes, esto probablemente porque entre semana se tiene mayores espacios de acogida para turistas y no está atestado de gente como en fines de semana o feriados, para una visita más cómoda. Por último los feriados, que son de 3 a 4 días, posiblemente sea porque se aprovechan los días de asueto para descanso y relajación.

- **5. ¿Cómo calificaría los servicios que existen en la parroquia de Zumbahua?**

Objetivo de la pregunta: Evaluar los servicios brindados en la Zona, enfocándose especialmente en los relacionados por la partes de turismo y alojamiento.

Tabla 19

¿Cómo calificaría los servicios que existen en la parroquia de Zumbahua?

Alternativa	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Total
Alojamiento	15	133	180	51	379
Alimentación	45	155	138	41	379
Vialidad	355	24			379
Señalización	255	81	43		379
Seguridad	159	128	68	24	379
Servicios básicos	123	179	28	49	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

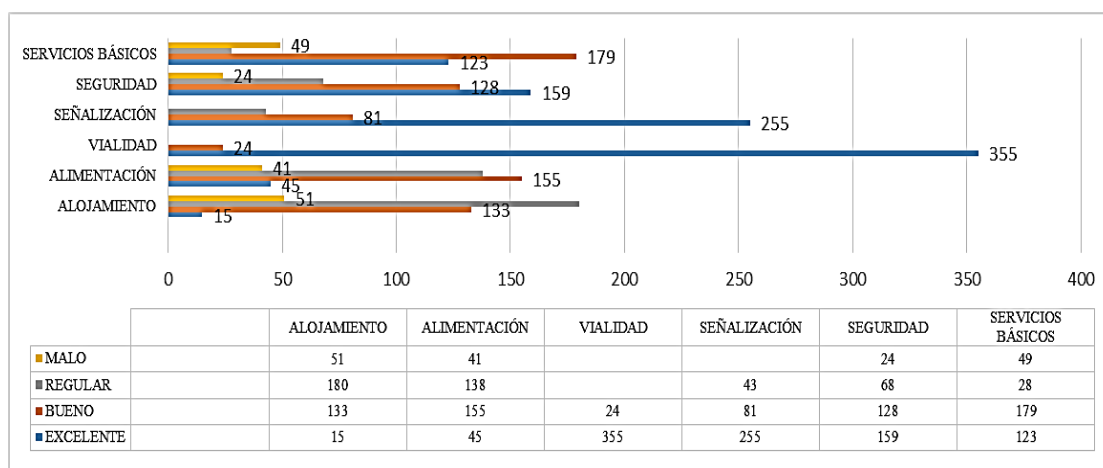


Figura 17. Calificación de los servicios existentes en Zumbahua

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: Algo importante para que la parroquia Zumbahua sea una potencia turística, son los servicios que se ofrece. Su mejoramiento ayudará a que la experiencia del visitante quede grabada en su mente, regrese continuamente, y, tenga más interés de vacacionar en la zona.

Con respecto al alojamiento los encuestados respondieron en su mayoría que es regular y en segundo lugar que es bueno, esto hace notar que los establecimientos que se dedican a este tipo de actividades necesitan mejorar, posiblemente sus instalaciones o adquirir más activos fijos o la calidad con que prestan sus servicios al cliente.

En lo concerniente a la alimentación, en primer lugar de los encuestados dijeron que el servicio es bueno mientras que en segundo lugar se mencionó que era regular, lo cual da a conocer que otro aspecto importante para mejorar la estadía de los clientes es la alimentación.

La vialidad es un aspecto muy positivo, se reafirma que en primer lugar se aprueba por parte de los encuestados, mientras que una minoría opina lo contrario. Se consideran que las vías de acceso están en buen estado lo cual hace muy fácil para el turista entrar y conocer Zumbahua. Otro aspecto muy considerado es la señalización, para más de la mitad de los encuestados opinaron que es excelente, mientras que en segundo lugar es regular y una minoría opinó que es mala. Lo cual denota que la señalización en la zona está bien distribuida, además bien cuidada.

Con respecto a la seguridad, existen opiniones divididas, menos de la mitad piensa que es excelente, mientras que en segundo lugar es bueno, en tercer lugar es regular y una minoría mencionó que es malo. Este aspecto es importante para que el presente emprendimiento tome en cuenta la seguridad de sus futuros huéspedes.

- **6. ¿Se quedaría alojado usted en la parroquia de Zumbahua?**

Objetivo de la pregunta: Conocer la experiencia, en lo que respecta a alojamiento.

Tabla 20

¿Se quedaría alojado usted en la parroquia de Zumbahua?

Alternativa	Respuesta
Si	248
No	131
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

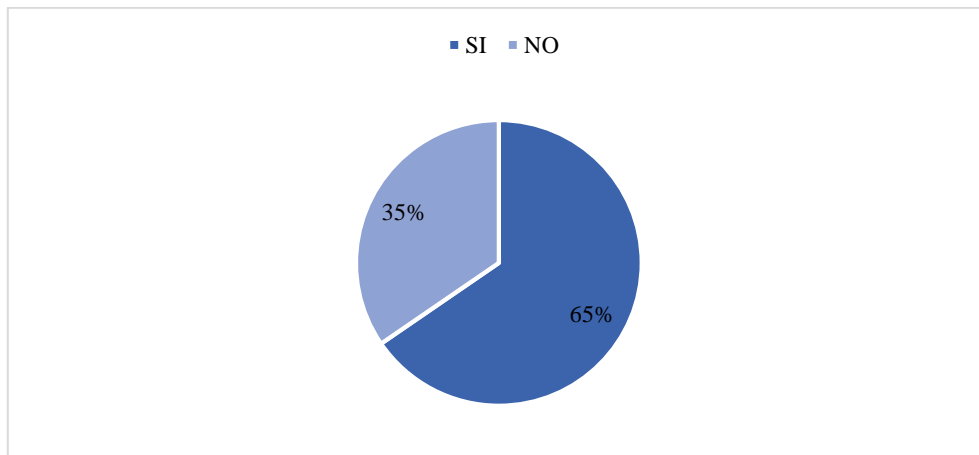


Figura 18. Posibilidad de alojamiento usted en la parroquia de Zumbahua

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: El alojamiento es un aspecto muy importante, porque este es el inicio para enganchar al turista a fin de que se quede en la zona y la conozca, hace que tenga toda la predisposición de quedarse y disfrutar de los encantos. Hay que considerar que el 35% tuvo una respuesta negativa, no tuvo una buena experiencia en el sector, las personas que ofrecen turismo en el área necesitan mejorar aspectos a través de capacitaciones que brinda el Estado, como alojamiento, comida y entretenimiento en el área, frente al 65% de encuestados que dio respuesta positiva

- **7. ¿Cree usted que debería implementarse una hostería en este sector?**

Objetivo de la pregunta: Conocer la factibilidad de ponerse una hostería en la zona de estudio.

Tabla 21

¿Cree usted que debería implementarse una hostería en este sector?

Alternativa	Respuesta
Si	287
No	92
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

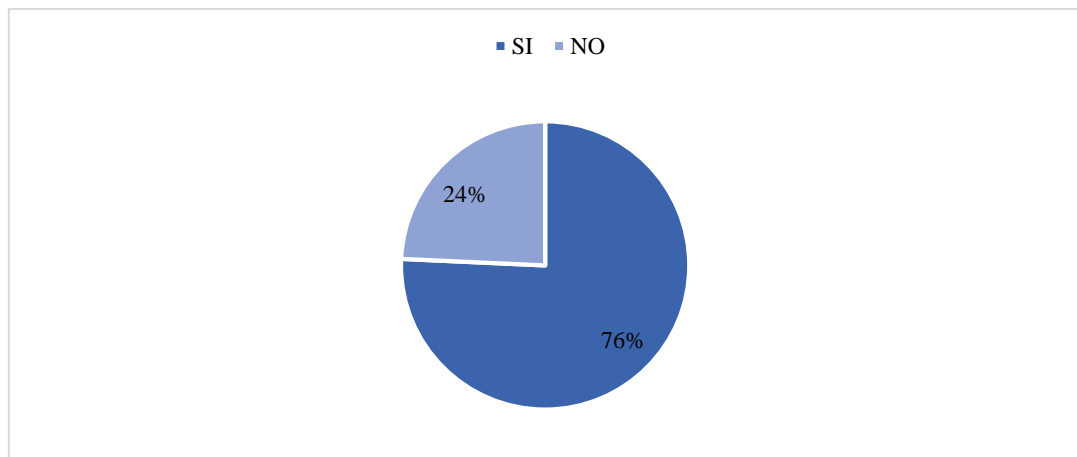


Figura 19. Implementación de una hostería en este sector

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: Algo muy positivo para el establecimiento de un emprendimiento, es la predisposición del mercado objetivo para ello. Es así que, existe una gran predisposición para la construcción de una hostería en Zumbahua, es un aspecto positivo para el proyecto, pues expresa la existencia de demanda de servicio de alojamiento, comida y distracción.

- **8. ¿Qué actividades le gustaría realizar?**

Objetivo de la pregunta: Conocer los gustos y preferencias en lo que se refiere a actividades.

Tabla 22
¿Qué actividades le gustaría realizar?

Alternativa	Respuesta
Caminata	49
Deportes extremos	55
Cabalgata	45
Acampar	20
Baño turno, sauna, hidromasaje, piscina	55
Ciclismo	21
Todos los anteriores	134
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

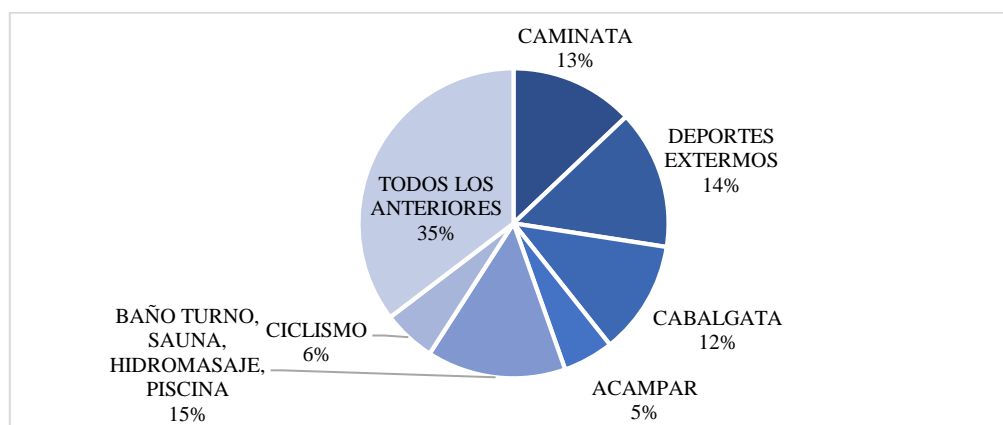


Figura 20. Actividades elegidas por el cliente
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: Como se puede ver, los gustos y preferencias del turista son variados, por lo que en un buen porcentaje de encuestados respondió que quisiera realizar diversas actividades como son deportes extremos, caminata, acampar, entre otros. Por lo cual si se quiere convertir un emprendimiento de un simple lugar de alojamiento, para conseguir ingresos adicionales se deben implementar actividades que le permitan al turista mejorar su estadía en la Parroquia.

- **9. ¿Al haber una hostería que servicios le gustaría que le ofrezcan?**

Objetivo de la pregunta: Conocer los servicios que podría ofrecer una hostería, motivo por el cual es el objeto de este emprendimiento.

Tabla 23

¿Al haber una hostería que servicios le gustaría que le ofrezcan?

Alternativa	Respuesta
Hospedaje	55
Alimentación	45
Servicio de internet	27
Sala de billar	35
Servicios de lavandería	25
Guía turístico	25
Todos los anteriores	167
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

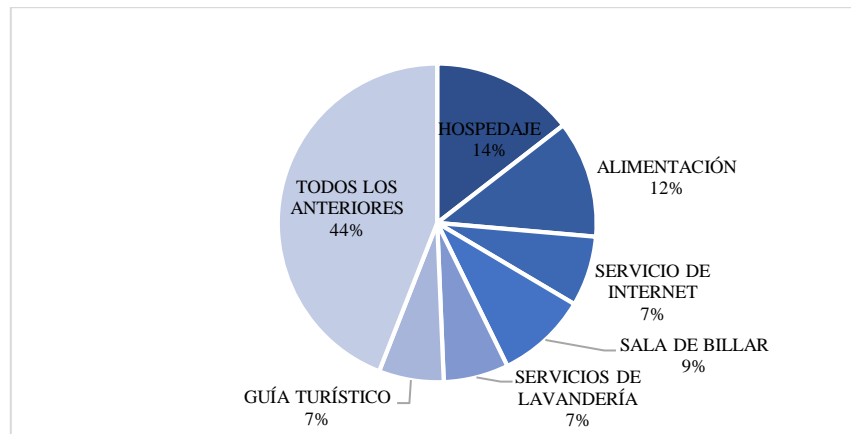


Figura 21. Servicios que le gustaría que le ofrezcan al turista
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: Con respecto a los servicios que una hostería podría ofertar, los encuestados también prefieren todos los servicios que un lugar de hospedaje pueda ofrecer para su comodidad, donde se tiene gran interés es tener hospedaje, alimentación y diversos servicios para mejorar la experiencia en la zona. Otro porcentaje importante prefirió un buen hospedaje, es decir, que un buen lugar donde pasar las vacaciones también es fundamental y en tercer lugar, la alimentación. Además otros prefirieron tener una sala de billar, servicios de lavandería e internet y guía turístico. El cliente potencial prefiere todas las comodidades que una hostería puede ofrecer en sus instalaciones.

10. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría que le brinde?

Objeto de la pregunta: Conocer los gustos y preferencias de los clientes en lo que respecta a gustos culinarios.

Tabla 24
¿Qué tipo de alimentación le gustaría que le brinde?

Alternativa	Respuesta
Desayuno, almuerzos y meriendas.	93
Platos típicos	209
Platos a la carta	39
Comida rápida	27
Otros	11
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

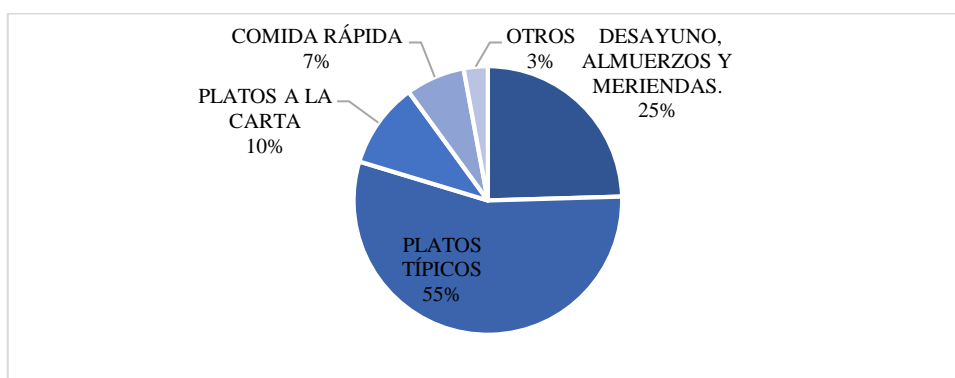


Figura 22. Tipo de alimentación le gustaría que le brinde al turista
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: Conocer los gustos y preferencias con respecto a la alimentación de los turistas son importantes para mejorar la oferta del servicio, en primer lugar se prefiere un menú que ofrezca platos típicos ecuatorianos, mientras que en segundo lugar prefiere un menú del día donde esté incluido el desayuno, almuerzo y merienda, mientras que tercer lugar platos a la carta, en cuarto lugar comida rápida y en último lugar otros tipos de alimentos. Es decir, que el turista prefiere comer platillos ecuatorianos y un menú del día. Es conveniente crear una carta que se adapte a tales requerimientos.

- **11. ¿Qué tipo de servicio habitacional prefiere usted?**

Objetivo de la pregunta: Conocer qué tipo de infraestructura prefiere en cuestión de hospedaje.

Tabla 25
¿Qué tipo de servicio habitacional prefiere usted?

Alternativa	Respuesta
Cabañas	132
Habitaciones individuales	67
Habitaciones matrimoniales	29
Habitaciones grupales	151
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

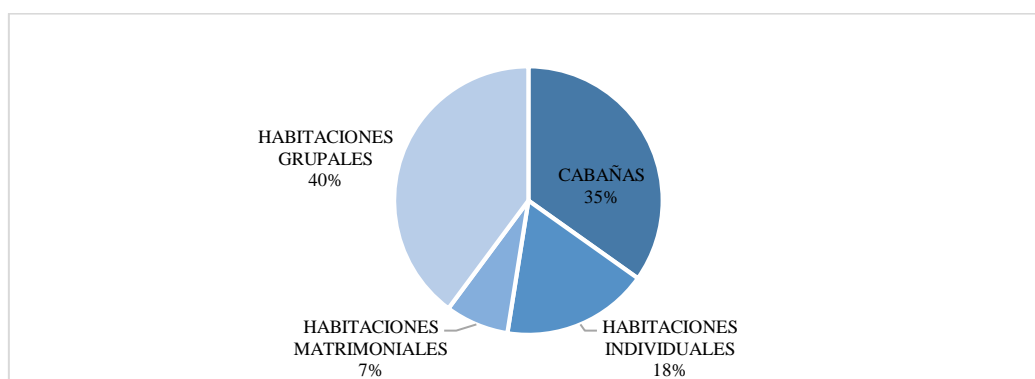


Figura 23. Tipo de servicio habitacional
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: El tipo de habitaciones preferidas por los turistas encuestados, en primer lugar son las grupales, en segundo lugar son las cabañas, en tercer lugar son las habitaciones individuales y por último las habitaciones matrimoniales. Es decir, que en cuanto a la infraestructura se debe pensar en espacios grupales y rústicos creados para todos los segmentos para disfrutar de la experiencia de estar en Zumbahua.

- **12. ¿Cuánto está dispuesto a pagar diariamente por persona?**

Objeto de la pregunta: Conocer la disposición económica para pagar por alojamiento

Tabla 26

¿Cuánto está dispuesto a pagar diariamente por persona?

Alternativa	Respuesta
\$10 a 20	184
\$ 20 a 35	160
\$ 35 a 50	25
\$50 a 80	10
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

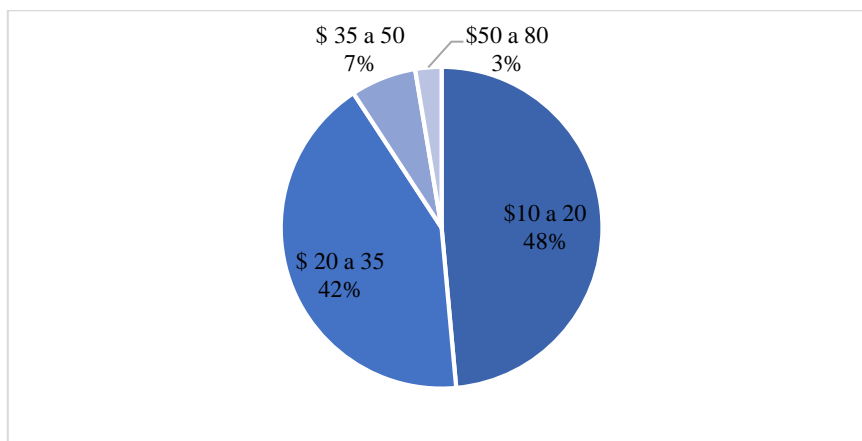


Figura 24. Dispuesto a pagar diariamente por persona
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: Como se puede ver, la propensión del pago es hacia el costo más bajo propuesto en las opciones, mientras que en segundo lugar se tiene un costo de entre \$25 a \$30, en tercer lugar un costo de entre \$30 a \$50, por último se mencionó un costo de entre \$50 a \$80 dólares por día. Es decir, que el precio de alojamiento diario debe tener un precio asequible para el turista, dado por un interés específico por costos bajos diarios.

- **13. ¿Cuándo visita este sector, con quien lo hace?**

Objeto de esta pregunta: Establecer con quien le gustaría visitar el sector al turista.

Tabla 27
¿Cuándo visita este sector, con quien lo hace?

Alternativa	Respuesta
Solo	33
En familia	151
Amigos	195
Total	379

Elaborado por: Nelly Guanotuña

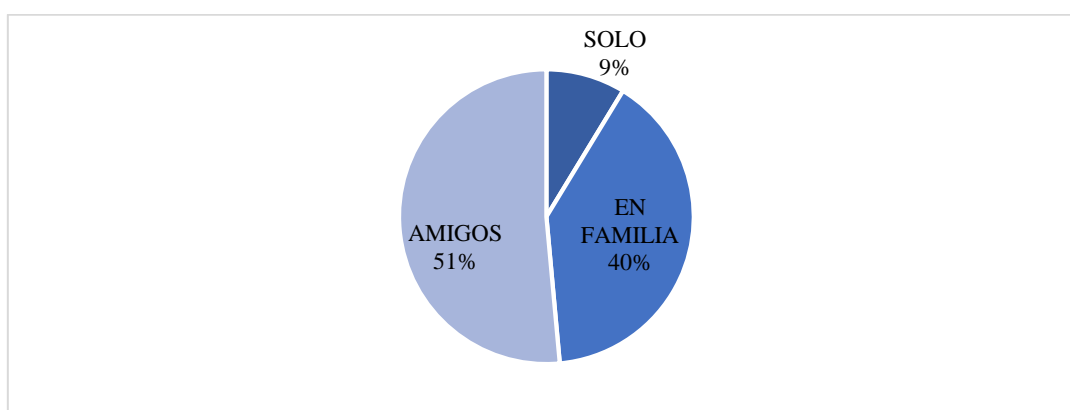


Figura 25. Tipo de acompañantes con quien desearía ir a Zumbahua
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Análisis e interpretación: En primer lugar que corresponde a más de la mitad prefiere ir con amigos, en segundo lugar con familia y el tercer lugar, solos. Los turistas prefieren visitar este lugar para realizar actividades turísticas de forma grupal, además que es una zona tanto para ir con amigos y también en familia, para realizar actividades turísticas desde deportes extremos hasta un paseo por la zona.

3.3.2. Resultados de la entrevista

Para obtener resultados más fehacientes sobre el turismo en Zumbahua se logró realizar entrevistas a dos expertos del sector, al Sr. Fabián Toaquiza (Encargado de Cytur Quilotoa) y al Sr. Alfonzo Latacunga (dueño del paradero Llamamichi), cuyas fichas de entrevista se pueden ver en el Anexo 3. De lo que se obtuvo la siguiente información:

- Con respecto a la definición de turismo y turismo comunitario, los entrevistados expresaron que el turismo es una actividad donde se visitan lugares hermosos tanto para conocer los lugares icónicos de una zona, como sus costumbres y comida típica, mientras que el turismo comunitario trata una actividad social que va de la mano con el desarrollo de la población local, es decir, de los comuneros de Zumbahua. Por ejemplo, en el caso de Quilotoa son 250 socios que desarrollan turismo en el área beneficiándose de ese lugar tan paradisíaco.
- En lo referente al conocimiento del turismo comunitario en Zumbahua, los entrevistados tienen un conocimiento amplio de este aspecto, sin embargo, se menciona que además del Quilotoa otros lugares dentro de la Parroquia no están explotados como verdaderos atractivos turísticos. Además, dentro de las organizaciones no interviene ni el Ministerio de Turismo ni de Ambiente, como entes de apoyo.
- Mientras que la organización que tiene la población en el turismo se basa únicamente en un solo lugar que es el Quilotoa, sin embargo se pueden explotar otros lugares como la laguna Condorcocha ubicada en Michacala, Laguna Cóndor mathzi en Zumbahua, Laguna Thsirimachik en Cochahuma, así como la reservas ecológica de la cuevas del Inca que se encuentran en Chicho y las aguas termales de Cashapata. Es necesario que el GAD, emprenda un esfuerzo para reordenar estos territorios en pro de mejorar el turismo sectorial.
Lo cual tiene relación con la pregunta número cuatro, donde se pregunta el lugar de concentración del Turismo, es decir, en el Quilotoa, pero también se mencionan otros lugares como: Shalala, Cochahuama, Escaladas, Michacala.
- Las fortalezas que tiene Zumbahua, radican en los lugares naturales que pueden ser explotados para el turismo, además del personal existente para desarrollar

dicha actividad. Mientras que las debilidades que tiene la Parroquia es la alta concentración en un solo punto (El Quilotoa), lo cual no permite un mejor desarrollo turístico.

- Con respecto a los lugares turísticos que tiene Zumbahua, los encuestados mencionaron La laguna de Quilotoa, Laguna Condor Mathzi, Laguna Thsirimachik, las cuevas del Inca y las aguas termales de Cashapata, el sector de Mamajata.
- Respecto a la creación de una hostería, las respuestas fueron aprobatorias por lo que este tipo de iniciativas permitirían mayores ingresos y generación de empleo en el lugar. Además existen en la zona hostales pero estos no están bien enfocados al turista, por lo cual si se va a construir un lugar de esparcimiento para turistas, este debe de ser llamativo, y rustico evocado por la antigüedad y cultura.
- El factor diferenciador que debería tener un hostel o una hostería es que debe enfocarse en el turismo no solamente en un punto, sino en el conocimiento de varios lugares de Zumbahua, además que cuente con adornos como herramientas antiguas y donde se rememore a los antepasados de la zona, en su vestimenta y sus costumbres.
- En las promociones a los turistas que visitan a Zumbahua, resalta una buena atención al cliente, enfocarse en realizar recorridos por todos los lugares de Zumbahua (especialmente en las zonas turísticas menos conocidas), además de ofrecer actividades recreativas como caminatas o ciclismo en la zona.
- Y por último, la publicidad se debería enfocar no solo en el Quilotoa como único atractivo turístico, sino enfocarse en la parte cultural y otros lugares para visitar en Zumbahua y obviamente en las facilidades de que dará hostería.

3.3.3. Segmentación de mercado

Para el presente proyecto la segmentación utilizada es demográfica, a continuación se presenta los siguientes datos sobre el turismo en Zumbahua, sin embargo estos se han encontrado de datos secundarios y no del MINTUR, además que no existen datos oficiales sobre el número de visitantes por provincias, cantones o parroquias. Sin embargo se presenta la siguiente segmentación:

Tabla 28

Segmentación de mercado

Segmentación demográfica	Número de turistas
Número de turistas que ingresan a la Zumbahua nacionales y extranjeros	26.299
Número estimado que visitará hostería	129

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Es decir, que la segmentación para el presente proyecto está dada para turistas nacionales y extranjeros que buscan conocer a la Parroquia Zumbahua y que necesitan esparcimiento y diversión, además de alojamiento.

3.3.4. Determinación de la demanda para el proyecto

Para la determinación de la demanda, se utilizaron datos de estudios realizados por (Salcedo & Sarabia, 2013), se estimó desde los años 2004 al 2012. Para posteriormente, a través de método de mínimos cuadrados se estime hasta el año 2021. Como se puede ver en los cálculos a continuación:

Tabla 29

Proyección de la demanda

	Periodo	Total población		
Año	x	Y	x ²	xy
2004	1	22.126	1	22.126
2005	2	22.458	4	44.916
2006	3	22.795	9	68.385
2007	4	23.136	16	92.544
2008	5	23.484	25	117.420
2009	6	23.836	36	143.016
2010	7	24.193	49	169.351
2011	8	24.556	64	196.448
2012	9	24.925	81	224.325
Total	45	211509	285	1078531

Fuente: Salcedo, C., & Sarabia, D. (2013). Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi, UTE.

En el método de mínimos cuadrados, trata de realizarse una fórmula, la cual servirá para proyectar la demanda desde el año 2013 al 2021. Donde la fórmula a obtenerse $a = \bar{Y} - b\bar{x}$. Donde se utilizarán datos históricos para obtener la misma desde el año 2004 al 2012. A continuación se denota los cálculos realizados y las fórmulas donde:

$$Y = a + bx$$

Dónde:

- \bar{Y} : Valor proyectado, estimado o pronóstico de Y
- a: Punto dónde la recta corta el eje.
- b: La pendiente de la recta la tendencia.
- x: Cualquier valor de tiempo seleccionado.

$$\bar{Y} = \frac{\sum y}{n} = \frac{23.501}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy - n\bar{x}\bar{Y}}{\sum x^2 - n(\bar{x})^2} = \frac{-8.439.374}{-17.940} = 470,42218$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{x} = 21.148,8891$$

$$y = a + bx = 21.148,88 + 470,42x$$

A continuación se ve el cálculo de la demanda estimada para el proyecto:

Tabla 30
Proyección de la demanda

Año	Proyección de demanda
2013	25.853
2014	26.324
2015	26.794
2016	27.264
2017	27.735
2018	28.205
2019	28.676
2020	29.146
2021	29.616

Elaborado por: Nelly Guanotuña

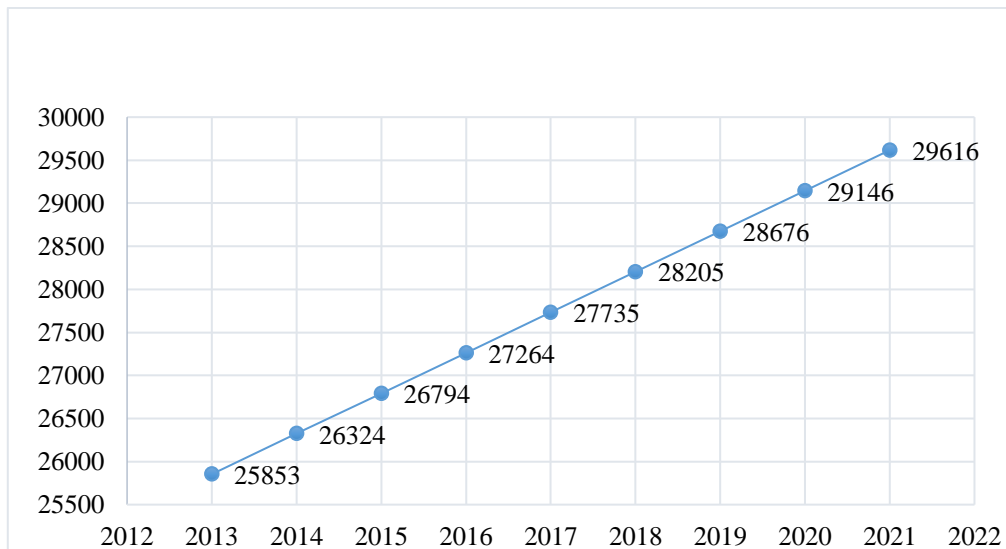


Figura 26. Proyección de la demanda turística en Zumbahua
Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.3.5. Determinación de la oferta para el proyecto

La oferta se ha determinado también gracias a estudios realizados por (Salcedo & Sarabia, 2013) en los cuales se ve una estimación de personas alojadas en hosterías y hoteles de Zumbahua:

Tabla 31
Oferta del proyecto al año 2012

Hoteles y hotelería	Alojamie nto/ semanal	Alojamiento/ mensual	Alojamiento/a nual
Sunrise Quilotoa	15	60	720
Hostal Humberto Latacunga y Petrona Pastuña	20	80	960
Cabañas José Iza	15	60	720
Refugio de Jorge Latacunga	15	60	720
Hostal Cabañas Quilotoa	20	80	960
Hostal Chocita Quilotoa	20	80	960
Ernesto Jácome	21	84	1.008
Total	126	504	6.048

Fuente: Salcedo, C., & Sarabia, D. (2013). Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi, UTE.

Para la determinación de la proyección de la oferta, también se utilizó el método mínimos cuadrados. Donde la fórmula a obtenerse $a = \bar{Y} - bx$. Donde se utilizarán datos históricos para obtener la misma desde el año 2004 al 2012, para proyectarse del 2013 al 2021. A continuación se denota los cálculos realizados y las fórmulas donde:

$$Y = a + bx$$

Dónde:

- \bar{Y} : Valor proyectado, estimado o pronóstico de Y
- a: Punto dónde la recta corta el eje.
- b: La pendiente de la recta la tendencia.
- x: Cualquier valor de tiempo seleccionado.

Tabla 34
Oferta de la zona del año 2004 al 2012

PERIODO		TOTAL POBLACIÓN		
AÑO	x	y	x ²	xy
2004	1	5581	1	5581
2005	2	5637	4	11274
2006	3	5634	9	16902
2007	4	5752	16	23008
2008	5	5810	25	29050
2009	6	5868	36	35208
2010	7	5828	49	40796
2011	8	5980	64	47840
2012	9	6048	81	54432
Total	45	52138	285	264091

Fuente: (Salcedo & Sarabia, 2013)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} = 5$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n} = 5.793,11111$$

$$b = \frac{\sum XY - n\bar{X}\bar{Y}}{\sum X^2 - n(\bar{X})^2} = \frac{-2.082.119}{-17.940} = 116,060145$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X} = 5.212,81039$$

$$y = a + bx = 5.212,81 + 116,060x$$

Cálculo de la oferta estimada para el proyecto:

Tabla 33

Proyección de la oferta

Año	Proyección de la oferta
2013	6.373
2014	6.489
2015	6.606
2016	6.722
2017	6.838
2018	6.954
2019	7.070
2020	7.186
2021	7.302

Elaborado por: Nelly Guanotuña

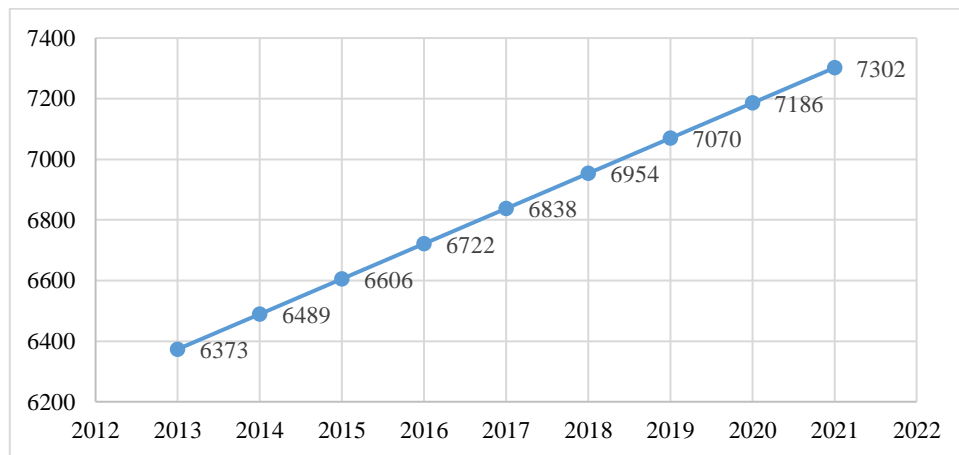


Figura 27. Proyección de la oferta

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.3.6. Determinación de la demanda insatisfecha

Gracias a los datos establecidos en la estimación de la demanda y la oferta, se determinó que existe una demanda insatisfecha. Es decir, que todavía falta por complacer a la demanda turística del sector que indica que es posible establecer proyectos turísticos en la zona, en este caso una hostería.

Tabla 34
Determinación de la demanda insatisfecha

Año	Proyección de demanda	Proyección de la oferta	Demanda insatisfecha
2013	25.853	6.373	19.480
2014	26.324	6.489	19.834
2015	26.794	6.606	20.188
2016	27.264	6.722	20.543
2017	27.735	6.838	20.897
2018	28.205	6.954	21.252
2019	28.676	7.070	21.606
2020	29.146	7.186	21.960
2021	29.616	7.302	22.315

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Cabe resaltar, que la demanda insatisfecha es creciente y que se necesita una infraestructura turística para satisfacerla de mejor manera, a través del aprovechamiento del buen potencial turístico de la zona.

3.4. Plan de marketing

3.4.1. Objetivo de plan de marketing

- Incrementar las ventas por lo menos un 10% anual, a través del plan estratégico propuesta para la obtención de rentabilidad.
- Tener una capacidad instalada mínima anual de 1544 visitantes, a través de acciones de marketing encaminadas las promociones y descuentos para la fidelización del cliente.

3.4.2. Análisis FODA

A continuación se presenta el FODA de la empresa:

Tabla 35
Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • La hostería cuenta con una infraestructura natural propia del sector. • Disponibilidad de todos los servicios básicos necesarios para hacer agradable la vida de los clientes. • Comodidad y amplitud en cada una de las cabañas. • Ser una empresa generadora de empleo tanto a profesionales como a pobladores de la comunidad. • Lugar que permite un contacto con la naturaleza libre del ruido y la contaminación. • El clima y la belleza paisajística es muy agradable en cualquier época del año. • Riqueza cultural de la región, con un patrimonio intangible único en el país. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación periódica al talento humano. • Realizar alianzas estratégicas con agencias de viajes a fin de promover la hostería. • Creación de páginas web. • Buscar financiamiento a través de los entes estatales.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Inexperiencia en el mercado turístico, por parte de los emprendedores. • No contar con una agencia de viajes aliada para impulsar la venta del producto. • Altos costos de infraestructura. • Falta de un servicio post-venta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad económica que afecta directamente al sector. • Elevadas tasas de crédito, en caso que la empresa requiera financiamiento en activos fijos o capital de trabajo. • Competidores actuales.

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.4.3. Establecimiento de estrategias

Una vez realizada el análisis FODA del proyecto, se establecen las estrategias a utilizarse y fidelizar al cliente se utilizó la matriz de ANSOFF, también denominada matriz producto-mercado, es una de las principales herramientas de estrategia empresarial y de marketing estratégico. Fue creada por el estratega Igor Ansoff en el año 1957. Esta matriz, “es la herramienta perfecta para determinar la dirección estratégica de crecimiento de una empresa, por tanto solamente es útil para aquellas empresas que se han fijado objetivos de crecimiento” (Espinosa, 2015). A continuación, se presenta la matriz antes mencionada:

Tabla 36
Matriz de ANSOFF

	Productos actuales	Productos nuevos
Mercados actuales	<u>PENETRACIÓN DE</u> <u>MERCADO</u>	DESARROLLO DE PRODUCTO
Mercados nuevos	DESARROLLO DE MERCADO	DIVERSIFICACIÓN

Fuente: Espinosa, R. (31 de Mayo de 2015). Matriz de ANSOFF, estrategias de crecimiento.

“Se han escogido las estrategias de penetración, por la posibilidad de obtener mayor cuota de mercado por medio del trabajo con los productos actuales en los mercados que se operan” (Espinosa, 2015). Es por ello, que en Zumbahua uno de los servicios principales que se está en desarrollo es el turismo, que está en boga, por lo cual se ha decidido establecer el tipo de estrategias anteriormente descritas. A continuación se describen las estrategias a utilizarse:

- Aumentar la frecuencia de compra del servicio: Esto se daría a través de la explicación de los beneficios adicionales que tiene el servicio de hostería en comparación con otros ofrecidos en la localidad, se puede ver en la explicación del producto o servicio del presente plan de marketing.
- Aumentar la capacidad de compra: aumentar los días de estadía del cliente para que no sea un periodo corto de uno o dos días, sino que sea de una semana o más, a través de los beneficios adicionales de la hostería.
- Ampliación de uso: No solamente enfocar el producto a un lugar de estadía sino que también ampliar el servicio hacia el conocimiento de atractivos turísticos y actividades desarrolladas en el propio lugar.
- Estimular el reemplazo: A través una campaña de marketing agresiva donde se establezcan factores diferenciadores del servicio para que prefieran a la hostería sobre las demás.

3.4.4. El producto o servicio

3.4.4.1. Propuesta de valor del servicio

El producto a ofertarse es una hostería ubicada en la Parroquia Zumbahua. Tiene la siguiente propuesta de valor:

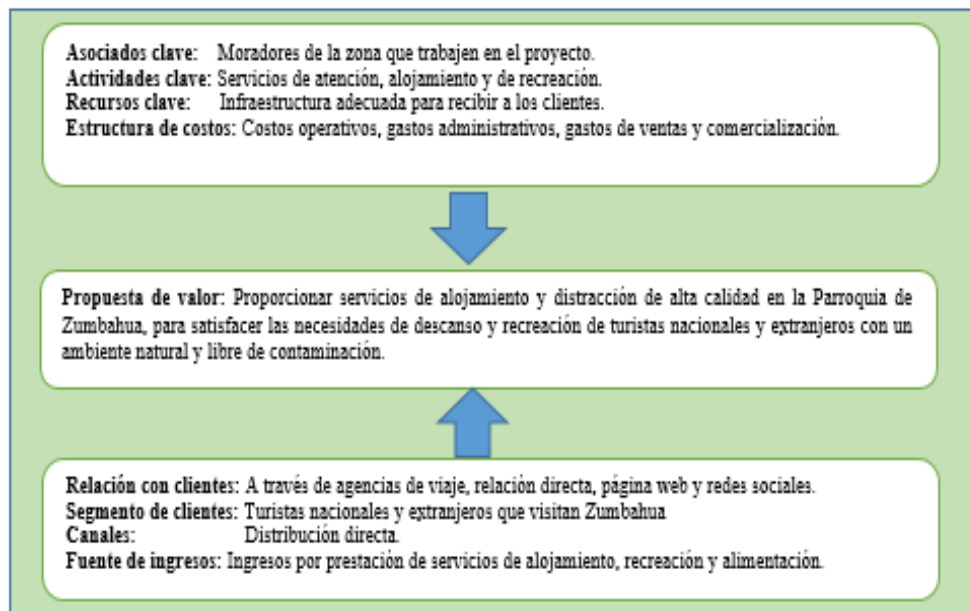


Figura 28. Modelo CANVAS del negocio
Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.4.4.2. Generalidades del servicio

La hostería prestará el servicio de alojamiento, donde se hace que el cliente se sienta en un ambiente relajado y cómodo, contará con habitaciones lo suficientemente confortables, amplias, bien adecentadas, baño privado, TV cable, internet, teléfono; rodeado de un ambiente natural en donde el cliente se encuentra satisfecho con el servicio brindado.

Horario atención:

Las 24 horas

Abierto de Lunes a Domingo y Feriados (los 365 días del año)

Se prestará los siguientes servicios:

Tabla 37

Descripción de los servicios que ofrecerá la hostería

Servicio	Descripción del servicio	
Área de alojamiento	Habitación sencilla Habitación doble	Una cama simple o individual Mobiliario básico en toda la habitación Cuarto de baño Dos camas individuales, mobiliario básico de toda habitación y cuarto de baño.
	Habitación matrimonial	Mismas características de la habitación doble, la única diferencia es que posee una cama matrimonial.
	Suite	Dormitorio con baño y salón de estar o recibo. Posee mobiliario básico de toda habitación, dos camas individuales o una matrimonial.
	Servicio de restaurante	Variedad de menús de comidas, platos nacionales, elaborados con ingredientes de calidad y valores nutricionales que contengan una dieta balanceada. La piscina tendrá el acogimiento necesario para se sirva de relajación y la práctica de natación. Sauna es una sala hermética donde se mantiene un vapor caliente que oscila sobre los 50° C con una humedad relativa que rodea el 100%. El hidromasaje es una tina con agua caliente que a diferencia de las bañeras tradicionales, la hidromasaje, aporta un masaje al cuerpo sumergido en el agua de 38° C a 40° C gracias a un sistema de chorros de presión.
Servicios de piscina, sauna, turco, hidromasaje	Se ofrecerá todo tipo de bebidas, acompañadas con excelente música para un ambiente de relajamiento.	
Bar	Contará con canchas para prácticas de deportes como fútbol, y vóley.	
Servicio de canchas deportivas	Servicios de lavandería e internet. Áreas recreativas y senderos. Señal de cable para canales de televisión. Teléfono en habitaciones Vestidores Parqueaderos Calefacción Centralizada. Baño privado en cada habitación Lavandería	
Otros servicios	Paseos Laguna Quilotoa, Cañón de Río Cutuchi, caminata por las montañas, entre otros lugares. Caminatas guiadas por montañas y ríos. Ciclismo. Cabalgata. Camping. Ferias de Zumbahua, Galería de Tigua, Festividades tradicionales, entre otros.	
Tours dirigidos		

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.4.4.3. La marca

El nombre de la Hostería “URKU ÑAN”, su nombre significa: camino al paramo o montañas de Zumbahua, se encuentra rodeado de flora, fauna y la cultura indígena. Con el slogan “Un sueño inolvidable”, pretende ser una experiencia excelente de recreación tanto para turistas nacionales como para extranjeros.



Figura 29. Marca del proyecto
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Los colores previstos son el verde, porque significa la naturaleza que va a estar presente en la hostería y también representa relajación, mientras que el azul representa los colores de la laguna Quilotoa que está presente en las cercanías de la hostería.

3.4.4.4. Otros factores diferenciadores

- Servicio personalizado: A través de personal que estará pendiente de las necesidades del cliente, para satisfacerlo plenamente.
- Tour dirigidos a atractivos turístico en Zumbahua: A través de alianzas estratégicas con las comunidades del lugar, se planearán un tour establecido de la siguiente forma:

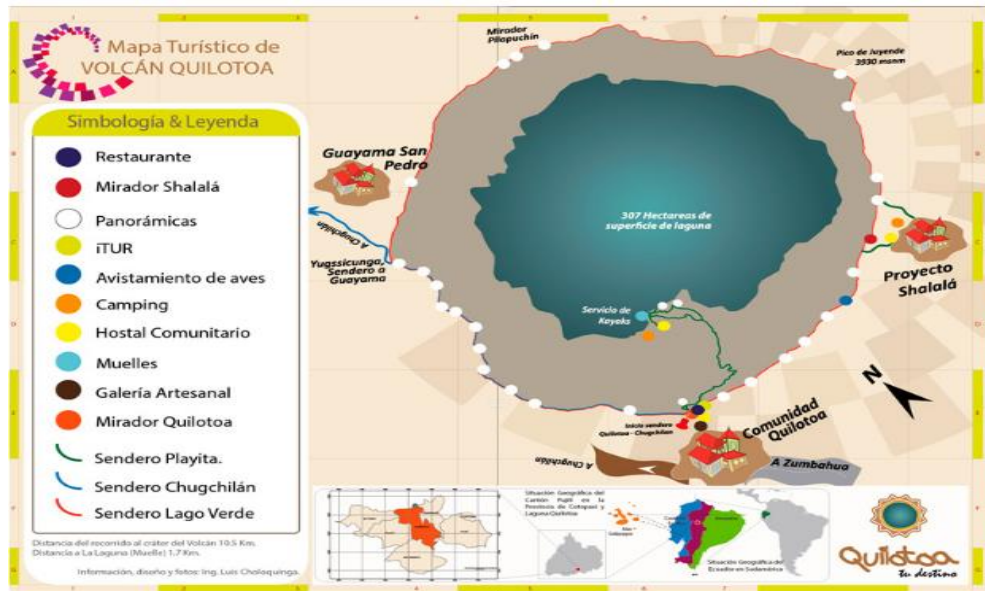


Figura 30. Mapa turístico del Volcán Quilotoa
 Fuente: Chukirawa. (2017). Ubicación. <http://quilotoa.ec>

Y también se visitará, la laguna Condorcocha ubicada en Michacala, Laguna Cónдор Mathzi en Zumbahua, Laguna Thsirimachik en Cochahuma, así como la reservas ecológica de las cuevas del Inca que se encuentran en Chicho.

- Promociones en redes sociales y página de internet: A través de Facebook y la página web desarrollada para la publicidad, se dará a conocer las instalaciones y las actividades realizadas en la hostería, con el fin de despertar interés en esta nueva alternativa de entrenamiento.

3.4.5. Precio

Como se pudo ver en las herramientas primarias realizadas, anteriormente el consumidor se inclina hacia un costo de estadía menor al de \$30. Es por ello que para el presente proyecto se ha desarrollado dos alternativas:

Estadía básica: La misma es para aquellas personas que solo necesitan un lugar de descanso o alojamiento. Este cuenta con la habitación, agua caliente, televisión, internet y un desayuno. Como se puede ver a continuación, con los siguientes cálculos:

Tabla 38

Determinación precio estadía básica

Estadía básica	
Limpieza por habitación habitaciones	\$ 1,61
Servicios básicos	\$ 13,17
Lavandería	\$ 1,61
Insumos cuarto y lavandería	\$ 3,93
<u>Total costos estadía básica (A)</u>	<u>\$ 20,32</u>
Alimentación	
Desayuno	\$ 2,50
Chef	\$ 1,67
Camarero	\$ 1,61
<u>Total costos de alimentación (B)</u>	<u>\$ 5,78</u>
Total A+B	\$ 26,10
Utilidad (15%)	\$ 3,91
<u>IVA</u>	<u>\$ 3,60</u>
<u>PVP</u>	<u>\$ 33,61</u>

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Paquetes turísticos: También se han desarrollado un paquete más completo donde se contemplan los factores adicionales de la hostería como son alimentación, recorrido por Zumbahua y también piscina. Para ello se tiene el paquete de 1 día y de 2 días los cuales se pueden ver a continuación:

Tabla 39

Determinación de precio paquete de 1 día

1 DÍA	
Limpieza por habitación habitaciones	\$ 1,61
Servicios básicos	\$ 13,17
Lavandería	\$ 1,61
Insumos de lavandería	\$ 7,87
Total (A)	\$ 24,25
Alimentación	
Desayuno	\$ 2,50
Promedio platos a la carta	\$ 3,50
Chef	\$ 1,67
Camarero	\$ -
Total (B)	\$ 7,67
Visita en los alrededores (gasolina)	\$ 8,39
Servicios de transporte	\$ 3,10
Guía turístico	\$ 6,20
Costo estimado de entradas a alrededores	\$ 10,00
Total (C)	\$ 27,69
Adicionales	
Piscina	\$ 3,00
Guardianía	\$ -
Total 2 días (A+B+ Adicionales)	\$ 63
Utilidad (15%)	\$ 9,39
Total antes impuestos	\$ 72,01
IVA	\$ 8,64
PVP	\$ 80,65

Nota: la visita a los alrededores es de 1 día

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Tabla 40

Determinación de precio paquete de 2 días

2 DÍAS		
Limpieza por habitación habitaciones		\$ 3,22
Servicios básicos		\$ 26,33
Lavandería		\$ 3,22
Insumos de lavandería		\$ 7,87
	Total (A)	\$ 40,64
	Alimentación	
Desayuno		\$ 5,00
Promedio platos a la carta		\$ 7,00
	Chef	\$ 3,33
	Camarero	\$ 3,22
	Total (B)	\$ 18,55
Visita en los alrededores (gasolina)		\$ 8,39
Servicios de transporte		\$ 3,10
Guía turístico		\$ 3,10
Costo estimado de entradas a alrededores		\$ 10,00
	Total (C)	\$ 24,59
	Adicionales	
	Piscina	\$ 3,00
	Guardianía	\$ 1,63
	Total 2 días (A+B+C+ Adicionales)	\$ 88,41
	Utilidad (21,19%)	\$ 18,73
	Total antes impuestos	\$ 107,14
	IVA	\$ 12,86
	PVP	\$ 120,00

La visita a los alrededores es de 1 día.

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Se han determinado estos precios, debido a las facilidades que la hostería dará a sus huéspedes, porque no solamente se concentra en el alojamiento sino también que estos desarrollen otras actividades adicionales. Además como un servicio adicional se tiene el restaurante el cual dará los siguientes platos a la carta:

Tabla 41
Platos a la carta

Platos	Valor
Choclo con queso	\$ 1,50
Locro de queso	\$ 3,70
Llapingachos con chorizo y huevo	\$ 2,50
Timbushca	\$ 3,00
Fritada	\$ 5,00
Empanadas de morocho (5 unidades)	\$ 5,50
Empanada con queso (6 unidades)	\$ 1,50
Súper Ceviche de chochos	\$ 2,00
Caldo de bolas de maíz	\$ 1,80
Caldo de patas	\$ 5,80
Postres	Valor
Quimbolitos (3 unidades)	\$ 2,65
Higos con queso (4 porciones)	\$ 3,80
Emborrajados	\$ 2,30
Adicionales	Valor
Tostado	\$ 1,10
Maduro frito	\$ 1,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

En el Anexo 7, se encuentra estipulada la determinación del precio de cada uno de los platos a la carta.

3.4.6. Plaza

La estrategia de distribución que será dada en un inicio de forma directa, es decir, que el servicio se dará por medio entre el comprador y a la empresa, el conocimiento de la hostería será dada a través de redes sociales y página web. Como se puede ver a continuación:



Figura 31. Distribución directa
Elaborado por: Nelly Guanotuña

A partir de los dos años de funcionamiento de la empresa, también se implementará alianzas estratégicas con operadores turísticos, el cual ayudará a dirigir el flujo de turistas interesados en Zumbahua a la hostería, como se puede contemplar a continuación:

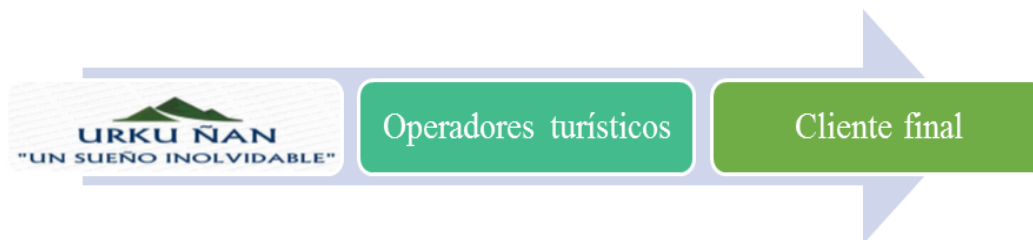


Figura 32. Distribución a través de intermediarios
Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.4.7. Promoción

3.4.7.1. Plan de publicidad digital

El plan de publicidad digital, está dada por medio de redes sociales, página web y relaciones públicas con los clientes que visitan Zumbahua, a continuación el medio de publicidad utilizado, su descripción y alcance:

Tabla 42
Medios de publicidad y comunicación

Medio de publicidad y comunicación	Descripción	Alcance y penetración
Relaciones personales	Se hará a través de impulsadoras que se encargarán de dar a conocer los servicios de la hostería, esto se hará especialmente en los feriados nacionales donde los clientes aprovechan una visita en la zona. Se entregará publicidad como hojas volantes y trípticos. Stands en ferias nacionales.	Medio Dirigido a turistas nacionales y extranjeros
Página web	Con la página web se dará a conocer en diversas zonas del país e inclusive a nivel internacional, sobre la hostería y Zumbahua. Lo cual permite al cliente dar reseñas sobre la zona y la empresa para los turistas que quieran visitar a Zumbahua y la hostería	Alto Dirigido a turistas nacionales y extranjeros
Redes sociales	Permitir un contacto directo con el cliente, las promociones, que se darán en todo el año, página de Facebook, se dará a conocer fotografías sobre las instalaciones y experiencias de los turistas que visitan	Alto Dirigido a turistas nacionales y extranjeros

Elaborado por: Nelly Guanotuña

A continuación se da a conocer el presupuesto en medios de comunicación establecido:

Tabla 43
Presupuesto de medios de comunicación

Concepto		Rubro
Redes sociales	\$	150,00
Página web	\$	400,00
Material publicitario (carteles, banner, trípticos)	\$	69,20
Total	\$	619,20

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Mientras que los descuentos que se manejarán para la hostería se darán de la siguiente forma, en los planteles Educativos se ofrecerá un descuento del 10%. Igualmente en las Instituciones Públicas y Privadas se concederá un descuento del 10% y también si el número de personas es mayor a 20. Mientras que si el número de personas es de 10 a 15 personas se dará los siguientes descuentos:

Tabla 44
Descuentos establecidos

Grupos	Descuento
De 10 personas	3 %
De más de 10 personas	5 %
De más de 15 personas	8 %

Elaborado por: Nelly Guanotuña

A continuación se da a conocer las promociones establecidas para captar clientes:

Tabla 45
Descripción

Promoción	Descripción	Días
Promoción parejas	Para el paquete de 1 y 2 días la segunda persona recibirá un descuento del 5%, en su estadía.	Lunes a miércoles una vez por mes o en 14 de febrero
Promoción día de la madre y el padre.	Para el paquete de 1 y 2 días la tercera y cuarta persona recibirá un descuento del 2%. Esta promoción está enfocada a familias.	Esto se lo realizará el día de la madre y del padre.
Promociones navidad y fin de año	Para aquellas personas que vengan en festividades si es un grupo de 6 personas, la sexta persona solo paga el 50% del paquete promocional de uno o dos días.	Vacaciones de navidad y fin de año.
Promoción carnaval.	Para aquellas personas que vengan en festividades si es un grupo de 6 personas, la sexta persona solo paga el 50% del paquete promocional de uno o dos días.	Vacaciones de carnaval

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Y por último se da a conocer el plan promocional, con sus respectivos rubros:

Tabla 46

Presupuesto de marketing y ventas

Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Publicidad y propaganda	\$619,20	\$619,20	\$619,20	\$619,20	\$619,20	\$619,20	\$619,20	\$619,20	\$619,20	\$619,20	\$619,20	\$619,20
Comisiones	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Viáticos vendedor	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00	\$100,00
Gasolina	251,55	\$251,55	\$251,55	\$251,55	\$251,55	\$251,55	\$251,55	\$251,55	\$251,55	\$251,55	\$251,55	\$251,55
Capacitaciones de ventas a recepcionista y vendedor	\$400,00	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Total	\$1.470,75	\$1.070,75	\$1.070,75	\$1.070,75	\$1.070,75	\$1.070,75	\$1.070,75	\$1.070,75	\$1.070,75	\$1.070,75	\$1.070,75	\$1.070,75

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.5. Procesos de organización y gestión empresarial

3.5.1. Misión organizacional

Somos una empresa orgullosamente ecuatoriana dedicada a dar servicios de descanso y recreación para turistas tanto nacionales o extranjeros, por medio de un talento humano comprometido con la empresa, para el aporte al desarrollo integral de la Parroquia Zumbahua, donde es un medio para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes externos e internos.

3.5.2. Visión organizacional

Para el 2022, se codicia ser una empresa ya posicionada en la Parroquia Zumbahua, reconocida a nivel nacional e internacional por la excelencia en nuestros servicios de hospedaje y recreación, fomentado por nuestro talento humano comprometido y las instalaciones adecuadas para dicho fin, para brindar cada vez más una oferta variada de actividades turísticas que ayuden el desarrollo económico de la Zona.

3.5.3. Objetivos empresariales

- Aumentar las ganancias anuales al menos en un 10% anualmente.
- Recuperar al menos en 3 años la inversión inicial del negocio.
- Realizar un plan de capacitación anual para el mejoramiento de las ventas.

3.5.4. Organización funcional de la empresa

A continuación se presenta el organigrama de la empresa a constituirse:

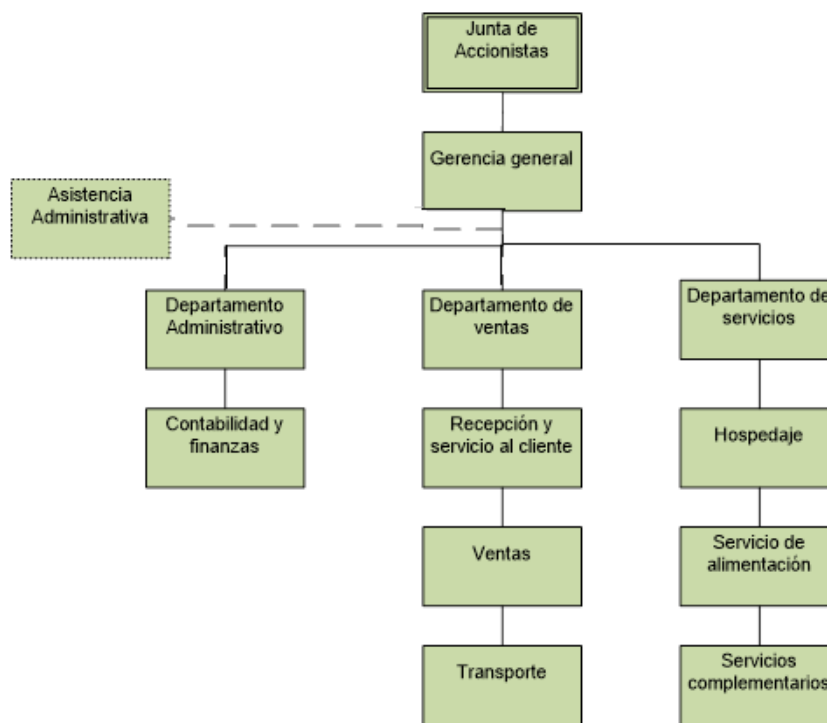


Figura 33. Organigrama Organizacional
Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.5.5. Descripción de cargos

En la siguiente tabla se da a conocer los cargos por cada uno de los departamentos:

Tabla 47
Descripción de cargos

Departamento de gerencia general	
Gerencia general	<p>El gerente general es una persona que profesionalmente se ha capacitado para administrar y dirigir a una empresa u organización. Graduada en la carrera de hotelería y turismo o administración de empresa, conocedora de esta rama y con experiencia de 2 años, emprendedora, dinámica con miras al éxito y desarrollo, así como también apto para conducir y manejar grupos.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Representar responsable y legalmente a la empresa. • Nombrar o remueve a los empleados y trabajadores de la empresa. • Organizar, planificar, ejecutar y controla el trabajo. • Supervisar el funcionamiento correcto de la empresa, así como también el trabajo del personal. • Entregar reportes de rentabilidad de la empresa a los socios.

Asistencia administrativa	<p>Con conocimiento de hotelería y turismo, ser apoyo a las actividades administrativas dadas por la hostería.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener comunicación con todas las instituciones financieras para el cumplimiento de los pagos. • Manejar el archivo y comunicación con otras instituciones. • Realizar actividades requeridas por el gerente general, según la coordinación dada por el mismo.
<hr/>	
Departamento administrativo	
<p>Con conocimientos contables, graduada en administración contable o general, se encargará de realizar y presentar los estados financieros, prepara los presupuestos y estadísticas. Creativa y dinámica para promocionar y usar las estrategias necesarias para vender el producto.</p>	
Contador	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar pagos de los impuestos de ley periódicamente. • Mantener informado al gerente a cerca del movimiento financiero. • Dirigir el desarrollo, formular recomendaciones y administrar operaciones de los sistemas de contabilidad. • Realizar los pagos de remuneración al personal. • Coordinar el manejo de cuentas bancarias junto a la gerencia. • Realizar inventario mensual sobre las existencias de los activos fijos.
<hr/>	
Departamento de ventas	
<p>Debe conocer a cerca de hotelería y turismo, en lo posible conocer el idioma inglés. Encargada de acoger a los clientes, es decir que mantiene contacto directo con el huésped, porque es quién lo recibe y lo despide.</p>	
Recepcionista	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acoger y da la bienvenida a los turistas que ingresan a la hostería. • Conocer toda la infraestructura de la hostería y cada una de sus áreas. • Conocer todos los servicios de la hostería para poder conducir a los huéspedes. • Tener un conocimiento amplio de los planes de manejo y paquetes especiales. • Realizar el check in y el check out del huésped. • Conocer los atractivos turísticos de la zona, para poder poner en conocimiento a los turistas.
Vendedor	<p>Con experiencia en ventas, conocimiento de turismo, encargada de dar a conocer a los clientes la hostería, para que los turistas se acerquen a visitar y se hospeden en la hostería.</p>
Chofer	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promocionar a la hostería a nivel nacional. • Buscar clientes potenciales para que se acerquen a la hostería. • Establecer estrategias de marketing adecuadas y asesorar al gerente general. • Manejar redes sociales y página web, además de actualizarle. <p>De preferencia chofer profesional, conocimiento de turismo se encargará de transportar al turista a diversos lugares de zumbahua.</p> <p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transportar al cliente a lugares turísticos de la zona. • Dar asesoría al cliente sobre los destinos que puede visitar el cliente y las rutas más cortas para ello.
<hr/>	
Departamento de servicios	
<p>Personas que se encargan de la limpieza de los cuartos y de las instalaciones internas de la hostería.</p>	

Mucama	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener en completo orden y limpieza cada una de las habitaciones. • Verificar que las habitaciones no tengan ningún daño. • Dotar a todas las habitaciones de los correspondientes insumos. • Realizar aseo diario de cada una de las habitaciones. <p>Persona encargada del buen mantenimiento de las instalaciones de la hostería.</p>
Conserje	<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Limpiar las áreas exteriores de la hostería como son la piscina y los jardines. • Mantener en buen estado las instalaciones eléctricas de la hostería y verificar su funcionamiento. • Estar atento a los requerimientos de los huéspedes, en caso que exista alguna falla eléctrica o electrónica durante su estadía. <p>Persona que haya realizado cursos de atención al cliente, es quien recepcionará los órdenes y quién la servirá.</p>
Camarero	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atender las necesidades de los clientes que ingresan al restaurante. • Tomar la orden del cliente y procura que su entrega sea inmediata. • Conocer el menú del día y sus ingredientes, para poder sugerir a los clientes al momento de su compra. • Inspeccionar los platos o menús antes de ser entregados a los clientes. • Revisar constantemente las mesas que estén aseadas y en orden. <p>De preferencia chef profesional para dirigir el área de la cocina y el restaurante para su correcto funcionamiento.</p>
Cocinero	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Debe ser experto en realizar recetas de cocina, tradicionales y típicas • Supervisar el desempeño laboral del resto de empleados del área. • Es el responsable de la elaboración y actualización del menú para el día. • Realizar inventarios semanales de los productos de consumo. <p>Persona dedicada a mantener la seguridad de las instalaciones y de los turistas. Deber tener conocimientos de defensa personal.</p>
Guardia	<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocer a la perfección todas las áreas de la hostería y realiza visitas periódicas por todas las instalaciones. • Coordinar la entrada y salida de los turistas • Vigilar y custodiar el ingreso y salida de personas y vehículos, identificar, controlar y registrar a los visitantes, previa presentación del documento de identificación (cédula de identidad o pasaporte de ser el caso). • Realizar requisa del personal que labora al ingreso y salida. • Controlar el ingreso y salida de los vehículos del parqueadero de la institución. • Garantizar la seguridad de los usuarios internos, externos y patrimonio de la empresa. • Identificar y controlar en forma estricta el ingreso y salida del personal de la empresa, visitantes y proveedores.

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.6. Procesos del servicio

Para caracterizar los procesos que tendrá la hostería es necesario contar con una cadena de valor, su mapa correspondiente y los procesos establecidos, para tener organizadas las diversas actividades que se realizarán en la hostería, con el objeto de que la empresa no tenga cuellos de botella en su funcionamiento y las actividades se hagan sin desperdicios de recursos humanos y financieros.

3.6.1. Cadena de valor y descripción de procesos

La cadena de valor, es una primera representación gráfica de los procesos que tiene una organización, los cuales se dividen en primarios que son los que agregan directamente valor a la empresa y los procesos secundarios, que son los que apoyan a la consecución de los procesos primarios establecidos. En la siguiente Figura se puede ver lo antes mencionado.

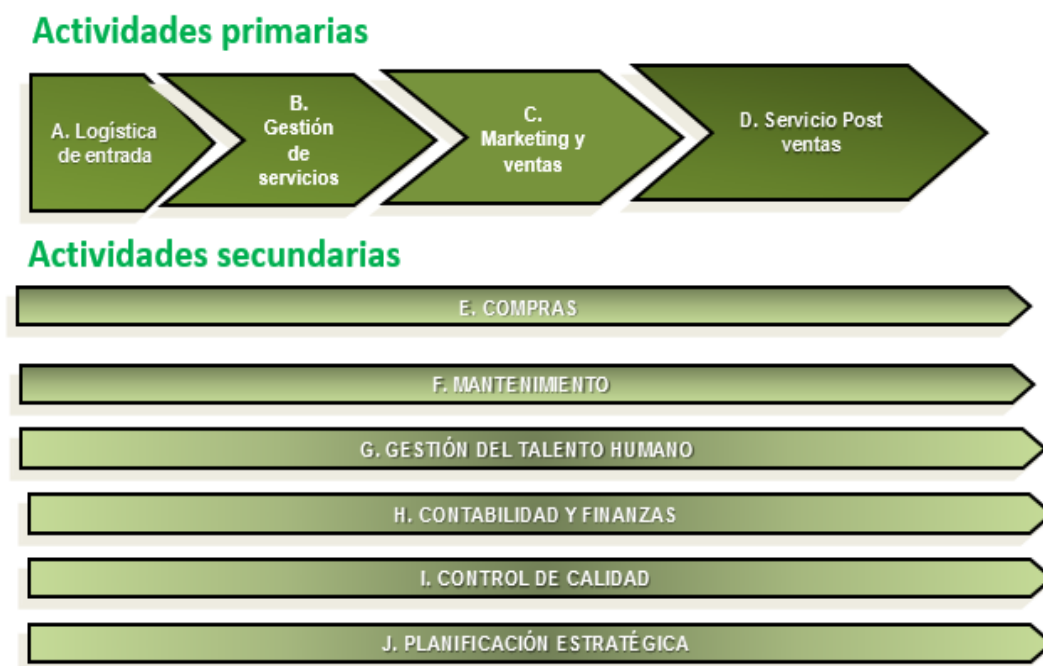


Figura 34. Cadena de Valor
Elaborado por: Nelly Guanotuña

A continuación se explican los procesos que van a conformar el funcionamiento de la empresa:

Tabla 48

Descripción de los procesos empresariales

Proceso	Descripción
A. Logística de entrada	Están incluidos los subprocesos relacionados a la recepción de clientes y el mantenimiento de una base de datos.
B. Gestión de servicios	En este proceso está incluido subprocesos relacionados con el alojamiento del cliente y la alimentación para asegurar una buena experiencia del mismo en el hostel, así como la organización de actividades dentro de la hostería.
C. Marketing y ventas	Se realizará lo planificado en el plan de marketing dictado por la empresa, además del manejo de redes sociales y clientes.
D. Servicio Post- Ventas	Se implementó para dar solución a las quejas que podría tener el cliente o para dar soporte al mismo, para de esta manera no alterar la experiencia que tiene el cliente en la hostería.
E. Compras	Se estableció para abastecer a la empresa de los insumos que son necesarios para su funcionamiento como por ejemplo materiales de limpieza, cocina, mantenimiento entre otros.
F. Mantenimiento	Tiene el propósito de mantener las instalaciones en buen estado, tanto en su limpieza, buen cuidado en los equipos y en la seguridad, para cuidar al bien inmueble y los activos de la empresa.
G. Gestión del Talento Humano	Sirve para mejorar de las relaciones laborales entre la gerencia y el talento humano de la organización, lo cual tiene consigo el manejo de aspectos como el reclutamiento y selección hasta el mantenimiento del personal.
H. Contabilidad y Finanzas	Trata del manejo de los recursos financieros de la empresa, los cuales ayudarán al conocimiento de la situación para la posterior realización de presupuestos.
I. Control de Calidad	Para establecer mejoramiento continuo, el proceso de control de calidad ayudará al mantenimiento de buenos estándares en todas las actividades realizadas en la hostería y prácticas ambientales.
J. Planificación estratégica	Para el aseguramiento de los objetivos empresariales, el proceso de planificación estratégica se encargará de verificar lo planificado versus lo obtenido, en la realización de las actividades empresariales, lo cual se hará mensualmente para tener un control estricto de resultados.

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.6.2. Mapa de procesos

Una vez realizada la cadena de valor es necesario tener un mapa, que clasifica a las actividades en operativas: que se relacionan directamente con las actividades de la empresa; las de apoyo que aportan a la realización de los procesos productivos; mientras que las estratégicas ayudan al mejoramiento continuo de la empresa para la consecución de sus objetivos organizacionales. Como se visualiza en el siguiente mapa de procesos para la empresa.

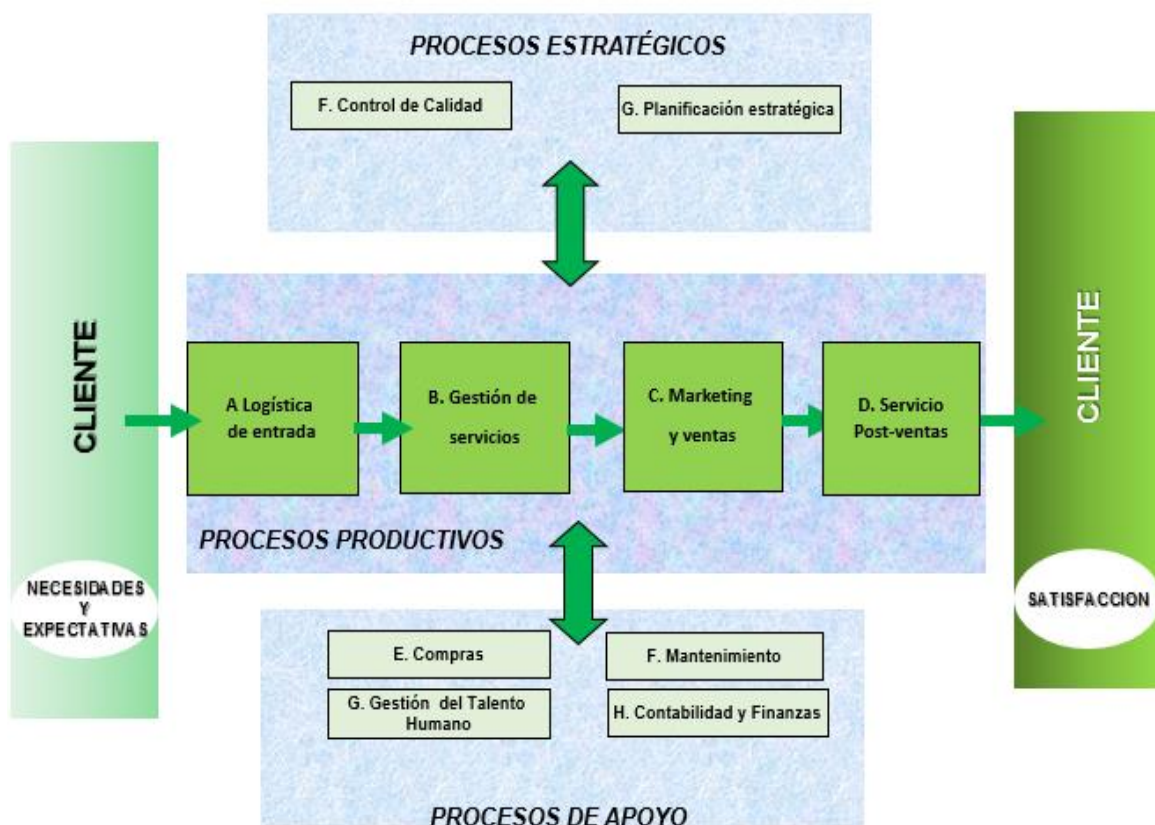
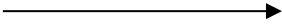
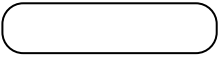

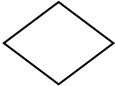
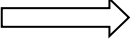




Figura 35. Mapa de procesos de la empresa
Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.6.3. Flujograma del proceso productivo

A continuación se presenta de forma gráfica el proceso productivo que llevará a cabo la hostería en su funcionamiento cotidiano, a través de flujograma.

Tabla 49
Simbología de diagramas de flujo

Símbolo	Nombre
	Dirección del flujo
	Límites
	Acción
	Decisión
	Desplazamiento o transporte
	Documento
	Archivo

Fuente: Vázquez, A. M. (2003). Herramientas Organizacionales: ¿Qué son los diagramas de flujo?, www.estrucplan.com.ar.

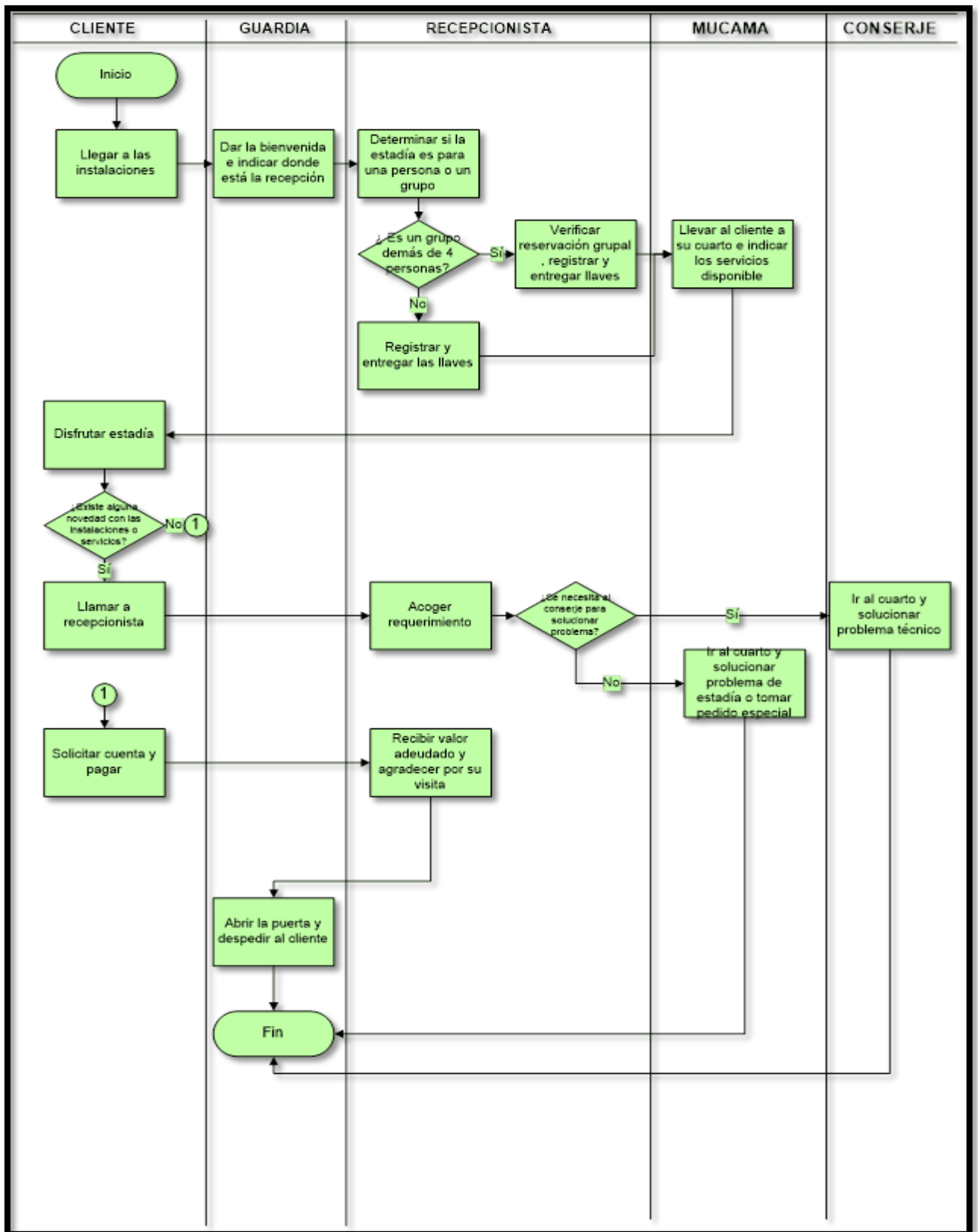


Figura 36. Flujo general del proceso del servicio de la hostería
Elaborado por: Nelly Guanotuña

Para conocer el lugar donde se ubicará la empresa, gracias a la matriz de macrolocalización, se han considerado los siguientes aspectos:

- Ponderación: Suma de ponderación en cada factor igual a 1
- Peso: Valoración de 1 a 5, donde se considera la relevancia del factor en las distintas localidades. Donde 1 es el menor y 5 el mayor.
- Calificación: Es el resultado de la multiplicación del peso y la ponderación y la suma de los valores, lo que permitirá conocer cuál es la opción más beneficiosa en términos de los factores considerados en el estudio con la finalidad de cumplir con los objetivos empresariales.

Tabla 51
Matriz de macrolocalización

Factores relevantes	Ponderación	Francisco de Ante		Yanashpa		Guantopolo	
		Pes	Calificación	Pes	Calificación	Pes	Calificación
Cercanía del mercado	0,2	5	1	4	0,8	3	0,6
Cercanía al proveedor	0,2	5	1	4	0,8	3	0,6
Vías de acceso y transporte	0,1	5	0,5	4	0,4	5	0,5
Servicios básicos	0,1	4	0,4	4	0,4	5	0,5
Facilidades para la eliminación de desechos	0,05	4	0,2	4	0,2	4	0,2
Área disponible para futuras ampliaciones	0,1	5	0,5	4	0,4	3	0,3
Condiciones topográficas	0,15	5	0,75	5	0,75	4	0,6
Costos del terreno e infraestructura	0,1	5	0,5	5	0,5	4	0,4
	1		4,85		4,25		3,7

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Se tomó en cuenta el centro de la parroquia de Zumbahua por los siguientes puntos:

- ❖ Cercanía del mercado: Se encuentra en un lugar céntrico de la Parroquia Zumbahua, además de una cercanía privilegiada de la laguna Quilotoa.
- ❖ Cercanía al proveedor: Es importante, porque en lo que respecta a proveedores se tiene cercanía con Zumbahua, la cual podría ayudar con recorridos turísticos que se quiere dar a los turistas. Además que el lugar está cerca de la zona comercial de la Parroquia.
- ❖ Vías de acceso y transporte: Francisco de Ante, está en el centro de la parroquia Zumbahua, donde se encuentra ubicada en una zona de fácil acceso terrestre con carreteras en buen estado, por lo cual nuestros clientes y proveedores podrían visitar la hostería.
- ❖ Servicios básicos: Francisco de Ante, está en la parte céntrica de la parroquia Zumbahua, la cual cuenta con todos los servicios básicos requeridos: agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, redes telefónicas, internet, etc.
- ❖ Facilidades para la eliminación de desechos: La zona central de la parroquia (Francisco Ante), se encuentra ubicada en una zona rural por lo cual es posible la construcción de la hostería en que se pueda destinar un área para la eliminación de desechos de forma adecuada donde los posibles impactos ambientales sean mínimos.
- ❖ Área disponible para futuras ampliaciones: Al ser una localidad rural posee espacio suficiente para posibles ampliaciones de ser el caso.
- ❖ Condiciones topográficas: El sector posee las condiciones adecuadas para la construcción de las instalaciones, dada la planicie del suelo.
- ❖ Costos del terreno e infraestructura: al estar ubicado en una zona rural posee terrenos a un precio más económico.

Por las razones antes mencionadas, la mejor opción para la ubicación es en las cercanías de la parroquia de Zumbahua. El terreno ubicado, en el Sector Campamento calle Francisco Ante (cerca de la Laguna del Quilotoa).

3.7.2. Microlocalización

El terreno ubicado, en el Sector Campamento calle Francisco Ante (cerca de la Laguna del Quilotoa), cuyos metros cuadrados son 900 m² y el costo es \$60.000. Con las siguientes características:



Figura 37. Cualidades del terreno a comprarse
Fuente: URBANIA. (2017). Zumbahua, <https://urbania.pe>



Figura 38. Vista aérea del terreno
Fuente: URBANIA. (2017). Zumbahua, <https://urbania.pe>

3.8. Infraestructura

Una vez conocidas las opiniones sobre cómo se quiere la infraestructura de una hostería dadas por las encuestas y por expertos del sector, se tomó en cuenta realizar una cabaña, con decoración rústica, donde se planifica construir habitaciones para el alojamiento de grupos grandes de personas. A continuación se detallan las medidas y el número de habitaciones que tendrá la hostería.

Tabla 52
Detalle de la infraestructura

Número	Tipo de habitación	Plazas	Metros cuadrados
1	Suite	6 personas	9x9 =81m ²
1	Matrimonial	2 personas	9x5=45m ²
1	Doble	2 personas	9x3=27m ²
1	Doble	2 personas	9x3=27m ²
1	Triple	3 personas	9x8=72 m ²
1	Triple	3 personas	9x8=72 m ²
1	Séxtuple	6 personas	9x9 =81m ²
1	Simple	1 persona	7x6=42 m ²
1	Simple	1 persona	7x6=42 m ²
Total	7 habitaciones para 26 personas		489 m ²
PARTE DE LA HOTERÍA			
	METROS CUADRADOS	DESCRIPCIÓN	
Área de la cocina	5x 4= 20 m ²	Zona de preparación de alimentos	
Bar	9 x9=18 m ²	Zona de preparación de bebidas y conversación	
Comedor	9 x9=18 m ²	Zona para servir platillos.	
Sala planta baja	9 x4= 36 m ²	Zona donde está ubicada la recepción y el lobby.	
Bodega y Zona de empleados	5x 4= 20 m ²	Lugar para guardar materiales del hostel y zona de estancia de descanso para empleados	
Lavandería	5x 4= 20 m ²	Zona para lavar los implementos de cada uno de los cuartos de la hostería	
Lobby planta alta	5x5=25 m ²	Zona de estancia para los turistas	
Oficina administrativa	5x3=15 m ²	Oficina de la administración del hotel.	
Piscina cubierta	10 x10= 100 m ²	Zona de piscina, sauna, turco.	
Cancha 1	10x9=81 m ²	Cancha deportiva para fútbol	
Cancha 2	6 x8=48 m ²	Cancha deportiva para vóley	
Total metros cuadrados otras zonas			401 m ²
Total metros cuadrados infraestructura			890 m ²

Elaborado por: Nelly Guanotuña

A continuación se presenta el diseño propuesto para la hostería:

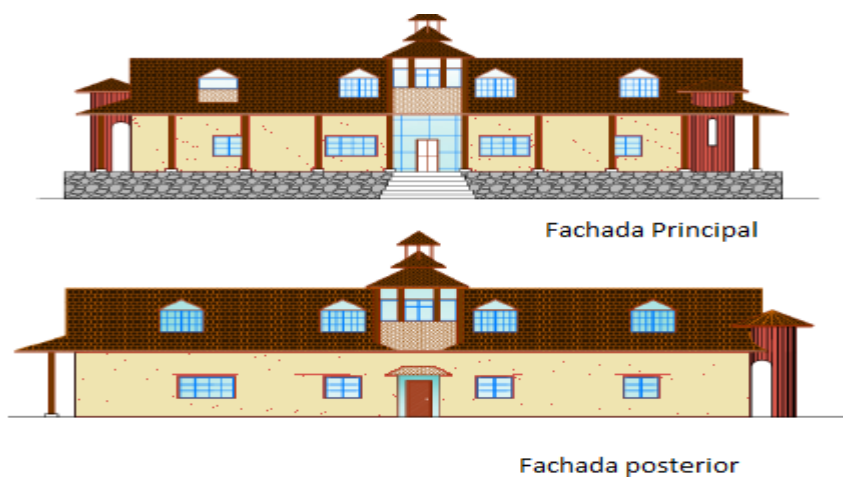


Figura 39. Vista frontal y posterior de la hostería
Fuente: Jaramillo, F. M. (2014). Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería, para la hacienda de Sinche en la parroquia Guanujo, del cantón Guaranda, provincia de Bolívar

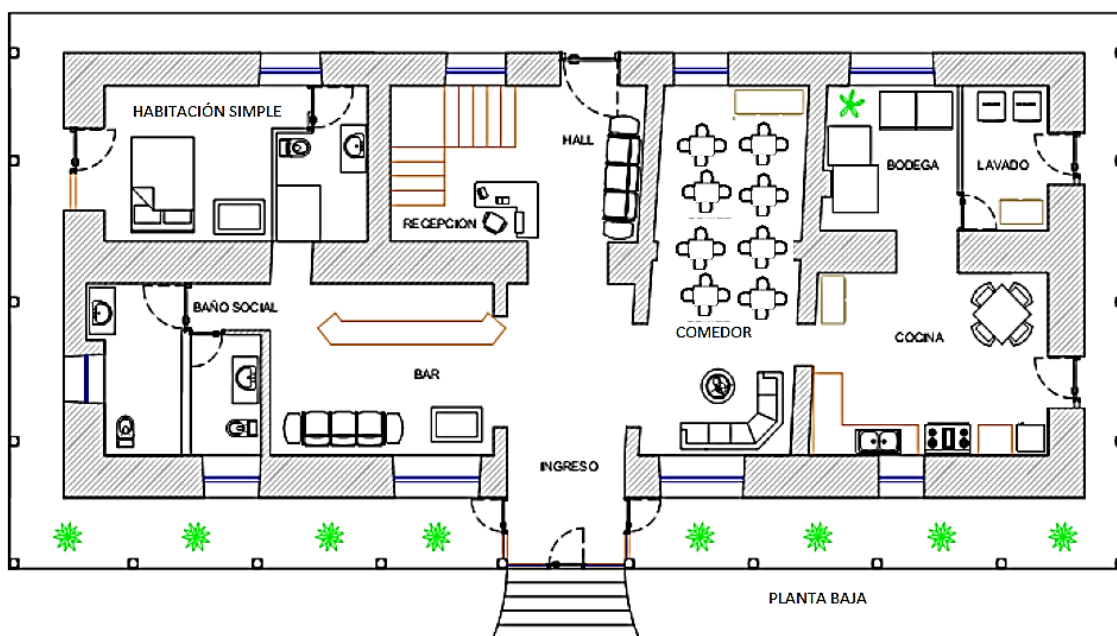


Figura 40. Primer piso
Fuente: Jaramillo, F. M. (2014). Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería, para la hacienda de Sinche en la parroquia Guanujo, del cantón Guaranda, provincia de Bolívar

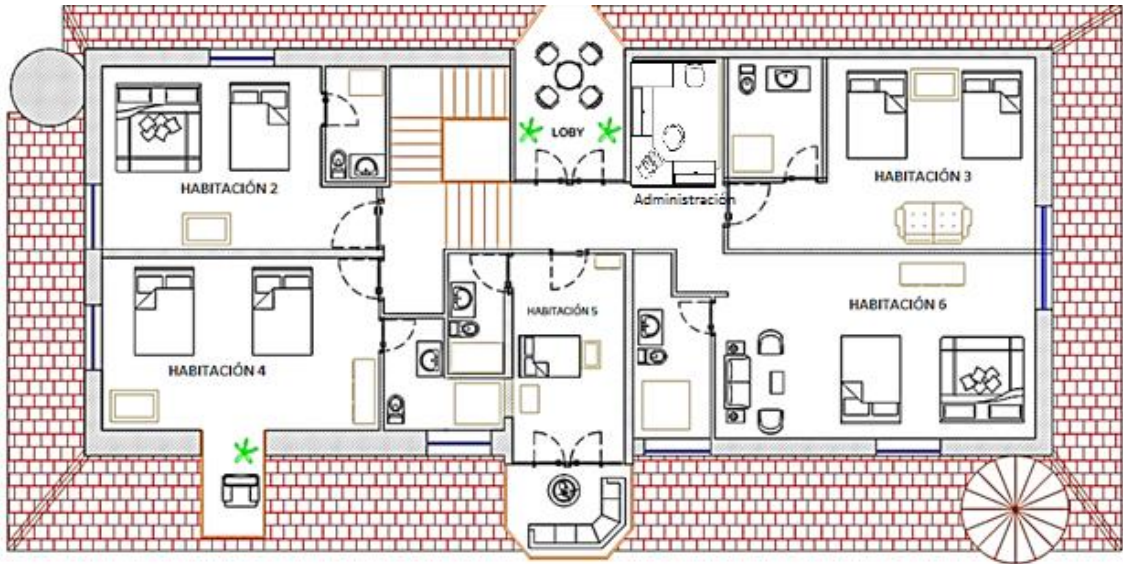


Figura 41. Segundo piso

Fuente: Jaramillo, F. M. (2014). Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería, para la hacienda de Sinche en la parroquia Guanujo, del cantón Guaranda, provincia de Bolívar

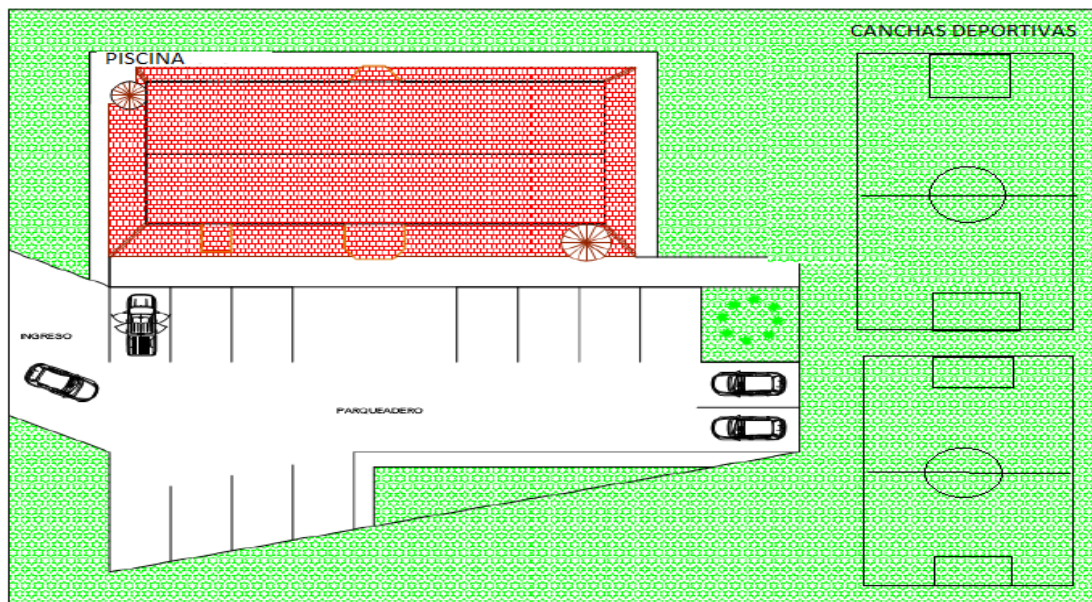


Figura 42. Exteriores

Fuente: Jaramillo, F. M. (2014). Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería, para la hacienda de Sinche en la parroquia Guanujo, del cantón Guaranda, provincia de Bolívar

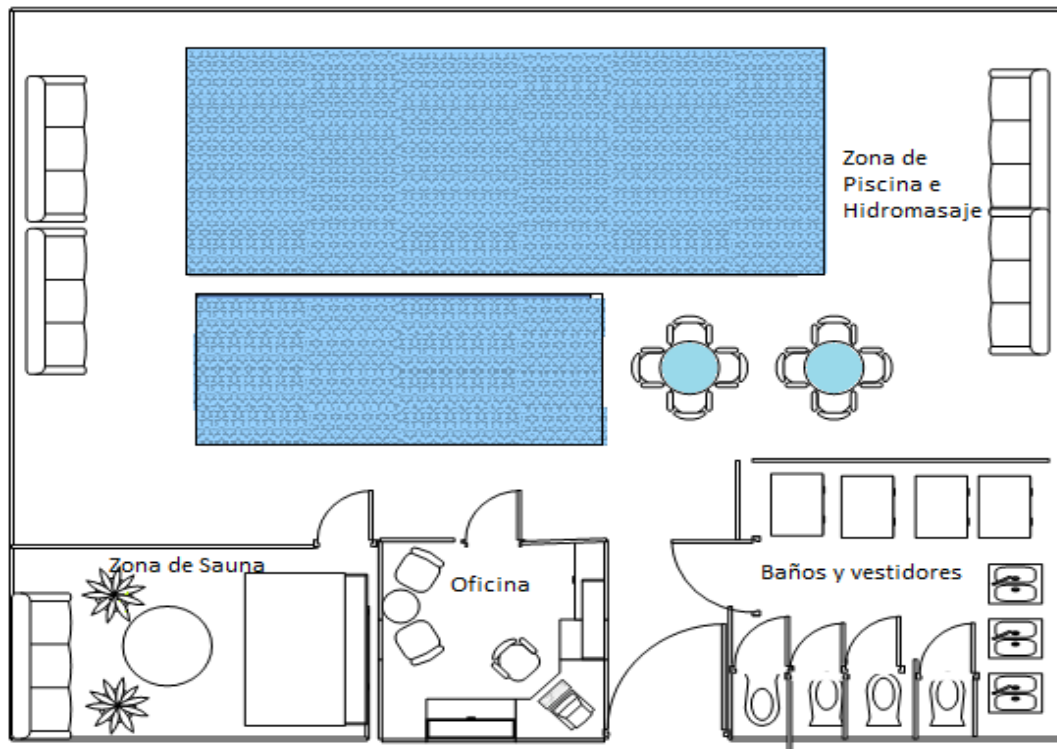


Figura 43. Piscina cubierta

Fuente: Jaramillo, F. M. (2014). Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería, para la hacienda de Sinche en la parroquia Guanujo, del cantón Guaranda, provincia de Bolívar

3.9. Capacidad instalada

“La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, donde se tiene en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.” (Jara, 2015).

La capacidad instalada máxima que se estimó es de 26 personas debido a que sería el número máximo de ocupantes que tendría a su haber la hostería. Para este cálculo se tomaron en cuenta los siguientes aspectos:

- a) Los días feriados: que en promedio son 3 por período, se consideró que la hostería tendrá su máxima capacidad. Para el cálculo de la capacidad instalada, se tomó en cuenta los días de asueto que fue aprobado por la Asamblea Nacional para el año 2018 que son los siguientes:

Tabla 53

Días feriados nacionales del Ecuador

Días	Fecha	Nombre del feriado
4	10,11,12,13 de Febrero	Feriado de carnaval
3	30,31 de Marzo y 1 de abril	Feriado de semana santa
3	28,29,30 de Abril	Feriado del Día del Trabajo
3	25,26,27 de Mayo	Feriado por la Batalla de Pichincha
3	10,11,12 de Agosto	Feriado para conmemorar el Primer Grito de la Independencia
3	12,13,14 de Octubre	Feriado de Independencia de Guayaquil
3	2,3,4 de Noviembre	Feriado de día de difuntos e Independencia de Cuenca
3	23,24, 25 de Diciembre	Feriado de Navidad
3	29,30,31 de Diciembre	Feriado de fin de año
28	<i>Total días</i>	

Elaborado por: Nelly Guanotuña

- b) Mientras que para el resto de días se consideró inicialmente una capacidad semanal del 50%, al ser un servicio nuevo en el mercado se quiso tener un enfoque conservador, para incrementar paulatinamente hasta llegar al quinto año con el 88%. En el Anexo 4 se puede observar con más detalle, y de forma resumida en la siguiente figura:

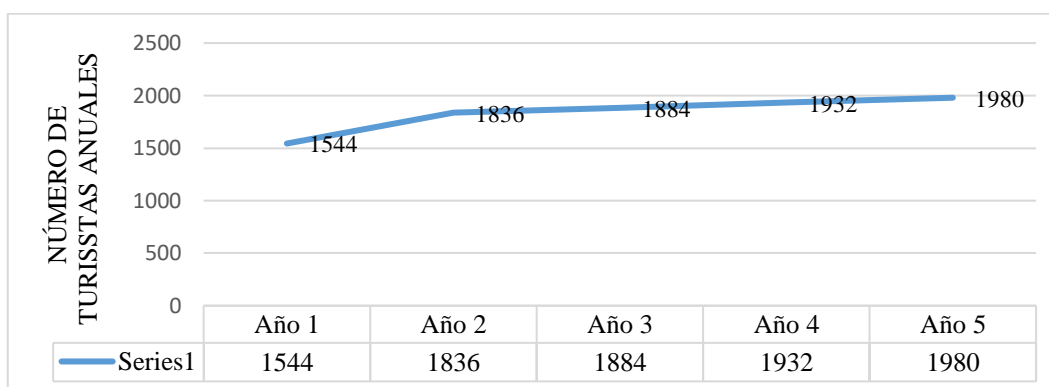


Figura 44. Número proyectado de huéspedes

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.10. Proceso financiero

3.10.1. Requerimiento de insumos

A continuación se presenta los insumos que se tomarán en cuenta para la realización del proyecto, divididos en cada uno de los sectores de la hostería:

Tabla 54
Requerimiento de insumos

Área	Detalle	Número	Valor unitario	Valor total
Habitaciones	Colchones 1 1/2 plaza	17	\$ 385,00	\$ 6.545,00
	Colchones de dos plazas	1	\$ 330,00	\$ 330,00
	Colchones de una plaza	10	\$ 170,00	\$ 1.700,00
	Protectores 1 1/2 plaza	17	\$ 25,00	\$ 425,00
	Protectores de dos plazas	5	\$ 20,00	\$ 100,00
	Protectores de una plaza	10	\$ 20,00	\$ 200,00
	Almohadas	40	\$ 7,50	\$ 300,00
	Sábanas	40	\$ 30,00	\$ 1.200,00
	Cobertores de camas	40	\$ 35,00	\$ 1.400,00
	Cortinas de dormitorio	10	\$ 50,00	\$ 500,00
		Subtotal		\$ 1.072,50
Restaurante y cocina	Manteles	20	\$ 12,00	\$ 240,00
	Cobertores de sillas	25	\$ 6,50	\$ 162,50
	Cubiertos (docenas)	25	\$ 16,00	\$ 400,00
	Utensilios de cocina (juegos)	6	\$ 30,00	\$ 180,00
	Tachos de basura (unidades)	2	\$ 25,00	\$ 50,00
	Juego de ollas (4)	3	\$ 38,00	\$ 114,00
	Subtotal		\$ 127,50	\$ 1.146,50
Artículos de limpieza	Franela (paquete de 4 unidades)	4	\$ 2,50	\$ 10,00
	Lavavajilla (100 gramos)	12	\$ 3,80	\$ 45,60
	Ambiental en pastilla	15	\$ 1,90	\$ 28,50
	Ambiental en spray	10	\$ 2,54	\$ 25,40
	Cepillo de sanitario	7	\$ 1,82	\$ 12,74
	Detergente (1kg)	10	\$ 3,89	\$ 38,90
	Esponja mixta de cocina	10	\$ 1,54	\$ 15,40
	Traperos de plástico	5	\$ 8,55	\$ 42,75
	Escobas	5	\$ 1,50	\$ 7,50
	Palas	5	\$ 1,00	\$ 5,00
	Jabón líquido	12	\$ 4,48	\$ 53,76
	Juego de toallas	26	\$ 7,00	\$ 182,00
	Shampoo líquido	12	\$ 3,00	\$ 36,00
	Subtotal		\$ 43,52	\$ 503,55
TOTAL INSUMOS				\$14.350,05

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Además en el Anexo 5, se encuentra el listado de alimentos que serán necesarios para la alimentación de los huéspedes. Además en la siguiente tabla se ve el costo mensual de los servicios básicos:

Tabla 55
Costo de servicios básicos

	Costo mensual	Costo por hora	Costo por día
Agua	\$ 200,00	\$ 0,83	\$ 6,67
Luz	\$ 100,00	\$ 0,42	\$ 3,33
Teléfono	\$ 60,00	\$ 0,25	\$ 2,00
Internet	\$ 35,00	\$ 0,15	\$ 1,17
Total	\$ 395,00	\$ 1,65	\$ 13,17

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.10.2. Requerimiento de activos fijos

En este punto se denota tanto el monto de activos fijos que se necesita para el proyecto como también sus respectivas depreciaciones. A continuación se presenta los rubros que se determinaron para los muebles y enseres que necesita cada área de la empresa:

Tabla 56
Calculo de muebles y enseres áreas operativas

Área	Detalle	Número	Valor unitario	Valor total
Restaurante	Mesas para cuatro puestos	9	\$ 60,00	\$ 540,00
	Mesas para seis puestos	6	\$ 80,00	\$ 480,00
	Sillas	25	\$ 25,00	\$ 625,00
	Taburetes para barra	6	\$ 20,00	\$ 120,00
	Bar empotrado	1	\$ 765,00	\$ 765,00
	Basureros	4	\$ 50,00	\$ 200,00
Habitaciones	Subtotal		\$ 1.000,00	\$ 2.730,00
	Cama 1 1/2 plaza	17	\$ 135,00	\$ 2.295,00
	Cama de dos plazas	1	\$ 160,00	\$ 160,00
	Cama de una plaza	10	\$ 110,00	\$ 1.100,00
	Veladores	27	\$ 50,00	\$ 1.350,00
	Sofá unipersonal	10	\$ 80,00	\$ 800,00
	Sofá cama	5	\$ 110,00	\$ 550,00
	Mesas circulares	10	\$ 45,00	\$ 450,00
	Basureros	20	\$ 20,00	\$ 400,00
	Sillas	26	\$ 25,00	\$ 650,00
	Lámparas de noche	26	\$ 20,00	\$ 520,00
Bar	Subtotal		\$ 755,00	\$ 8.275,00
	Bar empotrado	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
	Mesa empotrada	5	\$ 65,00	\$ 325,00
	Sofá butaca 2 puestos	5	\$ 90,00	\$ 450,00
	Sofá butaca 3 puestos	3	\$ 160,00	\$ 480,00
	Taburetes	15	\$ 40,00	\$ 600,00
	Basureros	8	\$ 25,00	\$ 200,00
Piscina	Subtotal		\$ 1.880,00	\$ 3.555,00
	Sillas bronceadoras	10	\$ 35,00	\$ 350,00
	Basureros	6	\$ 20,00	\$ 120,00
	Subtotal		\$ 55,00	\$ 470,00
Total			\$ 3.690,00	\$ 15.030,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Tabla 57
Cálculo de muebles y enseres áreas administrativas

Área	Detalle	Número	Valor unitario	Valor total
Gerencia	Escritorio	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Archivador	1	\$ 70,00	\$ 70,00
	Silla ejecutiva	1	\$ 110,00	\$ 110,00
	Mesa de reuniones	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Silla de reuniones	4	\$ 30,00	\$ 120,00
	Basurero	1	\$ 22,00	\$ 22,00
	Subtotal		\$ 832,00	\$ 922,00
	Escritorio ejecutivo	1	\$ 190,00	\$ 190,00
Recepción	Sala de espera	1	\$ 410,00	\$ 410,00
	Silla operativa	1	\$ 78,00	\$ 78,00
	Basurero	1	\$ 15,00	\$ 15,00
	Subtotal		\$ 693,00	\$ 693,00
	Escritorio	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Contabilidad y Marketing y Ventas	Archivador	2	\$ 70,00	\$ 140,00
	Silla ejecutiva	2	\$ 70,00	\$ 140,00
	Silla de visita	4	\$ 45,00	\$ 180,00
	Basurero	2	\$ 20,00	\$ 40,00
	Subtotal		\$ 355,00	\$ 800,00
	Total		\$ 1.880,00	\$ 2.415,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Mientras que a continuación se presenta la maquinaria y equipo que se necesita para todas las áreas de la empresa.

Tabla 58
Maquinaria y equipo área de operaciones

Área	Detalle	Número	Valor unitario	Valor total
Restaurante	Cocina industrial	1	\$ 1.200,00	\$1.200,00
	Extractor de olores	1	\$ 450,00	\$ 450,00
	Congelador	1	\$ 800,00	\$ 800,00
	Nevera	1	\$ 1.000,00	\$1.000,00
	Licuadaora	2	\$ 120,00	\$ 240,00
	Batidora	2	\$ 75,00	\$ 150,00
	Cafetera	2	\$ 80,00	\$ 160,00
	Sanduchera	2	\$ 87,00	\$ 174,00
	Microonda y tostadora	1	\$ 210,00	\$ 210,00
	Extractor de jugos	2	\$ 115,00	\$ 230,00
	Subtotal		\$ 4.137,00	\$ 4.614,00
Cuarto de lavado	Máquina de cocer	1	\$ 280,00	\$ 280,00
	Lavadora industrial	1	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
	Rodillo de planchar	1	\$ 2.350,00	\$ 2.350,00
	Subtotal		\$ 6.830,00	\$ 6.830,00
Piscina	Calentador eléctrico a gas	1	\$ 5.200,00	\$5.200,00
	Recicladora de agua	1	\$5.300,00	\$ 5.300,00
	Herramientas varias	20	\$ 40,00	\$ 800,00
	Subtotal		\$10.540,00	\$11.300,00
Áreas verdes	Bombas de fumigar	1	\$ 230,00	\$ 230,00
	Carretillas	2	\$ 65,00	\$ 130,00
	Azadón	2	\$ 30,00	\$ 60,00
	Pala	2	\$ 18,50	\$ 37,00
	Subtotal		\$ 343,50	\$ 457,00
Limpieza	Aspiradora	2	\$ 400,00	\$ 800,00
	Abrillantadora	2	\$ 350,00	\$ 700,00
	Subtotal		\$ 750,00	\$ 1.500,00
	Total		\$ 22.257,00	\$ 24.244,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Tabla 59
Maquinaria y equipo de administración

Área	Detalle	Número	Valor unitario	Valor total
Gerencia	Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
	Sumadora	1	\$ 97,67	\$ 97,67
	Subtotal		\$ 127,67	\$ 127,67
Recepción	Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 30,00
	Sumadora	1	\$ 97,67	\$ 97,67
	Subtotal		\$ 127,67	\$ 127,67
Contabilidad y Marketing y Ventas	Teléfono	2	\$ 30,00	\$ 60,00
	Sumadora	2	\$ 97,67	\$ 195,34
	Subtotal		\$ 127,67	\$ 255,34
	Total		\$ 383,01	\$ 510,68

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Además se encuentra el equipo de computación necesario para el proyecto:

Tabla 60
Equipo de computación

Área	Detalle	Número	Valor unitario	Valor total
Gerencia	Laptop	1	\$ 800,00	\$ 800,00
	Impresora multifunción	1	\$ 180,00	\$ 180,00
	Subtotal		\$ 980,00	\$ 980,00
Recepción	Computadora de escritorio	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
	Impresora multifunción	1	\$ 180,00	\$ 180,00
	Subtotal		\$ 1.380,00	\$ 1.380,00
Contabilidad y Marketing y Ventas	Computadora de escritorio	2	\$ 800,00	\$ 1.560,00
	Impresora multifunción	1	\$ 180,00	\$ 180,00
	Subtotal		\$ 980,00	\$ 1.740,00
	Total		\$ 3.340,00	\$ 4.100,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Por último, se encuentra el vehículo con el que contará la empresa para la movilización y realización de la gestión de empresa, donde se contratará un servicio de camioneta 4x4 para el recorrido de los huéspedes.

Tabla 61
Vehículos

Área	Detalle	Número	Valor unitario	Valor total
Ventas	Camioneta 4x4	1	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.10.3. Depreciaciones de los activos fijos

A continuación se presentan las depreciaciones a las cuales están sujetos cada activo antes mencionado en el punto 5.2.

Tabla 62
Depreciaciones de muebles y enseres parte operativa

Área	Detalle	Valor total	Depreciación anual	Depreciación mensual
Restaurante	Mesas para cuatro puestos	\$ 540,00	\$ 54,00	\$ 4,50
	Mesas para seis puestos	\$ 480,00	\$ 48,00	\$ 4,00
	Sillas	\$ 1.800,00	\$ 180,00	\$ 15,00
	Taburetes para barra	\$ 120,00	\$ 12,00	\$ 1,00
	Bar empotrado	\$ 765,00	\$ 76,50	\$ 6,38
	Basureros	\$ 200,00	\$ 20,00	\$ 1,67
Habitaciones	Cama 1 1/2 plaza	\$ 2.295,00	\$ 229,50	\$ 19,13
	Cama de dos plazas	\$ 160,00	\$ 16,00	\$ 1,33
	Cama de una plaza	\$ 1.100,00	\$ 110,00	\$ 9,17
	Veladores	\$ 1.350,00	\$ 135,00	\$ 11,25
	Sofa unipersonal	\$ 800,00	\$ 80,00	\$ 6,67
	Sofa cama	\$ 550,00	\$ 55,00	\$ 4,58
	Mesas circulares	\$ 450,00	\$ 45,00	\$ 3,75
	Basureros	\$ 400,00	\$ 40,00	\$ 3,33
	Sillas	\$ 650,00	\$ 65,00	\$ 5,42
	Lamparas de noche	\$ 520,00	\$ 52,00	\$ 4,33
Bar	Bar empotrado	\$ 1.500,00	\$ 150,00	\$ 12,50
	Mesa empotrada	\$ 325,00	\$ 32,50	\$ 2,71
	Sofa butaca 2 puestos	\$ 450,00	\$ 45,00	\$ 3,75
	Sofá butaca 3 puestos	\$ 480,00	\$ 48,00	\$ 4,00
	Taburetes	\$ 600,00	\$ 60,00	\$ 5,00
	Basureros	\$ 200,00	\$ 20,00	\$ 1,67
Piscina	Sillas bronceadoras	\$ 350,00	\$ 35,00	\$ 2,92
	Basureros	\$ 120,00	\$ 12,00	\$ 1,00
Total depreciación		\$ 16.205,00	\$ 1.620,50	\$ 135,04

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Mientras que se encuentra la depreciación de muebles y enseres de la parte administrativa:

Tabla 63
Depreciaciones de muebles y enseres parte administrativa

Área	Detalle	Valor total	Depreciación anual	Depreciación mensual
Gerencia	Escritorio	\$ 300,00	\$ 30,00	\$ 2,50
	Archivador	\$ 70,00	\$ 7,00	\$ 0,58
	Silla ejecutiva	\$ 110,00	\$ 11,00	\$ 0,92
	Mesa de reuniones	\$ 300,00	\$ 30,00	\$ 2,50
	Silla de reuniones	\$ 120,00	\$ 12,00	\$ 1,00
Recepción	Basurero	\$ 22,00	\$ 2,20	\$ 0,18
	Escritorio ejecutivo	\$ 190,00	\$ 19,00	\$ 1,58
	Sala de espera	\$ 410,00	\$ 41,00	\$ 3,42
	Silla operativa	\$ 78,00	\$ 7,80	\$ 0,65
	Basurero	\$ 15,00	\$ 1,50	\$ 0,13
Contabilidad y Marketing y Ventas	Escritorio	\$ 300,00	\$ 30,00	\$ 2,50
	Archivador	\$ 140,00	\$ 14,00	\$ 1,17
	Silla ejecutiva	\$ 140,00	\$ 14,00	\$ 1,17
	Silla de visita	\$ 180,00	\$ 18,00	\$ 1,50
	Basurero	\$ 40,00	\$ 4,00	\$ 0,33
Total depreciación		\$ 2.415,00	\$ 241,50	\$ 20,13

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Mientras que a continuación se presenta la depreciación de la maquinaria y equipo de todas las áreas de la empresa:

Tabla 64
Depreciación de maquinaria y equipo parte operativa

Área	Detalle	Valor total	Depreciación anual	Depreciación mensual	
Restaurante	Cocina industrial	\$ 1.200,00	\$ 120,00	\$ 10,00	
	Extractor de olores	\$ 450,00	\$ 45,00	\$ 3,75	
	Congelador	\$ 800,00	\$ 80,00	\$ 6,67	
	Nevera	\$ 1.000,00	\$ 100,00	\$ 8,33	
	Licuada	\$ 240,00	\$ 24,00	\$ 2,00	
	Batidora	\$ 150,00	\$ 15,00	\$ 1,25	
	Cafetera	\$ 160,00	\$ 16,00	\$ 1,33	
	Sanduchera	\$ 174,00	\$ 17,40	\$ 1,45	
	Microonda y tostadora	\$ 210,00	\$ 21,00	\$ 1,75	
	Extractor de jugos	\$ 230,00	\$ 23,00	\$ 1,92	
	Cuarto de lavado	Máquina de cocer	\$ 280,00	\$ 28,00	\$ 2,33
		Lavadora industrial	\$ 4.200,00	\$ 420,00	\$ 35,00
Rodillo de planchar		\$ 2.350,00	\$ 235,00	\$ 19,58	
Piscina	Calentador eléctrico a gas	\$ 5.200,00	\$ 520,00	\$ 43,33	
	Recicladora de agua	\$ 5.300,00	\$ 530,00	\$ 44,17	
	Herramientas varias	\$ 800,00	\$ 80,00	\$ 6,67	
Áreas verdes	Bombas de fumigar	\$ 230,00	\$ 23,00	\$ 1,92	
	Carretillas	\$ 130,00	\$ 13,00	\$ 1,08	
	Azadón	\$ 60,00	\$ 6,00	\$ 0,50	
	Pala	\$ 37,00	\$ 3,70	\$ 0,31	
Subtotal		\$ 23.201,00	\$ 2.320,10	\$ 193,34	

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Tabla 65
Depreciación de maquinaria y equipo parte administrativa

Área	Detalle	Valor total	Depreciación anual	Depreciación mensual
Gerencia	Teléfono	\$ 30,00	\$ 3,00	\$ 0,25
	Sumadora	\$ 97,67	\$ 9,77	\$ 0,81
Recepción	Teléfono	\$ 30,00	\$ 3,00	\$ 0,25
	Sumadora	\$ 97,67	\$ 9,77	\$ 0,81
Contabilidad y Marketing y Ventas	Teléfono	\$ 60,00	\$ 6,00	\$ 0,50
	Sumadora	\$ 195,34	\$ 19,53	\$ 1,63
	Subtotal	\$ 510,68	\$ 51,07	\$ 4,26

Elaborado por: Nelly Guanotuña

A continuación se muestra la depreciación del equipo de computación:

Tabla 66
Depreciaciones del Equipo de Computación

Área	Detalle	Valor total	Depreciación anual	Depreciación mensual
Gerencia	Laptop	\$ 800,00	\$ 266,67	\$ 22,22
	Impresora multifunción	\$ 180,00	\$ 60,00	\$ 5,00
Recepción	Computadora de escritorio	\$ 1.200,00	\$ 400,00	\$ 33,33
	Impresora multifunción	\$ 180,00	\$ 60,00	\$ 5,00
Contabilidad y Marketing y Ventas	Computadora de escritorio	\$ 1.560,00	\$ 520,00	\$ 43,33
	Impresora multifunción	\$ 180,00	\$ 60,00	\$ 5,00
	Subtotal	\$ 4.100,00	\$ 1.366,67	\$ 113,89

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Mientras que el vehículo adquirido por la empresa tiene la siguiente depreciación:

Tabla 67
Depreciaciones del vehículo

Área	Detalle	Valor total	Depreciación anual	Depreciación mensual
Ventas	Camioneta 4x4	\$ 18.000,00	\$ 3.600,00	\$ 300,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.10.4. Costos de infraestructura

El costo del terreno está presupuestado por un valor total de \$60.000, mientras que el costo de la infraestructura es de \$125.000. A continuación se ve la depreciación que sufrirá la infraestructura.

Tabla 68

Depreciación construcción del hotel

Detalle	Valor total	Depreciación anual	Depreciación mensual
Construcción de hotería	\$120.000,00	\$ 6.000,00	\$ 500,00
Costo del terreno	\$ 60.000,00	\$ -	\$ -

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.10.5. Activos diferidos

A continuación se presenta los costos incurridos lo activos diferidos y su respectiva amortización:

Tabla 69

Gastos de constitución y amortización

Detalle	Valor total	Amortización anual	Amortización mensual
Trámites	\$ 500,00	\$ 100,00	\$ 8,33
Gasto abogado	\$ 1.000,00	\$ 200,00	\$ 16,67
Total gastos de constitución	\$ 1.500,00	\$ 300,00	\$ 25,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.10.6. Mano de obra

A continuación se presenta la proforma mensual de lo que recibiría en talento humano de la empresa:

Tabla 70
Mano de obra

Empleado	Cantidad de empleado	Sueldo unitario	Sueldo total	Total beneficios sociales	Total ingresos	Costo por hora
Gerente general	1	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 414,04	\$1.314,04	\$ 3,75
Asistente administrativa	1	\$ 390,00	\$ 390,00	\$197,64	\$ 587,64	\$ 1,63
Contador	1	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 197,64	\$ 587,64	\$ 1,63
Recepcionista	1	\$ 386,00	\$ 390,00	\$ 197,64	\$ 587,64	\$ 1,61
Vendedor	1	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 197,64	\$ 587,64	\$ 1,63
Mucamas	1	\$ 386,00	\$ 390,00	\$ 197,64	\$ 587,64	\$ 1,61
Conserje	1	\$ 386,00	\$386,00	\$ 195,95	\$ 581,95	\$ 1,61
Camareros	1	\$ 386,00	\$ 386,00	\$ 195,95	\$ 581,95	\$ 1,61
Chef	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 201,89	\$ 601,89	\$ 1,67
Guardias	2	\$ 390,00	\$ 780,00	\$363,12	\$1.143,12	\$ 1,63
Guía turístico	1	\$ 386,00	\$ 386,00	\$195,95	\$ 581,95	\$ 1,61
Total	12	\$ 4.790,00	\$ 5.188,00	\$ 2.555,10	\$7.743,10	

Elaborado por: Nelly Guanotuña

En el Anexo 6, se verá más detallado los rubros de mano de obra calculados para este proyecto.

3.11. Proceso financiero

Con respecto al proyecto los siguientes cálculos se realizaron en un horizonte de tiempo de 5 años. Los cuales están de forma resumida en los siguientes puntos:

3.11.1. Proyección de ingresos, costos y gastos

Con respecto a los ingresos, estos provienen de la multiplicación del número estimado de unidades determinada en la capacidad instalada de la empresa, por el precio de venta de cada unidad. Es por ello, que para el presente cálculo se tomó en cuenta el paquete turístico de dos días que la empresa ofrecerá a un precio inicial de \$120,00. Mientras que para determinar el crecimiento del precio se tomó en cuenta el nivel de crecimiento de la inflación que es del 3,47% anual, que corresponde al promedio de la inflación general del Ecuador en los últimos cinco años (2013-2017), dato obtenido de la página web del Banco Central del Ecuador (BCE) (Leal, 2017). Donde no se obtuvo con exactitud el crecimiento de la industria, lo cual fue un limitante para la investigación.

Tabla 35
Ingreso proyectados

	Año				
	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 185.760,00	\$230.272,30	\$246.241,60	\$261.277,56	\$277.060,51

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Como se puede ver se tiene un buen nivel de crecimiento con respecto a las ventas debido a que si se compara entre el año 1 y 2 este aumenta en un 24%, mientras que entre los años tres ,cuatro y cinco se mantiene estable con un crecimiento promedio del 6%, lo cual es positivo porque se denota que si se hace las inversiones según lo planificado se tendrá un panorama estable de ingresos. Además, hay que tomar en cuenta que la capacidad instalada de la empresa en el primer año se calculó 1544 huéspedes mientras que al final del proyecto se llegará atender a un total de 1980 huéspedes en el año 5.

Con respecto a los costos, estos representan los desembolsos de dinero en materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que tendrá en el servicio. Para la proyección de los mismos también se consideró el promedio de la inflación de los últimos cinco años del 3,47%. A continuación se presenta los costos calculados anualmente:

Tabla 72
Costos proyectados

	Año				
	1	2	3	4	5
Costo de los productos vendidos	\$113.464,09	\$131.147,6	\$136.441,3	\$140.908,1	\$145.986,6
		2	5	4	8

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Se puede ver el cálculo de la capacidad instalada también repercute en los costos de los productos vendidos, por los cuales se ve que entre el año 1 y 2 la variación de costos es del 16%, mientras que para los otros años se tiene una variación promedio del 4%, es decir, que del año 2 al 5, los costos tienen un crecimiento estable y no desordenado, lo cual es positivo para el proyecto.

En lo concerniente a los gastos, se tienen detallados a continuación:

Tabla 73
Gastos proyectados

	Año				
	1	2	3	4	5
Gastos sueldos	\$ 25.417,44	\$27.998,58	\$28.095,92	\$29.895,75	\$30.893,99
Gastos generales	\$ 9.900,00	\$10.235,20	\$10.582,04	\$10.940,90	\$11.312,23
Gastos de depreciación	\$ 10.713,33	\$10.713,33	\$10.713,33	\$10.620,56	\$10.713,33
Gastos de amortización	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Total	\$46.330,77	\$49.247,11	\$49.691,29	\$51.757,21	\$53.219,55

Elaborado por: Nelly Guanotuña

En la tabla, los gastos considerados para el proyecto son manejables para el tiempo estimado del proyecto el nivel de crecimiento del 4% entre el año 1 y el año 5. Este es un aspecto positivo porque se denota que son cifras manejables para el presente proyecto y que no exceden a las ventas que se proyectaron.

3.12. Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

Con respecto a la inversión inicial, a continuación se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 74
Inversión inicial

Inversiones de propiedad planta y equipo (ppe)	Valor
Terreno	\$ 60.000,00
Edificios	\$ 120.000,00
Maquinaria	\$ 22.640,01
Vehículos	\$ 18.000,00
Equipos de Computación	\$ 3.340,00
Total inversión PPE (A)	\$ 223.980,01
Inversiones intangibles	Valor
Inversiones gastos de constitución	\$ 1.500,00
Total inversión intangible (B)	\$ 1.500,00
Total inversión inicial (A+B)	\$ 225.480,01

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Se puede denotar la inversión inicial dada entre los activos fijos e intangibles es de un total de \$225.480,01, además los activos fijos son de suma importancia para las operaciones de la empresa, así como el gasto de constitución con el cual la empresa estaría donde se cumpla la normativa legal impuesta. Es por ello, que se calculó el capital de trabajo para seis meses, debido a que durante el primer semestre se realizará todos los desembolsos para la puesta en marcha del proyecto, donde se consideró los

gastos de sueldos, generales, de depreciación y amortización durante el tiempo establecido, donde se tiene de esta forma el cálculo del capital de trabajo visto a continuación:

Tabla 75

Cálculo del capital de trabajo

	Meses					
	1	2	3	4	5	6
Gastos sueldos	\$2.118,12	\$2.118,12	\$2.118,12	\$2.118,12	\$2.118,12	\$2.118,12
Gastos generales	\$825,00	\$825,00	\$825,00	\$825,00	\$825,00	\$825,00
Gastos de depreciación	\$892,78	\$892,78	\$892,78	\$892,78	\$892,78	\$892,78
Gastos de amortización	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00	\$25,00
Capital de trabajo por mes	\$3.046,81	\$2.086,12	\$2.086,12	\$2.086,12	\$2.086,12	\$2.086,12
Capital de trabajo para 6 meses	\$13.477,40					

Elaborado por: Nelly Guanotuña

El capital de trabajo necesario para cubrir las contingencias del primer medio periodo de trabajo es de \$13.477,40, por lo cual se toma en cuenta los conceptos de los rubros antes mencionados. En lo concerniente a la estructura del capital, la misma está dada tanto por un financiamiento propio como por un endeudamiento en una institución financiera descrito a continuación:

Tabla 76

Estructura del capital

Propio	32,79%	\$80.500,00
Deuda L/P	67,21%	\$165.000,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Para el financiamiento del presente proyecto el capital propio donde el monto sea ascendido a un total de \$80.500, el cual está aportado entre cinco socios con un total de \$16.100 cada uno. Mientras que para el financiamiento restante, se verificó las siguientes opciones:

Tabla 77
Entidades financieras

Entidad Financiera	Monto mínimo	Monto máximo	Tipo de crédito	Tasa de interés
Banco de Fomento	\$ 500	\$ 300.000	Crédito dirigido a PYMES, y Empresas.	10% anual
<u>Banco del Pacífico</u>	<u>\$ 3.000</u>	<u>\$ 1.000.000</u>	<u>Para financiamiento de activos fijos y capital de trabajo</u>	<u>9,76% anual</u>
CFN	\$ 100.000	El 70% para proyectos nuevos	A todo tipo de personería, para financiamiento de activos fijos y capital de trabajo	11% anual

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Donde se ha escogido la entidad financiera con menor interés, donde se escogió al Banco del Pacífico para dicho fin. Con las siguientes condiciones de financiamiento:

Tabla 78
Condiciones de financiamiento a largo plazo

Monto	\$165.000,00
Tasa de interés	9,76%
Plazo	5 años
Condiciones	Pagos Mensuales
CUOTA MENSUAL	\$ 3.486,31

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Mientras que a continuación se muestra la tabla de amortización anual, del endeudamiento:

Tabla 79
Tabla de amortización anual

Periodo	Pago	Interés	Capital	Saldo
0				\$165.000,00
1	\$43.260,04	\$16.104,00	\$27.156,04	\$137.843,96
2	\$43.260,04	\$13.453,57	\$29.806,47	\$108.037,50
3	\$43.260,04	\$10.544,46	\$32.715,58	\$75.321,92
4	\$43.260,04	\$7.351,42	\$35.908,62	\$39.413,30
5	\$43.260,04	\$3.846,74	\$39.413,30	\$0,00

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Con respecto a los pagos del endeudamiento al largo plazo, mensualmente se pagaría un total de \$ 3.486,31, mientras que anualmente se pagaría un total de \$43.260,04.

3.13. Proyecciones de estado de resultados, situación financiera, estado de flujo de caja

A continuación se presenta el estado de resultados estimado para el horizonte de tiempo del proyecto:

Tabla 80
Estado de resultados proyectado

	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 185.760,00	\$ 230.272,30	\$ 246.241,60	\$ 261.277,56	\$ 277.060,51
(-) Costo de los productos vendidos	\$ 113.464,09	\$ 131.147,62	\$ 136.441,35	\$ 140.908,14	\$ 145.986,68
(=) Utilidad bruta	\$ 72.295,91	\$ 99.124,68	\$ 109.800,26	\$ 120.369,42	\$ 131.073,83
(-) Gastos sueldos	\$ 25.417,44	\$ 27.998,58	\$ 28.095,92	\$ 29.895,75	\$ 30.893,99
(-) Gastos generales	\$ 9.900,00	\$ 10.235,20	\$ 10.582,04	\$ 10.940,90	\$ 11.312,23
(-) Gastos de depreciación	\$ 10.713,33	\$ 10.713,33	\$ 10.713,33	\$ 10.620,56	\$ 10.713,33
(-) Gastos de amortización	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
(=) Utilidad antes de intereses e impuestos y particip.	\$ 25.965,14	\$ 49.877,57	\$ 60.108,97	\$ 68.612,20	\$ 77.854,27
(-) Gastos de intereses	\$ 14.921,15	\$ 12.173,54	\$ 9.145,43	\$ 5.808,19	\$ 2.130,26
(=) Utilidad antes de impuestos y participación	\$ 11.043,99	\$ 37.704,03	\$ 50.963,55	\$ 62.804,02	\$ 75.724,01
(-) 15% participación trabajadores	\$ 1.656,60	\$ 5.655,60	\$ 7.644,53	\$ 9.420,60	\$ 11.358,60
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 9.387,39	\$ 32.048,43	\$ 43.319,01	\$ 53.383,41	\$ 64.365,41
(-) 25% impuesto a la renta	\$ 2.346,85	\$ 8.012,11	\$ 10.829,75	\$ 13.345,85	\$ 16.091,35
(=) Utilidad neta	\$ 7.040,54	\$ 24.036,32	\$ 32.489,26	\$ 40.037,56	\$ 48.274,06

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Como se puede denotar, existen buenas expectativas de crecimiento según las cifras estimadas para el negocio, aunque el primer año se dé la menor utilidad de todas debido a que en ese año se pretende dar a conocer el negocio y además por el establecimiento del mismo, a partir del segundo año se tiene una buena expectativa de crecimiento. Mientras que en el estado de financiero se obtuvo las siguientes proyecciones:

Tabla 81

Estado financiero proyectado para cinco años

	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS	\$246.591,60	\$284.409,46	\$337.300,55	\$435.304,78	\$534.956,94	\$636.449,59
Corrientes	\$ 21.111,59	\$ 72.206,79	\$138.375,21	\$229.092,10	\$340.852,82	\$457.886,81
Efectivo	\$ 15.653,60	\$ 60.164,97	\$125.196,26	\$215.374,73	\$326.669,25	\$451.619,13
Cuentas por Cobrar		\$ 3.096,00	\$ 3.865,34	\$ 4.104,03	\$ 4.354,63	\$ 4.617,68
Inventarios Prod. Terminados		\$ 1.182,39	\$ 1.140,94	\$ 1.231,43	\$ 1.237,80	
Inventarios Materia Prima	\$ 4.167,99	\$ 4.943,43	\$ 5.072,67	\$ 5.201,91	\$ 5.331,15	
Inventarios Sum. Fabricación	\$ 1.290,00	\$ 2.820,00	\$ 3.100,00	\$ 3.180,00	\$ 3.260,00	\$ 1.650,00
No Corrientes	\$225.480,01	\$212.202,68	\$198.925,34	\$206.212,68	\$194.104,13	\$178.562,79
Propiedad, Planta y Equipo	\$223.980,01	\$223.980,01	\$223.980,01	\$246.620,02	\$246.620,02	\$246.620,02
Depreciación acumulada		\$ 12.977,33	\$ 25.954,67	\$ 41.007,34	\$ 52.815,89	\$ 68.057,23
Intangibles	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Amortización acumulada		\$ 300,00	\$ 600,00	\$ 900,00	\$ 1.200,00	\$ 1.500,00
PASIVOS	\$166.091,60	\$141.557,34	\$113.494,46	\$ 83.467,47	\$ 47.815,03	\$ 8.095,60
Corrientes	\$ 1.091,60	\$ 3.471,90	\$ 5.071,20	\$ 7.734,49	\$ 8.109,58	\$ 8.095,60
Cuentas por pagar proveedores	\$ 1.091,60	\$ 1.294,69	\$ 1.328,53	\$ 1.362,38	\$ 1.396,23	\$ 1.396,23
Sueldos por pagar		\$ 1.754,67	\$ 2.506,67	\$ 4.762,67	\$ 4.762,67	\$ 4.762,67
Impuestos por pagar		\$ 422,55	\$ 1.236,00	\$ 1.609,45	\$ 1.950,68	\$ 1.936,70
No Corrientes	\$165.000,00	\$138.085,44	\$108.423,26	\$ 75.732,97	\$ 39.705,45	
Deuda a largo plazo	\$165.000,00	\$138.085,44	\$108.423,26	\$ 75.732,97	\$ 39.705,45	
PATRIMONIO	\$ 80.500,00	\$ 87.540,54	\$111.576,86	\$144.066,12	\$184.103,68	\$232.377,74
Capital	\$ 80.500,00	\$ 80.500,00	\$ 80.500,00	\$ 80.500,00	\$ 80.500,00	\$ 80.500,00
Utilidades retenidas		\$ 7.040,54	\$ 31.076,86	\$ 63.566,12	\$103.603,68	\$151.877,74

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Como se puede ver, en este estado se ratifica las buenas proyecciones que tiene el proyecto. Aunque cabe resaltar que como política se ha decidido retener las utilidades para en un futuro poderlas reinvertir en la misma empresa, y de esta manera fomentar su crecimiento y expansión.

Con respecto al flujo de caja este se realizó para el proyecto, es decir, que en este estado se analizan las entradas y salidas del negocio sin considerar el financiamiento bancario (Leal, 2017). Y como se puede denotar existe un buen crecimiento durante el tiempo analizado. Lo cual se puede ver a continuación:

Tabla 82
Flujo del proyecto anual

<u>Flujo de caja del proyecto anual</u>	0	1	2	3	4	5
Utilidad antes de intereses e impuestos y particip.	-	\$ 25.965,14	\$ 49.877,57	\$ 60.108,97	\$ 68.612,20	\$ 77.854,27
Gastos de depreciación	-	\$ 12.977,33	\$ 12.977,33	\$ 15.052,67	\$ 15.148,56	\$ 15.241,34
Gastos de amortización	-	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
15% participación trabajadores	-	\$ 1.656,60	\$ 5.655,60	\$ 7.644,53	\$ 9.420,60	\$ 11.358,60
22% impuesto a la renta	-	\$ 2.346,85	\$ 8.012,11	\$ 10.829,75	\$ 13.345,85	\$ 16.091,35
I. Flujo de efectivo operativo neto (f.e.o)	-	\$ 29.830,11	\$ 45.074,28	\$ 53.672,14	\$ 59.188,84	\$ 65.173,44
	-	-	-	-	-	-
Inversión de capital de trabajo neto	\$ -15.653,60	-	-	-	-	-
Variación de capital de trabajo neto	-	\$ 24.290,05	\$ 13.712,44	\$ 12.742,62	\$ 15.239,01	\$ 7.901,91
Recuperación de capital de trabajo neto	-	-	-	-	-	\$ 89.539,63
Ii. Variación de capital de trabajo neto	\$ -15.653,60	\$ 24.290,05	\$ 13.712,44	\$ 12.742,62	\$ 15.239,01	\$ 97.441,54
	-	-	-	-	-	-
Inversiones	\$ -225.480,01	-	-	-	-	-
Recuperaciones	-	-	-	-	-	-
Recuperación maquinaria	-	-	-	-	-	\$ 16.803,75
Recuperación vehículos	-	-	-	-	-	\$ 1.311,94
Recuperación equipo de computación	-	-	-	-	-	\$ 1.291,91
Iii. Gastos de capital (CAPEX)	\$ -225.480,01	-	-	-	-	\$ 19.407,60
	-	-	-	-	-	-
Flujo de caja del proyecto	\$ -241.133,61	\$ 54.120,16	\$ 58.786,72	\$ 66.414,75	\$ 74.427,85	\$ 182.022,58

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Mientras que también se presenta el flujo de caja para el inversionista, el cual analiza las entradas y salidas del negocio se considera el crédito recibido al inicio de las operaciones (Leal, 2017). Donde se ha determinado resultados positivos durante su realización, donde se demuestra que las operaciones son sostenibles para el pago del endeudamiento.

Tabla 83
Flujo de caja del inversionista

Flujo de caja del inversionista anual	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO	\$ -241.133,61	\$ 54.120,16	\$ 58.786,72	\$ 66.414,75	\$ 74.427,85	\$ 182.022,58
(+) Préstamo	\$ 165.000,00					
(-) Gastos de interés		\$-14.481,56	\$-11.689,07	\$ -8.611,50	\$ -5.219,76	\$ -1.510,12
(-) Amortización del capital		\$-27.354,15	\$-30.146,64	\$-33.224,21	\$-36.615,96	\$ -33.352,98
(+) Escudo Fiscal		\$ 5.321,97	\$ 4.295,73	\$ 3.164,73	\$ 1.918,26	\$ 554,97
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$ -76.133,61	\$ 17.606,42	\$ 21.246,74	\$ 27.743,77	\$ 34.510,40	\$ 147.714,45

Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.14. Determinación de la tasa de descuento

Para la determinación de la tasa de descuento, se utilizaron varios parámetros los cuales están enumerados a continuación:

- Tasa libre de riesgo: “Es la rentabilidad que se obtendría de una inversión segura. Normalmente se considera inversión segura la adquisición de letras, bonos, obligaciones o pagarés emitidos por el tesoro del país en el que se realiza la inversión” (Castaño, 2008).
- Rendimiento del mercado: “También conocido como base del mercado del dinero y base de rendimiento. Un método para calcular el rendimiento en ciertos instrumentos del mercado de dinero” (Díaz P. , 2008).
- Beta: “El cociente beta es una medida del riesgo inherente a un valor, donde se toma como referencia un indicador representativo del mercado; es decir, el coeficiente beta determina la volatilidad de una acción” (Mancilla, 2014).
- Riesgo país: “Es un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera” (BCE, 2017).
- WACC: “Es la tasa de descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión” (López, 2016).
- CAPM: “Es una de las herramientas más utilizadas en el área financiera para determinar la tasa de retorno requerida para un cierto activo” (Díaz S. , 2012).

Además, para el flujo de caja del proyecto se determinó el WACC, mientras para el flujo de caja del inversionista se utilizó el CAPM los cuales son las tasas de descuento. Obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 84
Cálculo de tasas de descuento

Tasa libre de riesgo	3,07%		Precio S&P 500		
Rendimiento del Mercado	10,25 %	Hoy		Hace 5 Años	2.835,0
			2.839,13		
Beta	0,94				
Beta Apalancada	1,83				
Riesgo País	0,63%				
Tasa de Impuestos	25,00 %		TASAS DE DESCUENTO		
Participación Trabajadores	15%	WACC			11,54%
Escudo Fiscal	36,25 %	CAPM			22,43%
Razón Deuda/Capital	2,05				
Costo Deuda Actual	9,76%				

Nota: Al S&P 500 se lo considera el índice más representativo de la situación real del mercado.
Elaborado por: Nelly Guanotuña

3.15. Valoración del proyecto

Una vez obtenido tanto los flujos de caja para el proyecto como para el inversionista, es necesario valorarlos a través de varios parámetros como son el VAN (Valor Actual Neto), el costo/ beneficio y la tasa Interna de Retorno (TIR), los cuales son los encargados de determinar la viabilidad del negocio. A continuación se verán tanto los flujos como el cálculo de cada uno de los indicadores antes mencionados.

Tabla 85
Evolución de los flujos del proyecto

Evaluación flujos del proyecto			Evaluación flujo del inversionista				
VAN	\$56.040,23		VAN	\$36.594,35			
Costo/Beneficio	\$1,23		Costo/Beneficio	\$1,48			
TIR	18,80%		TIR	36,60%			
	AÑO	0	1	2	3	4	5
<u>FLUJOS DEL PROYECTO</u>		\$ -241.133,61	\$ 54.120,16	\$ 58.786,72	\$ 66.414,75	\$ 74.427,85	\$ 182.022,58
<u>FLUJO DEL INVERSIONISTA</u>		\$ -76.133,61	\$ 17.606,42	\$ 21.246,74	\$ 27.743,77	\$ 34.510,40	\$ 147.714,45

Elaborado por: Nelly Guanotuña

En la evolución del flujo del proyecto y del inversionista el VAN es mayor a cero, por lo cual significa que para ambos aspecto el proyecto es viable. Con respecto al costo/beneficio calculado, en el caso del flujo del proyecto por cada dólar invertido se obtiene 0,23 centavos adicionales, esto sin contar con el financiamiento. Mientras que para el segundo caso y donde se cuenta con el financiamiento por cada dólar invertido se obtiene 0,48 centavos adicionales. Lo cual ratifica un óptimo nivel del proyecto. Ahora, con respecto a la TIR se denota que ambos casos el proyecto es rentables, tanto sin la deuda a largo plazo como en el flujo del proyecto, como con el financiamiento. En resumen el proyecto tiene una viabilidad absoluta.

3.16. Procesos legales

3.16.1. Tipo de organización a constituirse

Para el presente proyecto, se ha determinado que la figura legal para “URKU ÑAN” es la de una sociedad limitada, la cual “es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura” (Congreso Nacional del Ecuador, 1999).

Según CIRCE (2017), los beneficios que tiene esta sociedad son:

- Modalidad apropiada para la pequeña y mediana empresa, con socios perfectamente identificados e implicados en el proyecto con ánimo de permanencia. Régimen jurídico más flexible que las sociedades anónimas.
- Gran libertad de pactos y acuerdos entre los socios.
- Capital social mínimo muy reducido y no existencia de capital máximo.
- No existe porcentaje mínimo ni máximo de capital por socio.
- Posibilidad de aportar el capital en bienes o dinero.

La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por sí o por medio de apoderado (Congreso Nacional, 2014). En la escritura se expresará:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, a la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos la nacionalidad y el domicilio.
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía
- El objeto social, debidamente concretado
- La duración de la compañía.
- El domicilio de la compañía.
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas.
- La indicación de las participaciones que en cada socio suscriba y pague un numerario o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo.

- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de funcionarios que tengan la representación legal.
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la y los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta ley.

La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores, gerentes o por la persona en ella designada. Si estos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión (Congreso Nacional, Ley de Compañías, 2014).

3.16.2. Permisos necesarios para constituir la empresa

Los permisos que se necesitan para constituir una empresa de alojamiento son los siguientes:

Tabla 86

Detalle de permisos para constituir una empresa turística

Permisos	A quien se debe pagar y/o cumplir obligación	Frecuencia de pago y/o cumplimiento	Quien debe pagar y/o cumplir
Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	Personas Naturales y Jurídicas
Licencia de Funcionamiento Turismo	Ministerio Turismo / Municipios	Anual	Personas Naturales y Jurídicas
Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	Personas Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud Empleados	Ministerio Salud	Anual	Personas Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	Personas Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	Personas Naturales y Jurídicas
Licencia Ambiental	Municipio	Anual	Personas Naturales y Jurídicas
RUC	SRI	-	Personas Naturales y Jurídicas

Fuente: Hoteles Ecuador. (2016). Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben Cumplir los Establecimientos de Alojamiento, www.estrucplan.com

A continuación se explica la función que cumple cada requisito:

- Registro de Actividad: “Es la herramienta de gestión administrativa en la que se encuentran inscritas todas las personas naturales, jurídicas o comunidades que realicen cualquiera de las actividades turísticas, y consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades en el cual se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda”. Además que el registro es gratuito y se debe realizar en la plataforma SAITE” (Quito Turismo, 2106).
- Licencia de Funcionamiento: “Es el acto administrativo único con el cual el Municipio autoriza al titular el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento ubicado en el territorio de su municipalidad, además que es gratuito” (Quito Turismo, 2106).
- Permiso sanitario (permiso de funcionamiento): “Es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en los reglamentos correspondientes” (Arcsa, 2017, pág. 4). Cuyo costo es de \$219,60.
- Certificado único de Salud: “Servicio orientado a emitir un certificado que informe que el usuario se encuentra en condiciones estables de salud en el momento del examen médico y que por lo tanto está libre de síntomas sugestivos que puedan tener repercusiones de salud pública. Este no tiene costo” (Ministerio de Salud Pública, 2016).
- Patente: “El permiso necesario para emprender cualquier actividad comercial que necesita un local fijo. Lo otorga la municipalidad del lugar donde se instalará el negocio. Hay cuatro tipos de patentes, cada una con sus particularidades: Patentes comerciales: para tiendas y negocios de compraventa en general” (BCN, 2011). El costo es \$3,50.
- Permiso de los bomberos: “En el caso de moteles, hoteles, residenciales, hostales y actividades especiales, cuando es por primera vez les solicitan la

copia de la cédula de identidad, copia del RUC, copia de los documentos personales (cédula de identidad y papeleta de votación), el pago de la contribución de bomberos y la copia del uso de suelo. Una vez presentados los documentos, en 48 horas inspeccionan el lugar y de inmediato emiten los permisos de funcionamiento” (La Gaceta, 2017).

- Licencia Ambiental: “Autorización que otorga la autoridad ambiental competente para la ejecución de un proyecto, obra o actividad, que de acuerdo con la ley y los reglamentos, pueda producir deterioro grave a los recursos naturales renovables, o al medio ambiente, o introducir modificaciones” (CORNARE, 2017). El costo del requisito es de \$500 (Foros Ecuador, 2017).
- RUC o Registro único de contribuyente: “Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria” (SRI, 2017).

3.17. Estudio ambiental

El presente capítulo se encuentra destinado al análisis y evaluación los distintos aspectos ambientales sobre los cuales el proyecto se direccionará, debido a que es necesario la implantación de mecanismos que minimicen los posibles impactos ambientales al ecosistema y a la localidad sobre la que se desarrollara las actividades hospedaje, alimentación, recreación y distracción.

Para ello es necesario considerar varios factores como:

- Los distintos procesos industriales que realiza la empresa con la finalidad de poder establecer el control de aquellos que podrían causar procesos contaminantes que atenten contra el ecosistema de la localidad.
- La maquinaria utilizada para el desarrollo de las actividades empresariales, por lo cual se considera los índices de contaminación que puedan ocasionar para dar un uso adecuado de las mismas por medio de minimizar los impacto ocasionados.
- La capacitación adecuada impartida a los operarios con la finalidad de que puedan desarrollar actividades menos peligrosas, para concientizar ambiental.
- La creación de un plan para el tratamiento de desechos donde permita a la empresa desarrollarse en términos eco-ambientales para el beneficio al ecosistema de la localidad donde desarrolla sus actividades.

3.17.1. Ficha ambiental

Dado que en estudio técnico se determinó los procesos, infraestructura y mano de obra, es necesario evaluar el impacto ambiental que la construcción de esta planta podría producir. En la siguiente ficha se analiza al área de influencia del proyecto para evaluar en el siguiente punto el impacto ambiental del proyecto.

Tabla 87
Ficha Ambiental

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO						
1.1 Nombre del Proyecto:		HOSTERÍA URKU ÑAN			Fecha: 17/01/2018	
1.2 Localización del Proyecto:		Provincia:		Cotopaxi		
		Cantón:		Pujilí		
		Parroquia:		Zumbahua		
1.3 Auspiciado por:		Ministerio de:				
		Gobierno Provincial:				
		Otro:		Accionistas de la empresa		
1.4 Tipo del Proyecto		Abastecimiento de agua				
		Agricultura y ganadería				
		Amparo de bienestar social				
		Protección áreas naturales				
		Educación				
		Electrificación				
		Hidrocarburos				
		Industria y comercio		x		
		Minería				
		Pesca				
		Salud				
		Saneamiento Ambiental				
Turismo						
Viabilidad y transporte						
Otros						
1.5 Descripción resumida del proyecto		Este proyecto consiste en un lugar para descanso y recreación en la parroquia Zumbahua.				
1.6 Datos del Promotor/Auspiciante						
Nombre de la empresa		HOSTERÍA URKU ÑAN				
Representante legal		Nelly Guanotuña				
Dirección		Zumbahua calle: Campamento-Calle San Francisco				
Barrio/Sector	Sector	Ciudad	Pujilí	Provincia	Cotopaxi	
	Campamento-Calle San Francisco					
Teléfono	023289604	Fax	023289604	e-mail	urkunan@hotmail.com	
CARACTERÍSTICAS DEL ÁREA DE INFLUENCIA						
2.1 Caracterización del Medio Físico						
2.1.1 Localización						
Región geográfica		Costa				
		Sierra		X		
		Oriente				
		Insular				
Altitud		A nivel del mar				
		Entre 0 y 500 msnm				
		Entre 501 y 2 300 msnm				
		Entre 2 301 y 3 000 msnm				
		Entre 3 001 y 4 000 msnm		x		
Más de 4 000 msnm						
2.1.2 Clima						
Temperatura		Cálido-seco				
		Cálido-húmedo				
		Subtropical				
		Templado				
		Frío		x		
Glacial						
2.1.3 Geología, geomorfología y suelos						
Ocupación actual del Área de influencia		Asentamientos humanos				
		Áreas agrícolas o ganaderas				
		Áreas ecológicas protegidas				
		Bosques naturales o artificiales				
		Fuentes hidrológicas y cauces naturales				
		Manglares				
		Zonas arqueológicas				
		Zonas con riqueza hidrocarbúfera				
		Zonas con riquezas minerales				
		Zonas de potencial turístico		x		
Zonas de valor histórico, cultural o religioso						

	Zonas escénicas únicas	
	Zonas inestables con riesgo sísmico	
	Zonas reservadas por seguridad nacional	
	Otra: (especificar)	
2.1.4 Hidrología		
Fuentes	Agua superficial	X
	Agua subterránea	
	Agua de mar	
	Ninguna	
Precipitaciones	Altas	
	Medias	
	Bajas	X
2.1.5 Aire		
Calidad del aire	Pura	
	Buena	X
	Mala	
Recirculación de aire	Muy Buena	
	Buena	X
	Mala	
Ruido	Bajo	X
	Tolerable	
	Ruidoso	
2.2 Caracterización del Medio Biótico		
2.2.1 Flora		
Tipo de cobertura Vegetal	Bosques	
	Arbustos	X
	Pastos	X
	Cultivos	X
	Matorrales	
	Sin vegetación	
Importancia de la cobertura vegetal	Común del sector	X
	Rara o endémica	
	En peligro de extinción	
	Protegida	
	Intervenida	
Uso de la vegetación	Alimenticio	X
	Comercial	
	Medicinal	
	Ornamental	X
	Construcción	
	Fuente de semilla	
	Mitológico	
	Otro	
2.2.2 Fauna silvestre		
Importancia	Común	X
	Rara o única especie	
	Frágil	
	En peligro de extinción	
2.3 Caracterización del medio Socio-Cultural		
2.3.1 Demografía		
Nivel de consolidación del área de influencia	Urbana	
	Periférica	
	Rural	X
Tamaño de la población	Entre 0 y 1.000 habitantes	
	Entre 1.001 y 10.000 habitantes	
	Entre 10.001 y 100.000 habitantes	X
Características étnicas de la población	Mestizos	X
	Indígena	X
	Negros	
	Otro (especificar):	
2.3.2 Infraestructura social		
Abastecimiento de agua	Agua potable	X
	Conex. domiciliaria	
	Agua de lluvia	
	Grifo público	
	Servicio permanente	
	Racionado	
	Tanquero	
	Acarreo manual	
	Ninguno	

Evacuación de aguas servidas	Alcantari. Sanitario	X
	Alcantari. Pluvial	
	Fosas sépticas	
	Letrinas	
Evacuación de aguas lluvias	Ninguno	
	Alcantari. Pluvial	X
	Drenaje superficial	
	Ninguno	
Desechos sólidos	Barrido y recolección	X
	Botadero a cielo abierto	
	Relleno sanitario	
	Otro (especificar):	
Electrificación	Red energía eléctrica	X
	Plantas eléctricas	
	Ninguno	
Transporte público	Servicio Urbano	X
	Servicio intercantonal	X
	Rancheras	
	Canoa	
	Otro (especifique):	
Vialidad y accesos	Vías principales	X
	Vías secundarias	X
	Caminos vecinales	
	Vías urbanas	
	Otro (especifique):	
Telefonía	Red domiciliaria	X
	Cabina pública	
	Ninguno	
2.3.3 Actividades socioeconómicas		
Aprovechamiento y uso de la tierra	Residencial	
	Comercial	
	Recreacional	
	Productivo	X
	Baldío	
Otro (especificar):		
2.3.4 Aspectos culturales		
Lengua	Castellano	X
	Nativa	
	Otro (especificar):	
Religión	Católicos	X
	Evangélicos	
	Otra (especifique):	
2.3.5 Riesgos Naturales e inducidos		
Peligro de deslizamientos	Inminente	
	Latente	
	Nulo	X.
Peligro de inundaciones	Inminente	
	Latente	
	Nulo	X
Peligro de terremotos	Inminente	
	Latente	
	Nulo	X

Fuente: Galárraga, E. (2013). Clases de Gestión Ambiental

3.18. Evaluación del impacto ambiental de la construcción de la planta

3.18.1. Método de Leopold

Para evaluar el impacto ambiental de la planta fue necesario utilizar el método de Leopold está basado en una matriz con las actividades que pueden causar impacto al ambiente del proyecto ordenadas en columnas y los posibles aspectos e impactos ordenados por filas según la categoría (factor). (Galárraga, 2013)

En el método de Leopold se medirá dos aspectos importantes los cuales son la magnitud y la importancia. Los cuales se los definirá a continuación:

- Magnitud: Califica el grado de afectación que la acción produce sobre el factor, el cual se lo califica desde +1 y +10 si el impacto es benéfico y -1 y -10 si el impacto es negativo, donde 1 es una calificación baja y 10 calificación alta.
- En la magnitud se considerará los siguientes aspectos a la hora de calificar:

Tabla 88

Parámetros a considerar la al evaluar el impacto ambiental en el Método de Leopold

Aspectos a calificarse	Especificación	Calificación
Tipo de impacto	Benéfico (B)	+
	Negativo (N)	-
Área de influencia (Geográficamente)	Puntual (P) \leq 2km	2.5
	Local (L) 2-10 Km	5.0
	Regional (R) \geq 10 km	10.0
Intensidad	Baja (B)	2.5
	Media (M)	5.0
	Alta (A)	10.0
Tiempo	Inmediato (I)	2.5
	Temporal (T)	5.0
	Permanente (P)	10.0
Reversibilidad	Reversible (Re)	2.5
	Medio reversible (Mr)	5.0
	Irreversible (I)	10.0

Fuente: Galárraga, E. (2013). Clases de Gestión Ambiental

- Importancia: Califica el orden o relevancia que tiene el factor ambiental en el ecosistema, se lo califica entre 1 y 10. En la siguiente tabla se mostrará de forma general la utilización este método.

Tabla 89

Forma general de realización del método de Leopold

Factor	Importancia	Magnitud	Ixm
F1	I1	M1	I1X M1
F2	I2	M2	I2XM2
.	.	.	.
.	.	.	.
.	.	.	.
Fn	In	Mn	Inx Mn

Fuente: Galárraga, E. (2013). Clases de Gestión Ambiental

A continuación se realizará la evaluación del impacto ambiental, por medio de este método. Los cuales se verán en la siguiente Tabla:

Tabla 90
Forma general de realización del Método de Leopold

Matriz de Leopold									
N°	FACTOR	Importancia	Magnitud						I x M
			Tipo de Efecto (B,N)	Área de Influencia (p,l,r)	Duración (i,t,p)	Intensidad (b,m,a)	Reversibilidad (R,MR,IR)	Magnitud Total	
1	Generación de Empleo	8	B	5	10	5		6,67	53,33
2	Materia prima de calidad	9	B	2,5	10	10	2,5	6,25	56,25
3	Acceso a la fábrica	8	B	2,5	10	2,5		5	40
4	Tratamiento de Residuos Orgánicos	8	B	2,5	10	5	2,5	20	40
5	Calidad del agua	9	B	5	10	10	5	7,5	67,5
6	Peligros laborales	9	N	2,5	10	5	2,5	5	-45
7	Espacio de almacenamiento	7	B	2,5	5	2,5		2,5	23,33
8	Tratamiento del Producto Terminado	8	B	2,5	10	5		4,375	46,67
9	Generación de recursos económicos	8	B	5	10	5		5	53,33
10	Alto consumo energético	9	N	2,5	10	10	5	6,875	-61,88
11	Uso excesivo de agua potable (desperdicio)	7	B	2,5	10	10	2,5	6,25	43,75
12	Ventilación e iluminación	9	B	2,5	2,5	10	2,5	4,375	-35
13	Peligro de Incendios o Explosiones	8	N	2,5	10	5	2,5	5	40
14	Falta de materia prima	8	B	2,5	2,5	10	2,5	4,375	35
15	Se impulsa el desarrollo económico	8	B	5	5	5		3,75	40
								TOTAL	397,28

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Tabla 91
Resultados del método de Leopold

N°	Factor	I x m	Tipo de impacto negativo
1	Peligros laborales	-45	Medio
2	Alto consumo energético	-61,88	Alto
3	Ventilación e iluminación	-35	Bajo

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Donde se obtuvo los siguientes resultados:

Se determinaron un total de 15 factores entre aspectos positivos y negativos; pero clasificándolos su tipo se obtuvo 12 factores positivos.

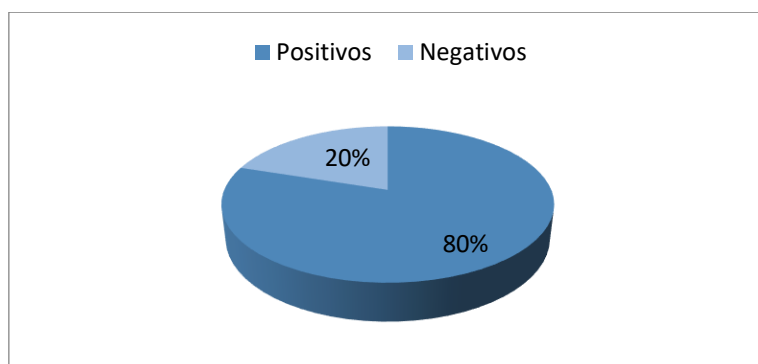


Figura 45. Análisis de los resultados obtenidos por el Método de Leopold
Elaborado por: Nelly Guanotuña

De acuerdo al puntaje obtenido luego de realizar la matriz de Leopold, se procedió a clasificar los impactos negativos de acuerdo al siguiente criterio de IxM. Según (Galárraga, 2013):

Si la evaluación está entre:

-1 a -25	Impacto bajo
-26 a -50	Impacto medio
-51 a -75	Impacto alto
-75 a -100	Impacto muy alto

- Posteriormente con el análisis se evaluó los tres impactos negativos que se obtuvo en el proyecto, según la calificación y parámetros mencionados en el anterior gráfico.

Tabla 92
Análisis de resultados negativos de obtenidos de la matriz de Leopold

N°	Factor	I x m	Tipo de impacto negativo
1	Peligros laborales	-45	Medio
2	Alto consumo energético	-61,88	Alto
3	ventilación e iluminación	-35	Bajo

Fuente: Galárraga, E. (2013). Clases de Gestión Ambiental

En la tabla se tiene tres tipos de impactos negativos al ambiente, de los cuales se debe tener en cuenta a la hora de la construcción de la hostería, sobre todo el con respecto al consumo de energía.

3.19. Conclusiones

- Con respecto a la situación de turística del Ecuador, el país es una potencia debido a que existe un clima propicio y una marca establecida como por ejemplo Galápagos, Amazonía o Andes. Sin embargo hay un reto por mejorar el conocimiento de todos los atractivos turísticos que tiene el país. Mientras que en la provincia de Cotopaxi se tiene 148 establecimientos de alojamiento y 258 de alimentación. Es decir, que en la provincia se tiene un buen número de competidores.
- En cambio en la parroquia Zumbahua, se denota que el turismo se concentra en un solo punto el cual es el Quilotoa, el cual conocido tanto a nivel nacional como internacional. Además que existe algunos problemas en la zona como son:
 - Poca información sobre lugares, servicios, rutas, horarios de medios de transporte, infraestructura existente, seguridad, costos, etc.
 - Deficiencia de infraestructura de servicios adecuada y de vías de comunicación.
 - Poca inversión estatal para el desarrollo turístico, también se constata una débil inversión interna de las empresas locales lo que complica el crecimiento sostenido de este sector.
- Con respecto a las encuestas, se dio a conocer la factibilidad de la idea de negocio debido a que los turistas nacionales y extranjeros encuestados dieron a conocer su interés en una hostería que tengan actividades adicionales al alojamiento como son la piscina, y un recorrido turístico integral que no solo se concentra en el Quilotoa, sino también otros puntos turísticos de la zona.
- En lo concerniente al proyecto, el producto es el alojamiento pero también se determinaron un paquete de estadía de 1 y 2 dos días. Sin embargo, hay que fundamentar el paquete de 2 días para que los clientes se queden el mayor tiempo posible y puedan disfrutar de los servicios de la hostería.
- En el flujo del proyecto y del inversionista el VAN el mismo es mayor a cero, lo que significa que para ambos aspectos del proyecto el mismo es viable por lo que para el flujo del proyecto se obtuvo un VAN de \$56.040,23, mientras que para el flujo del inversionista se obtuvo un VAN de \$36.594,35. Con respecto al costo/beneficio calculado, en el caso del flujo del proyecto por cada dólar

invertido se obtiene 23 centavos adicionales, esto sin contar con el financiamiento. Mientras que para el segundo caso y donde se cuenta con el financiamiento por cada dólar invertido se obtiene 48 centavos adicionales. Lo cual ratifica un óptimo nivel del proyecto. Y con respecto a la TIR, se denota que ambos casos el proyecto es rentable, tanto sin la deuda a largo plazo por lo que en el flujo del proyecto se obtuvo un porcentaje del 18,80%, mientras que para el flujo del inversionista se obtuvo una TIR del 36,60%.

- La diferenciación del servicio, radica en que el mismo se enfocará en el turismo comunitario de la Parroquia Zumbahua, sin concentrarse en un lugar determinado como la laguna del Quito, además de contar con precios accequibles para turistas nacionales y extranjeros en un ambiente cómodo y tradicional.

3.20. Recomendaciones

- Para el presente emprendimiento, se deben establecer rutas turísticas acorde a los días de estadía del visitante para de esta manera, el turismo no se centre solamente en la laguna del Quilotoa.
- Además al momento de la construcción de la infraestructura, se debe tomar en cuenta que la misma sea de un tipo rústica y tradicional, a través del fomento de la cultura de Zumbahua.
- Buscar alianzas estratégicas en diversas ciudades, para que de esta manera el hostel sea tomado en cuenta como uno de los puntos de visita para el turista extranjero.
- Mantener actualizadas las redes sociales y página web para esta manera promocionar continuamente, en especial en feriados los paquetes turísticos con los que cuenta el presente emprendimiento.
- Se recomienda cumplir con la demanda insatisfecha y los precios previstos para de esta manera asegurar la continuidad del negocio y sus operaciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcandía Mayor de Bogotá. (10 de Mayo de 2015). *Promoción Turística*. Obtenido de intranet.bogotaturismo.gov.co/:
<http://intranet.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/PD-P07%20V1%20MERCADEO%20-%20ACTUALIZADO.pdf>
- Arcasa. (2016). *Tasas de registros sanitarios/ Notificaciones Sanitarias*. Obtenido de www.controlsanitario.gob.ec:
<http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/01/Tasas-servicios-Arcsa-2016.pdf>
- Arcsa. (2017). *Instructivo externo: Obtención del permiso de Funcionamiento*. Arcsa.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional.
- BCE. (2017). *Riesgo país*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec>:
https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- BCN. (2011). *Patentes municipales*. Obtenido de www.bcn.cl:
<https://www.bcn.cl/leyfacil/recurso/patentes-municipales>
- Blasco, L. (2005). *Ieras Jornadas sobre Turismo Sostenible en Aragón 2005*. Aragón. Obtenido de <http://www.aragon.es/estaticos/ImportFiles/06/docs/%C3%81reas/EducaSensib/Sensibilizaci%C3%B3nAmbiental/Campa%C3%B1as/TurismoSostenible/PonenciasPresentadas/INTRODUCCION.pdf>
- Bleggli, J. (2006). *Plan estratégico para el desarrollo turístico de la comunidad de Quilotoa- Jatalo, al pie de la laguna*. Quito: UTE.
- Calderón, L. (2016). *Año de la Inversión para el Desarrollo Rural y la Seguridad Alimentaria*. Lima: UNIVERSIDAD NACIONAL FEDERICO VILLAREAL.
- Calvopiña, S. (2010). *Diagnóstico situacional de los atractivos turísticos naturales y culturales del Cantón Pujilí*. UTE. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13604/1/40873_1.pdf
- Cantos Martín, R. (2015). *La intervención administrativa en el turismo y el impacto de sus normativas en las políticas turísticas*. Granda: Dialnet. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=57829>
- CAPTUR. (2005). *Reglamento general de actividades turísticas*.
- Castaño, G. C. (2008). *La tasa libre de riesgo (risk-free rate) o Rf*. Obtenido de www.eumed.net:
<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/ccg/La%20tasa%20libre%20de%20riesgo.htm>
- CFN. (2017). *Ficha sectorial: Sector de Turismo*. Quito: CFN.

- Chukirawa. (2017). *Ubicación*. Obtenido de <http://quilotoa.ec/http://quilotoa.ec/ubicacion-hostal-chukirawa/>
- CIRCE. (2017). *Ventajas e inconvenientes de la Sociedad de Responsabilidad Limitada*. Obtenido de [portal.circe.es: http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SRL/Paginas/SRLVentajaseInconvenientes.aspx](http://portal.circe.es/es-ES/emprendedor/SRL/Paginas/SRLVentajaseInconvenientes.aspx)
- CODESPA. (2016). *Programa RUTAS: La apuesta por el turismo rural comunitario en Latinoamérica*. Obtenido de [www.codespa.org: https://www.codespa.org/blog/2016/01/26/programa-rutas-apuesta-turismo-rural-comunitario-latinoamerica/](https://www.codespa.org/blog/2016/01/26/programa-rutas-apuesta-turismo-rural-comunitario-latinoamerica/)
- Congreso Nacional. (2002). *Ley de Turismo*. Quito: Congreso Nacional.
- Congreso Nacional. (2014). *Ley de Compañías*. Quito: Congreso Nacional. Obtenido de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf
- Congreso Nacional del Ecuador. (1999). *Ley de Compañías*. Quito: Congreso Nacional.
- CORNARE. (2017). *Licencia Ambiental*. Obtenido de [www.cornare.gov.co: http://www.cornare.gov.co/tramitesyservicios/tramites-ambientales/licencia-ambiental](http://www.cornare.gov.co/tramitesyservicios/tramites-ambientales/licencia-ambiental)
- Díaz, P. (2008). *Rendimiento financiero*. Obtenido de [www.economia48.com/: http://www.economia48.com/spa/d/rendimiento-del-mercado-del-dinero/rendimiento-del-mercado-del-dinero.htm](http://www.economia48.com/http://www.economia48.com/spa/d/rendimiento-del-mercado-del-dinero/rendimiento-del-mercado-del-dinero.htm)
- Díaz, S. (2012). <https://www.elblogsalmon.com>. Obtenido de El CAPM, un Modelo de Valoración de Activos Financieros: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-capm-un-modelo-de-valoracion-de-activos-financieros>
- El Comercio. (17 de Junio de 2014). *Turismo comunitario, la mejor manera de conocer Los Andes ecuatorianos*. Obtenido de [www.elcomercio.com: http://www.elcomercio.com/tendencias/turismo/comunitario-conocer-andes-ecuador.html](http://www.elcomercio.com/tendencias/turismo/comunitario-conocer-andes-ecuador.html)
- El Comercio. (2016). *El turismo interno en el Ecuador generó 12,3 millones de viajes en el 2016*. Obtenido de [www.elcomercio.com: http://www.elcomercio.com/viajar/turismointerno-ecuador-genero-12millones-2016.html](http://www.elcomercio.com/viajar/turismointerno-ecuador-genero-12millones-2016.html)
- Espinosa, R. (31 de Mayo de 2015). *MATRIZ DE ANSOFF, ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO*. Obtenido de [robertoespinosa.es: http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/](http://robertoespinosa.es/2015/05/31/matriz-de-ansoff-estrategias-crecimiento/)
- Foros Ecuador. (2017). *Licencia ambiental*. Obtenido de [www.forosecuador.ec: http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/4017-licencia-ambiental](http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/4017-licencia-ambiental)
- GAD Parroquia Rural de Zumbahua. (2014). *Datos Generales*. Obtenido de [zumbahua.gob.ec: http://zumbahua.gob.ec/cotopaxi/?p=74](http://zumbahua.gob.ec/cotopaxi/?p=74)

- GAD Parroquia Zumbahua. (2015). *Plan de desarrollo Territorial*. Zumbahua: GAD Parroquia Zumbahua. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/0560018240001_GAD%20Zumbahua%20Diagn%C3%B3stico_24-06-2015_23-46-08.pdf
- Galárraga, E. (2013). *Clases de Gestion Ambiental*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Gallegos, D. (19 de Septiembre de 2013). Cinco pilares para convertir a Ecuador en una potencia turística. *El Ciudadano*.
- García Palacios, C. (2016). Turismo comunitario en Ecuador: ¿Quo vadis?. *Estudios y perspectivas en turismo*, 597-614.
- Gisper, C. (1999). *Enciclopedia práctica profesional de turismo, hoteles y restaurantes*. Barcelona: Oceano.
- Grupo Partenon. (2014). *Turismo Comunitario*. Obtenido de www.turismocomunitario.org: <http://www.turismocomunitario.org/index.php/quienes-somos/objetivos>
- Guido, R. (2011). *Breve Glosario de la Actividad Turística y Hotelera*. Universidad Nacional de Lanús. Obtenido de http://www.observatur.edu.ar/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=53
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metología de la investigación*. México: McGRAW-HILL.
- Hora, L. (7 de Mayo de 2012). <https://lahora.com.ec/noticia/1101325504/falta-ayuda-en-zumbahua>. *La Hora*. Obtenido de <https://lahora.com.ec/noticia/1101325504/falta-ayuda-en-zumbahua>
- Hoteles Ecuador. (2016). *Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben Cumplir los Establecimientos de Alojamiento*. Obtenido de www.hotelesecuador.com.ec: <https://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=17&submenu1=10&idiom=1>
- INEEN. (2017). *¿Qué es población?* Obtenido de [www.ineentuaula.cl](http://www.ineentuaula.cl/sites/aula/basica/poblacion/que-es-poblacion.html): <http://www.ineentuaula.cl/sites/aula/basica/poblacion/que-es-poblacion.html>
- Jara, L. (3 de Noviembre de 2015). *Utilización de la Capacidad Instalada en la Industria*. Obtenido de www.observatorio.unr.edu.ar: <http://www.observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>
- Jaramillo, F. M. (2014). *Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería, para la hacienda de Sinche en la parroqui Guanujo, del cantón Guaranda, provinvia de Bolívar*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica del Chimborazo.
- La Gaceta. (23 de Junio de 2017). *Bomberos entregan permisos de funcionamiento, previa revisión técnica*. Obtenido de agaceta.com.ec:

<https://lagaceta.com.ec/bomberos-entregan-permisos-funcionamiento-previa-revision-tecnica/>

- La Hora. (Julio de 2016). *Crisis y terremoto afectan sector turístico de Ecuador*. Obtenido de lahora.com.ec: <https://lahora.com.ec/noticia/1101963948/crisis-y-terremoto-afectan-sector-turc3adstico-de-ecuador-->
- Leal, L. (2017). *Plan de negocios para la creación de una planta embotelladora de agua mineral mediante la captación de un pozo de agua subterránea en la provincia de Pichincha, Sector Calderón*. Quito: UDLA.
- Leal, L. (2017). *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA EMBOTELLADORA DE AGUA MINERAL MEDIANTE LA CAPTACIÓN DE UN POZO DE AGUA SUBTERRÁNEA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, SECTOR CALDERÓN*. QUITO: UDLA.
- López, A. (2016). *¿Qué es el WACC y para qué sirve?* Obtenido de www.empresaactual.com: <https://www.empresaactual.com/el-wacc/>
- Loreto. (2012). *LORETO HOTEL*. Obtenido de loretohotel.wordpress.co: <https://loretohotel.wordpress.com/analisis-cinco-fuerzas-de-porter/>
- Maldonado, F., & Proaño, G. (2015). Con el turismo todo ganamos. *EKOS Revista*, 82-92.
- Mancilla, R. (2014). <https://contadorcontado.com/2014/09/19/beta-que-es-como-se-calcula-para-que-sirve/>. Obtenido de Beta ¿Qué es? ¿Cómo se calcula? ¿Para qué sirve?: <https://contadorcontado.com>
- Mas, R. F. (2010). *Temas de investigación comercial*. España: Editorial Club Universitario. Obtenido de <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/4880.pdf>
- METROECUADOR. (27 de Septiembre de 2017). *Cifras y datos del turismo en Ecuador*. Obtenido de www.metroecuador.com.ec: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/estilo-vida/2017/09/27/cifras-datos-del-turismo-ecuador.html>
- Ministerio de Salud Pública. (2016). *Emisión del certificado único de salud*. Obtenido de www.salud.gob.ec: <http://www.salud.gob.ec/emision-del-certificado-unico-de-salud/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *El Quilotoa considerada una de las lagunas más bellas del Mundo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec>: <http://www.turismo.gob.ec/el-quilotoa-considerada-una-de-las-lagunas-mas-bellas-del-mundo/>
- MINTUR. (2013). *Comunidad Quilotoa*. Obtenido de <http://etnianaacionalidadecuatoriana.blogspot.com>: <http://etnianaacionalidadecuatoriana.blogspot.com/2013/04/region-sierra-comunidad-quilotoa.html>

- MINTUR. (2014). *Aportes realizados para el cumplimiento del Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: MINTUR.
- MINTUR. (2015). *Turismo en Ecuador*. Obtenido de servicios.turismo.gob.ec: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras?layout=blog>
- MINTUR. (2017). *Cinco pilares estratégicos y seis Programas Nacionales para convertir a Ecuador en Potencia Turística*. Obtenido de www.turismo.gob.ec: <http://www.turismo.gob.ec/ejes-estrategicos/>
- Neudel, Y. (2015). La experiencia del turismo comunitario en Yunguilla, Ecuador y su impacto sociocultural en la comunidad. *Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 48-70.
- OBS. (2017). *¿Qué es un proyecto? Elementos fases y tipos*. Obtenido de www.obs-edu.com: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/conceptos-fundamentales-direccion-de-proyectos/que-es-un-proyecto-elementos-fases-y-tipos>
- Ochoa Llamas, I., Conde, P. E., & Maldonado, H. E. (Junio de 2012). *Valoración de un producto turístico*. Obtenido de www.eumed.net: <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html>
- ONU. (2012). *Análisis PESTEL*. Obtenido de www.endvawnow.org: <http://www.endvawnow.org/es/articles/1182-analisis-pestel.html>
- Páez, L. (2013). *El modelo de las cinco fuerzas de Porter*. Obtenido de www.crecenegocios.com: <https://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>
- Paredes, A. (2014). *Reserva Ecológica Los Ilinizas*. Obtenido de <http://www.ecuadorextreme.com>: <http://www.ecuadorextreme.com.ec/reserva-ecologica-los-ilinizas/>
- Parra, L. (2002). *Plan de Ordemaniento territorial GAD Zumbahua*. Ambato.
- PROECUADOR. (2016). *Perfil sectorial del turismo 2016*. Quito: PROECUADOR.
- PROECUADOR, & Ministerio de Comercio Exterior. (2016). *Ecuador Potencia Turística*. PROECUADOR.
- Quito Turismo. (2106). *Registro Turístico*. Obtenido de www.quito-turismo.gob.ec: <https://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/registro-turistico>
- Rodríguez, M. (2012). *DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA DE INTERPRETACIÓN CULTURAL PARA LA PROMOCIÓN Y EL DESARROLLO LOCAL DE LA ETNIA ABORIGEN WARAO EN EL ESTADO DELTA AMACURO, VENEZUELA*. Eumet. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/desarrollo_local.html
- Romero, N. (23 de Marzo de 2014). Material de clase . *Introduccion y elementos conceptuales*. Quito, Pichincha, Ecuador.

- Romo Arellano, L., Salcedo Torres, C. O., & Sarabia Porras, D. D. (2013). *Plan de turismo comunitario para la parroquia Zumbahua, cantón Pujilí, provincia de Cotopaxi*. Quito: UCE.
- Salcedo, C., & Sarabia, D. (2013). *Plan de Turismo Comunitario para la Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia de Cotopaxi*. Quito: UCE.
- Salcedo, C., & Sarabia, D. (2013). *Plan de turismo comunitario, Parroquia Zumbahua, Cantón Pujilí, Provincia Cotopaxi*. Quito: UCE.
- SRI. (2015). *Ley Orgánica del Régimen tributario Interno*. Quito: Sri.
- SRI. (2017). *Registro único de contribuyentes*. Obtenido de www.sri.gob.ec: <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>
- Torres, D. (2010). *Cañón del Toachi*. Obtenido de www.ec.viajandox.com: <https://www.ec.viajandox.com/sigchos/canon-del-toachi-A877>
- Tripadvisor. (2017). *Mirador Oro Verde*. Obtenido de www.tripadvisor.co: https://www.tripadvisor.co/Hotel_Review-g12870461-d12683350-Reviews-Mirador_Oro_Verde-Zumbahua_Cotopaxi_Province.html
- Tulpa, A. (2015). *Actualización Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Zumbahua -2015*. Zumbahua. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0560018240001_Zumbahua%20Final_30-10-2015_12-01-52.pdf
- UNAD. (2016). *datateca.unad.edu.co*. Obtenido de http://datateca.unad.edu.co/contenidos/208041/Modulo_EXE/leccin_13_enfoque_mixto_de_la_investigacin.html
- URBANIA. (2017). *Yanashpa*. Obtenido de <https://urbania.pe>: <https://urbania.pe/ficha-web/venta-de-terreno-en-tarapoto-san-martin-3956615>
- Vazquez, A. M. (2003). *Herramientas Organizacionales: ¿Qué son los diagramas de flujo?*. Obtenido de www.estrucplan.com.ar: <https://www.estrucplan.com.ar/Producciones/imprimir.asp?IdEntrega=526>
- Vega, P. (2006). *Los Estudios de Viabilidad Para los Proyectos*. Mayagüez : Centro de Desarrollo Económico del Recinto Universitario de Mayagüez .
- World Travel and Tourism Council. (2016). *Turismo en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.wttc.org/>: <https://www.wttc.org/>
- www.anla.gov.co. (2011). Recuperado el 27 de Mayo de 2014, de <http://www.anla.gov.co/contenido/contenido.aspx?conID=8052&catID=1373>

ANEXOS

Anexo 1. Modelo de Encuesta

UNIVERSIDAD TÉCNICA ISRAEL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Encuesta: Dirigida a los turistas nacionales y extranjeros.

Objetivo: Obtener información que ayude a la elaboración de la Creación de una hostería en la Parroquia de Zumbahua.

Indicaciones: El siguiente cuestionario es con fines académicos, y la información que se genere será de carácter confidencial. Por favor contesté las preguntas que siguen a continuación, de la manera más honesta posible.

INFORMACIÓN GENERAL.

Género: Masculino ____ Femenino ____

Edad: ____ años cumplidos

Ocupación: Estudia ____ Trabaja ____

1. ¿Usted es turista?

a) Nacional Dónde ? _____

b) Extranjero Dónde _____ ?

2. ¿Conoce usted lugares turísticos de la parroquia de Zumbahua?

Sí No

¿Cuáles ? _____

3. ¿Cómo se informó de este lugar turístico?

a) Radio y Televisión

b) Prensa Escrita.

c) Internet

d) Agencias de viaje

e) Amigos o personas que viven en el sector

f) Otros

Cuáles _____ ?

4. ¿Qué días visita usted Parroquia Zumbahua?

a) Lunes a Viernes

b) Fin de semana

c) Feriados

5. ¿Cómo calificaría los servicios que existen en la parroquia?

Opciones	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Alojamiento				
Alimentación				
Vialidad				
Señalización				
Seguridad				
Servicios básicos				

6. ¿Sé quedaría alojado usted en la parroquia de Zumbahua?

- a) Si
- b) No

7. ¿Cree usted que debería implementarse una hostería en este sector?

Sí No

8. ¿Qué actividades le gustaría realizar?

- a) Caminatas
- b) Deporte
- c) Cabalgatas
- d) Acampar
- e) Baño Turco, Sauna, Hidromasaje, /piscina
- f) Ciclismo
- g) Todos los anteriores//

9. ¿Al haber una hostería que servicios le gustaría que le ofrezcan?

- a) Hospedaje
- b) Alimentación
- c) Servicios de internet
- d) Sala de villar
- e) Servicios de lavandería
- f) Guía turístico
- g) Todas las anteriores

10. ¿Qué tipo de alimentación le gustaría que le brinde?

- a) Desayuno, Almuerzos y Meriendas.
- b) Platos típicos.
- c) Platos a la carta
- d) Comida Rápida
- d) Otros _____

11. ¿Qué tipo de servicio habitacional prefiere usted?

- a) Cabañas
- b) Habitaciones Individuales
- c) Habitaciones Matrimoniales
- d) Habitaciones Grupales

12. ¿Cuánto está dispuesto a pagar diariamente?

- a) 10 a \$20
- b) \$ 20 a \$ 30
- c) \$ 30 a 50
- e) \$ 50 a 80

13. ¿Cuándo visita este sector, con quien lo hace?

- a) Solo
- b) En Familia
- c) Amigos
-

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Modelo de entrevista

UNIVERSIDAD TÉCNICA ISRAEL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FICHA DE ENTREVISTA

Fecha: Hora de la entrevista:

Entrevistador:

Entrevistado:

Objetivo: Conocer el criterio del entrevistado sobre sector turístico de la Parroquia Zumbahua.

¿Qué es turismo y turismo comunitario?

¿Tiene conocimiento de turismo comunitario en la parroquia Zumbahua, cuénteme su experiencia?

¿Está organizada la población de Zumbahua para la realización del turismo?

¿En qué lugares se concentra el turismo en Zumbahua?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que tiene el turismo en el sector turístico del área?

¿Cuáles son los atractivos turísticos que tiene la Parroquia?

¿Sería factible la creación de una hostería en Zumbahua?

¿Cuáles serían los factores diferenciadores que debería tener una hostería a relación con otros lugares de hospedaje en la zona?

¿Qué promociones se puede dar a los turistas que visitan las hosterías u otros establecimientos de la zona?

¿Qué recomendaciones daría para manejar una publicidad que ayude a la venida turistas a la Parroquia de Zumbahua?

Anexo 3. Fichas de entrevistas

**UNIVERSIDAD TÉCNICA ISRAEL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

FECHA: 24 DE DICIEMBRE 2017

HORA: 12H00PM

ENTREVISTADOR: NELLY GUANOTUÑA

ENTREVISTADO: FABIAN TOAQUIZA (ENCARGADO DE CYTUR QUILOTOA)

OBJETIVO: Conocer el criterio del entrevistado sobre el sector turístico de la parroquia de Zumbahua.

1. ¿Qué es turismo y turismo comunitario?

El turismo como tal podría ser la visita a un atractivo natural, donde se fomenta un ingreso económico para dicha población.

El turismo comunitario en sí se da en los lugares atractivos y mágicos que se encuentran especialmente en los sectores indígenas, en este caso se pondría como ejemplo de turismo comunitario al Quilotoa. Donde todos los integrantes de la comunidad manejan la economía así como los paquetes turísticos.

2. ¿Tiene conocimiento del turismo comunitario en la parroquia Zumbahua, cuénteme su experiencia?

En Zumbahua el único turismo comunitario que ha funcionado dentro de la parroquia, es el Quilotoa, de alguna forma aquí se tiene una estructura orgánica donde la comunidad maneja el modelo de organización, de circuitos turísticos, la administración y los ingresos económicos. Dentro de esta estructura orgánica no interviene ni el ministerio de turismo, ni el de ambiente. Sin embargo, Dentro de la parroquia de Zumbahua hay otros lugares atractivos pero no están dentro de los circuitos que se manejan aquí.

3. ¿Está organizada la población de Zumbahua para la realización del turismo?

Existe muchos lugares que aún no han sido explotados, tales como: la laguna Condorcocha ubicada en Michacala, laguna Condor Mathzi en Zumbahua, laguna Thsirimachik en Cochahuma, así como la reservas ecológica de la cuevas del inca que se encuentran en Chicho y las aguas termales de Cashapata. Todas estas no están dentro de los circuitos turísticos. Por lo que es necesario que desde el GAD parroquial, se emprenda un ordenamiento territorial para incluir estos temas y desde ahí empezar a trabajar el turismo, para que haya un circuito y se pueda ofrecer un paquete desde la parroquia.

¿Entonces no existe la explotación de turismo que existe en la parroquia de Zumbahua?

No, lamentablemente no están explotados muchos lugares turísticos. Y la infraestructura de Zumbahua como tal no está diseñada para el turista.

4. ¿En qué lugares se concentra el turismo de Zumbahua?

En el Quilotoa

5. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que tiene el turismo en el sector turístico del área?

Las fortalezas es que se cuenta con muchos lugares turísticos que podrían generar a futuro un ingreso económico más a la comunidad siempre y cuando estas lleguen a

ser explotadas, la debilidad de la parroquia esta relaciona en si con la fortaleza de la misma, solo se conoce el Quilotoa como eje central del turismo en Zumbahua y no se da mayor interés a los otros lugares atractivos que en ella se encuentran.

6. ¿Cuáles son los atractivos turísticos que tiene la parroquia?

La laguna de Quilotoa, laguna Condor mathzi, laguna Thsirimachik, la cuevas del inca y las aguas termales de Cashapata.

7. ¿Qué opina usted sobre la creación de una hostería en Zumbahua?

Debería existir un hostel, pero, con la proyección hacia el turista, en Zumbahua existen hostales que no están proyectados netamente para el turista. Si se implementa un Hostel debería ser bajo el ordenamiento de la cámara de turismo, con un diseño que llame la atención del turista, por ejemplo: con materiales de ladrillos, tejas, que de un llamativo diferente al turista.

8. ¿Cuáles serían los factores diferenciadores que debería tener una hostería a relación con otros lugares de hospedaje en la zona?

En caso de que se construyera un hostel en Zumbahua, se debería dar opciones a los paquetes turísticos que ofrece todo Zumbahua y no a ciertos lugares. Por ejemplo, dentro de Zumbahua como matriz, hacer la creación de un hostel debería implicar la proyección de todos los lugares, si desea ciclismo, dar la opción del Quilotoa, si desean caminatas dar la opción del lugar adecuado para la acción que guste realizar el turista, ofrecer un paquete bien estructurado específicamente para el turista.

9. ¿Qué promociones se puede dar a los turistas que visitan las hosterías u otros establecimientos de la zona?

Las opciones de paquete de las actividades que se puede realizar en todos los lugares atractivos que se encuentran en la parroquia en sí, incluir la gastronomía, el idioma la y resaltar la cultura.

10. ¿Qué recomendaciones daría para manejar una publicidad que ayude a la venida de turista a la parroquia de Zumbahua?

Que haya circuitos completos. En caso de que se construyera un hostel, este debería tener circuitos sin excluir lugar alguno, idioma, gastronomía, etc. Si existe todo esto, se podría manejar una publicidad, lo cual ayuda a conocer todas las actividades que se ofrece, sin dejar a un lado ningún lugar turístico atractivo que se encuentra dentro de la parroquia en sí y ya no solo el Quilotoa, sino promover todos aquellos lugares que se esperan ser explotados para el gusto del turista.

UNIVERSIDAD TÉCNICA ISRAEL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FECHA: 24 DE DICIEMBRE 2017

HORA: 13H30PM

ENTREVISTADOR: NELLY GUANOTUÑA

ENTREVISTADO: ALFONZO LATACUNGA (DUEÑO DEL PARADERO LLAMAMICHI)

OBJETIVO: Conocer el criterio del entrevistado sobre el sector turístico de la parroquia de Zumbahua.

1 ¿Qué es turismo y turismo comunitario?

Turismo en si es un lugar donde los visitantes llegan para ver algún lugar maravillosos, o la comida típica de la zona. El turismo comunitario es trabajar entre todos los comuneros, en el caso de Quilotoa son 250 socios que trabajan en unidad para la colectividad de los ingresos que se recibe, así todos pueden recibir alguna remuneración, y beneficiarse entre todos del lugar mágico que se expone.

2. ¿Tiene conocimiento del turismo comunitario en la parroquia Zumbahua, cuénteme su experiencia?

En Zumbahua tengo conocimiento que está la comunidad de Quilotoa, a pesar de que la parroquia tiene muchos lugares más y se espera que esta se extienda para que esta zona se convierta en una parroquia turística.

3. ¿Está organizada la población de Zumbahua para la realización del turismo?

En tema de organización en la parroquia misma en sí, le hace falta el apoyo de las autoridades para que empujen el turismo a un desarrollo favorable. La parroquia tiene más lugares turísticos y eso debía de llevarse a conocer mediante una buena organización.

4. ¿En qué lugares se concentra el turismo de Zumbahua?

Primeramente se concentra en el Quilotoa, luego está en Shalala, Cochahuama, Escaladas, Michacala.

5. ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades que tiene el turismo en el sector turístico del área?

Fortalezas podría seria el apoyo económico que brinda el turismo, que nos hace pensar más en la organización, en la preparación del idioma, debilidades podría ser la falta de conocimiento de una lengua para poder recibir a los turistas, pero la consecuencia de la adquisición de una lengua podría ser una a culturalización para nuestra generación.

6. ¿Cuáles son los atractivos turísticos que tiene la parroquia?

Quilotoa, Shalala, Escaladas, Rumi cruz, Las cuevas del inca y el sector de Mamajata.

7. ¿Qué opina usted sobre la creación de una hostería en Zumbahua?

Creo que una hostería comunitaria sería más factible, para que se beneficien todo Zumbahua. Sería más especial si estuviera creada de construcciones rústicas, con instrumentos antiguos, porque eso es lo que le gusta y le llama la atención al turista, contar con un hostel comunitario para beneficio de todas, podría servir como un ejemplo para otros sectores turísticos.

8. ¿Cuáles serían los factores diferenciadores que debería tener una hostería a relación con otros lugares de hospedaje en la zona?

Como lo mencione anteriormente, en primer lugar, para que tenga más acogida es la construcción rústica más antigua, que cuente con un pequeño museo en el que se muestre las herramientas más antiguas que utilizaban nuestros antepasados, su vestimenta, sus costumbres, que se utilizaba en la cocina etc, todo esto con la intención de entretener más al turista, e esta forma puede existir muchos hostales de lujo alrededor pero siempre sobresaldrá lo más llamativo.

9. ¿Qué promociones se puede dar a los turistas que visitan las hosterías u otros establecimientos de la zona?

A través de una muestra de calidad en la atención, la amabilidad, la acogida, así como también la cultura, la tradición, la costumbre, la gastronomía en general y sobre todo dar a conocer todos los lugares turísticos que existen en la zona, se podría implementar kayak, campin, y mucho más entretenimiento.

10. ¿Qué recomendaciones daría para manejar una publicidad que ayude a la venida de turista a la parroquia de Zumbahua?

La publicidad se debería centrar más en la vestimenta, la gastronomía. El idioma podría servir como una especie de cuña, para que la publicidad sea mucho más llamativa y original.

Anexo 4. Cálculo de capacidad instalada

Año 1		% Capacidad
Número de huéspedes semana normal	20	77%
Número de huéspedes día feriados	26	100%

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre	
	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes
No de días Normales	28	80	24	80	29	80	29	80	29	80	30	52	31	52	28	52	30	52	28	52	27	52	25	52
No de días feriado	3	78	4	104	2	52	3	78	3	78	-	-	-	-	3	78	-	-	3	78	3	78	6	156
Total huéspedes Año 1	1544		158		132		158		158		52		52		130		52		130		130		208	

Total huéspedes Año 1 1544
Total huéspedes mensual 129

Año 2		% Capacidad
Número de huéspedes semana normal	22	85%
Número de huéspedes día feriados	26	100%

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre	
	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes
No de días Normales	28	88	24	88	29	88	29	88	28	88	30	88	31	88	28	88	30	88	28	88	27	88	25	88
No de días feriado	3	78	4	104	2	52	3	78	3	78	-	-	-	-	3	78	-	-	3	78	3	78	6	156
		166		192		140		166		166		88		88		166		88		166		166		244

Total huéspedes Año 2 1836
Total huéspedes mensual 153

Año 3		% Capacidad
Número de huéspedes semana normal	23	88%
Número de huéspedes día feriados	26	100%

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre	
	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes
No de días Normales	28	92	24	92	29	92	29	92	28	92	30	92	31	92	28	92	30	92	28	92	27	92	25	92
No de días feriado	3	78	4	104	2	52	3	78	3	78	-	-	-	-	3	78	-	-	3	78	3	78	6	156
		170		196		144		170		170		92		92		170		92		170		170		248

Total huéspedes Año 3 1884
Total huéspedes mensual 157

Año 4		% Capacidad
Número de huéspedes semana normal	24	92%
Número de huéspedes día feriados	26	100%

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre	
	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes
No de días Normales	28	96	24	96	29	96	29	96	28	96	30	96	31	96	28	96	30	96	28	96	27	96	25	96
No de días feriado	3	78	4	104	2	52	3	78	3	78	-	-	-	-	3	78	-	-	3	78	3	78	6	156
		174		200		148		174		174		96		96		174		96		174		174		252

Total huéspedes Año 4 1932
Total huéspedes mensual 161

Año 5		% Capacidad
Número de huéspedes semana normal	25	96%
Número de huéspedes día feriados	26	100%

	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Julio		Agosto		Septiembre		Octubre		Noviembre		Diciembre	
	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes	Días	Huéspedes
No de días Normales	28	100	24	100	29	100	29	100	28	100	30	100	31	100	28	100	30	100	28	100	27	100	25	100
No de días feriado	3	78	4	104	2	52	3	78	3	78	-	-	-	-	3	78	-	-	3	78	3	78	6	156
		178		204		152		178		178		100		100		178		100		178		178		256

Total huéspedes Año 5 1980
Total huéspedes mensual 165

Anexo 5. Suministros de cocina- Alimento

Tabla 93

Listado de alimentos

Alimentos	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Aceite (litros)	\$ 116,00	\$ 1,01	\$ 117,16
Achiote (litros)	\$ 15,00	\$ 0,96	\$ 14,40
Aguacate (unidad)	\$ 250,00	\$ 0,30	\$ 75,00
Ajino Moto (sobres)	\$ 800,00	\$ 0,01	\$ 8,00
Ajo (kg)	\$ 38,00	\$ 2,20	\$ 83,60
Almíbar (frasco)	\$ -	\$ 2,80	\$ -
Apio (atado)	\$ 16,00	\$ 0,35	\$ 5,60
Arroz (lbs)	\$ 372,00	\$ 0,30	\$ 111,60
Arroz de Cebada (kg)	\$ 6,00	\$ 1,86	\$ 11,16
Arveja (libras)	\$ 34,00	\$ 1,76	\$ 59,84
Atún (latas)	\$ 19,00	\$ 2,72	\$ 51,68
Azúcar (qq)	\$ 3,00	\$ 23,00	\$ 69,00
Banano (unidad)	\$ 258,00	\$ 0,07	\$ 18,06
Caldo de comida (paquete)	\$ 12,00	\$ 0,35	\$ 4,20
Camarón (kg)	\$ 9,00	\$ 6,60	\$ 59,40
Canela (frascos)	\$ 5,00	\$ 0,90	\$ 4,50
Canelones (paquete)	\$ 25,00	\$ 2,10	\$ 52,50
Canguil (kg)	\$ 15,00	\$ 2,00	\$ 30,00
Carne de cerdo (kg)	\$ 24,00	\$ 2,75	\$ 66,00
Carne de res (kg)	\$ 128,00	\$ 4,80	\$ 614,40
Carne Molida (kg)	\$ 56,00	\$ 3,50	\$ 196,00
Cebolla Blanca (kg)	\$ 118,00	\$ 0,50	\$ 59,00
Cebolla Paiteña (kg)	\$ 71,00	\$ 0,49	\$ 34,79
Cebolla Perla (kg)	\$ 21,00	\$ 0,49	\$ 10,29
Cerveza (botella)	\$ 28,00	\$ 0,70	\$ 19,60
Champiñones (funda)	\$ 19,00	\$ 1,12	\$ 21,28
Choclos (unidad)	\$ 300,00	\$ 0,17	\$ 51,00
Chorizo (kg)	\$ 9,00	\$ 1,80	\$ 16,20
Chuletas (kg)	\$ 43,00	\$ 4,90	\$ 210,70
Clavo de olor (fundas)	\$ 8,00	\$ 0,20	\$ 1,60
Col (unidad)	\$ 51,00	\$ 0,50	\$ 25,50
Coliflor (unidad)	\$ 4,00	\$ 0,50	\$ 2,00
Comino (kg)	\$ 0,80	\$ 5,42	\$ 4,34

Crema de Chantilly (frasco)	\$ 4,00	\$ 2,50	\$ 10,00
Crema de Leche (litros)	\$ 18,00	\$ 2,10	\$ 37,80
Esencia de vainilla (frasco)	\$ 8,00	\$ 0,65	\$ 5,20
Fideo (fundas)	\$ 8,00	\$ 2,64	\$ 21,12
Flan (cajas)	\$ 25,00	\$ 0,70	\$ 17,50
Fréjol (kg)	\$ 13,00	\$ 1,76	\$ 22,88
Frutilla (kg)	\$ 13,00	\$ 2,20	\$ 28,60
Gaseosas (3 litros)	\$ 48,00	\$ 0,90	\$ 43,20
Gelatina (cajas)	\$ 37,00	\$ 2,16	\$ 79,92
Gengibre (libras)	\$ 1,50	\$ 0,46	\$ 0,69
Harina de Maíz (kg)	\$ 19,00	\$ 0,97	\$ 18,43
Harina de trigo (qq)	\$ 3,00	\$ 22,00	\$ 66,00
Helado (litros)	\$ 38,00	\$ 2,80	\$ 106,40
Hierbas (unidad)	\$ 230,00	\$ 0,20	\$ 46,00
Higos (kg)	\$ 30,00	\$ 1,25	\$ 37,50
Hojas de achira (atado)	\$ 1,00	\$ 0,80	\$ 0,80
Huevos (unidades)	\$ 1.824,00	\$ 0,08	\$ 145,92
Jamón (kg)	\$ 18,00	\$ 4,00	\$ 72,00
Leche (litros)	\$ 170,00	\$ 0,48	\$ 81,60
Lechuga (unidades)	\$ 53,00	\$ 0,30	\$ 15,90
Lenteja (kg)	\$ 17,00	\$ 1,10	\$ 18,70
Levadura (funda)	\$ 1,00	\$ 1,60	\$ 1,60
Limón (unidad)	\$ 3.259,00	\$ 0,05	\$ 162,95
Maíz tostado (kg)	\$ 29,00	\$ 0,70	\$ 20,30
Mandarina (unidad)	\$ 33,00	\$ 0,08	\$ 2,64
Maní (lbs)	\$ 11,00	\$ 1,10	\$ 12,10
Manteca (tarrina)	\$ 14,00	\$ 3,82	\$ 53,48
Mantequilla (galón)	\$ 18,00	\$ 6,71	\$ 120,78
Manzana (unidad)	\$ 496,00	\$ 0,10	\$ 49,60
Maracuya (unidad)	\$ 263,00	\$ 0,10	\$ 26,30
Miel de abeja (frasco)	\$ 3,00	\$ 1,50	\$ 4,50
Migajas de pan (fundas)	\$ 19,00	\$ 0,80	\$ 15,20
Migas de galleta (fundas)	\$ 19,00	\$ 1,20	\$ 22,80
Mora (kg)	\$ 13,00	\$ 1,80	\$ 23,40
Mostaza (frasco)	\$ 1,00	\$ 1,10	\$ 1,10
Mote (fundas)	\$ 33,00	\$ 0,50	\$ 16,50
Naranja (unidad)	\$ 271,00	\$ 0,08	\$ 21,68
Oregano (kg)	\$ 36,00	\$ 2,80	\$ 100,80

Pan de sanduche (unidad)	\$ 38,00	\$ 0,30	\$ 11,40
Panela (bloques)	\$ 9,00	\$ 0,50	\$ 4,50
Papas (qq)	\$ 5,50	\$ 14,00	\$ 77,00
Papaya (unidad)	\$ 45,00	\$ 1,50	\$ 67,50
Pasas (funda)	\$ 2,00	\$ 1,80	\$ 3,60
Pasta de Tomate (kg)	\$ 6,00	\$ 2,20	\$ 13,20
Pasta para wantan (fundas)	\$ 6,50	\$ 2,64	\$ 17,16
Pera (unidad)	\$ 33,00	\$ 0,08	\$ 2,64
Pescado (kg)	\$ 28,00	\$ 7,60	\$ 212,80
Pimienta (kg)	\$ 12,00	\$ 3,80	\$ 45,60
Pimiento (kg)	\$ 24,00	\$ 0,77	\$ 18,48
Piña (unidad)	\$ 79,00	\$ 1,20	\$ 94,80
Plátano maduro (unidad)	\$ 166,00	\$ 0,04	\$ 6,64
Plátano verde (uni)	\$ 263,00	\$ 0,15	\$ 39,45
Pollo (unidades)	\$ 127,00	\$ 4,50	\$ 571,50
Polvo de hornear (frasco)	\$ 1,00	\$ 1,80	\$ 1,80
Queso (unidades)	\$ 99,00	\$ 3,38	\$ 334,62
Queso parmesano (funda)	\$ 10,00	\$ 2,10	\$ 21,00
Quinoa (kg)	\$ 5,00	\$ 1,70	\$ 8,50
Rábanos (atado)	\$ 5,00	\$ 0,80	\$ 4,00
Requesón (unidad)	\$ 13,00	\$ 3,50	\$ 45,50
Sal (funda)	\$ 156,00	\$ 0,48	\$ 74,88
Salsa China (botella)	\$ 19,00	\$ 1,80	\$ 34,20
Salsa de Tomate (frasco)	\$ 4,00	\$ 1,10	\$ 4,40
Sazonatodo (funda)	\$ 13,00	\$ 0,96	\$ 12,48
Tallarín (paquete)	\$ 25,00	\$ 1,81	\$ 45,25
Té en polvo (funda)	\$ 15,00	\$ 2,50	\$ 37,50
Tocino (kg)	\$ 5,00	\$ 3,80	\$ 19,00
Tomate de árbol (unidad)	\$ 465,00	\$ 0,08	\$ 37,20
Tomate riñón (kg)	\$ 153,00	\$ 0,84	\$ 128,52
Vainitas (kg)	\$ 26,00	\$ 1,10	\$ 28,60
Vinagre (litros)	\$ 17,00	\$ 1,65	\$ 28,05
Yuca (kg)	\$ 19,00	\$ 0,31	\$ 5,89
Zanahoria (kg)	\$ 29,00	\$ 3,80	\$ 110,20
Total alimentos necesarios para la cocina			\$ 5.808,15

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Anexo 6. Cálculo de mano de obra mensual

Tabla 94

Calculo de mano de obra

Empleado	Cantidad de empleado	Sueldo unitario	Sueldo total	Beneficios sociales								Total ingresos	Costo por hora
				Aportes al iess patronal	Aportes al iess personal	Provisión décimo tercer sueldo	Provisión décimo cuarto sueldo	Fondos de reserva	Vacaciones	Total beneficios sociales			
Gerente general	1	\$900,00	\$900,00	\$109,35	\$85,05	\$75,00	\$32,17	\$74,97	\$37,50	\$414,04	\$1.314,04	\$3,75	
Asistente admin	1	\$390,00	\$390,00	\$47,39	\$36,86	\$32,50	\$32,17	\$32,49	\$16,25	\$197,64	\$587,64	\$1,63	
Contador	1	\$390,00	\$390,00	\$47,39	\$36,86	\$32,50	\$32,17	\$32,49	\$16,25	\$197,64	\$587,64	\$1,63	
Recepcionista	1	\$386,00	\$390,00	\$47,39	\$36,86	\$32,50	\$32,17	\$32,49	\$16,25	\$197,64	\$587,64	\$1,61	
Vendedor	1	\$390,00	\$390,00	\$47,39	\$36,86	\$32,50	\$32,17	\$32,49	\$16,25	\$197,64	\$587,64	\$1,63	
Mucamas	1	\$386,00	\$390,00	\$47,39	\$36,86	\$32,50	\$32,17	\$32,49	\$16,25	\$197,64	\$587,64	\$1,61	
Conserje	1	\$386,00	\$386,00	\$46,90	\$36,48	\$32,17	\$32,17	\$32,15	\$16,08	\$195,95	\$581,95	\$1,61	
Camareros	1	\$386,00	\$386,00	\$46,90	\$36,48	\$32,17	\$32,17	\$32,15	\$16,08	\$195,95	\$581,95	\$1,61	
Chef	1	\$400,00	\$400,00	\$48,60	\$37,80	\$33,33	\$32,17	\$33,32	\$16,67	\$201,89	\$601,89	\$1,67	
Guardias	2	\$390,00	\$780,00	\$94,77	\$73,71	\$65,00	\$32,17	\$64,97	\$32,50	\$363,12	\$1.143,12	\$1,63	
Guía turístico	1	\$386,00	\$386,00	\$46,90	\$36,48	\$32,17	\$32,17	\$32,15	\$16,08	\$195,95	\$581,95	\$1,61	
Total	12	\$4.790,00	\$5.188,00	\$630,34	\$490,27	\$432,33	\$353,83	\$432,16	\$216,17	\$2.555,10	\$7.743,10		

Elaborado por: Nelly Guanotuña

Anexo 7. Determinación del costo de cada uno de los platos fuertes del hotel

Tabla 95
Listado de precios de platos fuertes

Empanada de verde con queso			
Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Plátano Verde (uni)	3	\$ 0,04	\$ 0,12
Huevo (uni)	2	\$ 0,08	\$ 0,16
Queso (uni)	0,25	\$ 3,38	\$ 0,85
Aceite (lts)	0,0625	\$ 1,01	\$ 0,06
Sal (funda)	0,05	\$ 0,48	\$ 0,02
		Total 6 unidades	\$ 1,21
		Utilidad	\$ 0,13
		Precio antes del Iva	\$ 1,34
		IVA	\$ 0,16
		PVP	\$ 1,50
Choclo con queso			
Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Choclos (kg)	4	\$ 0,17	\$ 0,68
Cebolla blanca (kg)	0,1	\$ 0,50	\$ 0,05
Queso (uni)	0,25	\$ 3,38	\$ 0,85
GGMantequilla (galón)	0,02	\$ 6,71	\$ 0,13
Sal (funda)	0,05	\$ 0,48	\$ 0,02
		Dos porciones	\$ 1,73
		Una porción	\$ 0,87
		Utilidad	\$ 0,47
		Precio antes del Iva	\$ 1,34
		IVA	\$ 0,16
		PVP	\$ 1,50
Llapingachos con chorizo y huevo			
Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Papa Chola (qq)	0,04	\$ 14,00	\$ 0,56
Cebolla Blanca (kg)	0,2	\$ 0,50	\$ 0,10
Achiote (lts)	0,05	\$ 0,96	\$ 0,05
Queso (uni)	0,25	\$ 3,38	\$ 0,85
Sal (funda)	0,03	\$ 0,48	\$ 0,01
Huevos (uni)	4	\$ 0,08	\$ 0,32
Aceite (lts)	0,25	\$ 1,01	\$ 0,25
Aguacate (uni)	1	\$ 0,20	\$ 0,20
Chorizo (kg)	0,25	\$ 1,80	\$ 0,45
		1 plato	\$ 2,79
		Utilidad	\$ 1,23
		Precio antes del Iva	\$ 4,02
		IVA	\$ 0,48

PVP \$ 4,50

Locro de Queso

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Queso (uni)	0,5	\$ 3,38	\$ 1,69
Leche (lts)	0,25	\$ 0,48	\$ 0,12
Cebolla Blanca (kg)	0,2	\$ 0,50	\$ 0,10
Papa Chola (qq)	0,02	\$ 14,00	\$ 0,28
Achiote (lts)	0,05	\$ 0,96	\$ 0,05
Pimienta (kg)	0,01	\$ 3,80	\$ 0,04
Sal (funda)	0,05	\$ 0,48	\$ 0,02
Total			\$ 2,30
Utilidad			\$ 1,00
Precio antes del Iva			\$ 3,30
IVA			\$ 0,40
PVP			\$ 3,70

Quimbolito

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Harina de Trigo (qq)	0,025	\$ 22,00	\$ 0,55
Harina de maíz (kg)	0,23	\$ 0,97	\$ 0,22
Azúcar (qq)	0,01	\$ 23,00	\$ 0,23
Pasas (funda)	0,05	\$ 1,80	\$ 0,09
Hojas de Achira (atado 45 unidades)	0,022	\$ 0,80	\$ 0,02
Huevos (uni)	2	\$ 0,08	\$ 0,16
Mantequilla (galón)	0,05	\$ 6,71	\$ 0,34
Tres quimbolitos			\$ 1,61
Utilidad			\$ 0,76
Precio antes del Iva			\$ 2,37
IVA			\$ 0,28
PVP			\$ 2,65

Timbuscha

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Papa Chola (qq)	0,005	\$ 14,00	\$ 0,07
Carne (kg)	0,228	\$ 4,80	\$ 1,09
Maní Tostado (funda)	0,1	\$ 1,58	\$ 0,16
Col (uni)	0,1	\$ 0,50	\$ 0,05
Cebolla Blanca (kg)	0,01	\$ 0,50	\$ 0,01
Achiote (lts)	0,05	\$ 0,96	\$ 0,05
Ajino Moto (uni)	1	\$ 0,01	\$ 0,01
Sazonatodo (fundas)	0,01	\$ 0,96	\$ 0,01
Aceite (lts)	0,0625	\$ 1,01	\$ 0,06
Sal (funda)	0,05	\$ 0,48	\$ 0,02
Total			\$ 1,53
Utilidad			\$ 1,15

Precio antes del Iva	\$	2,68
IVA	\$	0,32
PVP	\$	3,00

Higos con Queso

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Higos (lb)	1	\$1,25	\$1,25
Queso (uni)	0,25	\$3,38	\$0,845
Panela (bloques)	0,17	\$0,5	\$0,08
Azúcar (qq)	0,01	\$23	\$0,23
Canela molida (frascos)	0,05	\$0,9	\$0,045
Clavos de olor (fundas)	0,25	\$0,2	\$0,05
Miel de abeja (frasco)	0,1	\$1,5	\$0,15
		4 porciones	\$2,65
		Utilidad	\$0,74
		Precio antes del IVA	\$3,39
		IVA	\$0,4068
		PVP	\$3,80

Tostado

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Maíz (lb)	0,5	\$ 0,70	\$ 0,35
Ajo (kg)	0,05	\$ 2,20	\$ 0,11
Cebolla Blanca (kg)	0,2	\$ 0,50	\$ 0,10
Sal (fundas)	0,045	\$ 0,48	\$ 0,02
Manteca (tarrina)	0,05	\$ 3,82	\$ 0,19
		Total	\$ 0,77
		Utilidad	\$ 0,21
		Precio antes del Iva	\$ 0,98
		IVA	\$ 0,12
		PVP	\$ 1,10

Emborrajados

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Plátanos Maduros (uni)	4	0,04	\$ 0,16
Leche (Its)	0,25	0,48	\$ 0,12
Huevos (uni)	2	0,08	\$ 0,16
Harina de Maíz (kg)	0,23	0,97	\$ 0,22
Polvo de hornear (frasco)	0,05	1,8	\$ 0,09
Sal (fundas)	0,03	0,48	\$ 0,01
Queso (uni)	0,25	3,38	\$ 0,85
Azúcar (qq)	0,005	23	\$ 0,12
Canela molida (frascos)	0,05	0,9	\$ 0,05
Aceite (galón)	0,01	4,1	\$ 0,04
		4 unidades	\$ 1,81
		Utilidad	\$ 0,25

Precio antes del Iva	\$	2,06
IVA	\$	0,25
PVP	\$	2,30

Fritada

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Carne de cerdo (kg)	1,455	\$ 2,75	\$ 4,00
Ajo (kg)	0,1	\$ 2,20	\$ 0,22
Cebolla Blanca (kg)	0,4	\$ 0,50	\$ 0,20
Aceite (galón)	0,01	\$ 4,10	\$ 0,04
Papas (qq)	0,02	\$ 14,00	\$ 0,28
Mote (fundas)	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Manteca (tarrina)	0,2	\$ 3,82	\$ 0,76
Sal (funda)	0,1	\$ 0,48	\$ 0,05
Pimienta (kg)	0,01	\$ 3,80	\$ 0,04
Total			\$ 6,59
Dos platos			\$ 3,30
Utilidad			\$ 1,17
Precio antes del Iva			\$ 4,47
IVA			\$ 0,54
PVP			\$ 5,00

Empanadas de morocho

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Masa de Morocho (libras)	1	\$ 1,60	\$ 1,60
Aceite (litros)	0,0625	\$ 1,01	\$ 0,06
Sal (libras)	0,05	\$ 0,48	\$ 0,02
Ajino Moto (fundas)	2	\$ 0,01	\$ 0,02
Arroz (libras)	0,5	\$ 0,30	\$ 0,15
Zanahoria (kg)	0,22	\$ 0,40	\$ 0,09
Arveja (kg)	0,22	\$ 1,76	\$ 0,39
Hierbas (uni)	0,2	\$ 0,20	\$ 0,04
Carne Molida (kg)	0,455	\$ 3,50	\$ 1,59
Total 5 empanadas			\$ 3,96
Utilidad			\$ 1,04
Precio antes del Iva			\$ 5,00
IVA			\$ 0,60
PVP			\$ 5,60

Ceviche de chochos

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Chochos (lb)	1	\$0,80	\$0,80
Pimiento (kg)	0,17	\$0,77	\$0,1309
Hiervas (uni)	0,2	\$0,20	\$0,04

Aceite (galón)	0,01	\$4,1	\$0,041
Cebolla Paitaña (kg)	0,25	\$0,49	\$0,1225
Tomate Riñón (kg)	0,11	\$0,84	\$0,0924
Limón (uni)	6	\$0,05	\$0,30
Sal (funda)	0,05	\$0,48	\$0,024
Pimienta (kg)	0,01	\$3,80	\$0,038
		Dos platos	\$1,59
		Un plato	\$0,795
		Utilidad	\$ 0,99
		Precio antes del Iva	\$ 1,79
		IVA	\$ 0,21
		PVP	\$ 2,00

Caldo de bolas de maíz

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Cubo maggi (paquetes)	0,125	\$ 0,35	\$ 0,04
Harina de maíz (kg)	0,23	\$ 0,97	\$ 0,22
Queso (uni)	0,25	\$ 3,38	\$ 0,85
Mantequilla (galones)	0,05	\$ 6,71	\$ 0,34
Huevos (uni)	2	\$ 0,08	\$ 0,16
Leche (Its)	0,1	\$ 0,48	\$ 0,05
Maní Tostado (funda)	0,1	\$ 1,58	\$ 0,16
Col (uni)	0,5	\$ 0,50	\$ 0,25
Cebolla Blanca (kg)	0,1	\$ 0,50	\$ 0,05
Pimienta (kg)	0,005	\$ 3,80	\$ 0,02
Sal (funda)	0,05	\$ 0,48	\$ 0,02
Comino (kg)	0,01	\$ 5,42	\$ 0,05
		Total	\$ 2,21
		Dos platos	\$ 1,11
		Utilidad	\$ 0,50
		Precio antes del Iva	\$ 1,61
		IVA	\$ 0,19
		PVP	\$ 1,80

Maduro Frito (48 trozos)

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Maduro (mano)	1	\$0,48	\$ 0,48
Aceite (galón)	0,05	\$4,10	\$ 0,205
		1 plato (3 trozos)	\$ 0,69
		Utilidad	\$ 0,20
		Precio antes del Iva	\$ 0,89
		IVA	\$ 0,11
		PVP	\$ 1,00

Caldo de Patas

Insumo	Cantidad	Precio Unitario	Costo Unitario
Pata de res (uni)	1	\$3,00	\$3,00
Ajo (kg)	0,05	\$2,20	\$0,11
Hiervas (uni)	0,1	\$0,20	\$0,02
Mote (fundas)	2	\$0,50	\$1,00
Maní Tostado (funda)	0,1	\$1,58	\$0,158
Cebolla Blanca (kg)	0,2	\$0,50	\$0,10
Orégano (kg)	0,2	\$2,80	\$0,56
Pimienta (kg)	0,005	\$3,80	\$0,019
Sal (funda)	0,05	\$0,48	\$0,024
Aceite (galón)	0,01	\$4,10	\$0,041
		Total	\$5,03
		Utilidad	\$ 0,15
		Precio antes del Iva	\$ 5,18
		IVA	\$ 0,62
		PVP	\$ 5,80


Elaborado por: Nelly Guanotuña


Anexo 8. Página web

URKU NAN
"UN SUEÑO INOLVIDABLE"

Inicio Nosotros Habitaciones y Tarifas Nuestra Propiedad Contacto Locación


Entrada: DD MM YYYY Salida: DD MM YYYY Adultos: 1 Niños: 0 [Buscar](#)






Habitaciones y Precios

Ven a visitarnos y a conocer nuestras adorables y cómodas habitaciones. Cada habitación tiene una decoración única y...



Locación

Ubicado en medio de la naturaleza forestal, nuestra hostería es el lugar perfecto para pasar unos días relajados y...



Nuestra Propiedad

Techos de paja, decoración campestre y varias hectáreas de propiedad que...



Inicio Nosotros Habitaciones y Tarifas Nuestra Propiedad Contacto Locación

Nosotros

Ven disfruta de Zumbahua, y de nuestras instalaciones donde descubrirás a la naturaleza, y podrás convivir con las comunidades del lugar.

Misión

Somos una empresa orgullosamente ecuatoriana dedicada a dar servicios de descanso y recreación para turistas tanto nacionales o extranjeros, por medio de un talento humano comprometido con la empresa, aportando al desarrollo integral de la Parroquia Zumbahua, siendo así un medio para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes externos e internos.

Visión

Para el 2022, queremos ser una empresa ya posicionada en la Parroquia Zumbahua, reconocida a nivel nacional e internacional por la excelencia en nuestros servicios de hospedaje y recreación, fomentado por nuestro talento humano comprometido y las instalaciones adecuadas para dicho fin, para brindar cada vez más una oferta variada de actividades turísticas que ayuden el desarrollo económico de la Zona.

© 2018 Creado con Wix.com *Llama ahora para hacer una reserva:*
1-800-000-0000

Habitaciones y Tarifas de estadías

Selecciona Fechas

Entrada	
Salida	
1 adulto(s)	
0 niño(s)	
Buscar	



Nuestras Habitaciones

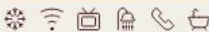


Estadía Básica

Está destinado para las personas que se van a hospedar brevemente en nuestra...

- Camas: 1 individual(es)

Desde
\$33.61



Más Información



Paquete De Un Día Comp...

Ven y disfruta de nuestro paquete completo de un día. Donde se tiene pleno...

Desde
\$80.65



Más Información



Paquete De Dos Días De ...

Este paquete está destinado para que el visitante conozca más a la parroquia...

Desde
\$120



Más Información

Locación

Ven visitanos



Ven conoce nuestras intralaciones.

Estamos ubicados en:
Calle San Francisco/ Sector Campamento
urkuna@hotmail.com
Tel: 914-123-456
Fax: 914-123-456

