



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UN HOTEL RÚSTICO EN
VILCABAMBA DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”

TESIS PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO
DE INGENIERO COMERCIAL

AUTOR:

DIEGO HERNÁN VÁSQUEZ CARPIO

DIRECTOR:

Ing. Com. CARLOS RODRÍGUEZ ARMIJOS

LOJA- ECUADOR

2015

CERTIFICACIÓN

Ing. Com.

Carlos Rodríguez Armijos

DIRECTOR DE TESIS

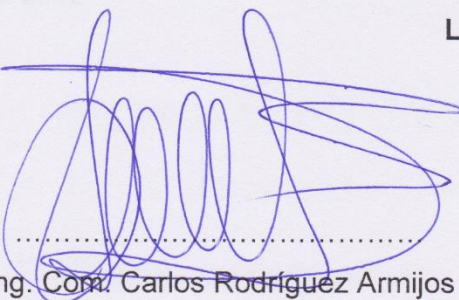
CERTIFICA:

Haber asesorado y revisado prolijamente, durante todo su desarrollo, la tesis titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN HOTEL RÚSTICO EN VILCABAMBA DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”**, de la autoría del postulante: **Diego Hernán Vásquez Carpio**, egresado de la Carrera de Administración de Empresas de la Modalidad de Estudios a Distancia, de la Universidad Nacional de Loja.

Me cumple informarle que la misma reúne los requisitos de fondo y forma, exigidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, autorizo proseguir con los trámites legales pertinentes para su presentación y defensa.

Fecha: Loja, julio del 2015

Loja, julio del 2015



Ing. Com. Carlos Rodríguez Armijos

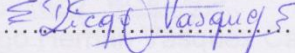
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA
CARTA DE AUTORIZACION POR PARTE DEL AUTOR
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL, Y
PUBLICACION ELECTRONICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Diego Hernán Vásquez Carpio, declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: Diego Hernán Vásquez Carpio

Firma: 

Cédula: 1103063598

Fecha: Loja, julio del 2015

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Mg. Carlos Rodríguez Armijos

TRIBUNAL DE GRADO:

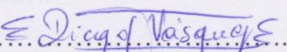
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Diego Hernán Vásquez Carpio, **declaro** ser autor de la Tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN HOTEL RÚSTICO EN VILCABAMBA DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para optar al Grado de: INGENIERO COMERCIAL: autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de julio de 2015. Firma el autor:

FIRMA: 

AUTOR: Diego Hernán Vásquez Carpio

CÉDULA: 1103063598

DIRECCIÓN: Parroquia Vilcabamba, Cantón Loja, Provincia de Loja

CORREO ELECTRÓNICO: diegohvasquezc@gmail.com

TELÉFONO: 073036215 **CÉLULAR:** 0968611507

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Mg. Carlos Rodríguez Armijos

TRIBUNAL DE GRADO:

Dr. Luis Quizhpe Salinas (Presidente)

Mg. Galo Salcedo López. (Vocal)

Mg. Edison Espinoza Bailón. (Vocal)

AGRADECIMIENTO

A las Autoridades de la Universidad Nacional de Loja de la Modalidad de Estudios a Distancia, a los Docentes de la Carrera de Administración de Empresas, por su colaboración y eficiencia durante el proceso de formación profesional.

De manera especial, al Sr. Ing. Com. Carlos Rodríguez Armijos. Director de tesis, quien con sus conocimientos, hizo posible llevar adelante el presente trabajo de investigación.

A la Población de la Parroquia Vilcabamba, Cantón Loja, Provincia de Loja", por la apertura brindada para la realización del presente trabajo de investigación.

El Autor

DEDICATORIA

A Dios todopoderoso por permitirme culminar una etapa más de mi formación profesional.

A mi esposa por su apoyo incondicional y siempre estar a mi lado, brindándome todo su amor, entrega, dedicación para cumplir la meta propuesta.

A mis hijas por ser la razón de mi vida y fuente de inspiración y superación.

Diego Hernán

a. **TÍTULO**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
HOTEL RÚSTICO EN VILCABAMBA DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE
LOJA”

b. RESUMEN

Los turistas que visitan año a año el país y en particular la Parroquia de Vilcabamba van en aumento, quienes requieren sitios de alojamiento, mismos que tienen que estar acorde a sus gustos y preferencias, en vista de esto se ha planteado la idea de implementar un Hotel.

El objetivo general del presente trabajo de Investigación es “DETERMIAR LA FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN HOTEL RÚSTICO EN VILCABAMBA DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”, se ha llevado a cabo con la finalidad de establecer si es factible su ejecución, con miras a satisfacer una de las necesidades primordiales de los turistas que llegan a Vilcabamba, como es el alojamiento, pero ofreciéndoles a los turistas una propuesta diferente e innovadora, en armonía con la naturaleza, por eso el hotel tendrá ciertas características que lo diferenciarán de los demás.

Para cumplir con el trabajo propuesto se utilizó métodos y técnicas, como son: El Método Científico permitió fundamentación teórica del proyecto; el Método Inductivo permitió conocer el mercado que demanda del servicio de alojamiento, Método Deductivo permitió conocer el estado actual y real de la problemática para luego extraer conclusiones y recomendaciones, Método Sintético permitió reconstruir un todo a partir de los elementos encontrados en la investigación para facilitar su comprensión, el Método Estadístico se lo utilizó con el fin de ordenar, representar, simplificar,

analizar, interpretar y proyectar los datos obtenidos en el trabajo de investigación para una mejor comprensión y la toma de decisiones.

Además se necesitó de la utilización de técnicas como es la observación para obtener información de manera directa, determinando el comportamiento de los clientes, la Encuesta se aplicó a turistas nacionales y extranjeros que visitan la Parroquia de Vilcabamba con el fin de conocer gustos y preferencias, previa a su aplicación se determinó el tamaño de la muestra, la Entrevista misma que fue aplicada a los dueños o administradores de los distintos sitios de alojamiento con el fin de obtener información de la oferta existente.

En base a los resultados obtenidos de los diferentes estudios se llegó a las siguientes conclusiones:

Para el estudio de mercado se efectuó un total de 397 encuestas, dirigidas a los turistas que visitan la parroquia de Vilcabamba, los datos obtenidos una vez ordenados y analizados, permitió establecer: La demanda real que la constituyen los turistas que efectivamente utilizan algún tipo de alojamiento que se oferta actualmente en la parroquia, dando como resultado 50191 turistas que al convertirlas en plazas de ocupación se tiene una demanda real en plazas de 200764 para el años 2015. La demanda efectiva, que la constituyen los turistas que estarían dispuestos a utilizar el servicio a implementarse dando un total de 167698 plazas.

En base a las entrevistas efectuadas a los propietarios de diferentes tipos de alojamientos existentes en la localidad se determinó que en conjunto ofertan 133590 plazas al año. Al analizar la demanda efectiva y la oferta actual, se determina que la demanda insatisfecha para el año 2015 es de 34108 plazas. La capacidad instalada de acuerdo a los recursos disponibles, se podrá ofertar 27375 plazas al año

La inversión total requerida para la implementación del hotel asciende a \$624.397,95; el mismo que será financiado en un 51,95% con capital propio es decir \$324.397,95 y un 48,05% de capital externo que asciende a \$300.000,00, mismos que serán obtenidos mediante un préstamo a la CFN.

El punto de equilibrio para el primer año, en función de la capacidad instalada es del 24,50% y en relación a las ventas es de \$ 83.317,70 Valor Actual Neto se determina un valor positivo (31.549,01); Tasa Interna de Retorno con un valor del 11,11% mayor al costo del capital, Relación Beneficio Costo con un valor mayor a uno (2,15), estableciendo que por cada dólar invertido se tiene \$1,15 de rentabilidad; el monto invertido se recuperara en 9 años, 8 meses y 1 días; el proyecto no será sensible hasta una disminución de los ingresos del 27,24% y no es sensible a un aumento de los costos de hasta el 58,45%.

El proyecto para la implementación de un Hotel Rústico en Vilcabamba, es viable desde la perspectiva del mercado ya que existe una demanda insatisfecha a cubrir, desde la perspectiva técnica existe los equipos,

insumos para su implementación, y desde la perspectiva financiera de los recursos que se destinen en dicho proyecto producirán rentabilidad.

Una vez concluido el estudio se efectuó las siguientes recomendaciones:

El proyecto para la implementación de un Hotel Rústico en Vilcabamba, es viable en todos sus aspectos por lo tanto se recomienda ponerlo en marcha.

Es importante tomar en cuenta los gustos y preferencias de los clientes para mantener una buena relación entre cliente y empresa, de tal manera que permita fidelizar al cliente y además llamar la atención de clientes potenciales.

Siempre que se pone en marcha un proyecto se debe tener en cuenta la actualización de los costos de acuerdo a la tasa de inflación vigente, por lo tanto ese recomienda realizarla

Se recomienda realizar una capacitación general tanto a la parte administrativa como operativa sobre los lineamientos generales que se debe manejar dentro del Hotel, ya que estos son valorados en función de la calidad y la referencia, que constituyen una parte importante para hacer crecer el negocio.

El presente proyecto puede ser utilizado como fuente de consulta por estudiantes de la carrera y personas que estén involucrados en el turismo, mismo que servirá de orientación.

ABSTRACT

Tourists visiting the country every year and in particular the Parish of Vilcabamba are increasing who require hosting sites, they have to be relevant to your tastes and preferences, in view of this has raised the idea of implementing a Hotel.

The overall objective of this research is "determining how FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A LODGE IN VILCABAMBA THE CANTON AND PROVINCE OF LOJA", was conducted in order to determine whether implementation is feasible, in order to meet one of the primary needs of tourists coming to Vilcabamba, such as accommodation, but offering tourists a different and innovative approach, in harmony with nature, so the hotel will have certain characteristics that differentiate it from others.

Methods and techniques were used, such as to comply with the proposed work: The Scientific Method allowed theoretical foundation of the project; The inductive method allowed to know the market demand hosting service, deductive method allowed to know the current and actual state of the problem and then draw conclusions and recommendations synthetic method possible to reconstruct a whole from the elements found in the investigation to facilitate It is understanding the statistical method it used in order to organize, represent, simplify, analyze, interpret and project the data obtained in the research for better understanding and decision-making.

In addition it required the use of techniques such as the observation to obtain information directly, determining the behavior of customers, the survey was applied to domestic and foreign tourists visiting the Parish of Vilcabamba in order to meet tastes and preferences, prior to implementation of the sample size was determined the same interview that was applied to the owners or managers of different hosting sites in order to obtain information from the existing supply.

Based on the results of different studies it has reached the following conclusions:

To study the market a total of 397 surveys aimed at tourists visiting the parish of Vilcabamba, the data once ordered and analyzed took place, allowed to establish: Real demand that constitute tourists actually use some kind of currently offer accommodation in the parish, resulting 50191 tourists to make them places of employment have a real demand 200 764 on spaces for the year 2015. The effective demand, that tourists are willing to use the service to be implemented for a total of 167698 places.

Based on interviews with owners of different types of existing accommodations in the city it was determined that together offer 133 590 seats per year. By analyzing the actual demand and the current offer, it is determined that the unmet demand for 2015 is 34108 seats. Installed according to the resources available, may offer capacity 27375 seats per year

The total investment required for the implementation of this hotel amounts to \$ 624.397,95; the same that will be financed with a 51,95% equity that is \$ 324.397,95 and 48,05% of foreign capital amounting to \$ 300.000,00, same that will be obtained through a loan to the CFN.

The breakeven point for the first year, depending on the installed capacity of 24,50% and in relation to sales is \$ 83.317,70 Net Present Value positive (31.549,01) is determined; Internal Rate of Return with a value of 11,11% higher than the cost of capital, cost benefit ratio with a larger one (2,15) value, establishing that for every dollar invested has \$ 1,15 of profitability; the amount invested was recovered in 9 years, 8 months and 1 day; the project will not be sensitive to a decrease in revenue of 27,24% and is not sensitive to an increase in costs of up to 58,45%.

The project for the implementation of a Rustic Hotel in Vilcabamba, is viable from the perspective of the market as there is an unmet demand to cover, from a technical perspective there is the equipment, supplies for its implementation, and from a financial perspective of resources this project is intended to produce profitability.

Once the study concluded the following recommendations were made:

The project for the implementation of a Rustic Hotel in Vilcabamba, is feasible in all respects therefore we recommend starting it.

It is important to take into account the tastes and preferences of customers to maintain a good relationship between customer and

company, so that allows customer loyalty and also attract the attention of potential customers.

Whenever starts a project should consider updating the costs according to the current inflation rate therefore it recommends that perform it

It is recommended that a comprehensive training both the administrative and operational part on the general guidelines that must be managed within the Hotel, as these are valued in terms of quality and reference, which constitute an important part to grow the business.

This project can be used as a reference by students of the race and people who are involved in tourism which will serve orientation.

c. INTRODUCCIÓN

Por las características que posee nuestro país y en particular Vilcabamba en materia de turismo, los visitantes año a año va en aumento, lo cual genera la necesidad de más plazas para satisfacer al turista con la necesidad de alojamiento, hay quienes en ciertas temporadas no alcanzan un sitio para alojarse por lo que tienen que recurrir a lugares cercanos o a cambiar su destino turístico.

En Vilcabamba, el turismo se ha convertido en la primera actividad económica, los turistas que se desplazan a este lugar la mayoría son por razones de recreación, descanso y salud; pues posee un clima calificado como “excelente”, acompañado de la arquitectura que se mantiene en este valle, un estilo tradicional, aunado a esto la tranquilidad y la hermosura del valle.

Con la creación de un Hotel Rústico, se pretende diversificar la oferta hotelera, permitirá aprovechar el potencial que tiene la parroquia de Vilcabamba en materia de turismo, existe un mercado que se pretende intervenir con el proyecto. Además el beneficio social que se genera al implementar nuevas plazas de trabajo e ingresos económicos para quienes intervienen en el proceso de la prestación del servicio, con lo que se contribuiría a elevar el nivel de vida de los habitantes de la Parroquia.

Para lograr alcanzar el objetivo general es imprescindible cumplir con los objetivos específicos:

Efectuar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda del servicio hotelero en Vilcabamba, estas permiten determinar la demanda insatisfecha que puede ser aprovechada por el Hotel.

Elaborar el estudio técnico correspondiente en cuanto a tamaño, localización, instalaciones, etc. para el uso eficiente de los recursos disponibles.

Desarrollar el estudio administrativo para la constitución legal de la empresa y su estructura organizacional que permitirá una adecuada operación del proyecto.

Efectuar el estudio económico para determinar la viabilidad financiera que tiene el proyecto en términos de la recuperación del capital invertido y conocer los efectos que tendrá sobre la liquidez.

Desarrollar el estudio financiero para determinar la fuente de capital más conveniente y la capacidad de pago del crédito.

Realizado los diferentes estudios, su presentación se ha estructurado de la siguiente forma:

Tema, el mismo que sirve como guía para el desarrollo de la investigación, tomando como base la problemática de la realidad turística de Vilcabamba.

Resumen que sintetiza en breves rasgos el contenido del trabajo (español e inglés)

Introducción enfoca la importancia del tema, así como la factibilidad de implementar un Hotel Rústico en Vilcabamba.

Revisión Literaria se detallan aspectos generales sobre el turismo como: Características Generales de la Zona, Perspectiva Turística, Características del Servicio a implementar, además aspectos teóricos utilizados en el proceso de la investigación.

Materiales y Métodos en esta parte se detalla los recursos utilizados, así como los métodos y técnicas.

Resultados se encontrará la tabulación e interpretación de las encuestas efectuadas a los turistas.

Discusión en el mismo se hace un análisis del estudio de factibilidad conformado por los estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico Estudio Organizacional, Estudio Económico

Conclusión y recomendaciones, mismas que servirán para la toma de decisiones con respecto al presente proyecto.

Finalmente se incluye la bibliografía que sirve de base para enriquecer y fundamentar los conceptos utilizados, anexos en esta parte se encontrara el formato de la encuesta aplicada.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REERENCIAL

HOTEL

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

HOTEL RÚSTICO

“Situados en terrenos rústicos o rurales. Suelen ser edificaciones tradicionales rehabilitadas y en ocasiones incluyen o están próximas a explotaciones agropecuarias”.¹

CATEGORÍAS

Según el Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador, “Art. 2.- Categorías.- La Categoría de los establecimientos hoteleros será fijada por el Ministerio de Turismo por medio del distintivo de la estrella, en cinco, cuatro, tres, dos y una estrella, correspondientes a lujo, primera segunda, tercera y cuarta categorías. Para el efecto se atenderá a las disposiciones de este reglamento, a las características y calidad de las instalaciones y a los servicios que se presten.

¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/hotel>.

Las estrellas que tienen los hoteles indican el nivel de sus servicios, instalaciones, habitaciones, precio y ubicación.

REQUISITOS

Un hotel debe reunir, “además de las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, las siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo, siempre que ésta sea completamente independiente, debiendo constituir sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo;
- b) Facilitar al público tanto el servicio de alojamiento como de comidas, a excepción de los hoteles residencias y hoteles apartamentos; y,
- c) Disponer de un mínimo de treinta habitaciones.²

Art. 12.- Hoteles de tres estrellas.- Los hoteles de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- a) De recepción y conserjería, permanentemente atendido por personal experto. El Jefe de Recepción conocerá los idiomas español e inglés. Los demás recepcionistas y el Capitán de Botones deberán tener conocimientos básicos de algún idioma extranjero. El Capitán de Botones, los ascensoristas, los mozos de equipajes y los botones o mensajeros, dependerán de la recepción;

² REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

b) De pisos, para mantenimiento de las habitaciones así como para su limpieza y preparación; estará a cargo de una Ama de Llaves ayudada por las camareras de pisos. El número de camareras dependerá de la capacidad del establecimiento, debiendo existir al menos una camarera por cada diez y seis habitaciones;

c) De comedor, que estará atendido por el Maitre o Jefe de Comedor y asistido por el personal necesario, según la capacidad del alojamiento, con estaciones de ocho mesas como máximo.

Los jefes de comedor, además de conocer el idioma español, tendrán conocimientos básicos del inglés. El menú del hotel permitirá al cliente la elección entre tres o más especialidades dentro de cada grupo de platos.

El servicio de comidas y bebidas en las habitaciones será atendido, de no existir el personal específicamente destinado a tal efecto, por el del comedor.

d) Telefónico. Existirá una central con por lo menos dos líneas, atendida permanentemente por personal experto y suficiente para facilitar un servicio rápido y eficaz. Los encargados de este servicio deberán hablar el español y tener, además, conocimientos de inglés;

e) De lavandería y planchado para atender el lavado y planchado de la ropa de los huéspedes y de la lencería del alojamiento. Este servicio podrá ser propio del alojamiento o contratado; y,

f) Botiquín de primeros auxilios³.

³ REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA ZONA

Historia

GRÁFICA 1



FUENTE: El Autor

Vilcabamba en Quechua, Huilcopamba, proviene de los vocablos: **wilco**: árbol sagrado y **pampa**: valle o llanura; que significa “Valle de los Huilcos” o “Valle Sagrado”. Luego se lo denominó “Parroquia de San Pedro Apóstol de la Victoria de Vilcabamba”, elevado a parroquia rural del cantón Loja el 29 de mayo de 1861.

“Sus casas construidas en tapia o adobe y madera, con patios interiores y amplios portales. Un alto porcentaje de su población llega a longevo, con sus facultades vitales intactas”⁴. Por esta razón se le conoce como “Isla de la longevidad” que llama la atención de los científicos y turistas.

⁴ www.loja.gob.ec › Parroquias › Parroquias Rurales.

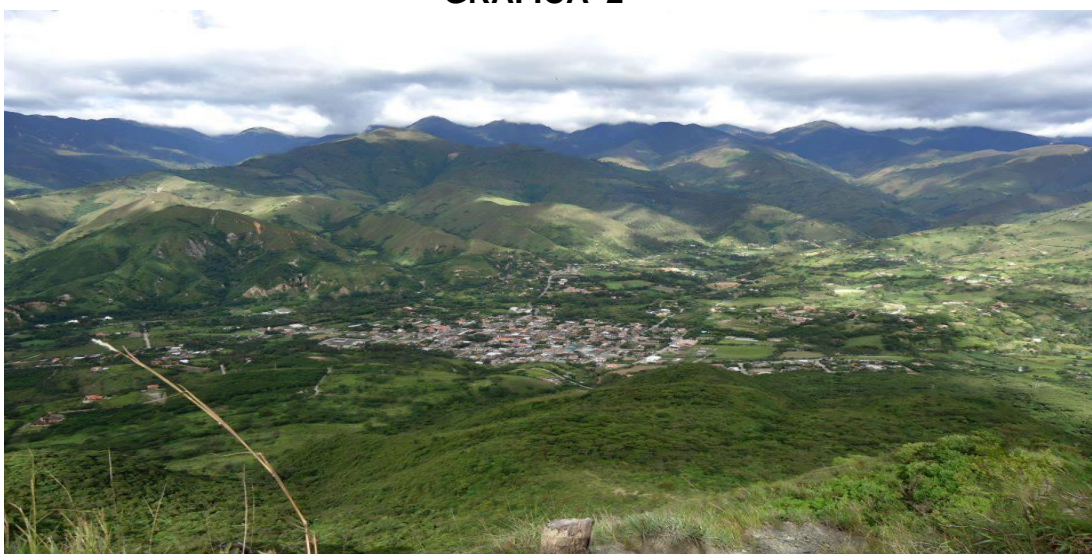
Se atribuye la buena salud de los longevos de Vilcabamba al agua de los ríos que la rodean (Chamba y Uchima), capaz de eliminar el colesterol y curar el reumatismo.

“Vilcabamba, ha servido de base para la promoción e investigación, por parte de médicos, científicos y naturalistas de todo el mundo, sobre la longevidad. Se desprende que son varios los factores que concurren para explicar el fenómeno de la longevidad en este Valle:

1. Agua dura (golpeada)
2. Dieta con poca grasa
3. Dieta con alto contenido de fibra y de magnesio que protege contra dificultades cardiovasculares.
4. Ejercicios físicos (trabajo) en los longevos y habitantes del lugar; y
5. El clima estable y sin mayores fluctuaciones térmicas.”⁵

Clima

GRÁFICA 2



FUENTE: El Autor

⁵ www.loja.gob.ec › Parroquias › Parroquias Rurales.

La población se encuentra a una altura de 1500 msnm lo que le permite tener un clima Subtropical seco, en la temperatura de Vilcabamba no existen fluctuaciones bruscas de temperatura, con una temperatura promedio de 20,3⁰ C, siempre se mantiene entre 18 y 22 grados, factor determinante para el normal funcionamiento del corazón. El punto más alto se encuentra al oeste en la cordillera oriental a 3773 msnm, el más bajo a 1400 msnm en la confluencia de los ríos Vilcabamba y Solanda

Ubicación geográfica

Al sureste de la ciudad de Loja, a 40km se ubica la parroquia de Vilcabamba, conocida mundialmente como Valle de la Longevidad. Por su ubicación geográfica constituye un espacio biofísico de incomparable biodiversidad.

Sus coordenadas geográficas son:

- Latitud 4⁰ 15´ 39” Sur
- Longitud 79⁰ 13´ 21” Oeste.”⁶

Superficie

La parroquia posee una extensión de 157.26 Km², sus límites al norte con la Parroquia de San Pedro de Vilcabamba, al Sur con las Parroquias de Yangana y Quinara, al este con la Parroquia de Quilanga y al oeste con la Provincia de Zamora Chinchipe

⁶ www.loja.gob.ec › Parroquias › Parroquias Rurales.

División Política

“Con una población de aproximadamente 5.000 habitantes, la parroquia está dividida en barrios Urbanos y Rurales.

Entre los barrios urbanos tenemos: San Francisco, Santo Domingo, Las Palmas, Eterna Juventud, Barrio Central y Los Huilcos.

Como barrios rurales o comunidades se tiene: Yamburara Bajo, Yamburara Alto, San José, Mollepamba, Izhcayluma Alto, Izhcayluma Bajo, Cucanamá Alto, Cucanamá Bajo, Linderos, Santorum, Moyococha, Solanda y Tumianuma.

Instituciones Locales

Junta Parroquial, Tenencia Política, Distrito Municipal, Unidad de Policía Comunitaria, Registro Civil, Hospital Kokichi Otani, Asociación de Guías Nativos de Vilcabamba, Dos Escuelas Urbanas, 10 Escuelas Rurales, Un colegio, Dos cooperativas de Ahorro y Crédito, Asociación de Ancianos.”⁷

PERSPECTIVA TURÍSTICA

Turismo en el Ecuador

El turismo en el Ecuador está en creciente desarrollo, el país se beneficia del desarrollo de turismo, el número de personas que recorren y visitan nuestro país cada vez es mayor y que mejor dejar en ellos una imagen de un país muy atractivo no solo por su belleza natural, sino también por la calidad de la atención y por la amabilidad de las personas.

⁷ www.loja.gob.ec › Parroquias › Parroquias Rurales.

Hay que brindarles a los turistas diferentes opciones al momento de organizar sus viajes, mostrar el país en el exterior e internamente, presentar sus atractivos turísticos, con las mejoras que se ha enfatizado como son carreteras en buen estado, mejor organización, etc., que nos convierta en un destino turístico muy atractivo, que los visitantes se identifiquen con nuestra oferta.

Recursos Turísticos del Ecuador

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural y cultural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a cientos de miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km² del mundo. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Así mismo, ofrece atractivos históricos, gastronómicos y una variedad de culturas y tradiciones. Las Islas Galápagos destino ecoturístico por excelencia.⁸

Turismo en Vilcabamba

El turismo en Vilcabamba se ha convertido en la principal actividad económica, cabe recordar que en el intervienen diferentes sectores de la economía como: alojamiento, transporte, bares y restaurantes, negocios,

⁸ www.loja.gob.ec › Parroquias › Parroquias Rurales.

etc. En Vilcabamba el principal atractivo es el turismo de salud, es conocido a nivel mundial como Isla de la Longevidad.⁹

GRÁFICA 3



FUENTE: <http://www.lahora.com.ec>

Recursos Turísticos de Vilcabamba

La parroquia de Vilcabamba tiene la ventaja que es un lugar turístico por excelencia, conocido a nivel mundial, un lugar con mucha historia y le permite ofrecer algunos atractivos turísticos, dadas las inmensas bondades que ofrece esta parroquia. Los longevos de Vilcabamba son la primera atracción para turistas nacionales y extranjeros, su clima, su paisaje por destacar algunos de ellos.

- **Parque Nacional Podocarpus.**- Una de sus entradas se ubica en Vilcabamba, siguiendo al sureste, por la carretera que conduce a Yamburara Alto. Con una extensión de 13 km, este acceso nos conduce al refugio comunitario AVETUR, de aquí se puede

⁹ www.loja.gob.ec › Parroquias › Parroquias Rurales.

acceder al sistema lacustre conocido como “Lagunas de los Compadres”

GRÁFICA 4



FUENTE: <http://viajesbaratosporecuador.blogspot.com/>

- **Cerro Mandango.-** Mandango significa “Dios acostado”, se ubica al oeste de Vilcabamba con una altitud de 2040 msnm. Desde su cumbre se observa gran parte de la Parroquia, así como los valles aledaños.

GRÁFICA 5



FUENTE: <http://vilcabambavida.com/>

- **Parque protector “Rumi Wilco”**.- El BP “Rumi wilco” es declarado por Petición de Parte mediante Acuerdo Ministerial No. 49 del 14 de julio del 2000, publicado en el Registro Oficial No. 145 del 21 de agosto del 2000 en una superficie de 26,32 hectáreas. Está ubicado sobre una parte del lado este de la ciudad de Vilcabamba entre la Loma Guarango al norte, al sur el barrio Yamburara y al este la quebrada Uruchi. Declarado bosque protector para las tareas de conservación, investigación científica y la reforestación con especies nativas. En el lugar existe una importante muestra de árboles de wilco, árboles que dan nombre a la parroquia.¹⁰

GRÁFICA 6



FUENTE: <http://www.rumiwilco.com/>

Estos atractivos cautivan turistas que van en aumento, por lo tanto se debe organizar, mejorar e implementar más servicios turísticos y uno de los principales es el servicio de alojamiento.

¹⁰ <http://chmecuador.ambiente.gob.ec/>

Actividades turísticas recomendadas:

- Cabalgata
- Ciclismo
- Rituales
- Senderismo
- Observación de aves
- Spa

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**Definición del Servicio**

El proyecto está basado en implementar un Hotel, el mismo que se encontrará ubicado en la Parroquia de Vilcabamba, del Cantón y Provincia de Loja. El Hotel tendrá ciertas características que lo diferenciará de los demás. Su construcción será de tipo rural es decir respetando las características de la zona y sus servicios serán de tipo rústico entre estos están contemplados los muebles, enseres y adornos del mismo, donde lo más importante es el estilo y presentación. Se trata de ofrecer al turista una propuesta diferente, innovadora, en armonía con la naturaleza, que le ofrezca al turista un verdadero descanso, que le permita relajarse, salir de la cotidianidad que es lo que busca.

Se pretende ofrecer al cliente un ambiente tranquilo, cálido, acompañado de la naturaleza y hermosura del valle, orientado a ofrecer un escape al estrés. Recordemos que las personas jubiladas va en aumento en el mundo, lo que les permite organizar viajes de turismo y los primero que

buscan son lugares tranquilos, cálidos, acogedores que con nuestra propuesta es lo que pretendemos brindar.

El hotel estará compuesto con servicios adicionales como: TV, Internet, Desayuno Incluido, Parqueadero

Principales Competidores

En Vilcabamba existen en la actualidad algunos lugares para el alojamiento, dependiendo del confort que brindan y de los servicios adicionales, se clasifican en hostales, hosterías, cabañas, pensiones y refugios: Hostal Jardín Escondido, Hostal Le Rende Vous, Hostería Vilcabamba, Hostería el Descanso de Ramsés, Hostería Izhcayluma, Hostería Madre Tierra, Hostería Vilcabamba, etc.

MARCO CONCEPTUAL

PROYECTO

Un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas. La razón de un proyecto es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites que imponen un presupuesto, calidades establecidas previamente y un lapso de tiempo previamente definido¹¹

IMPORTANCIA

La importancia de un proyecto radica en su técnica que busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes económicos que permitan juzgar cualitativamente y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada actividad.

CLASIFICACIÓN DE UN PROYECTO

SEGÚN SU CARÁCTER

- **Proyecto sociales.-** cuando la decisión de realizarlo no depende de que los consumidores o usuarios potenciales del producto, bien o servicio puedan pagar íntegramente o individualmente los precios de los bienes o servicios ofrecidos, que cubrirá totalmente o parcialmente la comunidad en su conjunto.

¹¹ GALINDO, Carlos. (2011) Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Primera Edición.

- **Proyecto financiero.-** Cuando la factibilidad depende de una demanda real en el mercado del bien o servicio a producir, a los niveles del precio previsto

SEGÚN EL SECTOR DE LA ECONOMÍA AL CUAL ESTÁN DIRIGIDOS

- **Proyectos agropecuarios.-** Son aquellas que están dirigidos al campo de la producción animal y vegetal, actividades pesqueras y forestales y proyectos de riego, colonización, reforma agraria, extensión y crédito agrícola y ganadero, mecanización de faenas y abono sistemáticos.
- **Proyectos Industriales.-** Comprenden los proyectos de la industria manufacturera, la industria extractiva y el procesamiento de los productos de la pesca, la agricultura y de la actividad pecuaria.
- **Proyectos de infraestructura social.-** Están dirigidos a satisfacer necesidades básicas de la población como: salud, educación, vivienda, etc.
- **Proyectos de infraestructura económica.-** Se caracterizan por ser proyectos que proporcionan a la actividad económica ciertos insumos, bienes o servicios, de utilidad general como: energía eléctrica, transporte y comunicaciones.
- **Proyectos de Servicios.-** Se caracterizan porque no producen bienes materiales. Se presta un servicio de carácter personal, material o técnico, ya sea mediante el ejercicio profesional

individual o a través de instituciones, incluidos los proyectos de investigación tecnológica o científica.

SEGÚN EL OBJETIVO

- **Proyectos de producción de bienes.-** pueden ser: Primarios (extracción): Agrícolas, pecuarios, mineros, pequeros o forestales. Secundarios (Transformación): bienes de consumo final, intermedios o de capital.
- **Proyectos de prestación de servicios.-** pueden ser: Infraestructura física: incluyen los transportes, las comunicaciones, la energía eléctrica, etc. Infraestructura social: comprende la salud, educación y la vivienda y la organización social.
- **Proyectos de investigación.-** se divide en: Investigación en ciencias, investigación agrícola¹²

SEGÚN EL EJECUTOR

- **Proyectos de inversión Privada.-** Son proyectos que buscan generar rentabilidad financiera, lucro. Su implementación y operación dependen de la demanda y precio del mercado del bien o servicio a producir. Generalmente son promovidos por empresas e individuos con la finalidad de generar ganancias. Son proyectos que generan bienes específicos o de mercado, por esta razón son ejecutados por el sector privado en función de los réditos financieros.

¹² <http://ruben-apaza.blogspot.com/2013/07/clasificacion-de-proyectos.html>

- **Proyectos de inversión Público o Estatal.-** Son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, Su implementación y operación no depende del mercado o los consumidores potenciales. El promotor es vía políticas económicas del estado, organismos multilaterales, ONG y de empresas con políticas de responsabilidad social.¹³

FACTIBILIDAD

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias. Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación normal. Responde a una decisión sobre

¹³ <http://ruben-apaza.blogspot.com/2013/07/clasificacion-de-proyectos.html>

uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.¹⁴

ESTUDIOS PARA LA EVALUACIÓN DE UN PROYECTO

Son cinco los estudios particulares que deberán realizarse para disponer de toda la información relevante para la evaluación de un proyecto, estos son: el estudio de mercado, el estudio técnico, el estudio organizacional o administrativo, el estudio financiero y la evaluación financiera

ESTUDIO DE MERCADO.

Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo¹⁵

Baca Urbina nos dice: "...Es útil para proveer una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar a la siguiente pregunta ¿Existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva, el estudio continúa. Si la respuesta es negativa, puede replantearse la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable; si el estudio hecho ya tiene esas características, lo recomendable sería detener la investigación..."

¹⁴ CÓRDOVA PADILLA, Marcial. (2011) Formulación y Evaluación de Proyectos. Eco ediciones.

¹⁵ SANTEMASES MESTRE, Miguel. (2009) Diseño y Análisis de Encuestas de Investigación de mercado, Quinta Edición. Editorial Pirámide.

En definitiva, este estudio significa el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad. Por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto. El estudio obliga por lo tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuánto, a quién, cómo y dónde se venderá el producto o servicio.

ELEMENTOS DE UN ESTUDIO DE MERCADO

INFORMACIÓN BASE.

La constituyen los resultados provenientes de fuentes primarias y que han sido recogidos mediante diferentes instrumentos de investigación (encuestas, entrevistas, guías de observación, etc. y con diferentes técnicas (muestreo, constatación física, observación, etc.).

Para la recolección de esta información es importante destacar que: para las entrevistas, la observación y la constatación física se hace necesario elaborar una guía que oriente sobre los aspectos claves que se desea conocer y cuyo aporte es fundamental para el proyecto.

SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

Todo proyecto debe buscar de manera objetiva y con base en fuentes de información confiables, cuantos clientes posibles puede tener. Donde

están y quiénes son. Para lograrlo, se requiere obtener información que nos lleve a conocer el comportamiento del consumidor o usuarios ante un determinado producto o servicio.¹⁶

Mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio.

Existen diferentes formas de segmentar un mercado. Se deben probar diferentes variables de segmentación, de forma independiente o combinada.

Tipos de segmentación:

- Segmentación Geográfica
- Segmentación Demográfica
- Segmentación Psicográfica
- Segmentación según el comportamiento

TAMAÑO DE LA MUESTRA.

La responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los investigadores, valida la información obtenida.

“Para poblaciones infinitas (más de 100.000 habitantes):

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q}{E^2}$$

Para poblaciones finitas (menos de 100.000 habitantes):

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

¹⁶ CERNA, Hugo. (2007) “Como elaborar proyectos”, Ed. Ej, Magisterio. P. 23. Quito.

Leyenda:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

Z^2 = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido; siempre se opera con valor sigma 2, luego $Z = 2$.

E = Margen de error permitido (a determinar por el director del estudio).

Cuando el valor de P y de Q no se conozca, o cuando la encuesta se realice sobre diferentes aspectos en los que estos valores pueden ser diferentes, es conveniente tomar el caso más favorable, es decir, aquel que necesite el máximo tamaño de la muestra $P = 50$ y $Q = 50$ ".¹⁷

CRITERIOS DE APLICACIÓN ALEATORIA

Dentro de las técnicas de selección de unidades muestrales, se establece las siguientes:

- a) Muestreo no probabilístico o no aleatorios
- b) Muestreo probabilístico o aleatorio

PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN

Fuentes de información secundaria

Las fuentes secundarias son: hechos, cifras e información que alguien ha compilado previamente y el investigador puede hacer uso de ellos evitando de esta manera gastos.

¹⁷ TACURI, L. (2009). "Proceso de mercadotecnia y la gestión de comercialización de bienes y servicios".

Recogen información ya procesada, ya sea por la empresa o por personas ajenas a la misma. Entre ellas se tiene: estadísticas, libros, revistas, estudios realizados por la propia empresa, etc. Para hacer uso de estas fuentes, será necesario un análisis de la información ya compilada, para extractar la información útil a la investigación en curso.¹⁸

Ventajas:

- Facilidad y rapidez para obtenerla.
- Al obtener información secundaria se reduce el costo.
- Hay cierta información que sólo existe como datos secundarios

Fuentes de información primaria

Se entiende aquella fuente que aportan información de primera mano, para obtenerla es necesario aplicar las distintas técnicas de investigación.

Entrevista.- Consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador y el entrevistado. El propósito es obtener información del entrevistado, persona conocedora de la materia objeto de estudio.

Observación.- Se puede obtener información sin necesidad de establecer contacto. El hecho de que el consumidor no sea consciente de ser objeto de estudio conlleva que la información que sea completamente espontánea y sincera.

¹⁸ CONTENIDOS TEÓRICOS. Momento 2, UNL. 2009

La encuesta.- Para llevar a cabo una encuesta es necesario: determinar qué información quieres obtener, determinar el tipo de encuesta, diseñar el cuestionario.¹⁹

Las preguntas se clasifican según su contenido:

- Preguntas de identificación
- Preguntas de hecho: referidas a acontecimientos concretos.
- Preguntas de acción: referidas a actividades o comportamientos de los encuestados.
- Preguntas de intención: para conocer la intención del encuestado.
- Preguntas de opinión: para conocer la opinión del encuestado.

TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Si el objetivo es tener un informe completo de investigación, se tiene que ser organizado, creativo e imaginativo.

Edición de datos.- Es el proceso de revisar, corregir y clasificar los datos recopilados para que sean precisos, completos, correctos y compatibles con la tabulación.

Tabulación de datos.- Consiste en contar el número de aspectos que corresponden a las categorías establecidas.

DEMANDA.

La existencia de una necesidad a satisfacer con el producto o servicio a ofrecer, refleja una oportunidad sobre la demanda potencial que se debe

¹⁹ CONTENIDOS TEÓRICOS. Momento 2, UNL. 2009

cuantificar a través de fuentes primarias y/o secundarias, dependiendo de la etapa en que se encuentre el proyecto y sus características particulares

Análisis de la demanda.- En sentido general, la demanda es la cantidad de bienes y servicios que requieren los consumidores para la satisfacción de sus necesidades, previa la definición y fijación de un precio.²⁰

El análisis de la demanda permite conocer:

- La estructura de consumo
- La estructura de los consumidores
- Estructura geográfica de la demanda
- La interrelación de la demanda
- Motivos que originan la demanda
- Necesidad potencial o la fuente
- Potencial de mercado.

Demanda real: está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en el mercado

Demanda efectiva: La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado.

Demanda potencial: Está constituida por la cantidad y bienes o servicios que podrían consumir o utilizarse de un determinado producto en el mercado.

²⁰ BACA U, Gabriel. (2010) "Evaluación de Proyectos". Sexta Edición". Editorial Mc. Graw Hill, México.

OFERTA.

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado”.²¹

DEMANDA Y OFERTA.

La comparación de la demanda efectiva con la oferta proyectada nos permite hacer una primera apreciación de la demanda insatisfecha.

Demanda insatisfecha: es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el proyecto; es decir, público que no ha logrado acceder al producto y/o servicio y si accedió no está satisfecho con él.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

EL PRODUCTO

El producto es el resultado del proceso productivo. El estudio del mercado debe abarcar todos los atributos del mismo, entre ellos tenemos: tamaño, forma del empaque, marca, logotipo, eslogan, tipo de envase, requerimientos o normas sanitarias y de calidad que deben cumplir, colores del producto, textura, etc.

“El producto puede estar formado por uno o varios bienes y/o servicios, así como los subproductos y residuos generados durante el proceso de producción”²²

²¹ PASACA M, M. (2003). “Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión”.

Los productos pueden ser tangibles o intangibles.

Ciclo de vida de un producto En la mayoría de los casos, el ciclo de vida de un producto es un proceso de cinco etapas: introducción, crecimiento, madurez, saturación y declinación.

PRECIO.

En términos simples, el precio es la cantidad de dinero, necesaria que se requiere para satisfacer una necesidad adquiriendo un determinado producto

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios. Una estrategia de comercialización adecuada debe comprender los siguientes aspectos del mercado:

- Fijación de precios.
- Medidas de promoción
- Organización de ventas
- Canales de distribución
- Comisiones y descuentos
- Costo de la distribución.

²² CHIAVENATO, Idalberto. (2000) "Introducción a la Teoría General de la Administración". Quinta edición.

PROMOCIÓN.

“La comercialización es la variable de marketing que se encarga de lograr que los productos de la empresa estén disponibles para los consumidores”²³.

PUBLICIDAD O PROPAGANDA

Generalmente, dichos costos se estiman como un porcentaje sobre el volumen de ventas proyectado. Cualquier tipo de propaganda siempre presenta tres elementos básicos: el anunciante, la agencia y los medios publicitarios.

ESTUDIO TÉCNICO

“En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionable. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.”²⁴

²³ ARELLANO, R. “Marketing: Enfoque América Latina”

²⁴ COSS BU, Raúl. Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión. Bogotá. Edit. Limusa.

INGENIERÍA BÁSICA

La ingeniería del proyecto es una propuesta de solución a necesidades detectadas en el ámbito empresarial, social, individual, entre otros.

- Descripción del producto
- Descripción del proceso.

DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

Se cuantifica la capacidad de producción y todos los requerimientos que sean necesarios para el desarrollo del bien o servicio, por ello se debe tomar en cuenta la demanda y determinar la proporción necesaria para satisfacer a esa demanda.

Factores que determinación del tamaño óptimo del proyecto.

- Identificación de la demanda
- Identificación de los insumos y suministros del proyecto
- Identificación de la maquinaria, equipo, tecnología
- El tamaño del proyecto y el financiamiento

CAPACIDAD INSTALADA

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante un periodo de la empresa. Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

CAPACIDAD UTILIZADA:

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado²⁵

LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA

“Este elemento consiste en identificar el lugar ideal para la implementación del proyecto, se debe tomar en cuenta algunos elementos importantes que darán soporte a la decisión de lugar específico de la planta. La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macrolocalización donde se elige la región o zona más atractiva para el proyecto y la microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto.”²⁶

DISTRIBUCIÓN EN LA PLANTA

Una buena distribución del equipo en la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.(Baca, 2001)

²⁵ MURCIA, Jairo. (2009) Proyectos, Formulación y Criterios de Evaluación. Editorial Alfa Omega.

²⁶ SAPAG CHAIN, Nassir. (2011) “Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación”. Segunda Edición. México.

ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN

El análisis de costos que se presenta como conclusión del estudio técnico consiste en la determinación y distribución de los costos de inversión fija, diferida y el capital de trabajo, en términos totales.

Costos fijos y variables son todas aquellas erogaciones que están directamente relacionadas con la producción

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

La organización es una unidad social coordinada, consciente, compuesta por dos personas o más, que funciona con relativa constancia a efecto de alcanzar una meta o una serie de metas comunes

Acta constitutiva.-Es un documento certificador de la conformación legal de la empresa, en la misma se incluye los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.²⁷

Razón social o denominación.- Es el nombre bajo el cual la empresa operara, el mismo que debe estar de acuerdo al tipo de empresa conforme lo establece la ley.

Domicilio.- La empresa estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad del mercado, por lo tanto se debe incitar claramente la

²⁷ SAPAG, N. (2007). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México. Pearson Prentice Hall.

dirección domiciliaria en donde se la ubicara en caso de requerirlo los clientes u otras persona natural o jurídica²⁸

Capital social.- Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la lleva empresa y la forma como este se ha conformado

FILOSOFÍA EMPRESARIAL

La filosofía empresarial identifica "la forma de ser" de una empresa, también se habla que la cultura de la empresa tiene que ver con los principios y valores empresariales, todo ello es tanto como decir que es "la visión compartida de una organización".²⁹

Para tener una filosofía empresarial sólida es necesario:

- Aprender a trabajar en equipo.
- Retribuir según los resultados.

Para desarrollarla, se deben analizar tres elementos fundamentales y trascendentes para esta, que indican hacia dónde se dirige la organización, por qué se dirige hacia allá y que es lo que sustenta u obliga a que la empresa vaya en esa determinada dirección.

- **LA MISIÓN.-** determina claramente el futuro de la organización y establece las bases para la toma de decisiones en la misma. La misión, por tanto, servirá para identificar a la empresa con sus

²⁸ GALINDO, Carlos. (2011) Formulación y Evaluación de Planes de Negocio. Primera Edición.

²⁹ HUALPA, L. (2011) "Gerencia y los Sistemas de Información". Guía de Estudio. Octavo Módulo.

clientes y con su comunidad, de forma que lo que hace sea algo que la distinga de las demás.

- **LA VISIÓN.-** es el sueño de la alta administración, visualizando la posición que quiere alcanzar la empresa en los próximos en 5, 10 o 15 años. Se centra en los fines y no en los medios, lo cual nos indica que lo importante es el punto a donde se quiera llegar.
- **LOS VALORES.-** los valores organizacionales, por su parte, condicionan el comportamiento de la organización, ya que determinan modos de pensar y actuar que enfocan decisiones de acuerdo a lo que se considera importante dentro de ella.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Para que la empresa funcione apropiadamente tendrá una estructura administrativa mediante la cual se asigna niveles de organización, cargos y puestos de trabajo que permitan la correcta utilización del talento humano, recursos económicos, técnicos y financieros encaminados a la consecución de metas y objetivos planteados por la misma.³⁰

Para el manejo operacional de la empresa se consideran los siguientes niveles:

³⁰ “ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS”. Guía de Estudio. UNL Séptimo Módulo.

Nivel Legislativo.- Su función es legislar la política que debe seguir la organización; así como las normas, procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc.

Nivel Ejecutivo.- Toma decisiones sobre políticas generales y actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento. Su representación estará regida por la Gerencia General.

Nivel Asesor.- Aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica y otras áreas que estén relacionadas con el proceso de producción.

Nivel Auxiliar.- Se encarga de realizar labores de apoyo relacionadas con los servicios administrativos dentro de la empresa.

Nivel Operativo.- Será sobre quien recaiga la responsabilidad de ejecutar las disposiciones y órdenes que sean emanadas por los niveles superiores y que estén encaminadas a desarrollar los procesos de producción dentro de la empresa y comercialización.

ORGANIGRAMAS

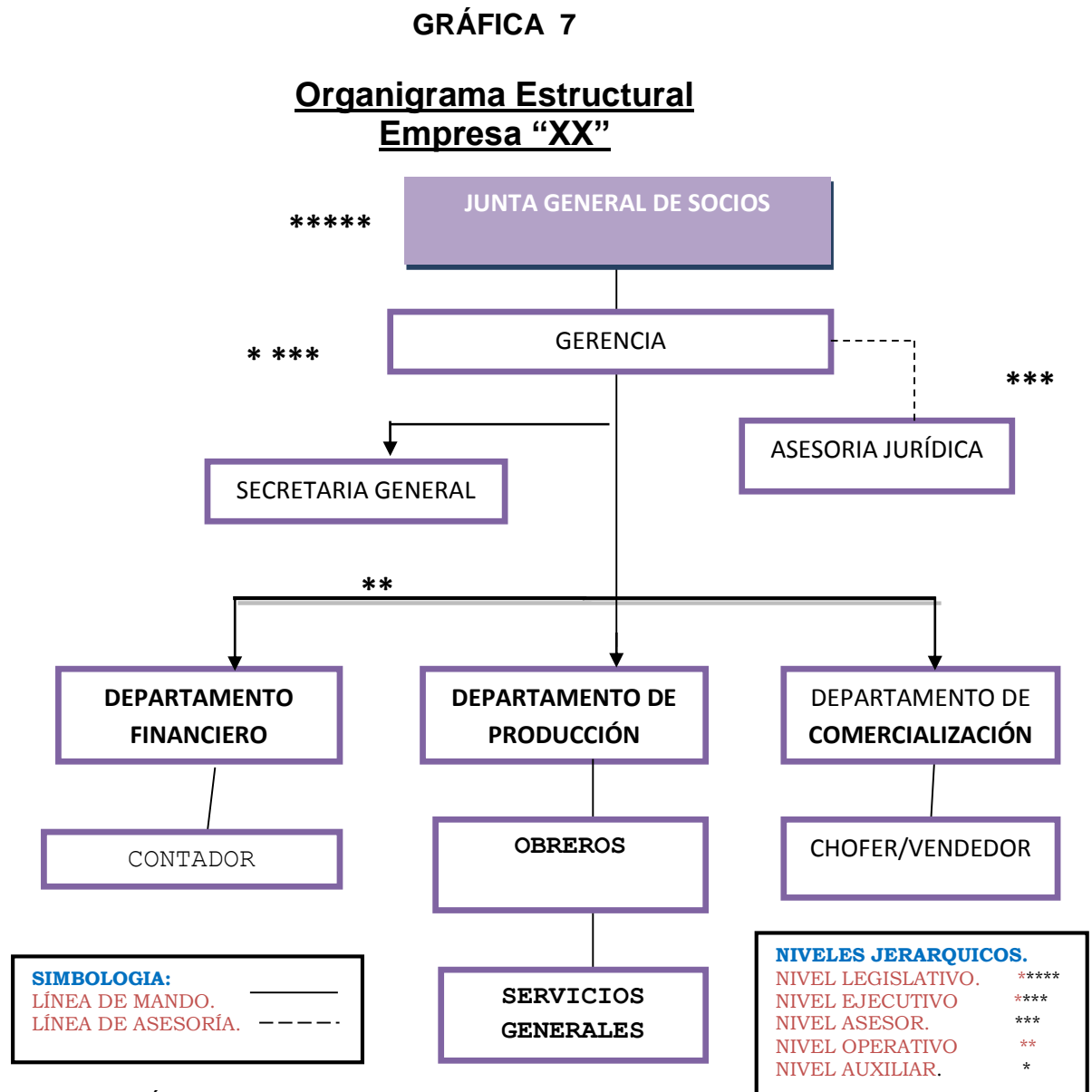
El organigrama es la representación gráfica de la estructura formal de autoridad y de la división especializada del trabajo de una organización por niveles jerárquicos³¹

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas y debe reflejar en forma esquemática la descripción

³¹ HERNANDEZ OROZCO, Carlos. (2007) Análisis Administrativo. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica,

de las unidades que la integran, su relación, niveles jerárquicos y canales de comunicación ³²



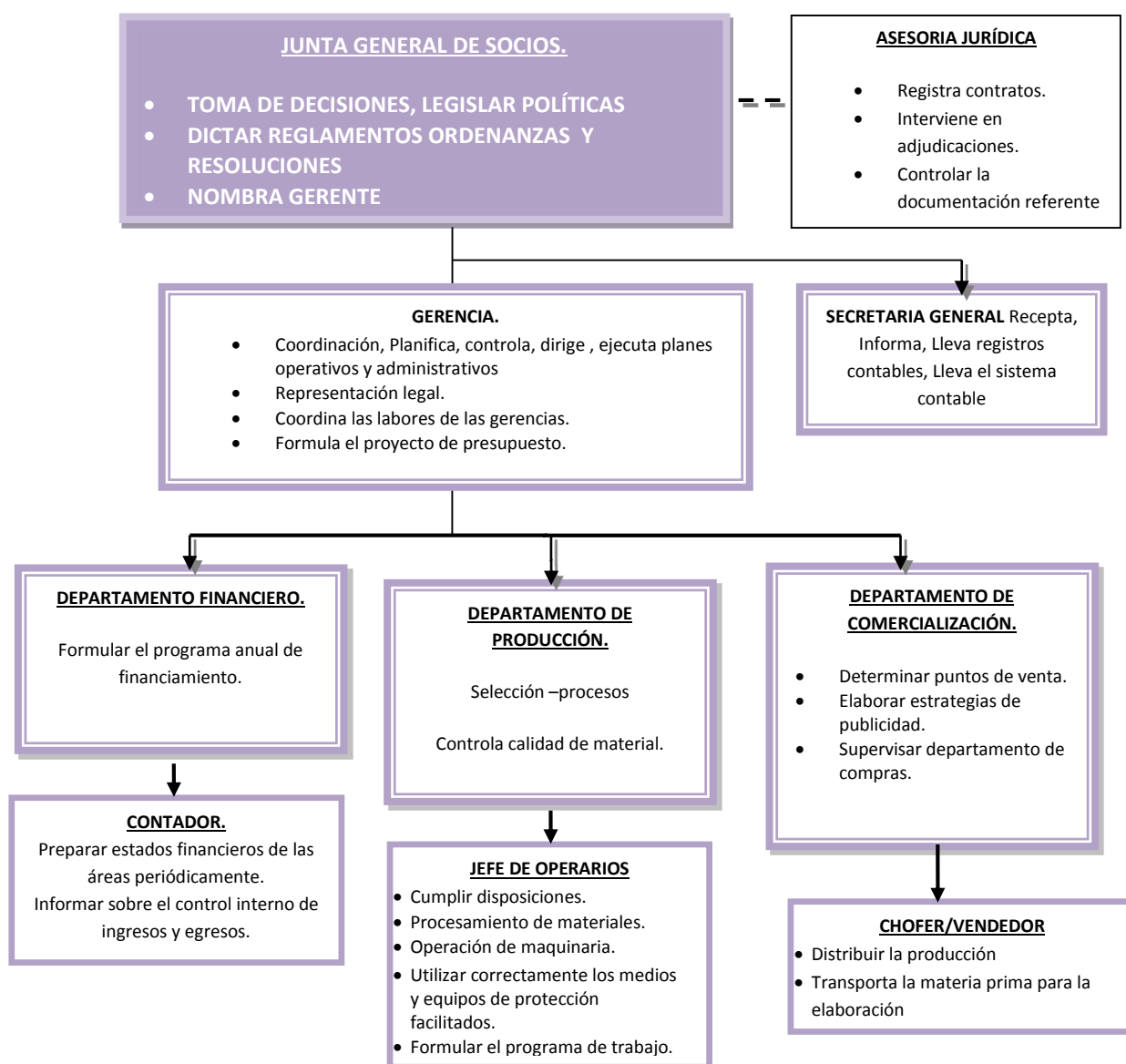
³² CÓRDOVA P, Marcial. (2011) Formulación y Evaluación de Proyectos. Ecoe ediciones.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

El organigrama funcional es la representación gráfica de las funciones principales o básicas de la unidad administrativa, al mencionar las funciones se inicia por la más importante y luego se registran las de menor trascendencia.

GRÁFICA 8

Organigrama Funcional Empresa "XX"



ELABORACIÓN: El Autor

MANUALES ADMINISTRATIVOS

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización ³³

CUADRO 1

CODIGO: 01	NOMBRE DEL PUESTO:	NIVEL JERARQUICO:
	SUBORDINADOS:	JEFE INMEDIATO:
NATURALEZA DEL PUESTO:		
TAREAS TÍPICAS:		
RELACIONES INTERPERSONALES:		
REQUISITOS MINIMOS: EDUCACIÓN: EXPERIENCIA MÍNIMA: CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: FORTALEZAS PERSONALES		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: ESFUERZO MENTAL: ESFUERZO FÍSICO: SUPERVISIÓN RECIBIDA SUPERVISIÓN EJERCIDA:		

ELABORACIÓN: El Autor

CLASIFICACIÓN DE LOS MANUALES

- **Manual de bienvenida.-** expone con detalle la estructura de la empresa, señala las áreas que la integran y la relación que existe

³³ CASTRO RODRIGUEZ, Raúl. (2010) Evaluación Económica y Social de Proyectos. Editorial San Marcos.

entre cada una de ellas para el logro de los objetivos organizacionales.

- **Manual de normas y procedimientos.-** señala las normas que se deben cumplir para la ejecución de las actividades que integran los procesos, se complementa con diagramas de flujo, así como las formas y formularios que se emplean en cada uno de los procedimientos que se describan.
- **Manual de puestos y funciones.-** contiene las responsabilidades y obligaciones específicas de los diferentes puestos que integran la estructura organizacional, a través de la descripción de las funciones rutinarias de trabajo para cada uno de ellos.
- **Manual de seguridad.-** Son técnicas que se aplican para determinar los peligros relacionados con tareas, el personal que ejecuta la tarea, personas involucradas en la tarea, equipos y materiales que se utilizan y ambiente donde se ejecuta el trabajo. Este manual tiene por objetivo establecer normas, reglas y procedimientos para las actividades de programa de higiene y seguridad industrial de la empresa.³⁴

ESTUDIO ECONÓMICO

El objetivo primordial es recolectar y procesar información en cuanto a la parte monetaria, se analiza los costos en los cuales se debe incurrir para la operatividad de la empresa. En presencia de varias alternativas de

³⁴ CHIAVENATO, Idalberto. "Administración de Recursos Humanos". Ed. Mc. Graw Hill. Bogotá

inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas

Flujos de Fondos del Proyecto.

- Los egresos e ingresos iniciales de fondos
- Los ingresos y egresos de operación
- El horizonte de vida útil del proyecto
- La tasa de descuento
- Los ingresos y egresos terminales del proyecto.³⁵

COSTOS

Suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir algo útil, manifiesta las consecuencias obtenidas por la alternativa elegida.³⁶

ACTIVOS

Está conformado por los recursos y derechos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

ACTIVOS CORRIENTES

Comprende el dinero y otros recursos y derechos que razonablemente se espera convertir en efectivo, consumir o vender en un periodo que no exceda de un año.

³⁵ BESLEY, S. BRIGHHAN, E. "Principios de Administración Financiera" Lawrence J Gitman. Décima Edición.

³⁶ CHARLES T, FOSTER G. (2007) Contabilidad de Costos: un enfoque general. México.

ACTIVOS FIJOS

Representa el valor de los bienes y derechos de propiedad de la empresa que pueden convertirse en efectivo, en un plazo mayor del periodo contable o de un año y está conformado por las siguientes cuentas

ACTIVOS DIFERIDOS

Son los gastos realizados por la empresa, y que unas veces pagadas no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos.³⁷

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en el cual a cierto volumen de producción o ventas la empresa no gana ni pierde. Esto es básico para establecer la situación real de la empresa o de los productos, ya que no solo el punto de equilibrio se lo obtiene para la empresa en su conjunto sino también para cada producto que se fabrica o se vende.

Para establecer el punto de equilibrio se parte de los conceptos de: costo fijo, costo variable como también de ingresos que corresponden al volumen de producción vendida.

El análisis del punto de equilibrio proporciona fundamental importancia para incrementos o disminuciones en el nivel de actividades o de precios,

³⁷ CASTRO RODRIGUEZ, Raúl. (2010) Evaluación Económica y Social de Proyectos. Editorial San Marcos.

así como para ampliaciones fabriles, modificaciones tecnológicas en los procesos de producción o de mercadotecnia.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto ³⁸

FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO

La evaluación del proyecto se realiza sobre la base de la estimación del flujo de caja de los costos e ingresos generados por el proyecto durante su vida útil. El flujo de caja se compone de cinco elementos básicos: egresos e ingresos iniciales de fondos, ingresos y egresos de operación, horizonte de vida útil del proyecto, tasa de descuento e ingresos y egresos terminales del proyecto.

ESTADO DE FLUJO O FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ejemplos de ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc. Ejemplos de egresos o salidas de dinero, son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc. La diferencia entre los ingresos y los

³⁸ TORO, Francisco. (2009) Proyectos, Planeación y Control. Ecoe ediciones.

egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. ³⁹

+Ingresos

- Por ventas
- Valor residual

-Egresos

- Costos
- Gastos

=Utilidad bruta

-15% a trabajadores

=Utilidad antes de impuestos

-25% impuesto a la renta

=Utilidad antes de reserva legal

+Depreciaciones

+Amortización de Activos Diferidos

=Flujo de Caja

La evaluación financiera constituye el punto culminante del estudio de factibilidad, pues mide en qué magnitud los beneficios que se obtienen con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización. El resultado de estas evaluaciones constituye un índice importante para la jerarquización y ordenamiento de los proyectos en correspondencia con su rentabilidad y aporte en divisas a la economía del país.⁴⁰

³⁹ BERNSTEIN, Leopold. (2005) "Análisis de Estados Financieros. Ed. Irwin. Bogotá-Colombia.

⁴⁰ SANCHEZ, R. (2003) Enfoque económico social de evaluación de Proyectos de Inversión. Universidad de la Habana.

VALOR ACTUAL NETO.

Es una medida de los excesos o pérdidas en los flujos de caja, todo llevado al valor presente (el valor real del dinero cambia con el tiempo)⁴¹

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos.

- Si el VAN es positivo y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- Si el VAN es negativo y menor a 1 no es conveniente financieramente una inversión”

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t.

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

k es el interés

TASA INTERNA DE RENDIMIENTO (TIR).

Conocida también como criterio de rentabilidad, se cita muy frecuentemente como base para evaluar criterios de inversión. La (TIR) se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente (VAN), de entradas de efectivo sean igual a la inversión neta relacionada con un proyecto. Por otra parte se la conoce como la tasa por la cual se expresa el lucro o beneficio neto, que proporciona una determinada

⁴¹ CHARLES T, FOSTER G. (2007) Contabilidad de Costos: un enfoque general. México.

inversión en función de un porcentaje anual, que permite igualar el valor actual de los beneficios y costos y, en consecuencia el resultado del valor neto actual es igual a cero. Se debe tomar en cuenta los siguientes criterios.

- Si la TIR. Es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR. Es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.
- Si la TIR. Es igual que el costo de capital es indiferente llevar a cabo el proyecto⁴²

La fórmula que nos permite calcular la Tasa Interna de Rendimiento es:

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

PERÍODOS DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRC)

El período de recuperación consiste en determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial a partir de los flujos netos de caja generados, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa o con el horizonte temporal de vida útil del proyecto.⁴³

⁴² MORENO, A. "La Gestión de la Finanzas Corporativas". Guía de Estudio. Quinto Módulo. 2010

⁴³ MIRANDA MIRANDA, Juan. (2006) Gestión de Proyectos; Sexta Edición; M & M Editores, Bogotá – Colombia.

La fórmula que nos permite calcular el período de recuperación de capital es:

$$PRI = a + (b - c) / d$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año anterior en que recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión

RAZÓN BENEFICIO / COSTO (B/C).

Este criterio de análisis permite traer a valor presente la inversión inicial del plan de negocio, comparándola con los costos en que su ejecución se espera incurrir, para determinar si los beneficios están por encima de los costos o viceversa.⁴⁴

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- a. Si la relación beneficio costo es mayor a uno se acepta el proyecto.
- b. Si la relación beneficio costo es menor a uno no se acepta el proyecto.
- c. Si la relación beneficio costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto”

La fórmula que nos permite calcular la relación beneficio costo es:

⁴⁴ FLOREZ URIBE Juan. (2007) Proyecto de Inversión para las Pyme. Primera Edición. Editorial Kimpres Ltda., Colombia.

$$R(B/C). = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado.}}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

“La vulnerabilidad de los proyectos de inversión frente a las alternativas en los precios de insumos o de otras causas de tipo económico, en periodos de tiempo relativamente cortos obliga a los analistas considerar el riesgo como un factor más en el cálculo de la eficiencia económica...el análisis de sensibilidad es un estudio que permite ver de qué manera se alterara la decisión económica, se varían algunos factores.

En términos generales se debe considerar los siguientes aspectos.

1. Cuando el coeficiente resultante es mayor que uno el proyecto es sensible a esos cambios
2. Cuando el coeficiente resultante es igual no se ve efecto alguno,
3. Cuando el coeficiente resultante es menor a uno el proyecto no es sensible.⁴⁵

Para el análisis de sensibilidad se utiliza la siguiente fórmula:

$$NTIR = Tm + Dt \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}}$$

- 1) Diferencia de TIR= TIR proy. – Nueva TIR
- 2) Porcentaje de Variación = (Dif. TIR / TIR del proy.) * 100
- 3) Sensibilidad = % Var. / Nueva TIR

⁴⁵ MIRANDA MIRANDA, Juan. (2006) **Gestión de Proyectos**; Sexta Edición; M & M Editores, Bogotá – Colombia.

FINANCIAMIENTO

Aunque la evaluación de un proyecto se debe efectuar en forma independiente de las fuentes de financiamiento, no caben dudas que mientras más convenientes sean las condiciones de financiamiento que se logren, más atractivo será el resultado de un proyecto.

El carácter de largo plazo de las inversiones fijas, exige investigar las opciones de financiamiento permanentes para el proyecto.

El financiamiento es las diferentes fuentes a que debe recurrir el empresario para cumplir con las obligaciones asumidas como egresos. Se conoce dos tipos de financiamiento: financiamiento propio y financiamiento ajeno.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES.

Para la elaboración del presente trabajo investigativo se utilizó tanto recursos humanos como materiales:

Talento humano:

- ✚ Director de tesis: Ing. Carlos Rodríguez
- ✚ Autor: Diego Hernán Vásquez Carpio

Recursos materiales:

- ✚ Útiles de Oficina (papel bond, esferográficos, lápiz, carpetas, etc.)
- ✚ Equipo de oficina (memoria flash, grapadora, etc.)
- ✚ Computadora, impresora, internet.
- ✚ Impresiones, anillados, transporte

MÉTODOS

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo adquiriera carácter formal, demandó la utilización de métodos y técnicas, como factores éxito del proceso investigativo.

MÉTODO CIENTÍFICO

Serie ordenada de procedimientos de que se hace uso en la investigación para obtener la extensión de nuestros conocimientos.

Este método se lo utilizó porque se partió de conceptos, juicios y razonamientos para ser contrastados para entender el objeto de estudio y los elementos que lo componen, sus interrelaciones y poder verificarlos.

MÉTODO INDUCTIVO

El Método inductivo es un proceso analítico-sintético mediante el cual se partió del estudio de casos, hechos o fenómenos particulares para elevarlos a conocimientos generales.

Habiendo analizado la problemática planteada y comparándola con los conceptos, sirvió de base para fundamentar el estudio teórico y conceptual del proyecto de tesis.

MÉTODO DEDUCTIVO

El método deductivo sigue un proceso sintético-analítico, se lo utilizó con el fin de lograr la comparación del hecho investigado y compararlo con los conceptos, principios, leyes y normas generales, a fin de determinar su estado actual y real permitiendo extraer conclusiones y recomendaciones.

MÉTODO SINTÉTICO

Proceso de razonamiento que tiende a reconstruir un todo a partir de elementos encontrados en la investigación, de esta manera facilitó la comprensión del tema en estudio, en todas sus partes y particularidades, permitiendo establecer relaciones esenciales del problema investigado e interpretando los resultados obtenidos

MÉTODO ESTADÍSTICO

La presente investigación tiene carácter cuantitativa, por lo fue necesario la utilización del método estadístico, con el fin de ordenar, representar, simplificar, analizar, interpretar y proyectar los valores obtenidos del trabajo de investigación para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones

TÉCNICAS

Entre las principales técnicas de investigación que se utilizaron son:

LA OBSERVACIÓN

Consistió básicamente en dedicarse a mirar, de forma directa y personal, pero siguiendo un esquema de trabajo y una preselección de lugares y horarios, con la finalidad de detectar quién, cuándo, con qué frecuencia, cómo y en qué lugares se usa el servicio.

LA ENCUESTA

La Encuesta es una técnica de recogida de información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso, Se aplicó a los turistas que visitan la parroquia de Vilcabamba con el fin de conocer gustos y preferencias. Para la aplicación de la encuesta se obtuvo el tamaño de la muestra de acuerdo al segmento de mercado en el cual se quiere intervenir con el proyecto, aplicando el método de muestreo aleatorio simple.

LA ENTREVISTA

Se aplicó a los dueños o administradores de los distintos sitios de alojamiento con el afán de obtener información de la oferta existente, que sirvió como base en el desarrollo del presente estudio.

POBLACIÓN

Con la finalidad de conocer el mercado objetivo de turistas, se segmentó a los turistas que cumplan con el perfil del proyecto. Según el Ministerio de Turismo los turistas extranjeros que en el año 2012 llegan al Ecuador son 1'271.000; es este total 25.387 se dirigió a Loja teniendo como objetivo conocer Vilcabamba.

Para el 2012, el turismo interno bordeó los 4'000.000, el 21% utilizó hospedaje es decir 840.000; de los cuales el 2,5% visitó Loja, equivalente a 21.000 turistas nacionales.

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

Se ha proyectado la población del mercado meta con la finalidad de prever la cantidad demandada del servicio y determinar la cantidad del servicio a generar

$$Pf=(1+r)^n$$

Turistas extranjeros

Turistas nacionales

$$Pf=25387(1+0,0952)^3$$

$$Pf=21000(1+0,0490)^3$$

$$Pf=29556,88$$

$$Pf=29556,88$$

En donde:

Pf= Turistas año 2015

Po= Turistas del año 2012 (25.387 turistas extranjeros, 21000 turistas nacionales)

1= Constante

r= 9,52 % tasa de crecimiento turistas extranjeros, 4,90% turistas nacionales

CUADRO 2

POBLACIÓN PROYECTADA (TURISTAS EXTRANJEROS)			POBLACIÓN PROYECTADA (TURISTAS NACIONALES)		
AÑO	Nº de Turistas.	Crecimiento de Turistas	AÑO	Nº de Turistas.	Crecimiento de Turistas
2012	25387	9,52%	2012	21000	4,90%
2013	27804		2013	22029	
2014	30451		2014	23108	
2015	33350		2015	24241	
FUENTE: Ministerio de Turismo					
ELABORADO: El Autor					

CUADRO 3

TOTAL DE TURISTAS PROYECTADOS		
TURISTAS	Nº de Turistas.	Porcentaje
EXTRANJEROS	33350	57,91
NACIONALES	24241	42,09
TOTAL	57591	100,00
FUENTE: Cuadro Nº 2		
ELABORADO: El Autor		

CUADRO 4

PROYECCIÓN TURÍSTICA PROYETADA PARA LOS AÑOS DE VIDA ÚTIL DEL PROYECTO					
AÑO	TURÍSTAS EXTRANJEROS	% CRECIMIENTO	TURÍSTAS NACIONALES	% CRECIMIENTO	TOTAL
0	33350	0,0952	24241	0,049	57591
1	36525	0,0952	25429	0,049	61954
2	40002	0,0952	26675	0,049	66677
3	43810	0,0952	27982	0,049	71792
4	47981	0,0952	29353	0,049	77334
5	52549	0,0952	30791	0,049	83340
6	57551	0,0952	32300	0,049	89852
7	63030	0,0952	33883	0,049	96913
8	69031	0,0952	35543	0,049	104574
9	75603	0,0952	37285	0,049	112887
10	82800	0,0952	39112	0,049	121912
FUENTE: Cuadros 2 y 3					
ELABORADO: El Autor					

TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$n = \frac{57591}{1 + 57591 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{57591}{144,98}$$

$$n = 397,23$$

n = 397 encuestas

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

CUADRO 5

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL		
TURISTAS	Nº de Turistas.	Porcentaje
EXTRANJEROS	230	57,91
NACIONALES	167	42,09
TOTAL	397	100,00
FUENTE: Cuadro Nº 3		
ELABORADO: El Autor		

f. Resultados

TABULACIÓN DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS

Pregunta N° 1

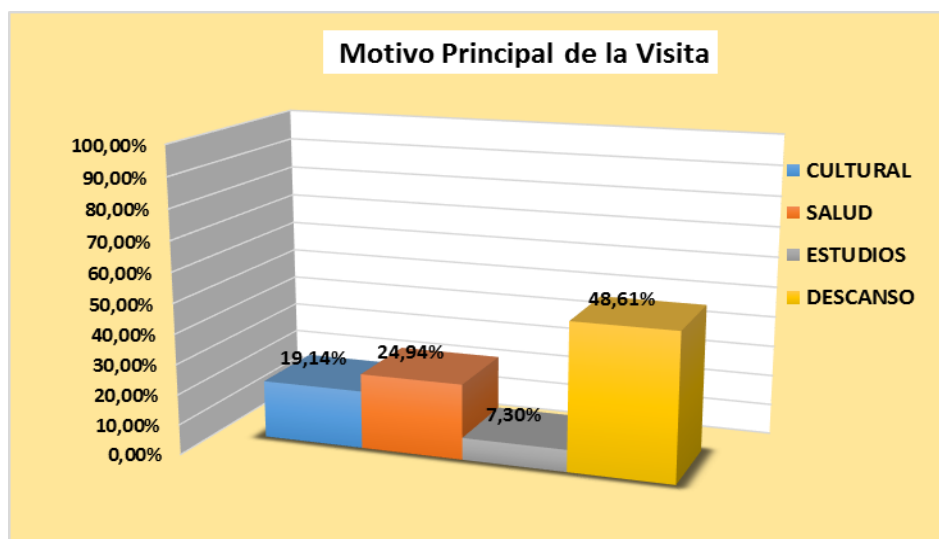
¿Señale de entre las opciones el motivo principal de su visita a la parroquia?

CUADRO 6
Motivo Principal de la Visita

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Cultural	76	19,14%
Salud	99	24,94%
Estudios	29	7,30%
Descanso	193	48,61%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los turistas encuestados el 48,61% manifiesta que visitan la Parroquia por motivo de descanso, el 24,94% por motivo de salud, el 19,14% por motivo cultural y el 7,30% por estudios. Destacándose que la mayoría de turistas que visita la parroquia es por motivo de descanso.

Pregunta N° 2

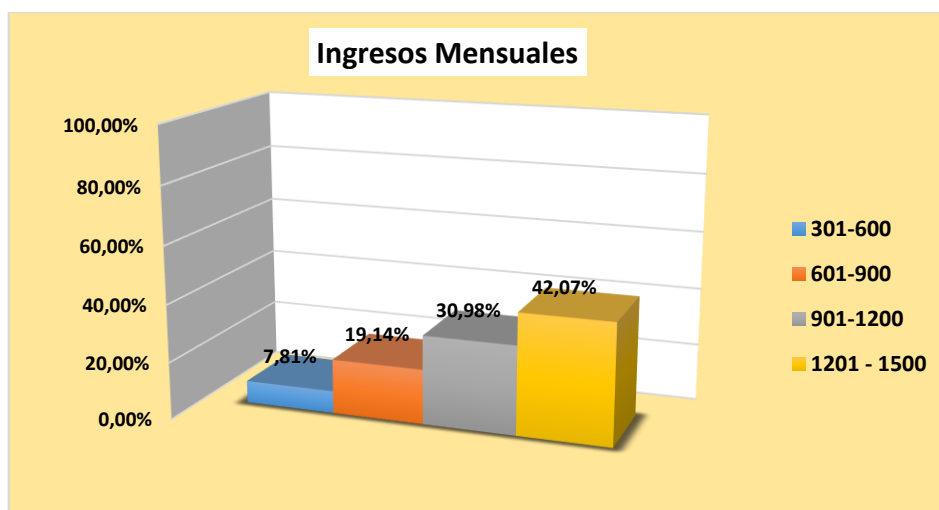
¿Indique el monto promedio de sus ingresos mensuales?

CUADRO 7
Ingresos Mensuales

DESCRIPCIÓN	FREC	%
301 - 600	31	7,81%
601 - 900	76	19,14%
901 - 1200	123	30,98%
1201 - 1500	169	42,07%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los turistas encuestados, el 7.81% manifestó que sus ingresos mensuales abarcan el rango entre \$301-600 dólares; el 19,14% de las personas encuestadas contestó que sus ingresos fluctúan entre \$601-900 dólares; el 30,98% mencionó que sus ingresos promedian entre \$901-1200 dólares; y el 42,07% de las personas eligió el valor de \$1200 - 1500. En un alto porcentaje de los turistas que visitan la parroquia tienen sus ingresos superiores a \$1200.

Pregunta N° 3

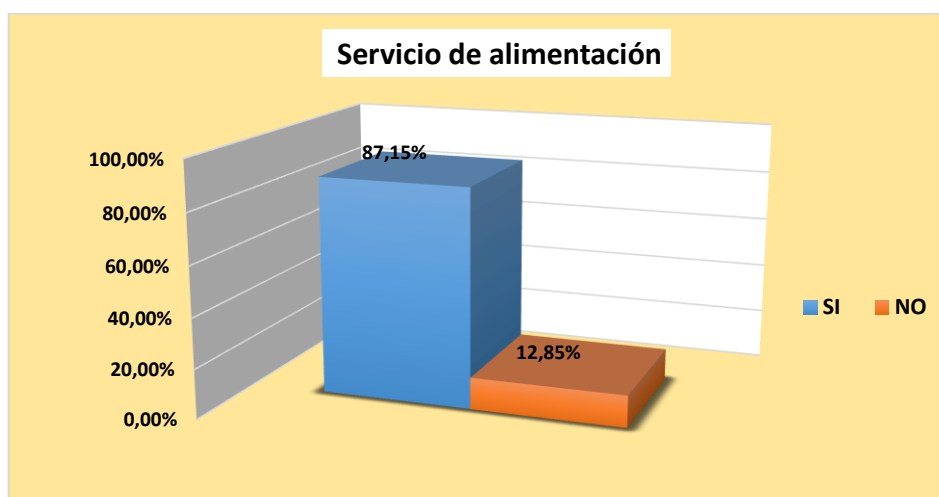
¿Cuándo visita Vilcabamba, utiliza los servicios de hospedaje existentes (hostales, hosterías, cabañas, etc.)?

CUADRO 8
Utiliza servicios de hospedaje

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Si	346	87.15%
No	51	12.85%
TOTAL	397	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de turistas que visitan Vilcabamba, el 87,15% utiliza algún servicio de hospedaje, el 12,85% utiliza otros sitios de alojamiento. Un alto porcentaje de turistas utiliza los servicios de alojamiento existentes actualmente en la parroquia como hosterías, hostales, cabañas, refugios y el resto se hospeda en casas de familia, amigos o arrienda casas para permanecer algunos días en el lugar.

Pregunta N° 4

¿En qué mes del año prefiere visitar la parroquia de Vilcabamba?

CUADRO 9

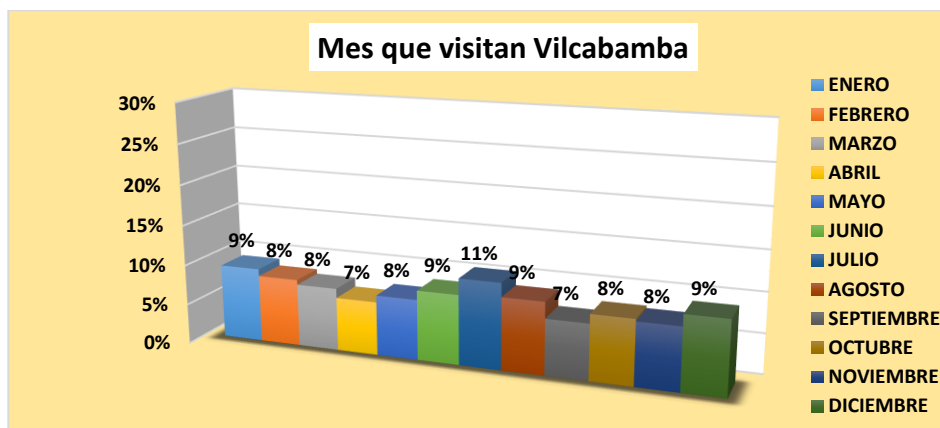
Mes del Año que visitan Vilcabamba

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ENERO	32	9,25%
FEBRERO	29	8,38%
MARZO	27	7,80%
ABRIL	23	6,65%
MAYO	26	7,51%
JUNIO	30	8,67%
JULIO	37	10,69%
AGOSTO	31	8,96%
SEPTIEMBRE	24	6,94%
OCTUBRE	28	8,09%
NOVIEMBRE	27	7,80%
DICIEMBRE	32	9,25%
TOTAL	346	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los turistas encuestados, el 11% manifestó que el mes visita la parroquia Vilcabamba, es en Julio; el 9% en el mes de enero, junio, agosto y diciembre; el 8% en el mes de febrero marzo, mayo, octubre y noviembre; el 7% en el mes de abril y septiembre. Con este resultado tenemos que los meses de mayor afluencia de turistas o lo que se denomina temporada alta son los meses de diciembre y enero y junio, julio y agosto.

Pregunta N° 5

¿Con qué frecuencia visita la parroquia de Vilcabamba?

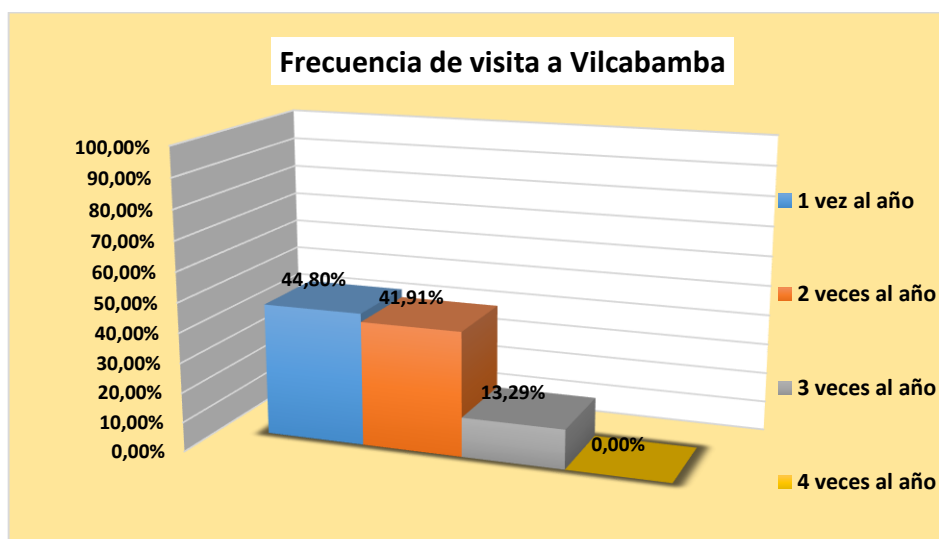
CUADRO 10
Frecuencia de visita a Vilcabamba

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
1 vez al año	155	44,80%
2 veces al año	145	41,91%
3 veces al año	46	13,29%
4 veces al año	0	0,00%
TOTAL	346	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del 100% de los turistas encuestados, el 44,80% manifestó que visita la parroquia Vilcabamba 1 vez al año; el 41,91% visita por lo menos 2 veces al año; y el 13,29% realiza tres visitas al año. Los turistas visitan en su mayoría visitan de 1 a 2 veces al año la parroquia de Vilcabamba.

Pregunta N° 6

¿Cuántos días se hospeda en la parroquia Vilcabamba?

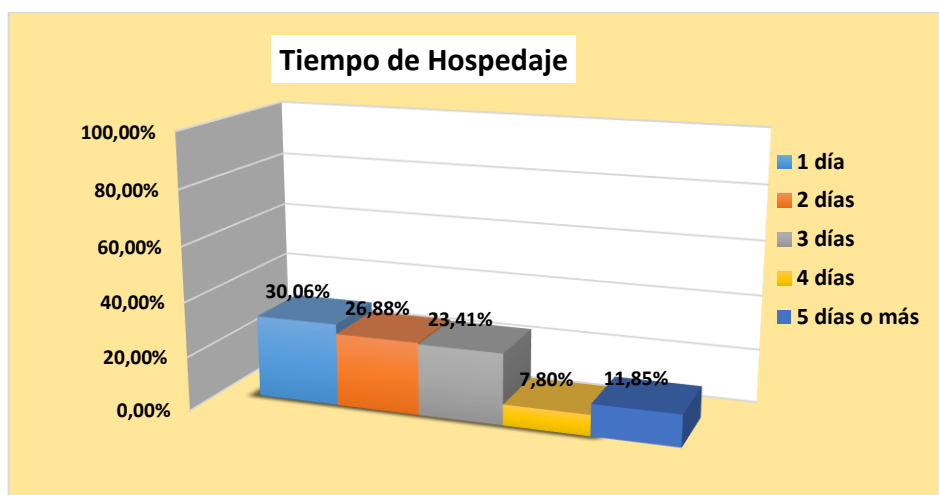
CUADRO 11
Tiempo de Hospedaje

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
1 día	104	30,06%
2 días	93	26,88%
3 días	81	23,41%
4 días	27	7,80%
5 días o más	41	11,85%
Total	346	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de turistas encuestados, el 30,06% manifiesta que se hospeda 1 día, el 26,88% de los encuestados afirma que se hospeda por 2 días; el 23,41% manifiesta que se hospeda 3 días, el 7,80% se hospeda 4 días y finalmente el 11,85% se hospeda por 5 días o más en la parroquia de Vilcabamba. De las veces que visita la parroquia los turistas en su mayoría se hospeda de uno a dos días, cabe aclarar que existen turistas en la mayoría extranjeros que permanecen por algunos días en el lugar.

Pregunta N° 7

¿Qué es lo que usted considera en el momento de elegir el servicio hotelero?

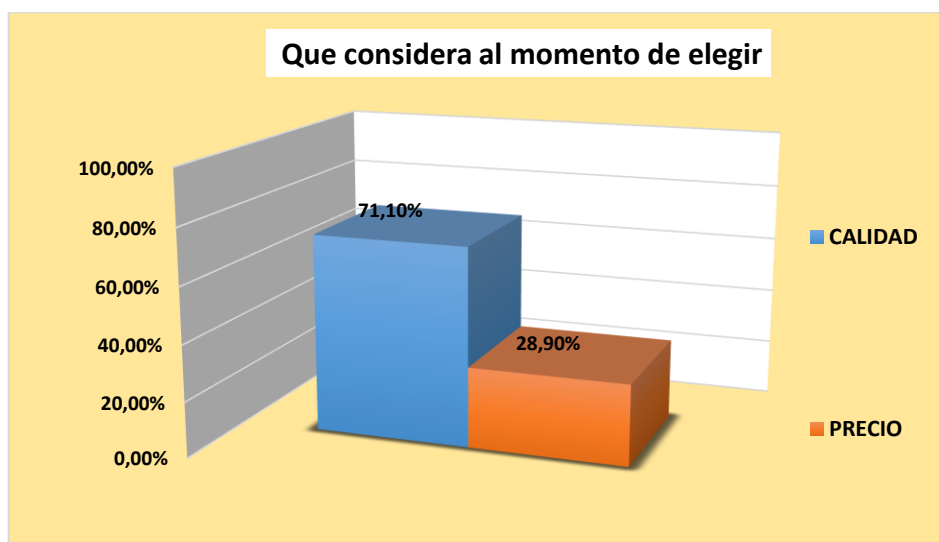
CUADRO 12

Que considera al momento de elegir

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Calidad	246	71,10%
Precio	100	28,90%
TOTAL	346	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: El 71,10% de los turistas respondieron que prefieren la calidad en el servicio de alojamiento, mientras que el 28,90% se inclinaron por el precio. Un alto porcentaje de turistas en el momento de elegir un lugar para hospedarse lo que consideran es la calidad del servicio que se presta.

Pregunta N° 8

¿De los diferentes tipos de hospedaje que hay en oferta, qué tipo de hospedaje (hostales, hosterías, cabañas, etc.) utiliza actualmente en la parroquia Vilcabamba?

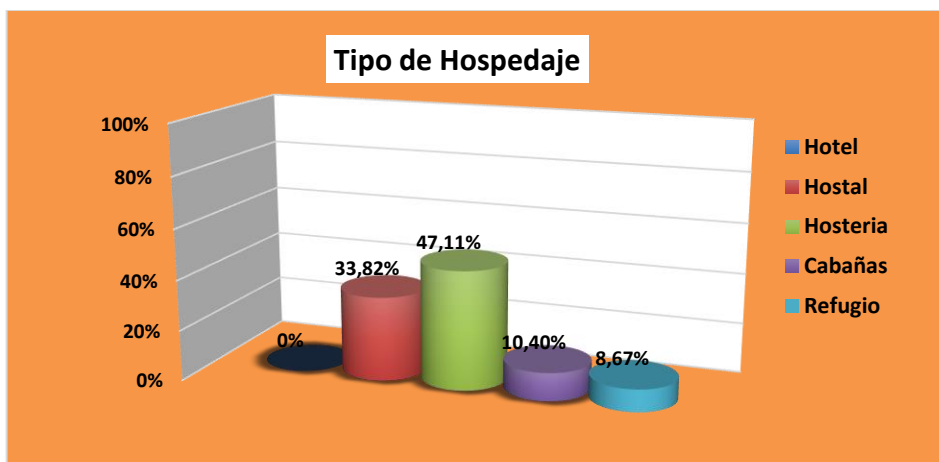
CUADRO 13

Tipo de Hospedaje

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Hotel	0	0%
Hostal	117	33,82%
Hostería	163	47,11%
Cabañas	36	10,40%
Refugio	30	8,67%
TOTAL	346	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del 100% de los encuestados, el 47,11% manifestó que actualmente el tipo de hospedaje que utiliza, corresponde a hosterías; el 33,82% manifestaron que el servicio que utiliza son hostales; el 10,40% manifiesta que se hospedo en cabañas y finalmente el 8,67% de las personas afirma que el servicio que utilizo fue refugios, determinándose que no existe la oferta de hoteles. Los lugares de alojamiento que más frecuentan los turistas son las hosterías, seguida por las hostales que existen en mayor número en el lugar.

Pregunta N° 9

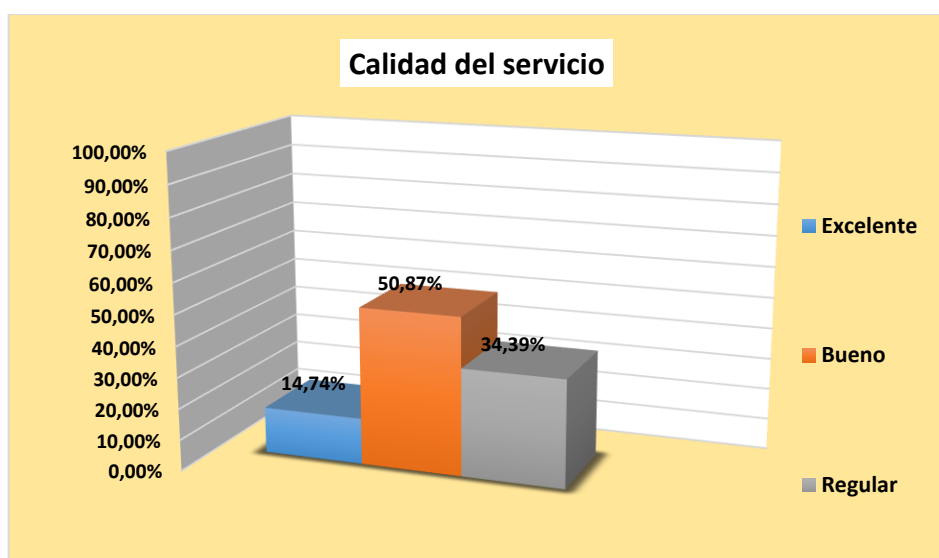
¿Cómo califica el servicio de hospedaje que le brindaron?

CUADRO 14
Calidad del Servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Excelente	51	14,74%
Bueno	176	50,87%
Regular	119	34,39%
TOTAL	346	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De turistas encuestados, el 14,74% de la población encuestada califica al servicio de hospedaje como Excelente, el 50,87% lo califica como Bueno; el 34,39% lo califica como regular. En su mayoría los turistas califican el servicio de alojamiento que existe en Vilcabamba como bueno.

Pregunta N° 10

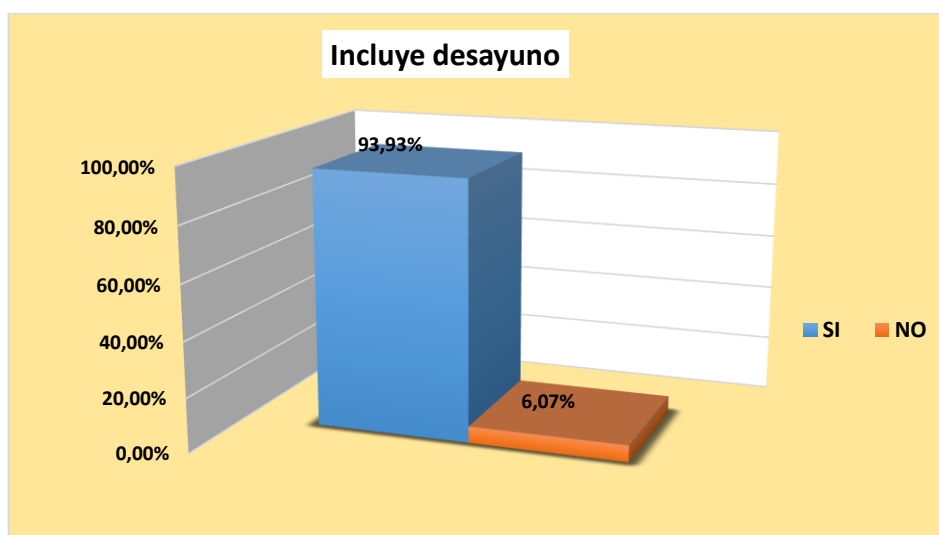
¿Señale si el establecimiento donde utiliza el servicio de hospedaje incluye desayuno?

CUADRO 15
Incluye desayuno

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	325	93,93%
NO	21	6,07%
TOTAL	346	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del 100% de turistas encuestados, el 93,93% manifiesta que su servicio de hospedaje sí incluye el servicio de alimentación; en cambio, el 6,07% de la población encuestada afirma que el servicio de hospedaje que utiliza no incluye el servicio de alimentación. La mayoría de lugares de alojamiento que existen en la zona, el servicio que ofrecen de hospedaje incluye desayuno.

Pregunta N° 11

¿Seleccione el precio que usted paga por el servicio de alojamiento?

CUADRO 16

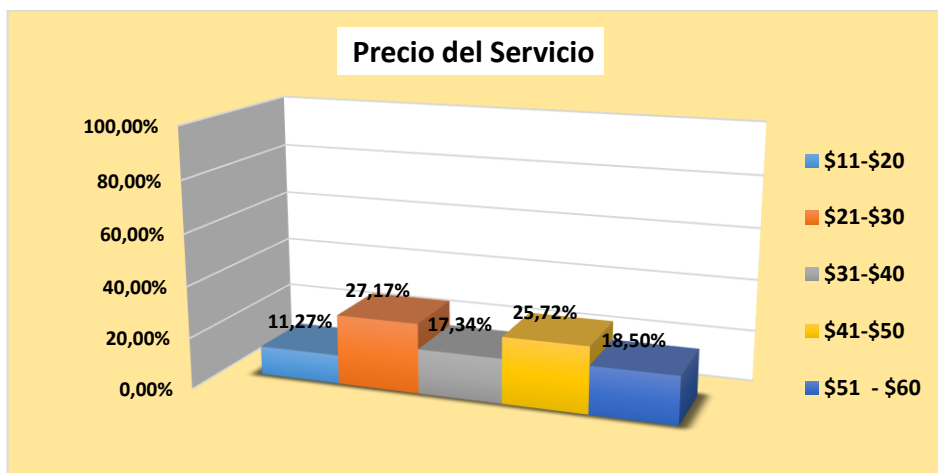
Precio del Servicio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
\$11-\$20	39	11,27%
\$21-\$30	94	27,17%
\$31-\$40	60	17,34%
\$41-\$50	89	25,72%
\$51 - \$60	64	18,50%
TOTAL	346	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 19



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de turistas encuestados, el 11,27% manifiesta que el precio por el servicio hotelero fluctúa entre 11 y 20 dólares; el 27,17% indicó que el valor que paga oscila entre 21 y 30 dólares; el 17,34% menciona que paga entre 31 y 40 dólares; 25,72% paga entre 41 a 50 dólares, el 18,50% paga por hospedaje entre 50 y 60 dólares. El precio de 21 a 30 dólares que se paga por el servicio de alojamiento, es valor que ha pagado un buen porcentaje de turistas, pues es un precio asequible para la mayoría de turistas.

Pregunta N° 12

¿De crearse un hotel con instalaciones rústicas y muebles rústicos en la parroquia Vilcabamba y que brinde mejores servicios, usted se hospedaría?

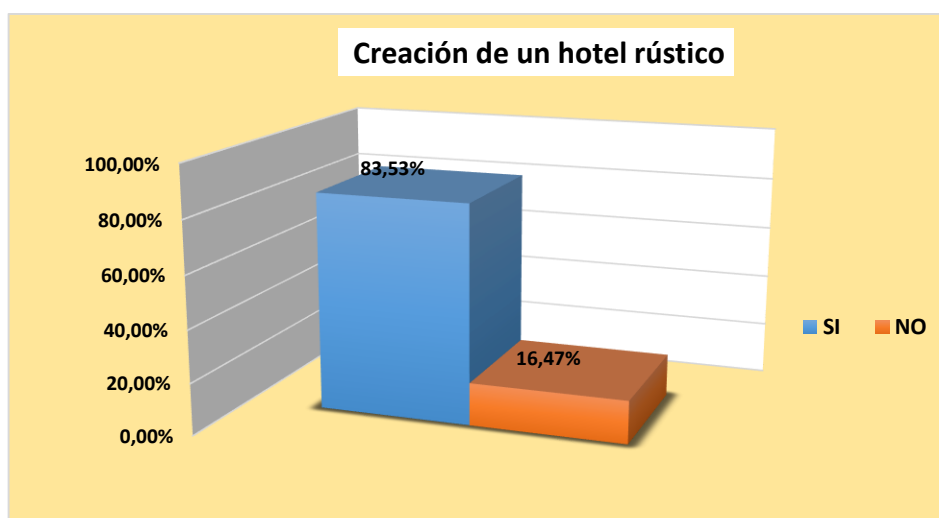
CUADRO 17
Creación del Hotel

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
SI	289	83,53%
NO	57	16,47%
TOTAL	346	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 20



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del 100% de los turistas encuestados, el 83,53% de la población señalaron que si se crea un hotel con instalaciones rústicas en la parroquia Vilcabamba, elegiría el establecimiento para hospedarse, y el 16,47% indicaron que no utilizarían el hotel. Un hotel con características rústicas, rodeado por la naturaleza y que brinde un servicio de calidad, tiene buena acogida por la mayoría de turistas que visitan Vilcabamba.

Pregunta N° 13

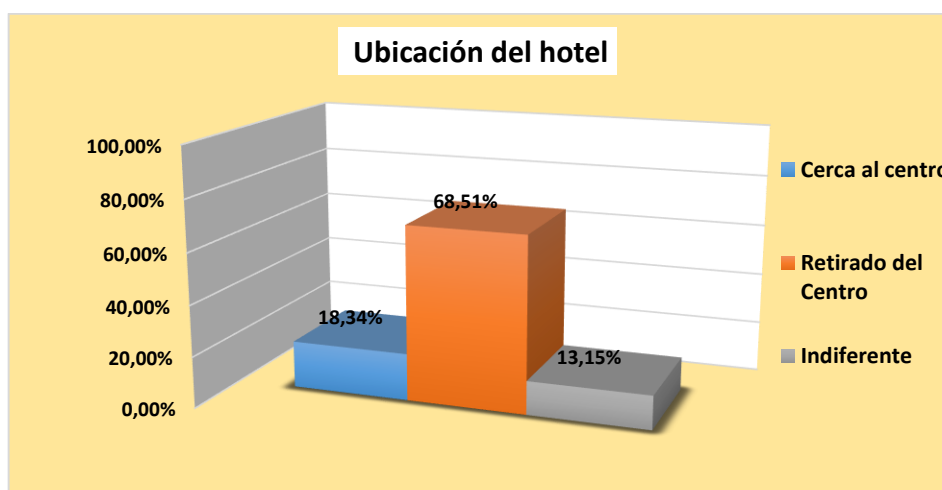
¿La zona de ubicación que Ud. prefiere para el hotel rústico a crearse en la parroquia Vilcabamba?

CUADRO 18
Ubicación del Hotel

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Cerca al centro de la Parroquia	53	18,34%
Retirado del Centro Lugar Tranquilo	198	68,51%
Indiferente	38	13,15%
TOTAL	289	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 21



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los turistas encuestados, el 68,51% manifiesta que prefiere la ubicación para el hotel rústico a crearse en la parroquia Vilcabamba un lugar tranquilo, es decir alejado del centro de la población; en cambio el 18,34% de la población manifiesta que se ubique cerca al centro de la población y 13,15% es indiferente respecto a la ubicación del hotel rústico. Como la mayoría de turistas viene por descanso, la mayoría prefiere y un lugar tranquilo para la ubicación del hotel.

Pregunta N° 14

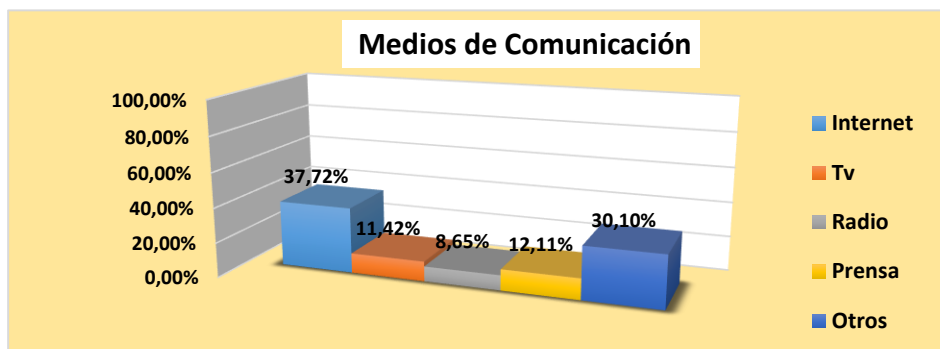
¿Por qué medio de comunicación se enteró de la oferta hotelera en Vilcabamba?

CUADRO 19
Medios de Comunicación

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Internet	109	37,72%
Tv	33	11,42%
Radio	25	8,65%
Prensa escrita	35	12,11%
Otros	87	30,10%
TOTAL	289	100,00%

FUENTE: Encuesta a turistas de la Parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 22



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del total de los encuestados, 37,72% manifiesta que por el medio de comunicación que se enteró de la oferta hotelera es el internet, el 11,42% de la población encuestada sostiene la Tv; el 8,65% la radio; el 12,11% se enteró por la prensa y el 30,10% se enteró por otros medios como revistas especializadas o por amigos. Un buen porcentaje de turistas se ha enterado de la oferta hotelera por medio del internet ya que es un medio de fácil acceso, a nivel mundial e instantáneo, que permite conocer datos reales de los sitios de alojamiento.

RESULTADOS DE ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS PROPIETARIOS DEL SERVICIOS HOTELERO

Pregunta N° 1

¿Qué modalidad de hospedaje actualmente oferta en la parroquia?

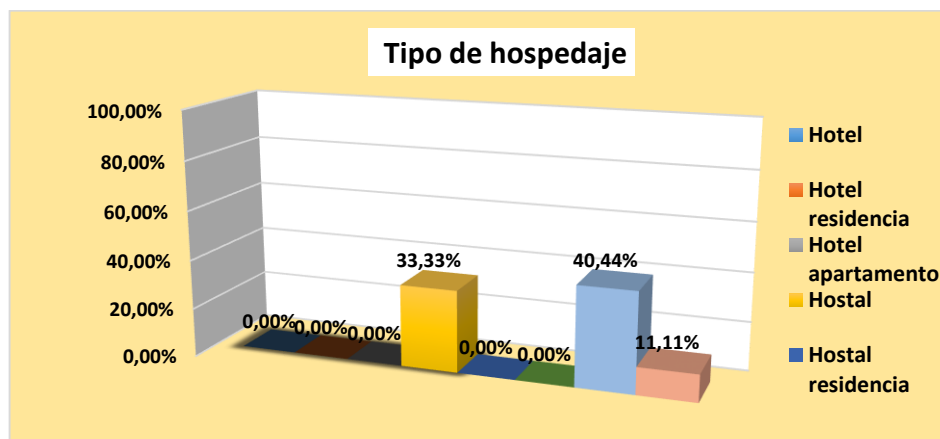
CUADRO 20
Tipo de Hospedaje

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	%
Hotel	0	0%
Hotel residencia	0	0%
Hotel apartamento	0	0%
Hostal	6	33,33%
Hostal residencia	0	0%
Pensiones	0	0%
Hostería	8	40,44%
Cabañas	2	11,11%
Refugio	2	11,11%
TOTAL	18	100,00%

FUENTE: Encuesta a establecimientos de hospedaje de la parroquia Vilcabamba

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 23



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: EL 44,44% manifiesta que actualmente se oferta el servicio de hospedaje bajo la categoría de hostería; el 33,33% bajo la modalidad de hostal; el 11,11% señala que presta el servicio de alojamiento bajo las categorías de refugio y cabañas. La mayoría de la oferta que existe actualmente la componen hosterías y hostales que suman un total 77,77%

Pregunta N° 2

¿Plazas que dispone actualmente el establecimiento hotelero?

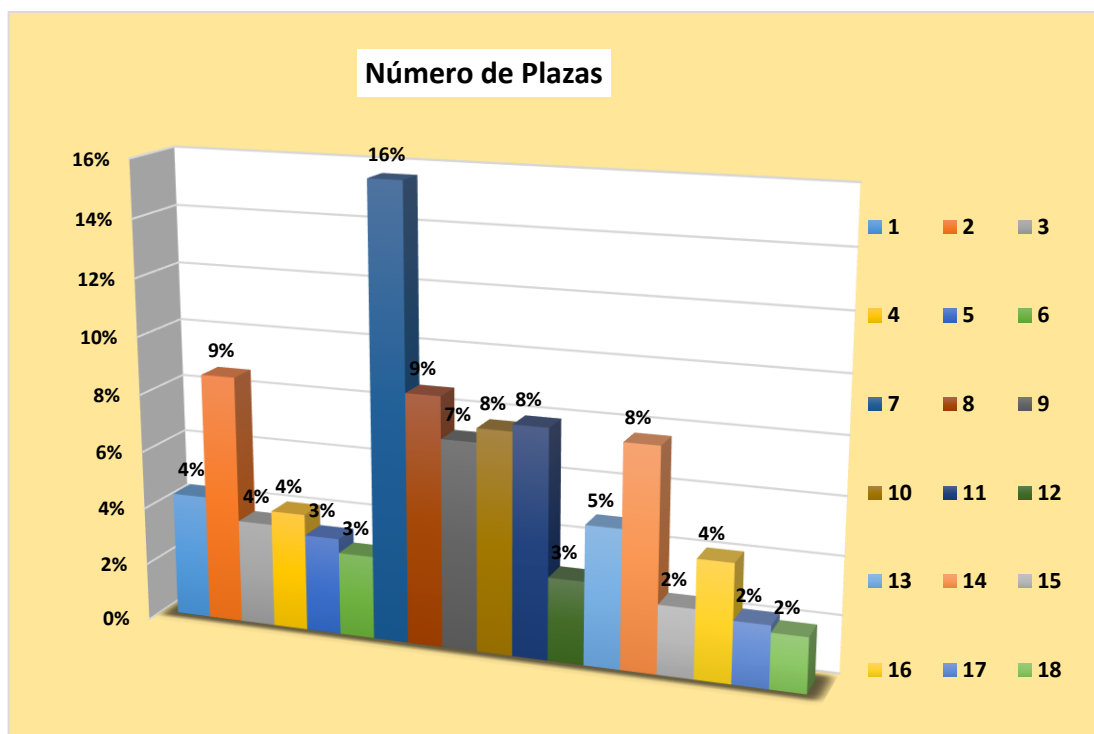
**CUADRO 21
NÚMERO DE PLAZAS**

Nº	ESTABLECIMIENTO	Nº DE PLAZAS	PORCENTAJE
1	Hostal Jardín Escondido	18	4,92%
2	Hostal Mandango	26	7,10%
3	Hostal Residencia Valle Sagrado	15	4,10%
4	Hostal Le Rende Vous	17	4,64%
5	Hostal Las Margaritas	12	3,28%
6	Hostal Taranza	12	3,28%
7	Hostería Vilcabamba	45	12,30%
8	Hostería El descanso de Ramsés	36	9,84%
9	Hostería Agua de Hierro	20	5,46%
10	Hostería Izhcayluma	32	8,74%
11	Hostería Madre Tierra	33	9,02%
12	Hostería Paraíso	12	3,28%
13	Hostería El Molino	18	4,92%
14	Hostería El Descanso del Toro	28	7,65%
15	Cabañas Eco Albergue Rumiwilco	10	2,73%
16	Cabañas Río Yambala	15	4,10%
17	Refugio Gavilán	9	2,46%
18	Refugio Solomaco	8	2,19%
	TOTAL	366	100,00%

FUENTE: Encuesta a establecimientos de hospedaje de la parroquia Vilcabamba

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 24



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: Del 100% de plazas disponibles en la Parroquia de Vilcabamba, los diferentes establecimientos Hoteleros participan: con el 12% corresponde a la Hostería Vilcabamba, el 10% a la Hostería el Descanso de Ramsés, el 9% le corresponde a la Hostería Madre Tierra e Izhcayluma, el 8% a la Hostería el Descanso del Toro, el 7% al Hostal Mandango, 5% le corresponde a la Hostería el Molino y Hostal Le Rende Vous, Agua de Hierro y Hostal Jardín Escondido, con el 4% Cabañas Río Yambala y Residencia Valle Sagrado, con el 3% Hostería Paraíso, Hostal las Margaritas, Hostal Taranza y Cabañas Eco Albergue Rumihuilco, con el 2% Refugio Solomaco y Refugio Gavilan. La mayoría de plazas disponibles en la parroquia la ofertan hosterías, siendo las de mayor envergadura: Hostería Vilcabamba, Hostería Madre Tierra y Hostería el Descanso de Ramses.

Pregunta N° 3

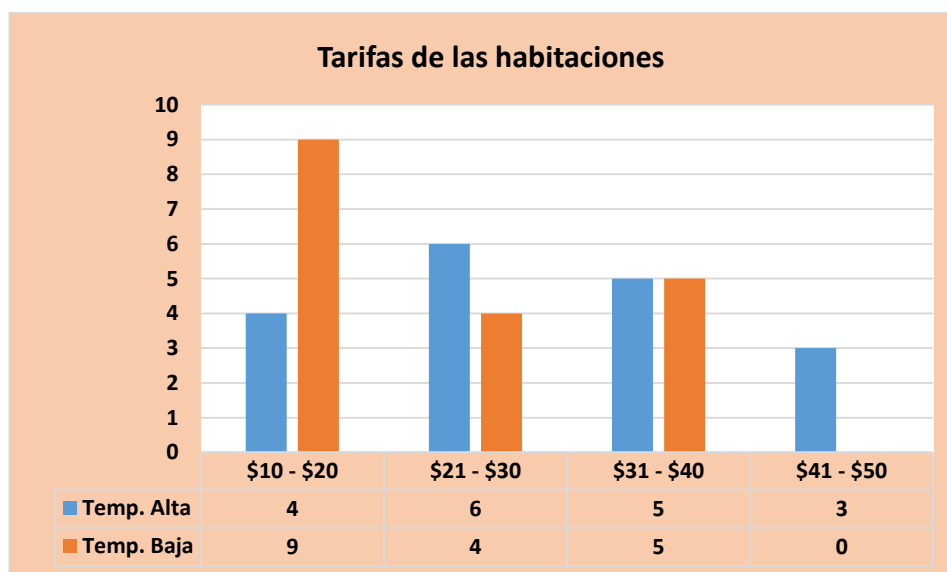
¿Cuáles son las tarifas de las habitaciones según la temporada?

CUADRO 22

Precio	Temporada Alta (f)	%	Temporada Baja (f)	%
\$10 - \$20	4	22%	9	50%
\$21 - \$30	6	33%	4	22%
\$31 - \$40	5	28%	5	28%
\$41 - \$50	3	17%	0	0%
TOTAL	18	100%	18	100%

FUENTE: Encuesta a establecimientos de hospedaje de la parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 25



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los precios establecidos por los propietarios de las Hosterías, están establecidos así: en temporada alta las habitaciones sencillas, matrimoniales, y cabañas tienen un costo de \$20, \$30, y %50 respectivamente; y en temporada baja un costo de \$10, \$15, y \$30, lo cual nos da una pauta para poder establecer un costo referente en nuestro proyecto.

Pregunta N° 4

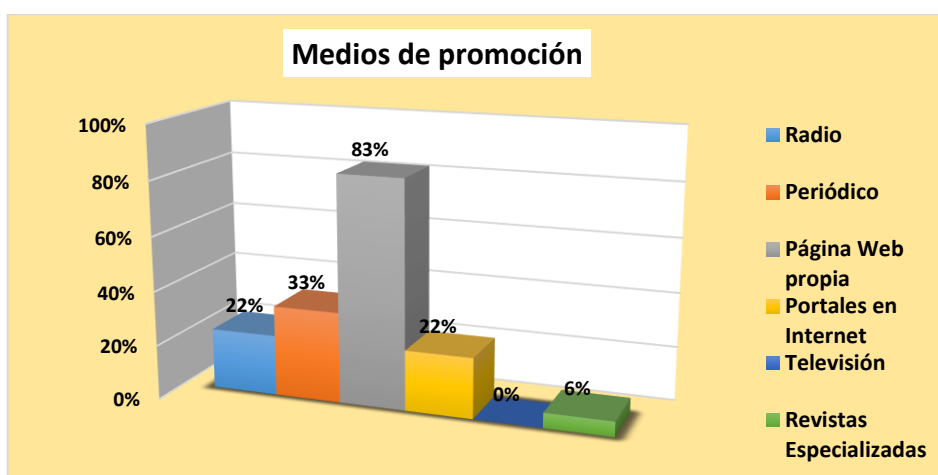
¿Qué medios utilizan para promocionar el hotel?

CUADRO 23

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	4	22,22%
Prensa escrita	6	33,33%
Página Web propia	15	83,33%
Portales en Internet	4	22,22%
Televisión	0	00,00%
Revistas Especializadas	1	5,56%

FUENTE: Encuesta a establecimientos de hospedaje de la parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 26



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN: De los encuestados en la presente investigación: el 22,22% utilizan la radio como medio de comunicación para promocionar sus locales; el 33,33% el periódico; el 83,33% página web propia; el 22,22% portales en internet; el 0% la televisión; y finalmente, el 5,56% utilizan revistas especializadas. En su mayoría los propietarios o administradores utilizan el internet para promocionar su establecimiento, por ser un medio rápido, el cual lo pueden estar actualizando día a día.

Pregunta N° 5

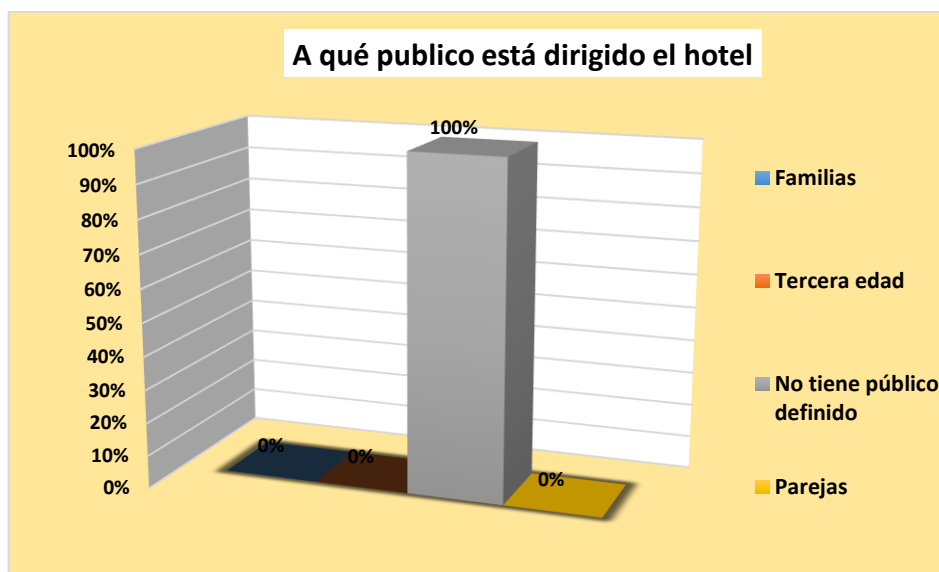
¿A qué público está dirigido el servicio que ofrece?

CUADRO 24

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familias	0	0,00%
Tercera edad	0	0,00%
No tiene público definido	18	100,00%
Parejas	0	0,00%

FUENTE: Encuesta a establecimientos de hospedaje de la parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 27



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN Del total de encuestados en la presente investigación: el 100% de los establecimientos no tiene público definido es decir está dirigido a todo público.

Pregunta N° 6

¿Según la temporada que porcentaje de ocupación tiene el hotel?

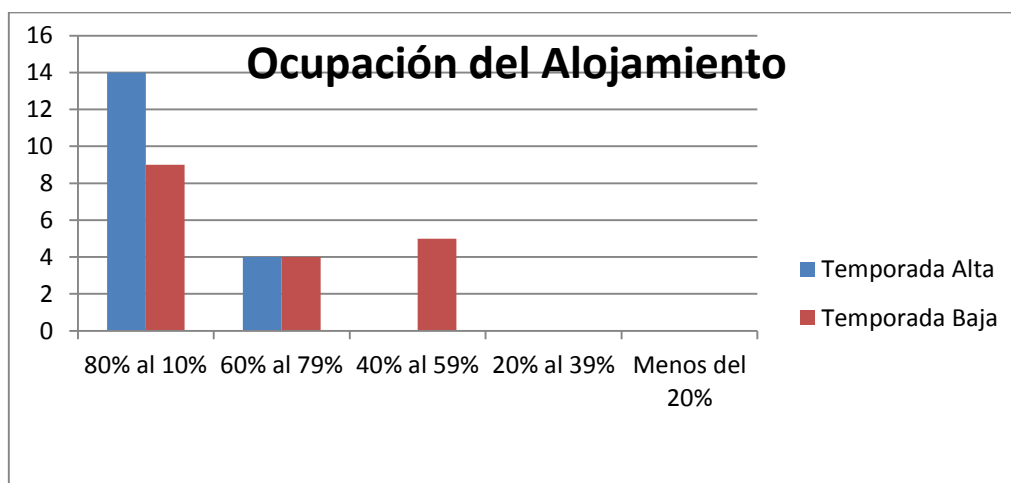
CUADRO 25

DESCRIPCIÓN	Temporada Alta (f)	%	Temporada Baja (f)	%
Utilizado del 80% al 100%	14	78%	9	50%
Utilizado del 60% al 79%	4	22%	4	22%
Utilizado del 40% al 59%	0	0%	5	28%
Utilizado del 20% al 39%	0	0%	0	0%
Utilizado menos del 20%	0	0%	0	0%
TOTAL	18	100%	18	100%

FUENTE: Encuesta a establecimientos de hospedaje de la parroquia Vilcabamba

ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 28



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN Del total de encuestados en temporada alta el 78% de hoteles están con sus instalaciones del 80% al 100% utilizada y el 22% están con sus instalaciones del 60% al 79%; en temporada baja el 50% de hoteles están con sus instalaciones del 80% al 100%, el 22% de los hoteles sus instalaciones están ocupadas de un 60% al 79% y un 28% las instalaciones están ocupadas de un 40% al 59% utilizadas.

Pregunta N° 7

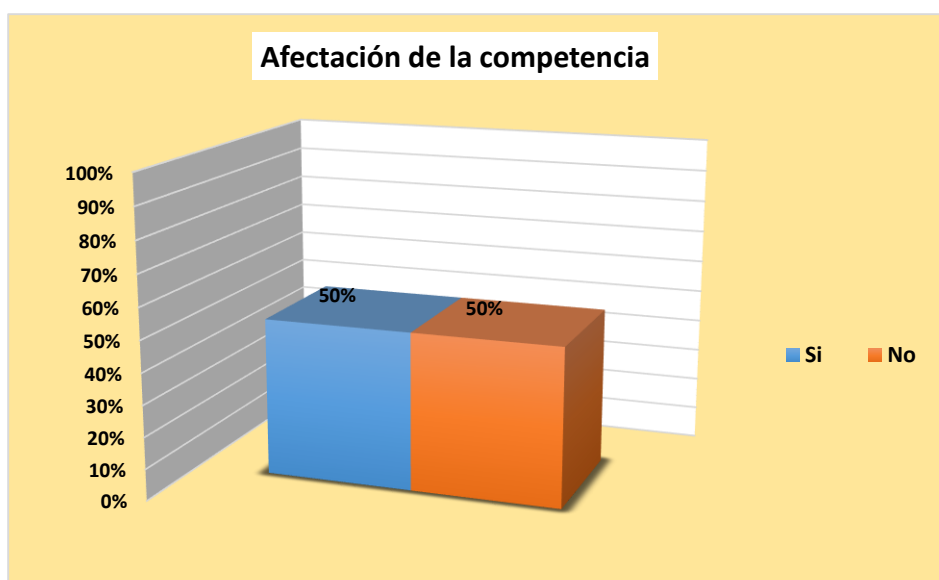
¿La oferta actual que posee la zona, afecta los niveles de ocupación del establecimiento?

CUADRO 26

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	50,00%
No	9	50,00%
TOTAL	18	100,00%

FUENTE: Encuesta a establecimientos de hospedaje de la parroquia Vilcabamba
ELABORACIÓN: El Autor

GRÁFICA 29



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN Del total de encuestados en la presente investigación: el 50% de los encuestados manifiestan que la oferta actual que posee la zona, no afecta los niveles de ocupación del establecimiento; y, el 50% manifiesta que si les afecta. Se puede establecer que sitios de alejamiento que prestan un mejor servicio y en especial las hosterías no se ven afectadas por otros establecimientos hoteleros y por la gran demanda que existe.

g. Discusión

ESTUDIO DE MERCADO

Con la realización del estudio de mercado se pudo determinar la oferta y la demanda, las preferencias, gustos del consumidor para así satisfacer sus necesidades y deseos.

PRODUCTO:

El producto es el servicio que prestará el hotel Rústico para el hospedaje de los visitantes de la parroquia de Vilcabamba, el mismo que tiene como finalidad ofrecerlo con calidad en el servicio, amplias habitaciones rústicas que tengan todas las comodidades rústico-confortables, decoradas de tal manera que exista una mezcla de cultura y campo (sector agropecuario). Lo que se quiere lograr, es que nuestro cliente se sienta en un ambiente natural y confortable a pocos metros de la parroquia.

Las actividades a realizar serán:

Alojamiento (Rústico-confortable/folklórico tradicional)

Alimentación y bebidas

DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Es determinar cuál es el segmento mercado al que se va a ofrecer el servicio, características del mercado, clase de consumidores finales que utilizarían el servicio que se ofrece. El mercado objetivo está compuesto por todo el número de turistas que visitan la parroquia de Vilcabamba,

puesto que están en capacidad y condiciones de adquirir el producto a ofrecerse.

DEMANDA

La demanda permite determinar los posibles clientes que tendrá la empresa así como también a conocer los diferentes tipos de demanda como son: demanda potencial, demanda real y la demanda efectiva.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL

Es toda la población de estudio segmentada, todos los turistas utilizan un sitio de alojamiento por la definición de la palabra turista. Se proyectará para 10 años. La proyección de visitantes para el 2015 es de 57591 turistas.

CUADRO 27

DEMANDA POTENCIAL		
AÑO	POBLACIÓN TURÍSTICA	DEMANDA POTENCIAL
0	57591	57591
1	61954	61954
2	66677	66677
3	71792	71792
4	77334	77334
5	83340	83340
6	89852	89852
7	96913	96913
8	104574	104574
9	112887	112887
10	121912	121912
FUENTE: Ministerio de Turismo del Ecuador		
ELABORADO: El Autor		

DEMANDA REAL

Es la población que realmente utiliza alguno de los diferentes tipos de alojamiento existentes en la parroquia, tomando como base la pregunta N° 3 de la encuesta (Cuadro 8), en donde se obtiene que el 87.15% utiliza algún tipo de alojamiento, es por ello que la demanda real es de 50191 turistas. Se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO 28

DEMANDA REAL (TURISTAS)		
AÑO	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL (87,15%)
0	57591	50191
1	61954	53993
2	66677	58109
3	71792	62567
4	77334	67397
5	83340	72631
6	89852	78306
7	96913	84460
8	104574	91136
9	112887	98381
10	121912	106246
FUENTE: Cuadros 8 y 27		
ELABORADO: El Autor		

USO PER CÁPITA

Para obtener el promedio de uso anual por turista, es decir la cantidad de plazas que va a utilizar cada turista en la parroquia de Vilcabamba, se realizó el análisis con los datos que se encuentran en la pregunta 5 y 6 (cuadros 10 y 11)

Para determinar el promedio de visitas al año se analizó la Pregunta N° 5
(Cuadro 10)

CUADRO 29

PROMEDIO DE VISITAS AL AÑO		
Nº DE VECES QUE VISITA AL AÑO	FRECUENCIA	TOTAL
1	155	155
2	145	290
3	46	138
4	0	0
TOTAL	346	583
FUENTE: Cuadro N° 10		
ELABORADO: El Autor		

$$\text{Promedio Visitas} = \frac{\sum tot}{n}$$

$$\text{Promedio Visitas} = 583 / 346 = 1,68$$

Para determinar el número de días de hospedaje de los turistas en cada visita a la parroquia Vilcabamba, se analizó la Pregunta N° 6
(Cuadro 11)

CUADRO 30

PROMEDIO DE DÍAS DE HOSPEDAJE		
DÍAS DE PERMANENCIA	Nº DE TURISTAS	TOTAL
1	104	104
2	93	186
3	81	243
4	27	108
5 o más	41	235
TOTAL	346	876
FUENTE: Cuadro N° 11		
ELABORADO: El Autor		

$$\text{Promedio Días Hosp.} = \frac{\sum \text{tot}}{n}$$

$$\text{Promedio Días Hosp.} = 876 / 346 = 2,53$$

Con los datos obtenidos anteriormente se determina el número promedio de hospedajes en el año.

$$\text{Promedio de Hospedajes} = \text{Promedio Visitas} \times \text{Promedio Días Hosp.}$$

$$\text{Promedio de Hospedajes} = 1,68 \times 2,53 = 4,27$$

El promedio de hospedaje es de 4 noches por cada turista

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL EN PLAZAS

CUADRO 31

DEMANDA REAL (PLAZAS)			
AÑO	DEMANDA REAL (TURISTAS)	PROMEDIO DE HOSPEDAJE	DEMANDA REAL (PLAZAS)
0	50191	4	200764
1	53993	4	215972
2	58109	4	232436
3	62567	4	250268
4	67397	4	269588
5	72631	4	290524
6	78306	4	313224
7	84460	4	337840
8	91136	4	364544
9	98381	4	393524
10	106246	4	424984
FUENTE: Cuadros N° 28,29 y 30			
ELABORADO: El Autor			

DEMANDA EFECTIVA

Para determinar la demanda efectiva tomamos en cuenta la demanda real en plazas que utilizan los turistas (Cuadro N° 31) y tomando como base la Pregunta N° 12 (Cuadro N° 17), en donde se obtiene que el 83,53% están dispuestos a hospedarse en un hotel con características rústicas. Se detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro 32

DEMANDA EFECTIVA EN PLAZAS			
AÑO	DEMANDA REAL	PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN	DEMANDA EFECTIVA
0	200764	83,53	167698
1	215972	83,53	180401
2	232436	83,53	194154
3	250268	83,53	209049
4	269588	83,53	225187
5	290524	83,53	242675
6	313224	83,53	261636
7	337840	83,53	282198
8	364544	83,53	304504
9	393524	83,53	328711
10	424984	83,53	354989
FUENTE: Cuadros N° 17 y 31			
ELABORADO: El Autor			

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Oferta Actual

La oferta actual, es la cantidad del servicio hotelero que ofrecen en el mercado. Actualmente en la parroquia de Vilcabamba, se oferta el servicio de hospedaje bajo la modalidad de hostales, hosterías, cabañas y refugios, Pregunta N° 1 (Cuadro 21) y Pregunta 2 (Cuadro 22)

propietarios de sitios de alojamiento. En esta Parroquia existen 18 lugares para hospedaje y en conjunto la oferta es de 366 plazas diarias y al año es de 133590 plazas.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

CUADRO 33

PROYECCIÓN DE LA OFERTA	
AÑO	OFERTA Crecimiento 2,68%
0	133590
1	137170
2	140846
3	144621
4	148497
5	152477
6	156563
7	160759
8	165067
9	169491
10	174033

FUENTE: Cuadros N° 21 y 22, Departamento de Turismo
del Municipio de Loja

ELABORADO: El Autor

BALANCE DE LA OFERTA Y LA DEMANDA

DEMANDA INSATISFECHA

El balance entre la oferta y la demanda nos permite obtener la Demanda Insatisfecha, para lo cual se ha tomado en cuenta la cantidad de demanda efectiva que es de 167697 plazas para el primer año; la oferta total de plazas es de 133590, la diferencia entre éstos dos valores nos da como resultado la demanda insatisfecha que es 34107 plazas, la misma que se proyectó para los 10 años de vida útil del proyecto.

CUADRO 34

CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA			
AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	167698	133590	34108
1	180401	137170	43231
2	194154	140846	53307
3	209049	144621	64428
4	225187	148497	76690
5	242675	152477	90198
6	261636	156563	105073
7	282198	160759	121439
8	304504	165067	139436
9	328711	169491	159220
10	354989	174033	180956
FUENTE: Cuadros N° 32 y 33			
ELABORADO: El Autor			

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

PRODUCTO

El principal objetivo de la empresa hotelera es brindar un servicio de calidad, complementado con la parte rústica del hotel (Infraestructura y muebles) que permita diferenciarnos de la competencia. La adecuación de las instalaciones, se complementa con personal capacitado para la atención al cliente y una buena promoción del hotel.

Para ofrecer el servicio de alojamiento, las habitaciones del hotel estarán conformadas por los siguientes implementos:

Habitaciones: El hotel ofrecerá 10 habitaciones simples, 10 dobles, 5 triples y 5 familiares.

✚ Equipamiento de habitación simple:

- Cama de 2 plazas
- Colchón de 2 plazas
- Velador
- Lámpara
- Teléfono
- Silla
- Mesa
- Armario
- Persianas
- TV plasma 32pulgadas
- Baño (lavamanos, sanitario, ducha con tina, toalla, papel higiénico, shampoo, jabón).

GRÁFICA 30



Fuente: www.letsbookhotel.com

✚ Equipamiento de habitación doble:

- Dos camas de 1,5 plazas
- Dos colchones de 1,5 plazas
- Velador
- Lámpara
- Teléfono
- Silla
- Mesa
- Armario
- Persianas
- TV plasma 32pulgadas
- Baño (lavamanos, sanitario, ducha con tina, 2 toallas, 2 papeles higiénicos, 2 shampoos, 2 jabones).

GRÁFICA 31



Fuente: www.hotelmarjaba.com

✚ Equipamiento de habitación triple:

- Tres camas de 1,5 plazas
- Tres colchones de 1,5 plazas
- Dos veladores
- Dos Lámparas
- Teléfono
- Silla
- Mesa
- Armario
- Persianas
- TV plasma 32pulgadas
- Baño (lavamanos, sanitario, ducha con tina, 3 toallas, 3 papeles higiénicos, 3 shampoos, 3 jabones).

GRÁFICA 32



Fuente: hosterialacasita.com

✚ Equipamiento de habitación familiar:

- Una cama de 2 plazas
- Dos camas de 1,5 plazas
- Un colchón de 2 plazas
- Dos colchones de 1,5 plazas
- Dos veladores
- Dos Lámparas
- Teléfono
- Silla
- Mesa
- Armario
- Persianas
- TV plasma 32pulgadas
- Baño (lavamanos, sanitario, ducha con tina, 4 toallas, 4 papeles higiénicos, 4 shampoos, 4 jabones).

GRÁFICA 33



Fuente: www.ulissedeluxe.com

Servicios varios: Lavandería, camareras, restaurante, estacionamiento gratuito para automóviles.

PRECIO

Es uno de los aspectos más importantes puesto que de ello depende la rentabilidad, los parámetros que se toman en cuenta para determinar el precio del servicio de hotelería del hotel rústico Huilcopamba son: En función a los costos, Rendimiento esperado del inversionista, Precios de la competencia.

PLAZA

Debido a que el Hotel Huilcopamba ofrece un servicio, el mismo que está dirigido a turistas nacionales y extranjeros la forma más conveniente para llegar al mercado objetivo, es utilizando los siguientes canales de distribución directos: Página web propia, redes sociales, guías de viajes en internet, que tienen el mayor potencial de crecimiento y han permitido romper las barreras de la intermediación. Esto permite reducir costos y además con el objetivo de fidelización del cliente.

Trípticos: Los trípticos tienen un costo de \$220 el 1000, los mismos que se colocara en agencias de viajes, oficinas de transporte, oficinas turísticas, etc.

Internet: Actualmente el internet es el medio de comunicación más utilizado, económico y rápido. Se aprovechará esta herramienta con la

creación de una página web, la misma que estará diseñada de tal manera que nos permita evidenciar las cualidades de nuestro servicio, realizar reservaciones, contestar inquietudes y observaciones de nuestros clientes potenciales y ofrecer información del hotel, como del servicio que se ofrece.

PROMOCIÓN

Herramienta necesaria que sirve para informar al mercado o persuadirlo para que utilice el servicio que ofrecemos, a través de la publicidad, promociones y relaciones públicas.

Se realizará una campaña publicitaria que acerque al mercado la imagen que se quiere dar a conocer como: Ubicación, calidad de servicios y en especial el carácter rústico de las instalaciones como de su mobiliario. Negocios como el de hotelería generalmente son valorados en función de la experiencia y la referencia, que ha demostrado ser la parte más importante para hacer crecer el negocio.

GRÁFICA 34



Fuente: El autor

ESTUDIO TÉCNICO

Es la segunda etapa de los proyectos de factibilidad, y consiste en hacer un análisis del proceso de prestación del servicio, se tiene que seguir una serie de pasos y realizar el estudio de variables que inciden en la factibilidad y rentabilidad del proyecto; y son la base para el cálculo financiero y la evaluación económica.

TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de prestación del servicio de alojamiento, durante la vigencia de un proyecto dependiendo del equipo que se posea, para ello se debe establecer el número de plazas durante el período de tiempo estimado y la relación de ellas con el mercado consumidor.

CAPACIDAD INSTALADA

Indica cuál será la máxima capacidad de prestación de servicios que se alcanzará con los recursos disponibles, para determinar la capacidad instalada se tomó en cuentas los requisitos mínimos que se establece en el Art. 2 del Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador en donde además de reunir las condiciones necesarias para la categoría que le corresponde, disponer de un mínimo de treinta habitaciones, las mismas que se ha distribuido de la siguiente manera: 10 habitaciones sencillas o matrimoniales, 10 dobles, 5 triples y 5 familiares.

CUADRO 35

HABITACIONES	Nº DE HABITACIONES	OCUPANTES	Nº DE PLAZAS
SENCILLAS	10	2	20
DOBLES	10	2	20
TRIPLES	5	3	15
FAMLIARES	5	4	20
	TOTAL DE PLAZAS DIARIAS		75
FUENTE: Reglamento Generalde Actividades Turísticas			
ELABORADO: El Autor			
	TOTAL DE PLAZAS ANUALES		27375

Para obtener la capacidad instalada, multiplicamos las 75 plazas diarias disponibles por los 365 días al año que atenderá el hotel, se estima que la capacidad instalada anual será de 27375 plazas.

CAPACIDAD UTILIZADA

Refleja su real utilización en un período determinado de tiempo, es decir la parte de la capacidad instalada que se está empleando. Utilizando el 93,00% de la capacidad en el primer año de vida útil del proyecto el hotel podrá atender 23269 plazas, 70 ocupaciones por día; esto corresponde al 68% de la demanda Insatisfecha.

CUADRO 36

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA				
AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% DE CAPACIDAD	CAPACIDAD UTILIZADA	NÚMERO DE PLAZAS POR DIA
0	27375	93%	25459	70
1		93%	25459	70
2		93%	25459	70
3		93%	25459	70
4		93%	25459	70
5		93%	25459	70
6		93%	25459	70
7		93%	25459	70
8		93%	25459	70
9		93%	25459	70
10		93%	25459	70
FUENTE: Cuadros Nº 35				
ELABORADO: El Autor				

CUADRO 37

PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO			
AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN
0	34108	25459	75
1	43231	25459	59
2	53307	25459	48
3	64428	25459	40
4	76690	25459	33
5	90198	25459	28
6	105073	25459	24
7	121439	25459	21
8	139436	25459	18
9	159220	25459	16
10	180956	25459	14
FUENTE: Cuadros Nº 34, 36			
ELABORADO: El Autor			

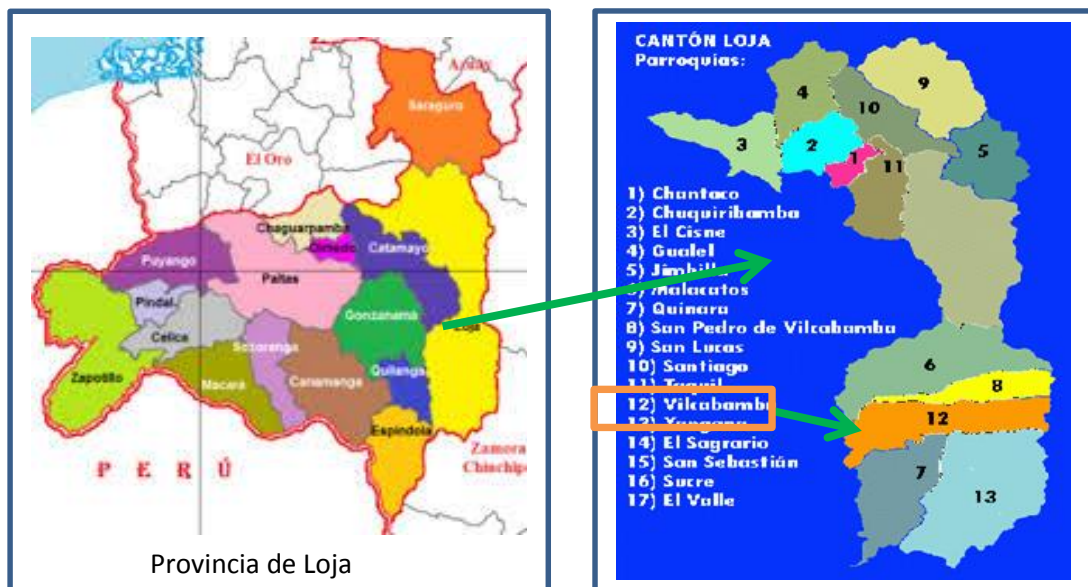
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital. El objetivo general de este punto es llegar a determinar el sitio donde se instalará la infraestructura del hotel, la localización del proyecto se encuentran dos planos: el Macro y Micro.

MACRO LOCALIZACIÓN

Analizando los factores de localización podemos concluir que la localización del Hotel Rústico de Vilcabamba, estará ubicado en la parroquia Vilcabamba, Cantón Loja, Provincia de Loja

GRÁFICA 35



FUENTE: GPDV

MICRO LOCALIZACIÓN

Para determinar la localización exacta de la empresa se ha tomado en consideración algunos factores tales como:

TRANSPORTE.

Es importante que el lugar donde se encuentre ubicado el hotel cuente con medios de transporte necesarios y accesos al mismo. Cabe destacar que la parroquia dispone de algunas cooperativas que prestaran el servicio necesario de requerir los turistas para acceder al hotel.

DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA.

Factor importante, teniendo presente que dispone de mano de obra calificada ya que la parroquia es un lugar turístico, se han tomado la iniciativa de capacitar a la gente y las personas ya se han preparado para prestar una mejor atención al turista.

SEGURIDAD

Proteger la seguridad de los huéspedes, es una las preocupaciones importantes de nuestra empresa, de tal manera que nos permita brindar un alojamiento rústico confortable alejado de los ruidos cotidianos, alejado del bullicio del centro de la urbe pero a su vez que pueda transitar libremente con la iluminación adecuada en las calles de acceso al hotel.

DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS BÁSICOS.

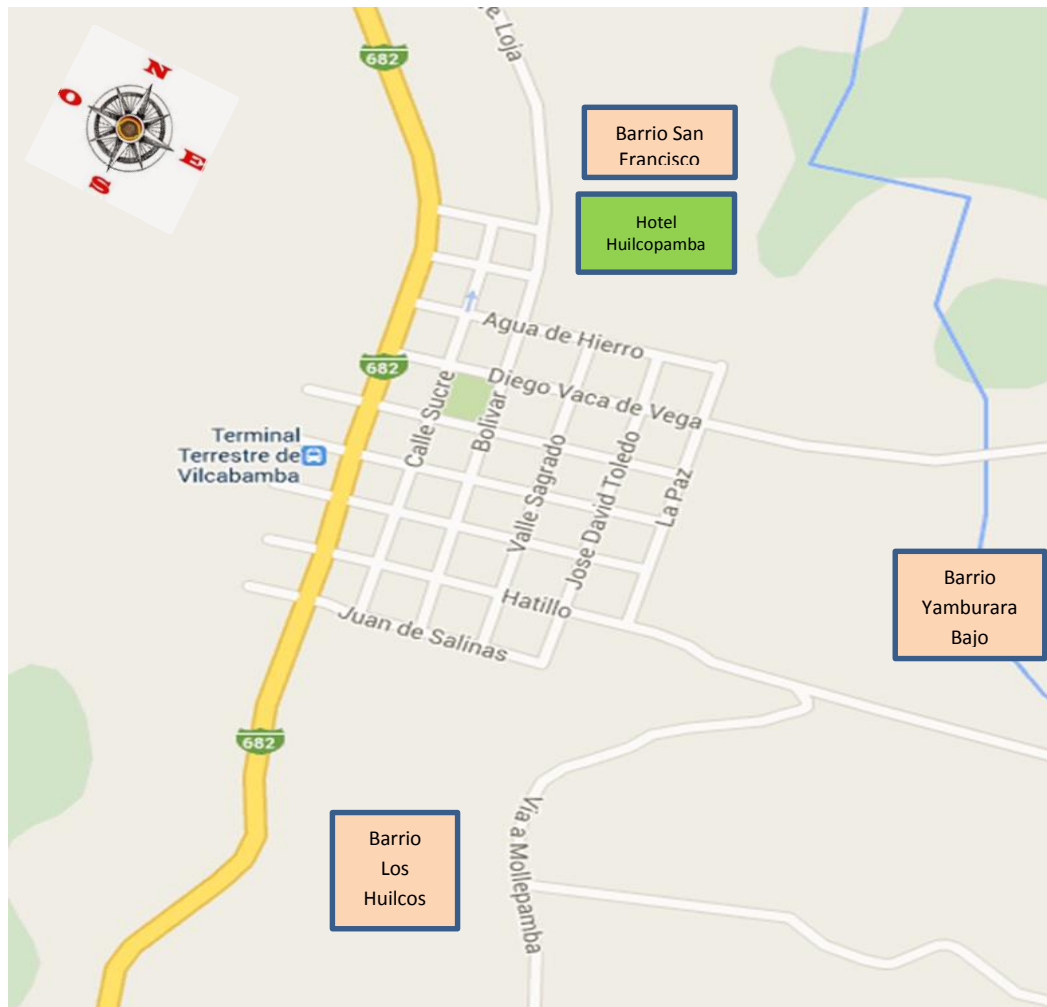
Los servicios básicos nos indispensables para el buen funcionamiento, desarrollo y crecimiento de la empresa hotelera. Por ello contará con servicios como: Agua, Luz, Telefonía, Alcantarillado, Vías de acceso.

LUGAR RANQUILO

Al ofrecer el servicio de alojamiento, aunado a las características que se le quiere dotar al mismo, para ofrecer un descanso reparador al turista, se tiene que optar por un lugar tranquilo alejado del bullicio.

CUADRO 38

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN							
FACTORES	PESO	Barrio San Francisco	Calificación	Barrio Yamburara Bajo	Calificación	Barrio Los Huilcos	Calificación
Transporte	20%	100	20	100	20	100	20
Disponibilidad de Servicios	20%	100	20	80	16	80	16
Seguridad	15%	100	15	80	12	80	12
Disponibilidad de Mano de Obra	20%	80	16	80	16	100	20
Lugar Tranquilo	25%	90	22,5	100	25	80	20
	100%		93,5		89		88
FUENTE: Investigación de Campo							
ELABORADO: El Autor							

GRÁFICA 36

INGENIERÍA DEL PROYECTO

Es la etapa dentro de la formulación del proyecto de inversión donde se define todos los recursos necesarios para llevar a cabo la puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

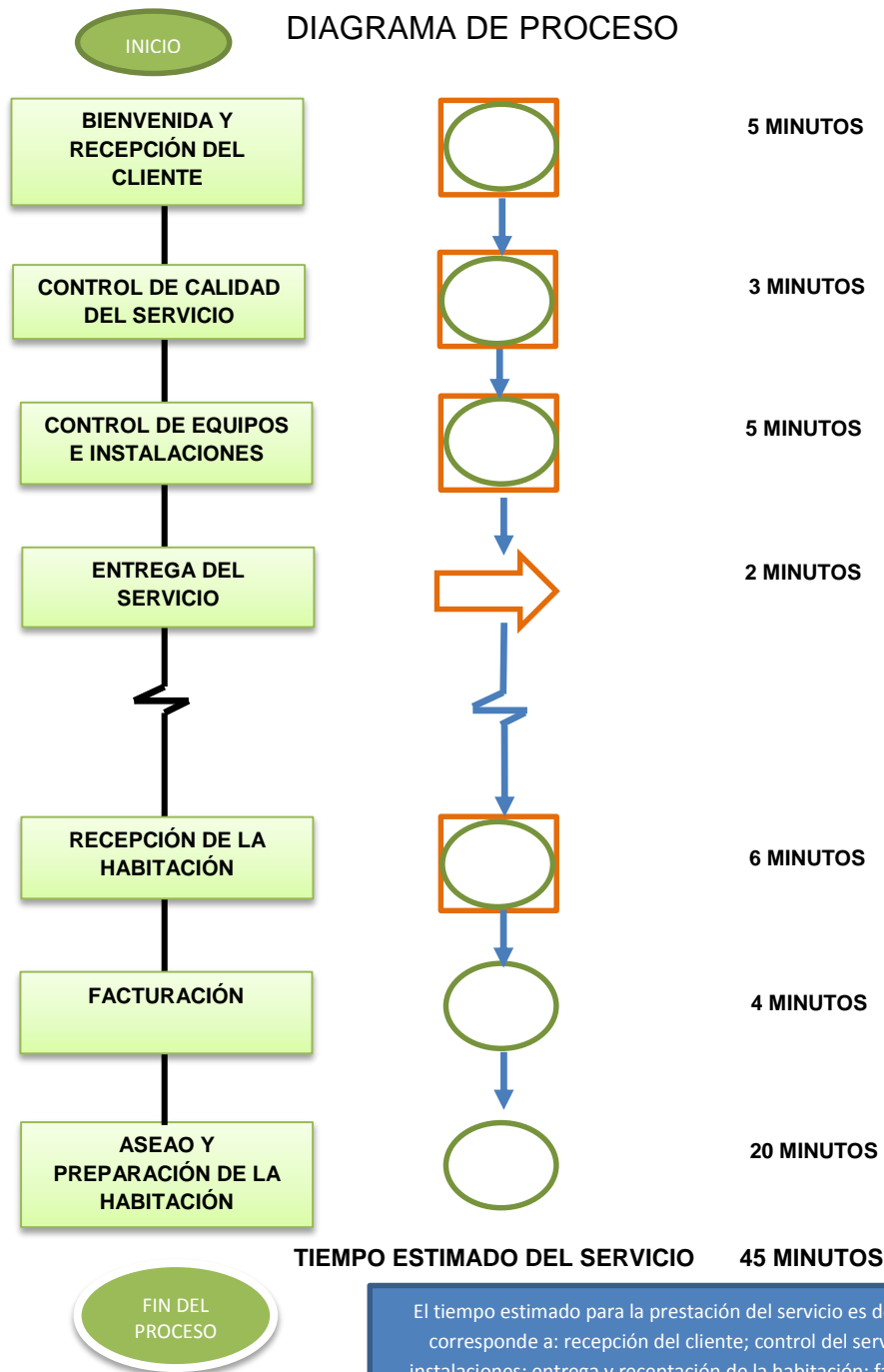
PROCESO DEL SERVICIO.

El proceso se realizara en diferentes etapas que pondrá a disposición de los turistas el servicio de alojamiento dentro del hotel.

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

1. **Bienvenida del cliente y recepción del pedido:** Recepción de la orden con los datos personales del cliente.
2. **Control de calidad del servicio:** Comprobación de las condiciones de la habitación (toallas, papel higiénico, jabón, shampoo, sábanas limpias, etc.)
3. **Control de calidad de los equipos:** Para proporcionar y cumplir con las condiciones del servicio que se ofrece, la habitación debe contar y estar en perfecto estado de funcionamiento los equipos (televisión, control remoto, ducha con agua caliente, luminarias).
4. **Entrega del Servicio:** Se entrega al cliente la habitación, los folletos de políticas de la empresa, siguiendo los protocolos de bienvenida.
5. **Recepción y control de la habitación:** Se revisa la habitación, la misma debe contar con los implementos y equipos que se entregaron al cliente en perfecto estado de funcionamiento.
6. **Facturación:** Se factura el servicio prestado y la despedida del cliente, deseando una pronta visita.
7. **Aseo y Preparación de la Habitación:** Se procede al aseo de la habitación (cambio de colchas, sábanas, toallas, etc.) y se prepara los implementos necesarios (jabón, shampoo, papel higiénico, etc.) para la estadía de un nuevo cliente.

GRÁFICA 37
DIAGRAMA DE PROCESO



SIMBOLOGÍA.

- OPERACIÓN
- ➡ TRANSPORTE
- INSPECCIÓN
- ◐ DEMORA

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: El Autor

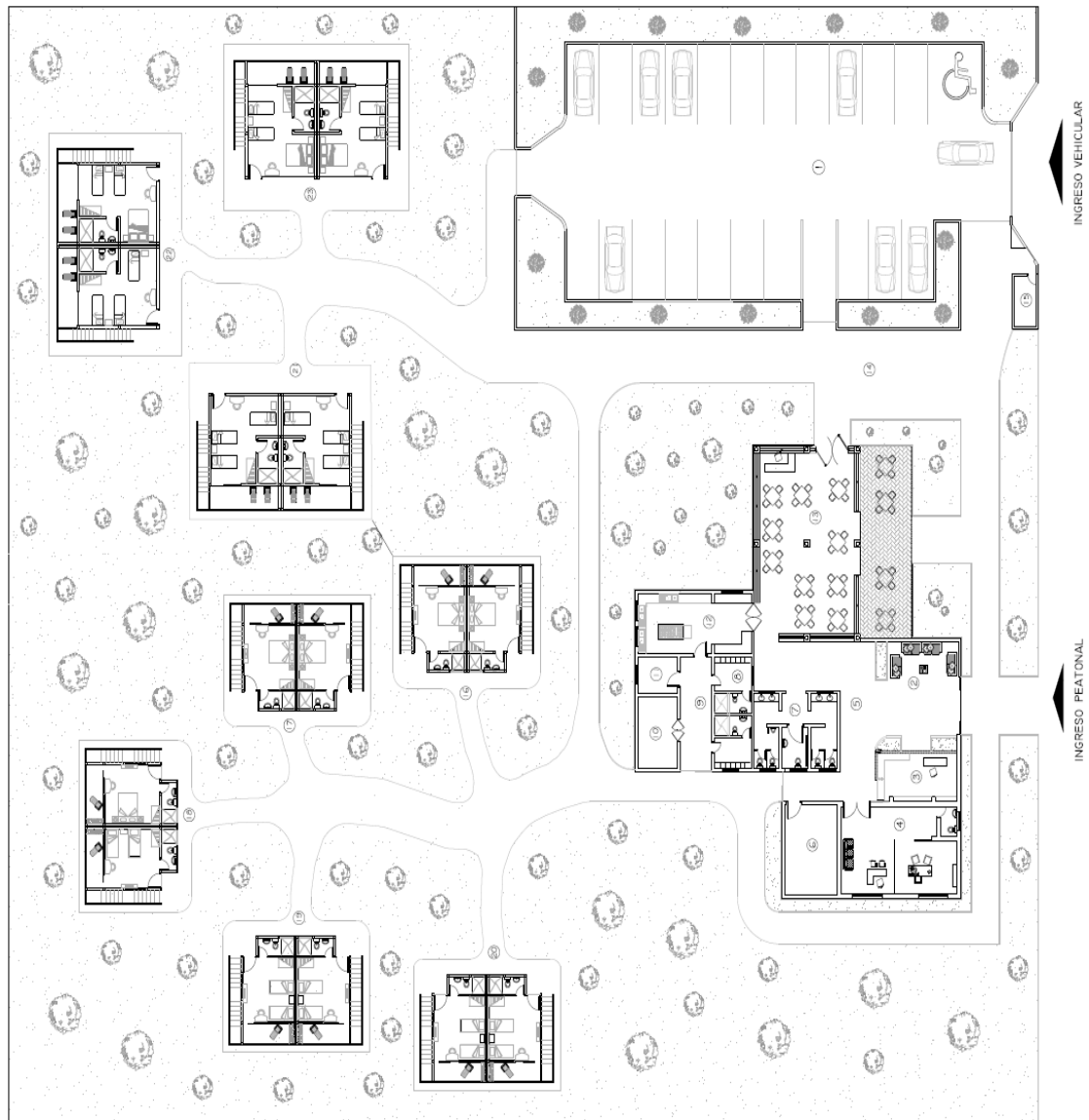
DISTRIBUCIÓN DEL HOTEL

GRÁFICA 38

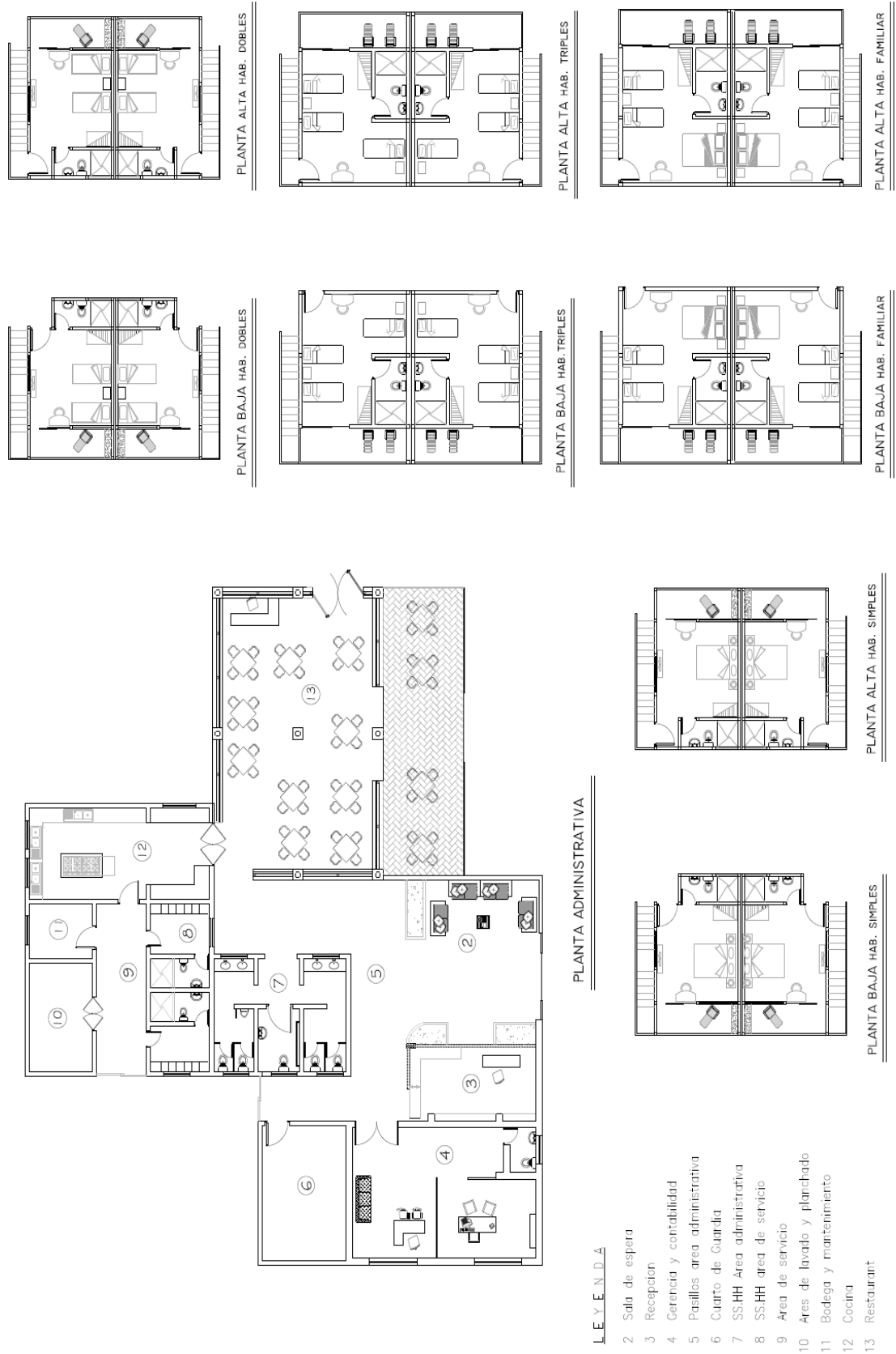
LEYENDA

- 1 Parquero
- 2 Sala de espera
- 3 Recepción
- 4 Gerencia y contabilidad
- 5 Pasillos área administrativa
- 6 Cuadro de Guardia
- 7 SS.HH Área administrativa
- 8 SS.HH área de servicio
- 9 Área de servicio
- 10 Área de lavado y planchado
- 11 Bodega y mantenimiento
- 12 Cocina
- 13 Restaurant
- 14 Sereniteros
- 15 Caseta de guardia
- 16 Bloque 1/ Hab. Sencillas
- 17 Bloque 2/ Hab. Sencillas
- 18 Bloque 3/ Hab. Sencillas y Dobles
- 19 Bloque 4/ Hab. Dobles
- 20 Bloque 5/ Hab. Dobles
- 21 Bloque 6/ Hab. Triples
- 22 Bloque 7/ Hab. Triple y Familiar
- 23 Bloque 8/ Hab. Familiares

CUADRO DE AREAS	
Área administrativa	370 m ²
Habitaciones simples	255 m ²
Habitaciones dobles	255 m ²
Habitaciones triples	205 m ²
Habitaciones familiares	205 m ²
TOTAL	1.290 m²



GRÁFICA 39









DESCRIPCIÓN DE REQUERIMIENTOS

Los requerimientos son todos los recursos indispensables que la empresa necesita para poder producir

CUADRO 39

RECURSOS	DETALLES	DIBUJO
UTENSILIOS	Sábanas, sobrecamas, toallas, persianas	
MAQUINARIA	Lavadora, secadora, planchadora	
MUEBLES Y ENSERES	Camas, veladores, mesas, armario	

MANO DE OBRA	Camareras, personal de lavado y planchado	 
PERSONAL ADMINISTRATIVO	Gerente, contadora, conserje, Guardia - Chofer, vendedores	
EQUIPO DE OFICINA	Teléfonos	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	Computado ras	
MUEBLES Y ENSERES ADMINISTRATIVOS	Escritorio, sillas giratorias, sillas de espera	
ÚTILES DE OFICINA	Grapadora, perforadora , resma de papel, tinta	

	de impresora, carpetas archivadoras, sello, esferos	
SUMINISTROS DE ASEO	Escoba, detergente, trapeadores, desinfectantes	 
INDUMENTARIA DE PERSONAL	Uniformes	 

FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: El Autor

RECURSOS

Son los recursos humanos y materiales necesarios para el funcionamiento del hotel.

Talento Humano

Para el funcionamiento del hotel se requiere del siguiente talento humano.

De administración

- 1 Gerente
- 1 Contadora
- 1 Asesor Legal
- Secretaria

De recepción y conserjería:

- 1 Recepcionista
- 1 Mantenimiento
- 1 Botones

De pisos:

- 2 Camareras

De restaurant:

- 1 Cocinero
- 1 Auxiliar de cocina
- 1 Mesero

De lavandería

- 1 Lavado y Planchado

Recursos Materiales

Equipo

- 30 Tv Plasma de 32 pulgadas
- 1 Equipo Wifi
- 1 Tv Plasma de 40 pulgadas
- 30 Teléfonos clásicos
- 1 Central telefónica

- 1 Fax
- 2 Microondas
- 1 Peladora de papas
- 2 Licuadoras
- 1 Lavaplatos
- 1 Batidora
- 1 Refrigeradora
- 1 congelador
- 1 Extractor de olor
- 2 Cocinas industriales
- 1 Lavadora
- 1 Secadora

Herramientas

- 80 Juego de Sabanas
- 80 Edredones
- 60 Toallas Baño
- 60 Toallas de manos
- 30 Cortinas para habitaciones
- 30 Rodapiés
- 30 Alfombras pequeñas
- 80 Cobijas
- 75 Almohadas
- 20 Uniformes

Equipo de Computación

- 2 Computadoras
- 2 Impresoras Multifunción

Equipo de Oficina

- 2 Sumadora
- 2 Calculadora
- 5 Teléfonos
- 2 Grapadora
- 2 Perforadora

Muebles y Enseres

- 45 Camas de 1, 5 plazas
- 15 Camas de 2 plazas
- 45 Colchones de 1,5 plazas
- 15 Colchones de 2 plazas
- 30 Mesas y silla
- 30 Armarios
- 50 veladores
- 50 Lámparas de mesa
- 1 Escritorios para gerencia con Sillón ejecutivo
- 4 Archivador de Cuatro gavetas
- 14 juegos de mes con 4 sillas

- 2 Escritorios para puestos administrativos con sillón ejecutivo
- 1 Juego de muebles recepción
- 5 Mesas de trabajo
- 40 Tachos de basura
- 1 Escritorio servicios
- 20 Manteles cuadrados
- 20 Cubre manteles
- 64 Servilletas de tela
- 64 Copas de vino
- 64 Copas de agua
- 64 Copas de champagne
- 64 Vasos
- 64 Plato principal
- 64 Plato sobero
- 64 Plato de postre
- 20 Platos de pan
- 64 Platos de taza
- 64 Tazas
- 64 Juegos de cubiertos
- 4 Repisas para platos
- 10 Ollas
- 6 Cacerolas
- 4 Sartenes
- 4 Sernidores

- 4 Cucharetas
- 4 Cucharones
- 4 Espátulas
- 1 Juego de cucharas medidoras
- 4 Tablas de picar
- 1 Set de cuchillos
- 4 Bandejas
- 4 Jarras Cafeteras
- 14 Saleros
- 64 Copas para helados

Materiales para el Servicio

- 23350 Jabones pequeños de uso personal
- 23350 Sachets de Shampoo personal
- 7783 Papeles higiénicos para los huéspedes

Útiles de Oficina

- 24 Resmas de papel Bond
- 24 Esferos
- 4 Correctores
- 20 Carpetas
- 12 Lápices
- 2 Cajas de clips
- 10 Cajas de grapas

- 5 Borradores
- 2 Reglas

Útiles de Aseo

- 36 Escobas
- 36 Trapeadores
- 40 Basureros
- 12 Recogedores de basura
- 12 Desinfectante
- 24 Pacas de papel higiénico para el área administrativa
- 30 Jabones
- 12 Fundas de detergente

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

MISIÓN

Superar las expectativas de nuestros clientes, mediante un excelente y eficaz actitud de servicio en un ambiente rústico, fomentando a la vez el desarrollo turístico de la zona.

VISIÓN

Ser el mejor hotel de Vilcabamba, sobresaliendo en la calidad de los servicios, satisfaciendo las expectativas y necesidades del turista, proporcionando bienestar y desarrollo a todos los que en el participen.

PRINCIPIOS

- ✓ Calidad
- ✓ Actitud de servicio
- ✓ Alto desempeño
- ✓ Confianza
- ✓ Innovación
- ✓ Cordialidad
- ✓ El desarrollo y capacitación de nuestro talento humano
- ✓ Responsabilidad

VALORES

- ✓ Honestidad
- ✓ Equidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Respeto
- ✓ Puntualidad

POLÍTICAS GENERALES

- La hora de salida es a las 12 del mediodía. La hora de entrada es a las 2pm.
- Todos nuestros huéspedes deben ser registrados en recepción
- No se permite acceso a la habitaciones a visitantes no registrados en la recepción

- De haber una persona extra en la habitación el valor de ocupación será cargado a cuenta del cliente
- Si usted desea prolongar su estadía comuníquese con 24 horas de anticipación en recepción
- Si Usted tiene algún objeto de valor (joyas, dinero, computadora personal, pasaportes, boletos, etc.) por favor utilizar nuestro servicio de casillero de seguridad.
- El hotel no se hace responsable de pérdidas personales ocasionales en las habitaciones.
- Cualquier daño causado por huéspedes a la propiedad del hotel será cancelado por el huésped.
- El Hotel Huilcopamba garantizará su reservación con el 50% del valor del total de la Proforma-Facturada, dicho valor será cancelado por adelantado hasta 2 días antes del servicio, el 50% restante será cancelado en el hotel.
- EL hotel dispone de condiciones de cancelación, debe tomar en cuenta nuestras formalidades: Cancelaciones antes de las 72 horas 100% de reembolso a favor del cliente. Cancelaciones entre 72 y 24 horas se facturará el 50% del valor de una noche de estadía. Cancelaciones entre 24 horas a 0 horas se facturará el 100% del valor de una noche de estadía. Las reservaciones deben ser canceladas por teléfono o vía e-mail al hotel.
- Proveemos seguridad para proteger su información de tarjeta de crédito, nombre dirección, correo electrónico y otra información

personal que usted pueda proveer en las secciones de reservaciones o contacto con nuestro website.

- El pago se lo puede realizar en: Efectivo en Dólares, Tarjeta de Crédito, Depósito bancario en efectivo, Transferencia bancaria.
- Niños menores de 5 años compartiendo con sus padres se hospedan GRATIS.
- No se permite a los clientes tener ningún tipo de animales en la habitación.

OBJETIVOS DE LA ORGANIZACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Brindar una agradable hospitalidad en la estadía, a través del servicio personalizado con ética y respeto, en un ambiente rústico comfortable.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Nuestro objetivo principal es el cliente, para quien se tendrá una actitud y disposición de servicio permanente.
- Nuestras instalaciones constituyen nuestra principal herramienta para ofrecer un óptimo servicio un agradable ambiente.
- Garantizar la tranquilidad y el descanso para toda persona que se hospede en nuestro hotel.
- La consideración y el respeto por nuestros clientes, se distingue en el trato personalizado, caluroso y amable de nuestro personal.

ORGANIZACIÓN LEGAL

La empresa estará integrada por tres socios, los mismos que designarán un administrador para que suscriba el contrato social el cual redactará las normas y estatutos, los cuales posteriormente serán aprobados por la Superintendencia de Compañías y su inscripción en el registro mercantil.

NOMBRE DE LA EMPRESA: La empresa hotelera de denomina “HOTEL HUILCOPAMBA”

DOMICILIO: Estará domiciliada en el Cantón Loja, parroquia Vilcabamba, en las calles Bolívar y Miguel Salvador

CAPITAL SOCIAL: El capital estará conformado por las aportaciones de los socios y un monto mínimo por cada socio que será el capital social, siendo su capital social total de: \$ 290.154,89

ACTA DE CONSTITUCIÓN

CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL DENOMINADA “HOTEL HUILCOPAMBA” CUANTÍA; \$ 590.154,89

En la parroquia de Vilcabamba, cantón Loja, provincia del mismo nombre, hoy día martes seis de mayo del dos mil catorce, ante mí, Doctor Camilo Borrero Espinosa, Notario Público Cuarto del Cantón Loja, comparecen

por una parte los señores: DIEGO VÁSQUEZ, XXXXX XXXXX, XXXXX XXXXX, todos por sus propios derechos, los comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, de estado civil casados, residentes en la parroquia de Vilcabamba, capaces de contratar y poder obligarse a quienes de conocer doy fe y me solicitan que eleve a escritura pública lo siguiente. SEÑOR NOTARIO.- En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase incluir una de la que aparezca la siguientes constitución de sociedad civil. PRIMERA: COMPARECIENTES.- Comparecen a constituir esta sociedad civil las siguientes personas: DIEGO VÁSQUEZ, XXXXX XXXXX, XXXXX XXXXX, mayores de edad, todos ecuatorianos, portadores de su respectiva cédula de identidad y certificado de votación y residentes en la Parroquia de Vilcabamba. SEGUNDA.- los comparecientes declaran que es su expresa voluntad constituir, como en efecto constituyen y fundan, por un plazo de veinte años una sociedad civil que se regirá por las estipulaciones del presente contrato, y las leyes del Ecuador, sociedad que tendrá por nombre "HOTEL HUILCOPAMBA", constituyéndola como una sociedad civil de las establecidas por el artículo mil novecientos noventa y siguiente del código civil vigente y queda sujeta a las reglas de la sociedad colectiva. Usted señor notario se servirá agregar las demás cláusulas que fueran de estilo para la validez de la escritura pública, la misma que está firmada por el Doctor XXXXX XXXXX ABOGADO. CAL. x-x-x-x-x- del Colegio de Abogados del Cantón Loja, para le celebración de la presente escritura pública se observaron todos los preceptos legales de caso, yo el Notario

leí íntegramente a los comparecientes, se ratifican en todo su contenido y firman conmigo en unidad de acto de todo lo cual doy fe.

Sr. Diego Vásquez
C.I. 1103063598

Sr. XXXXX XXXXX
C.I. 9999999999

Sr. XXXXX XXXXX
C.I. 9999999999

REGLAMENTO INTERNO DEL HOTEL HUILCOPAMBA

El Hotel Huilcopamba, pone a consideración el presente Reglamento Interno para guiar las acciones del recurso humano de la Empresa, con la finalidad de establecer una normativa que será cumplida por todo el personal que trabaje en el mismo en cualquier modalidad contractual.

El reglamento Interno, como instrumento de administración de la empresa, será actualizado de acuerdo a los derechos de los trabajadores.

Objetivo: El presente Reglamento interno contiene disposiciones internas para establecer las relaciones laborales en el hotel y el personal teniendo presente los derechos del trabajador, obligaciones, permanencia y puntualidad.

Finalidad: Tiene la finalidad de mantener y fomentar la armonía en las relaciones laborales en el hotel, así como la disciplina para mayor satisfacción del huésped.

CAPITULO I: ADMISIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Artículo 1.- La selección de personal se realizará de acuerdo a las necesidades de los cargos y demás requisitos establecidos por el hotel.

Artículo 2.- Ningún persona podrá ingresar a prestar servicios, si no está contratado formalmente en el hotel.

Artículo 3.- Se exigirá el examen médico, para determinar las condiciones de salud de cada trabajador(a).

Artículo 4.- Los postulantes a algún puesto del hotel, deberán de llenar y firmar la “Solicitud de Empleo” y demás documentos que requiera la unidad de Recursos Humanos.

Artículo 5.-Admitido el nuevo colaborador al hotel, queda sujeto a un período de prueba por un determinado tiempo y de acuerdo a las condiciones del hotel.

CAPÍTULO II: DERECHOS DE LOS TRABAJADORES

Artículo 6.- Los empleados del hotel HUILCOPAMBA tiene derecha a:

- Recibir el pago quincenal y mensual, de acuerdo al cargo que desempeñan en el hotel.
- Un día de descanso a la semana.

- Descanso vacacional de acuerdo al tiempo que lleva desempeñando dentro del hotel.
- Justificar las faltas por problemas de salud, o por motivo familiar, según sea el caso.
- Recibir una capacitación actualizada y al perfeccionamiento de conocimientos realizando diversas actividades como cursos o servicios.
- Estar afiliados al IESS
- Ser considerados para ocupar cargos de mayor nivel, teniendo en cuenta su rendimiento, estudios y experiencia.
- Expresar sus sugerencias, observaciones y reclamos que tengan en cuanto a su labor.

CAPÍTULO III: OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES

Artículo 7.- Los trabajadores del hotel HUILCOPAMA tienen las siguientes obligaciones:

- Guardar un comportamiento acorde con las normas de cortesía y buen trato hacia sus superiores, compañeros de trabajo y huéspedes.
- Ejercer con eficiencia las funciones que les sean encomendadas.
- Cumplir puntualmente con el horario de trabajo.
- Guardar en todo momento reserva y discreción sobre las actividades, documentos, procesos y demás información del hotel.
- Conservar en buen estado el equipo de cuartos, restaurante.
- Acudir al centro de labores correctamente vestidos con el uniforme.

- Cumplir con las disposiciones internas en materia de seguridad e higiene que imparta el hotel.
- Permanecer en su centro laboral dentro del horario de trabajo establecido.

CAPÍTULO IV: JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO

“La Jornada de Trabajo es el tiempo durante el cual el trabajador está a disposición del patrón para prestar su trabajo”

Artículo 8.- Como máximo cada trabajador laborará 8 horas al día.

Artículo 9.- Los empleados deberán registrarse en su tarjeta de entrada y salida cada día.

Artículo 10º.- Cada trabajador recibirá durante su labor en el hotel, un descanso como mínimo de media hora al día.

Artículo 11º.- En los casos de siniestro o riesgo inminente en que peligre la vida del trabajador, de sus compañeros y huéspedes la jornada de trabajo podrá prolongarse por el tiempo estrictamente indispensable para evitar esos males.

CAPÍTULO V: SISTEMA DE PAGO

Artículo 12.- Disponer el pago a los trabajadores, sin sobrepasarse de las fechas de pago.

Artículo 13.- El pago deberá ser en dólares americanos y en efectivo.

Artículo 14.- El sueldo de cada empleado variará de acuerdo a los puestos que ejerzan en el hotel.

Artículo 15.- Cuando un empleado sea despedido, tendrá derecho a obtener una liquidación de acuerdo a los años de servicio en el hotel.

Artículo 16.- Todos los trabajadores están obligados a firmar los recibos de pago, o cualquier documento que exija el hotel como comprobante del pago de los salarios.

CAPÍTULO VI: HORAS EXTRAS

Artículo 17.- Cada trabajador que labore horas extras recibirá el pago adicional por cada hora extra.

Artículo 18.- No será permitido que el empleado labore más de 2 horas extras por día y más de ocho horas por semana.

CAPÍTULO VII: FALTAS Y SANCIONES

Artículo 19.- Todas las faltas que impliquen incumplimiento de este Reglamento al Trabajo, serán sancionados por los superiores del hotel.

Artículo 20.- Los empleados serán sancionados cuando presenten faltas y de acuerdo a la gravedad de la misma, podrá ser llamado de atención verbal, por segunda vez se lo hará por escrito y de incurrir será pedido automáticamente.

Artículo 21.- El tiempo que el trabajador no labore se le descontará de su sueldo.

Artículo 22.- El trabajador que no lleve a cabo las disposiciones de Seguridad e Higiene, podrá ser sancionado con un oficio en su expediente de acuerdo a la gravedad de la falta de higiene o seguridad en el hotel.

CAPÍTULO VII: PERMISOS E INASISTENCIAS

Artículo 23.- Los trabajadores están obligados a solicitar permisos o justificaciones sobre los días que faltaron dentro de las 48 horas siguientes al momento en que faltó a sus labores.

Artículo 23.- El trabajador podrá retirarse del hotel cuando esté presente síntomas de enfermedad que no le permiten realizar sus labores.

CAPÍTULO VIII: MEDIDAS DE SEGURIDAD E HIGIENE

Artículo 24.- El hotel deberá establecer las medidas de higiene y seguridad que determine la Ley, el Reglamento de Seguridad e Higiene en el Trabajo y Normas Oficiales referidas a la actividad del hotel.

Artículo 25.- Los trabajadores no deberán realizar actos que puedan poner en peligro su propia seguridad, la de sus compañeros o la de los huéspedes.

Artículo 26.- Por ningún motivo, los trabajadores se presentaran a laborar durante los periodos de incapacidades temporales por condiciones médicas

Artículo 27.- Cuando el trabajador sufra un accidente de trabajo dentro del hotel se deberá dar aviso a su superior y estas medidas con urgencia.

Artículo 28.-El hotel deberá contar con botiquines que considere necesarios en caso de accidente o enfermedad, o de un auxilio inmediato.

Artículo 29.- Para evitar accidentes de trabajo, los trabajadores deberán seguir las medidas de prevención que adopte el hotel.

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 30.- En todo lo no previsto en este Reglamento se estará a lo dispuesto en el Código de Trabajo y más Leyes y Reglamentos pertinentes vigentes.

Artículo 31.- Este Reglamento Interno entrará en vigencia a partir de la fecha de aprobación por las Autoridades del trabajo.

Artículo 32.- La ignorancia de las normas contenidas en este Reglamento Interno de Trabajo no excusa ni a los trabajadores ni al empleador.

Artículo 33.- Este Reglamento podrá ser reformado en cualquier momento por la Empresa con la aprobación de la Dirección General del Trabajo.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

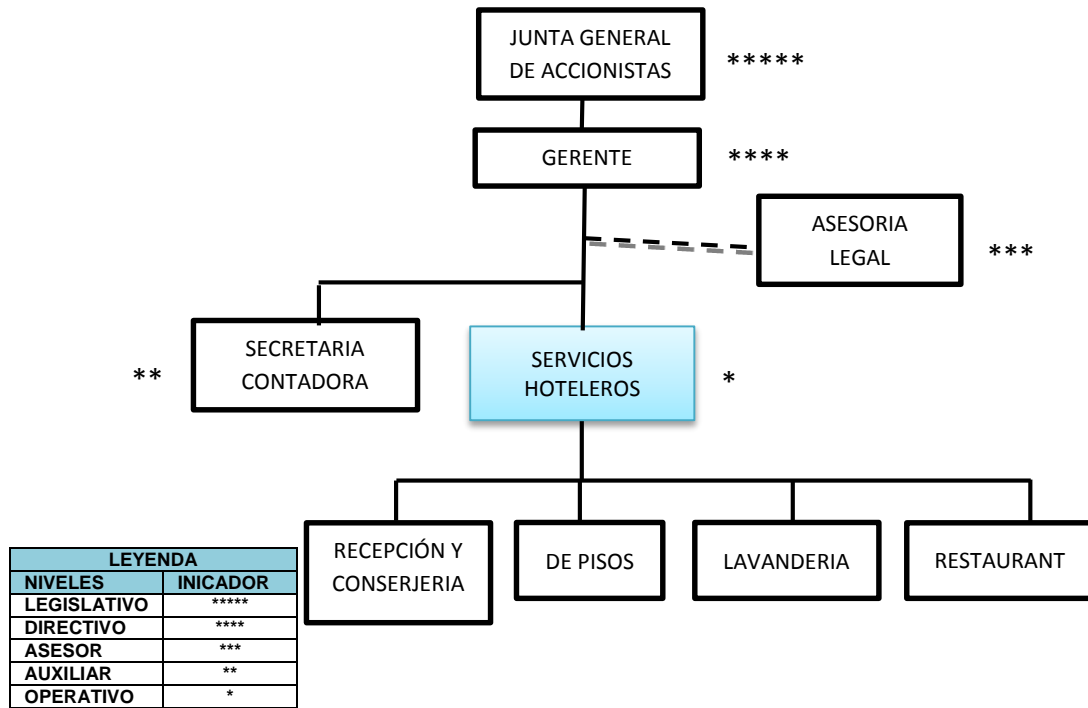
Los niveles administrativos cumplen la función y responsabilidad a ellos originados por la Ley. Se basa en la división del trabajo y delegación de funciones a los miembros de la empresa, para los cual se definirá los niveles de la empresa con la ayuda de organigramas

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

La estructura orgánica de una empresa marca la división de las distintas actividades y necesidades que se aplicarán con la finalidad de que todas las funciones y procesos estén debidamente esquematizados.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL “HOTEL HUILCOPAMBA”

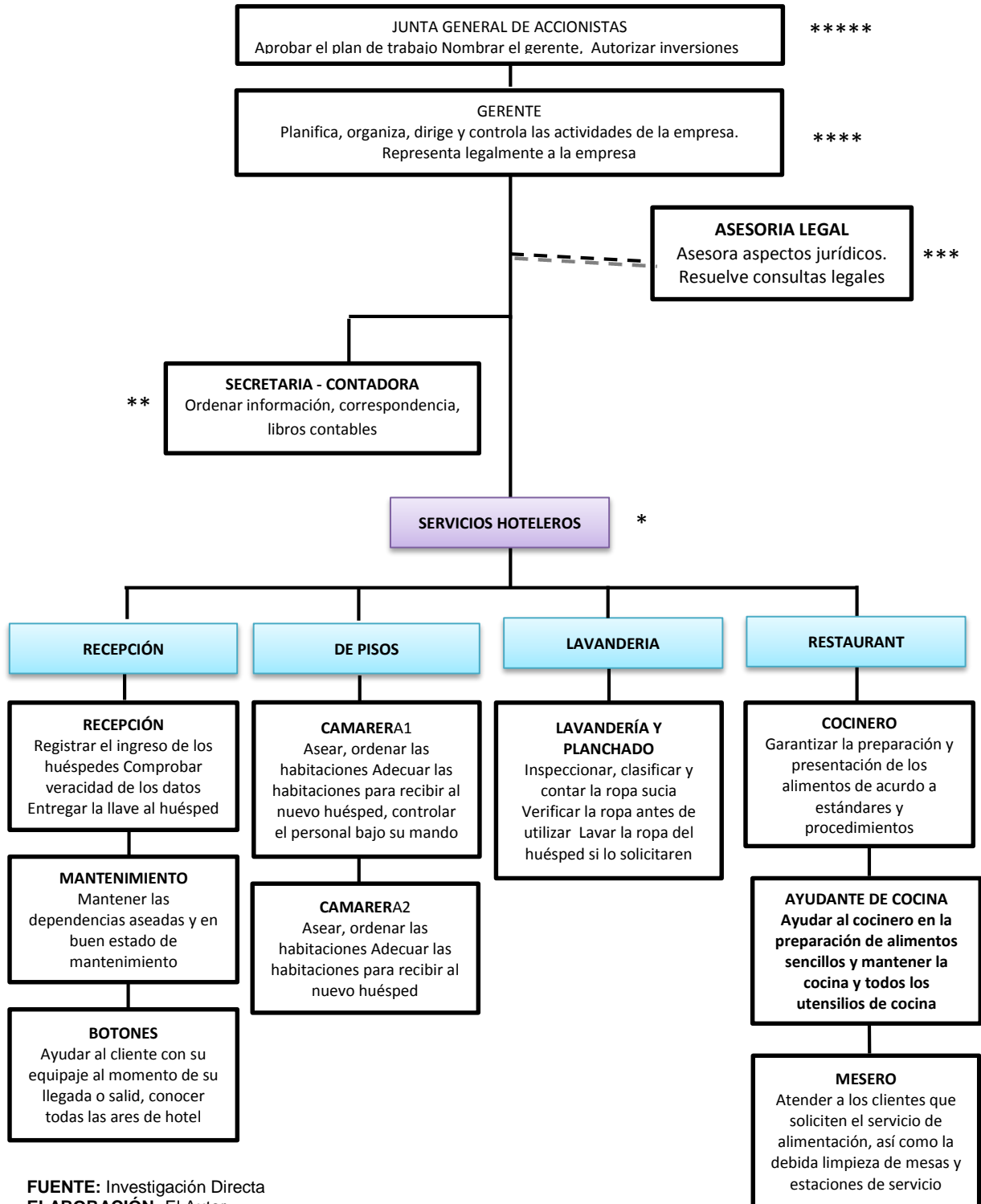
GRÁFICA 40



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: El Autor

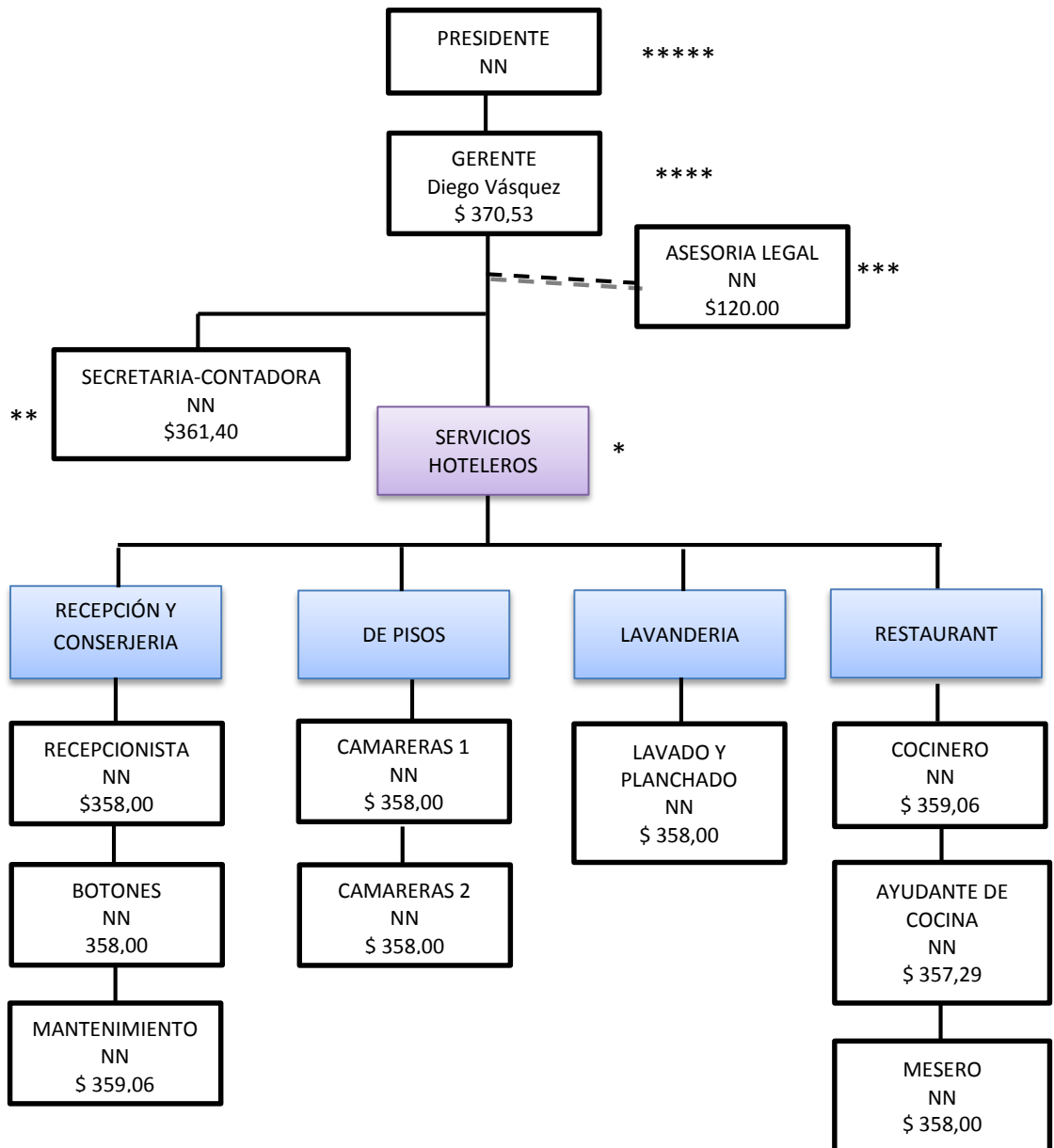
ORGANIGRAMA FUNCIONAL “HOTEL HUILCOPAMBA”

GRÁFICA 41



ORGANIGRAMA POSICIONAL "HOTEL HUILCOPAMBA"

GRÁFICA 42



FUENTE: Investigación Directa
ELABORACIÓN: El Autor

MANUAL DE FUNCIONES

CÓDIGO: 01	NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE	NIVEL JERARQUICO: EJECUTIVO
	SUBORDINADOS: TODO EL PERSONAL	JEFE INMEDIATO: JUNTA DE SOCIOS
NATURALEZA DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> Responsable de la planificación, organización, dirección y control de las actividades de la empresa. Cumplir y hacer cumplir las políticas, leyes, reglamentos y estatutos de la empresa. 		
TAREAS TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none"> Representar legalmente al hotel Huilcopamba. Cumplir con las disposiciones dadas por la junta general de accionistas e informar sobre el desarrollo de la misma. Dirigir y controlar las funciones administrativas del hotel Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal. Autorizar la adquisición de insumos, materiales, víveres, etc. Establecer descuentos y promociones de acuerdo a la temporada y al número de plazas a ocupar. Programar cursos de capacitación y adiestramiento para el personal tendientes en mejorar la atención al cliente. Imponer sanciones disciplinarias al personal de acuerdo a normas, leyes y reglamentos. Las demás atribuciones y deberes previstos en las leyes , reglamentos y estatutos del hotel 		
RELACIONES INTERPERSONALES: Con todas las áreas del hotel Junta General de Accionistas, huéspedes, proveedores.		
REQUISITOS MINIMOS: EDUCACIÓN: Ing. Administración de Empresas o afines EXPERIENCIA MÍNIMA: Tres años en funciones similares CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Análisis Financiero, Planeación Estratégica, Liderazgo, Manejo de Recursos Humanos, Desarrollo Organizacional, Administración de Crédito, Proyectos y Manejar Microsoft Word, PowerPoint, Excel avanzado , Internet, etc. FORTALEZAS PERSONALES: Capacidad de análisis, liderazgo, toma de decisiones, tolerancia, equidad, dinamismo, iniciativa, creatividad, perseverancia, imparcialidad, honestidad, negociación, confiabilidad, excelentes relaciones personales, ética, visión empresarial y flexibilidad.		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Calidad de servicios ofertados, Resultados RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: Estatutos, reglamentos, planes de trabajo, presupuesto, plan operativo, escrituras, bienes, equipos, muebles y enseres entregados. ESFUERZO MENTAL: Permanente ESFUERZO FÍSICO: Bajo SUPERVISIÓN RECIBIDA: Junta General de Accionistas SUPERVISIÓN EJERCIDA: Todas la áreas		
CODIGO: 02	NOMBRE DEL PUESTO: ASESOR LEGAL	NIVEL JERARQUICO: ASESOR
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE JUNTA DE SOCIOS
NATURALEZA DEL PUESTO: <ul style="list-style-type: none"> Planificación, organización, dirección, coordinación, control y ejecución de actividades profesionales de asesoría jurídica 		
TAREAS TÍPICAS: <ul style="list-style-type: none"> Asesorar a los directivos sobre asuntos de carácter legal. Representar conjuntamente con el gerente judicialmente al hotel. Asesorar a los representantes del hotel en materia fiscal, preparando todo tipo de declaraciones y obligaciones fiscales y tributarias Interpretar y emitir opinión respecto a las normas legales para su adecuada aplicación. 		

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Participar cuando sea necesario en reuniones de la junta de accionistas ▪ Organizar, dirigir y ejecutar el análisis de asuntos jurídicos complejos ▪ Defender los intereses del hotel en todo tipo de procedimientos judiciales ▪ Estudiar y resuelve problemas legales relacionados con el hotel, sus contratos, convenios y normas legales ▪ Interviene en negociaciones laborales
<p>RELACIONES INTERPERSONALES: Con el Gerente Con la junta de socios</p>
<p>REQUISITOS MINIMOS: EDUCACIÓN: Título Universitario, Abogado, Doctor en Jurisprudencia. EXPERIENCIA MÍNIMA: 2 años en funciones similares CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Código de Procedimiento Civil, Código de Trabajo, Código Penal, Código de Comercio, Código Tributario, Aplicación de Normas y Procedimientos Legales, Estatuto, Servicio al Cliente, Elaboración de Informes, Políticas, Reglamentos, Estatutos. FORTALEZAS PERSONALES: Capacidad de análisis y síntesis, liderazgo, toma de decisiones, tolerancia, dinamismo, perseverancia, imparcialidad, honestidad, responsabilidad, puntualidad, negociación, excelente relaciones personales, ética y flexibilidad</p>
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE: RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Asegurar el cumplimiento del marco jurídico Documentos de Carácter Legal y Confidencial RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: Estatutos, reglamentos, escrituras. ESFUERZO MENTAL: Considerable ESFUERZO FÍSICO: Moderado. SUPERVISIÓN RECIBIDA: Asamblea General, Gerente SUPERVISIÓN EJERCIDA:</p>

CODIGO: 03	NOMBRE DEL PUESTO: SECRETARIA/CONTADORA	NIVEL JERARQUICO: APOYO
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE
<p>NATURALEZA DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar la asistencia a Gerencia, llevar archivos y comunicaciones ▪ Planificar, organizar, ejecutar y controlar las actividades contables de la empresa bajo el cumplimiento de procedimientos establecidos en la misma con el fin de garantizar el registro correcto y oportuno de las operaciones económicas de la organización, así como el cumplimiento con las disposiciones emitidas por los Organismos de Control 		
<p>TAREAS TÍPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Redactar la correspondencia del hotel ▪ Llevar archivos en orden cronológico ▪ Llevar la contabilidad de la del hotel ▪ Elaborar y revisar las declaraciones tributarias. ▪ Elaborar los estados financieros. ▪ Elaborar roles de pago. ▪ Presentar y firmar los estados financieros al Gerente mensualmente. ▪ Analiza, evalúa y recomienda los cambios que sean necesarios en el sistema de contabilidad , siempre que propendan a mejorar el mismo, cumpliendo con las normas de Contabilidad de General Aceptación 		
<p>RELACIONES INTERPERSONALES: Con el Gerente Auditor interno, auditor externo Organismos de control</p>		

<p>REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título Profesional de Contador EXPERIENCIA MÍNIMA: 2 años en funciones similares. CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Actualización Contable, Elaboración de Balances, Plan de Cuentas, Patrimonio Técnico, Contabilidad de Costos, Presupuesto, Elaboración y Evaluación, Flujo de Caja, Evaluación Financiera, Inversiones, Estadística Financiera, Elaboración de Informes Técnicos, Tributación, Ley de Cooperativas, Legislación Laboral y Manejar Microsoft Word , PowerPoint, Excel avanzado , Internet, .etc. FORTALEZAS PERSONALES: Trabajo a presión, capacidad de análisis, síntesis, toma de decisiones, tolerancia, fluidez verbal, dinamismo, minuciosidad, honestidad, responsabilidad, excelente relaciones personales, ética y flexibilidad.</p>		
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE: RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Por mantener un sistema contable oportuno y al día con los registros de las operaciones económicas, garantizando la aplicación correcta de las normas contables y por tributar oportunamente sin retrasos RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: De reglamentos, manuales, formularios, documentos, archivos contables, información confidencial de la institución y equipos, muebles, enseres entregados ESFUERZO MENTAL: Considerable ESFUERZO FÍSICO: Moderado. SUPERVISIÓN RECIBIDA: Gerencia SUPERVISIÓN EJERCIDA:</p>		
CODIGO: 04	NOMBRE DEL PUESTO: MANTENIMIENTO	NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE, ADMINISTRADOR
<p>NATURALEZA DEL PUESTO:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificar el óptimo funcionamiento de los equipos e instalaciones 		
<p>TAREAS TÍPICAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Información al cliente sobre los servicios ofrecidos por el hotel ▪ Realizar de manera cualificada la dirección, control y seguimiento de las tareas auxiliares de las instalaciones ▪ Dirigir, supervisar, controlar y efectuar el cálculo de costes de las reparaciones, modificaciones y mantenimiento de las instalaciones del hotel ▪ Mantener todas las dependencias totalmente asedadas y en buen funcionamiento ▪ Procurar la rápida solución del desperfecto de equipos, herramientas e instalaciones para su normal funcionamiento. ▪ Informar sobre los requerimientos para cumplir con su trabajo de manera efectiva ▪ Elaborar y hacer ejecutar los programas de adquisición de insumos ▪ Solucionar inquietudes de los clientes 		
<p>RELACIONES INTERPERSONALES: Gerente, recepcionista, lavandería, jefe de operaciones Huéspedes, proveedores</p>		
<p>REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Bachillerato EXPERIENCIA MÍNIMA: Un año en funciones similares CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Atención al cliente, Seguridad en el trabajo, Operación de equipos y aparatos. FORTALEZAS PERSONALES: Trabajo a presión, toma de decisiones, fluidez verbal, dinamismo, responsabilidad, excelente relaciones personales, ética, discreto.</p>		
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE: RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Mantener en buen estado de instalaciones y equipos, así como de herramientas a su cargo RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: Mantener la operatividad de las instalaciones y equipos ESFUERZO MENTAL: Bajo ESFUERZO FÍSICO: Permanente. SUPERVISIÓN RECIBIDA: Gerencia SUPERVISIÓN EJERCIDA:</p>		

CODIGO: 05	NOMBRE DEL PUESTO: RECEPCIONISTA	NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE
NATURALEZA DEL PUESTO:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Satisfacer las necesidades de información que el cliente necesita para utilizar los servicios que presta el hotel 		
TAREAS TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proporcionar información precisa, así como cualquier solicitud del cliente. ▪ Registrar el ingreso de los huéspedes (check-in) ▪ Verificar los datos, llenar la ficha de ingreso(Registro viajero) ▪ Entregar la llave al huésped ▪ Salida de los clientes, facturación y cobro de las mismas(check-out) ▪ Mantener un control de las personas que salen y entran al hotel ▪ Mantener una lista cronológica de acontecimientos relevantes en el libro de Incidencias. ▪ Realizar las partes correspondientes de incidencias para su pronta reparación ▪ Mantener un sistema de información general del estado del hotel ▪ Resolver quejas formales y tratar con los clientes cuestiones que no acrediten la intervención del gerente. 		
RELACIONES INTERPERSONALES:		
<p>Con el gerente y demás áreas</p> <p>Clientes y huéspedes</p>		
REQUISITOS MINIMOS:		
<p>EDUCACIÓN: Lic. En Hotelería y Turismo y afines</p> <p>EXPERIENCIA MÍNIMA: 2 años en funciones similares.</p> <p>CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Atención al cliente, relaciones interpersonales. Procedimientos básicos de telefonía, términos técnicos de hotelería relativos a la recepción, reglas de etiqueta y protocolo. Manejo de pagos en cheques, tarjetas de crédito y efectivo</p> <p>FORTALEZAS PERSONALES: Trabajo a presión, toma de decisiones, tolerancia, fluidez verbal, dinamismo, minuciosidad, honestidad, responsabilidad, excelente relaciones personales, ética y flexibilidad.</p>		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:		
<p>RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Por mantener el sistema de registro de huéspedes, conocimiento del sistema tarifario, atención al cliente.</p> <p>RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: Ingreso de valores por pagos de huéspedes.</p> <p>ESFUERZO MENTAL: Permanente</p> <p>ESFUERZO FÍSICO: Bajo.</p> <p>SUPERVISIÓN RECIBIDA: Gerencia</p> <p>SUPERVISIÓN EJERCIDA: Servicios Generales</p>		

CODIGO: 06	NOMBRE DEL PUESTO: BOTONES	NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: RECEPCIONISTA
NATURALEZA DEL PUESTO:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Amables, cordiales, serviciales para guiar al cliente y satisfacer ciertas necesidades dentro del hotel y realizar gestiones que le ordene el recepcionista 		
TAREAS TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conseguir taxis de confianza cuando el huésped lo solicite ▪ Abrir la puerta de ingreso al hotel de los clientes y/o huéspedes ▪ Ayudar al huésped con el equipaje al momento de su ingreso o salida ▪ Atender llamadas de los huéspedes y/o funcionarios atendiendo su peticiones ▪ Verificar al momento que un cliente se retira si la recepción cuenta con la llave de la habitación en la cual estuvo registrado ▪ Conocer todas las áreas del hotel, su respectiva ubicación y los servicios que ofrecen ▪ Estacionamiento de vehículos a los huéspedes que soliciten este servicio ▪ cada uno de los empleados ▪ Conocimiento de la ciudad y ubicaciones de establecimientos claves que podrían necesitar los huéspedes ▪ Conocimiento de actividades que se realizan en la parroquia ▪ Conocimiento de servicios que ofrece el hotel 		
RELACIONES INTERPERSONALES:		
<p>Con el gerente y demás áreas</p> <p>Clientes y huéspedes</p>		
REQUISITOS MINIMOS:		
<p>EDUCACIÓN: Bachiller</p> <p>EXPERIENCIA MÍNIMA: 2 años en funciones similares.</p> <p>CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Atención al cliente, relaciones interpersonales. Procedimientos básicos de telefonía, términos técnicos de hotelería relativos a la recepción, reglas de etiqueta y protocolo.</p> <p>FORTALEZAS PERSONALES: Trabajo a presión, toma de decisiones, tolerancia, fluidez verbal, dinamismo, minuciosidad, responsabilidad, excelente relaciones personales, flexibilidad.</p>		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:		
<p>RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Por la atención al cliente satisfaciendo las necesidades del mismo dentro del hotel de tal manera de procurar la mejor atención.</p> <p>RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: Equipaje de los huéspedes</p> <p>ESFUERZO MENTAL: Moderado</p> <p>ESFUERZO FÍSICO: Modera.</p> <p>SUPERVISIÓN RECIBIDA: Gerencia, recepcionista</p> <p>SUPERVISIÓN EJERCIDA:</p>		
CODIGO: 07	NOMBRE DEL PUESTO: CAMARERO/A	NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: JEFE DE OPERACIONES
NATURALEZA DEL PUESTO:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener el orden y aseo de las habitaciones e instalaciones del Hotel 		
TAREAS TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adecuar la habitación para recibir al nuevo huésped ▪ Limpiar y ordenar las habitaciones (barrer, aspirar, pulir, limpiar paredes, pisos, muebles, equipos y demás elementos de la habitación, tender camas, cambiar sábanas) 		

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Limpiar y ordenar el cuarto de baño(barrer, lavar, limpiar paredes, pisos, espejo, y demás elementos del cuarto de baño; reponer toallas y otros utensilios) ▪ Verificar el funcionamiento de equipos y otros ▪ Contar, revisar y clasificar ropa ▪ Brindar información requerida por los huéspedes sobre las instalaciones ▪ Cuidar los bienes del hotel ▪ Cuidar de su apariencia
<p>RELACIONES INTERPERSONALES: Con el gerente, recepcionista, lavandería, jefe de operaciones Huéspedes</p>
<p>REQUISITOS MINIMOS: EDUCACIÓN: Bachillerato EXPERIENCIA MÍNIMA: Un año en funciones similares CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Atención al cliente, Técnicas de aseo u limpieza, Seguridad en el trabajo, Operación de equipos y aparatos de uso común en el desempeño de su labor. FORTALEZAS PERSONALES: Trabajo a presión, toma de decisiones, fluidez verbal, dinamismo, minuciosidad, honestidad, responsabilidad, excelente relaciones personales, ética, discreto.</p>
<p>CARACTERÍSTICAS DE CLASE: RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Mantener las habitaciones y demás áreas del hotel en óptimas condiciones de limpieza y orden RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: Buen uso y manejo de equipos y aparatos. Mantener las instalaciones en óptimas condiciones operatividad. ESFUERZO MENTAL: Bajo ESFUERZO FÍSICO: Permanente. SUPERVISIÓN RECIBIDA: Gerencia, Jefe de operaciones SUPERVISIÓN EJERCIDA:</p>

CODIGO: 08	NOMBRE DEL PUESTO: LAVANDERÍA Y PLANCHADO	NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE
NATURALEZA DEL PUESTO:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener el aseo y cuidado de ropa de cama del Hotel (sábanas, cubrecamas, almohadas, toallas, etc.) 		
TAREAS TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Clasificar, contar e inspeccionar toda la ropa sucia, que llegue de los diferentes áreas del hotel ▪ Verificar que la ropa se encuentre en óptimas condiciones, antes de poner en servicio nuevamente ▪ Separar las prendas que presente algún desperfecto para repararlas si es posible, y si no darlas de baja. ▪ Llevar un registro de toda la ropa(ropa que se mantiene en stock, de la entregada a la habitaciones y la que se encuentra en proceso de lavado) ▪ Lavar la ropa de los huéspedes que así lo soliciten y enviarla a recepción para la correspondiente facturación. ▪ Mantener el aseo y presentación de su área de trabajo ▪ Recoger uniformes sucios y entregarlos limpios 		
RELACIONES INTERPERSONALES:		
Con el gerente, recepcionista, camareros Huéspedes		
REQUISITOS MINIMOS:		
EDUCACIÓN: Bachillerato		
EXPERIENCIA MÍNIMA: Un año en funciones similares		
CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Atención al cliente, manejo de aparatos a su cargo		
FORTALEZAS PERSONALES: Trabajo a presión, toma de decisiones, responsabilidad.		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:		
RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Cuidado de la ropa, como de su área de trabajo y maquinaria		
RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: Equipos		
ESFUERZO MENTAL: Bajo		
ESFUERZO FÍSICO: Permanente.		
SUPERVISIÓN RECIBIDA: Gerencia, Jefe de operaciones		
SUPERVISIÓN EJERCIDA:		

CODIGO: 09	NOMBRE DEL PUESTO: COCINERO	NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO
	SUBORDINADOS: AYUDANTE DE COCINA Y MESERO	JEFE INMEDIATO: GERENTE
NATURALEZA DEL PUESTO:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Garantizar la preparación y presentación de los alimentos de acuerdo a los estándares y procedimientos establecidos para su área. 		
TAREAS TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar de manera cualificada, autónoma y responsable, la preparación, aderezo y presentación de platos utilizando las técnicas más idóneas. ▪ Colaborar en los pedidos y conservación de materias primas y productos de uso en la cocina. ▪ Preparar, cocinar y presentar los productos de uso culinario. ▪ Colaborar en el montaje, servicio y desmontaje de bufets. ▪ Revisar los productos para la elaboración de los alimentos. ▪ Revisar y controlar el material de uso en la cocina, comunicando cualquier incidencia al respecto. ▪ Colaborar en la planificación del menú y cartas. ▪ Colaborar en la gestión de costes e inventarios, así como en las compras. ▪ Controlar y cuidar de la conservación y aprovechamiento de los productos puestos a su disposición ▪ Vigilar el control y utilización de los bienes muebles del restaurant. ▪ Revisar la limpieza de objetos de cocina, así como también platos y cubiertos 		
RELACIONES INTERPERSONALES:		
Con el gerente, recepcionista, ayudante de cocina y mesero Huéspedes		
REQUISITOS MÍNIMOS:		
EDUCACIÓN: Técnico en alimentos o a fin.		
EXPERIENCIA MÍNIMA: Un año en funciones similares		
CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Atención al cliente, preparación de alimentos, manejo de aparatos a su cargo		
FORTALEZAS PERSONALES: Trabajo a presión, toma de decisiones, responsabilidad.		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:		
RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Preparación y presentación oportuna de los alimentos, supervisar el personal a su cargo, así como de su área de trabajo y maquinaria.		
RESPONSABILIDAD Y DOCUMENTOS: Equipos y alimentos		
ESFUERZO MENTAL: Medio		
ESFUERZO FÍSICO: Permanente.		
SUPERVISIÓN RECIBIDA: Gerencia, Jefe de operaciones		
SUPERVISIÓN EJERCIDA: Ayudante de cocina y mesero		

CODIGO: 10	NOMBRE DEL PUESTO: AYUDANTE DE COCINA	NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: COCINERO
NATURALEZA DEL PUESTO:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ayudar al cocinero en la preparación de alimentos sencillos y mantener la cocina y todos los utensilios de cocina limpios y ordenados 		
TAREAS TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Colabora con la distribución de raciones ▪ Ayuda en la preparación de alimentos y bebidas ▪ Preparación de frutas, verduras, carnes para su preparación ▪ Mantener limpia la cocina ▪ Lavar la vajilla y cubiertos utilizados por los clientes ▪ Lavar utensilios utilizados en la preparación de los alientos ▪ Desempacar y almacenar alimentos ▪ Controlar existencias e informar ▪ Seguir de forma estricta los procedimientos de higiene, salud y seguridad 		
RELACIONES INTERPERSONALES:		
Con el cocinero, mesero Huéspedes		
REQUISITOS MINIMOS:		
EDUCACIÓN: Bachillerato		
EXPERIENCIA MÍNIMA: Un año en funciones similares		
CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Servicio al cliente, conocimientos básicos de cocina		
FORTALEZAS PERSONALES: Trabajo a presión, toma de decisiones, responsabilidad.		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:		
RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Cuidado de la limpieza de la cocina y alimentos		
RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS: Equipos		
ESFUERZO MENTAL: Bajo		
ESFUERZO FÍSICO: Permanente.		
SUPERVISIÓN RECIBIDA: Gerencia, Cocinero		
SUPERVISIÓN EJERCIDA:		

CODIGO: 11	NOMBRE DEL PUESTO: MESERO	NIVEL JERARQUICO: OPERATIVO
	SUBORDINADOS: NINGUNO	JEFE INMEDIATO: GERENTE
NATURALEZA DEL PUESTO:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantener el aseo y cuidado de ropa de cama del Hotel (sábanas, cubrecamas, almohadas, toallas, etc.) 		
TAREAS TÍPICAS:		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buena presentación ▪ Presentarse al cliente con amabilidad y cortesía. ▪ Manejar los alimentos para servicio del huésped. ▪ Proporcionar al cliente sobre los servicios que presta el hotel ▪ Limpiar mesas, estaciones de servicio, etc. ▪ Responsable en el correcto montaje de mesas ▪ Cambiar mantelería ▪ Tener surtido las estaciones de servicio con lo necesario (Sal, azúcar, cubiertos, etc.) ▪ Conocer y aplicar el sistema para escribir órdenes. ▪ Conocer perfectamente los platillos del menú, el tiempo de elaboración y los ingredientes con que está preparados ▪ Sugerir al cliente aperitivos, cocteles, bebidas después de la comida. ▪ Sugerir especialidades de la casa ▪ Entregar la cuenta y constatar que todos este cargado ▪ Reportar cualquier irregularidad que se presente 		
RELACIONES INTERPERSONALES:		
Con el gerente, cocinero Huéspedes		
REQUISITOS MINIMOS:		
EDUCACIÓN: Bachillerato		
EXPERIENCIA MÍNIMA: Un año en funciones similares		
CAPACITACIÓN REQUERIDA POR EL PUESTO: Atención al cliente, Etiqueta, Preparación de Alimentos		
FORTALEZAS PERSONALES: Trabajo a presión, toma de decisiones, responsabilidad.		
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:		
RESPONSABILIDAD FUNCIONAL: Presentación, personal, como de las mesas		
RESPONSABILIDAD VALORES Y DOCUMENTOS:		
ESFUERZO MENTAL: Bajo		
ESFUERZO FÍSICO: Permanente.		
SUPERVISIÓN RECIBIDA: Gerencia, Jefe de operaciones		
SUPERVISIÓN EJERCIDA:		

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero nos permite determinar en base a los estudios anteriores cuantificar las inversiones y poder determinar un financiamiento en las mejores condiciones posibles para los inversionistas. Todo esto se hace en función a los requerimientos de recursos: talento humano, recursos materiales, necesarios para poder cubrir la capacidad instalada y

prestación del servicio hotelero durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa.

INVERSIONES

En esta parte del estudio nos permite cuantificar el monto total de las inversiones, que está constituido por fondos propios y externos; mismos que se clasifican en: Inversiones en activos fijos o tangibles, activos diferidos o intangibles y capital de trabajo o circulante.

ACTIVOS FIJOS

Son todos los bienes tangibles que pertenecen a la empresa y en este caso ayudan a llevar a cabo la prestación de un servicio, los mismos que varían dentro de un determinado período, para efectos contables los activos fijos están sujetos a depreciaciones.

TERRENO: Constituye el valor del terreno donde se emplazará el hotel.

CUADRO 40

INVERSIÓN TERRENO				
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Terreno en la Parroquia "Vilcabamba"				
	5000	m ²	20	100.000,00
TOTAL	5000			100.000,00
FUENTE: Municipio de Loja				
ELABORADO: El Autor				

CONSTRUCCIÓN: Valor de las construcciones y adecuaciones en el terreno donde se ubicara el hotel.

CUADRO 41

INVERSIÓN EDIFICACIONES				
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD metros cuadrados	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA	370	m ²	200,00	74.000,00
HABITACIONES SIMPLES	255	m ²	200,00	51.000,00
HABITACIONES DOBLES	255	m ²	200,00	51.000,00
HABITACIONES TRIPLES	205	m ²	200,00	41.000,00
HABITACIONES FAMILIARES	205	m ²	200,00	41.000,00
PARQUEADEROS	400	m ²	25,00	10.000,00
JARDINES				12.000,00
TOTAL EDIFICACIONES				280.000,00
FUENTE: Investigación Directa				
ELABORADO: El Autor				

MAQUINARIA Y EQUIPO: Maquinaria y equipo que la empresa requiere para iniciar la prestación del servicio

CUADRO 42

INVERSIÓN EQUIPO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
TV PLASMA 32"	30	350,00	10500,00
EQUIPO WIFI	1	50,00	50,00
TVPLASMA 40"	1	550,00	550,00
CENTRAL TELEFÓNICA	1	800,00	800,00
TELÉFONOS	30	40,00	1200,00
FAX	1	220,00	220,00
MICROONDAS	2	245,00	490,00
PELADORA DE PAPAS	1	420,00	420,00
LICUADORA MULTIUSOS	2	115,00	230,00
EXPRIMIDOR INDUSTRIAL	1	120,00	120,00
LAVADORA DE PLATOS	1	600,00	600,00
BATIDORA	1	60,00	60,00
CONCELADOR	1	620,00	620,00
REFRIGERADOR	1	800,00	800,00
EXTRACTOR DE OLOR	1	220,00	220,00
COCINA INDUSTRIAL	2	500,00	1000,00
LAVADORA	2	680,00	1360,00
CONCELADOR	1	620,00	620,00
SECADORA	1	800,00	800,00
TOTAL EQUIPOS			20.660,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO: El Autor

HERRAMIENTAS: Inversiones que la empresa recurrirá, para la prestación del servicio, mismas que han sido cotizadas en el mercado local.

CUADRO 43

HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
SÁBANAS 2P	20	20,00	400,00
SÁBANAS 1,5P	60	20,00	1200,00
EDREDONES 2P	20	45,00	900,00
EDREDONES 1,5P	60	35,00	2100,00
TOALLAS DE BAÑO	60	8,00	480,00
TOALLAS PARA MANOS	60	4,00	240,00
CORTINAS	30	30,00	900,00
RODAPIES	30	5,00	150,00
ALFOMBRAS PEQUEÑAS	30	30,00	900,00
ALMOHADAS	75	6,00	450,00
COBIJAS	80	20	1600,00
UNIFORMES	20	30	600,00
TOTAL HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS			9520,00
FUENTE: Municipio de Loja			
ELABORADO: El Autor			

VEHÍCULO: Herramienta que estará al servicio de la empresa.

CUADRO 44

INVERSIÓN VEHÍCULO			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
FURGONETA	1	20000,00	20000,00
TOTAL EQUIPOS			20.000,00
FUENTE: Investigación Directa			
ELABORADO: El Autor			

EQUIPO DE COMPUTACIÓN: Considerados como una herramienta de trabajo, el cual servirá para desarrollar las actividades administrativas.

CUADRO 45

INVERSIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMPUTADORAS	2,00	800,00	1600,00
IMPRESORAS MULTIFUNCION	2,00	90,00	180,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			1.780,00
FUENTE: Investigación Directa			
ELABORADO: El Autor			

EQUIPO DE OFICINA: Equipo complementario para que se desarrollen las actividades administrativas con normalidad.

CUADRO 46

INVERSIÓN EQUIPOS DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
SUMADORA	2	40,00	80,00
CALCULADORA	2	15,00	30,00
TELÉFONOS	5	40,00	200,00
GRAPADORA	2	5,00	10,00
PERFORADORA	2	5,00	10,00
FAX	1	160	160,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			490,00
FUENTE: Investigación Directa			
ELABORADO: El Autor			

MUEBLES Y ENSERES: Mobiliario destinado a las diferentes dependencias y habitaciones, para el desarrollo de las actividades administrativas y la prestación del servicio que ofrece el hotel.

CUADRO 47

INVERSIÓN MUEBLES Y ENSERES			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
CAMA DE 2P	15	200,00	3000,00
CAMA DE 1,5P	45	150,00	6750,00
COLCHONES 2P	15	180,00	2700,00
COLCHONES 1,5P	45	220,00	9900,00
MESA Y SILLA DORMITORIO	30	120,00	3600,00
ARMARIOS	30	180,00	5400,00
VELADORES	50	80,00	4000,00
LAMPARAS	50	30,00	1500,00
ESCRITORIO GERENTE	1	250,00	250,00
ARCHIVADORES	4	70,00	280,00
JUEGOS DE MESA Y 4 SILLAS	14	240,00	3360,00
ESCRITORIO CONTADOR	1	200,00	200,00
TACHOS PARA BASURA	40	3,50	140,00
ESCRITORIO SERVICIOS	1	150,00	150,00
JUEGO DE MUEBLES RECEPCIÓN	1	400,00	400,00
MESAS DE TRABAJO	5	40,00	200,00
MANTELES CUADRADOS	20	12,00	240,00
CUBRE MANTELES	20	8,00	160,00
SERVILLETAS DE TELA	64	1,00	64,00
COPA DE VINO	64	1,15	73,60
COPA DE AGUA	64	1,00	64,00
COPA DE CHAMPAGNE	64	1,15	73,60
VASOS	64	0,80	51,20
PLATO PRINCIPAL	64	2,50	160,00
PLATO SOPERO	64	2,00	128,00
PLATO DE POSTRE	64	1,50	96,00
PLATOS DE PAN	20	3,50	70,00
PLATOS DE TAZA	64	1,00	64,00
TAZAS DE CAFÉ	64	2,00	128,00
JUEGO DE CUBIERTOS	64	5,00	320,00
REPISAS PARA PLATOS Y VASOS	4	20,00	80,00
OLLAS DE ALUMINO CON TAPA	10	22,00	220,00
CASEROLAS CON TAPA	6	16,00	96,00
SARTEN DE TEFLON	4	25,00	100,00
CERNIDOR	4	2,50	10,00
CUCHARETAS	4	3,00	12,00
CUCHARONES	4	4,00	16,00
ESPATULAS	4	2,50	10,00
JUEGO DE CUCHARAS MEDIDORA	1	7,00	7,00
TABLAS PARA PICAR	4	10,00	40,00
SET DE CUCHILLOS	1	15,00	15,00
BANDEJAS	4	10,00	40,00
JARRAS CAFETERAS	4	15,00	60,00
SALEROS	14	2,50	35,00
COPAS PARA HELADO	64	2,00	128,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			44391,40
FUENTE: Investigación Directa			
ELABORADO: El Autor			

CUADRO 48

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
VEHÍCULO	20.000,00
TERRENO	100.000,00
EDIFICACIONES	280.000,00
EQUIPO	20.660,00
HERRAMIENTAS	9.520,00
MUEBLES Y ENSERES	44.391,40
EQUIPOS DE OFICINA	490,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.780,00
IMPREVISTOS (5%)	23.842,07
TOTAL ACTIVOS FIJOS	500.683,47
FUENTE: CUADROS DEL 40 AL 47	
ELABORADO: El Autor	

ACTIVOS INTANGIBLES O DIFERIDOS.

Gastos incurridos por la empresa que no son recuperables, estos gastos se efectúan al constituir la empresa, mismos que pueden ser amortizados. Al ser considerados dentro del estudio financiero de un proyecto, es necesario realizar el presupuesto.

CUADRO 49

ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
ELABORACIÓN DEL ESTUDIO	800,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	300,00
ESTUDIO ARQUITECTÓNICO	500,00
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	400,00
PERMISO DE CONSTRUCCIÓN	600,00
ORGANIZACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	300,00
IMPREVISTOS (5%)	145,00
TOTAL DE ACTIVO DIFERIDO	3.045,00
FUENTE: Investigación Directa	
ELABORADO: El Autor	

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Se considera a aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, recursos que deben estar disponibles para poder cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, etc.; que hagan posible laborar durante un periodo de tiempo determinado.

COSTO PRIMO

Lo constituyen los costos de materia prima directa y la mano de obra directa que intervienen en el proceso de producción.

MATERIA PRIMA DIRECTA: Materiales y suministros para poder ofrecer el servicio de hospedaje.

CUADRO 50

INVERSIÓN MATERIA PRIMA DIRECTA				
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	%VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
JABON PERSONAL	23350	Unidad	0,15	3502,50
SHAMPOO	23350	Unidad	0,15	3502,50
PAPEL HIGIENICO	7783	Unidad	0,25	1945,75
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA				8950,75
FUENTE: Investigación Directa				
ELABORADO: El Autor				

MANO DE OBRA DIRECTA: Trabajo que la empresa contrata para la prestación del servicio.

CUADRO 51

PRESUPUESTO MANO DE OBRA DIRECTA																	
N°	CARGO	REMUNERACIONES			DESCUENTOS				PROVISIONES SOCIALES						LIQUIDO A PAGAR	TOTAL REMUNERACIÓN	TOTAL ANUALIZADO
		Sueldo Básico	Horas Extras	Total	Aporte Personal	Anticipos	Otros	Total	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total			
1	RECEPCIONISTA	358,00		358,00	33,83			33,83	43,50	29,83	29,83	29,50	14,92	147,58	324,17	505,58	6.066,96
2	MANTENIMIENTO	359,06		359,06	33,93			33,93	43,63	29,92	29,50	29,50	14,96	147,51	325,13	506,57	6.078,82
3	BOTONES	358,00		358,00	33,83			33,83	43,50	29,83	29,50	29,50	14,92	147,25	324,17	505,25	6.062,96
4	CAMARERA 1	358,00		358,00	33,83			33,83	43,50	29,83	29,50	29,50	14,92	147,25	324,17	505,25	6.062,96
5	CAMARERA 2	358,00		358,00	33,83			33,83	43,50	29,83	29,50	29,50	14,92	147,25	324,17	505,25	6.062,96
6	COCINERO	359,06		359,06	33,93			33,93	43,63	29,92	29,50	29,50	14,96	147,51	325,13	506,57	6.078,82
7	AYUDANTE DE COCINA	357,29		357,29	33,76			33,76	43,41	29,77	29,50	29,50	14,89	147,07	323,53	504,36	6.052,34
8	MESERO	358,00		358,00	33,83			33,83	43,50	29,83	29,50	29,50	14,92	147,25	324,17	505,25	6.062,96
9	LAVADO Y PLANCHADO	358,00		358,00	33,83			33,83	43,50	29,83	29,50	29,50	14,92	147,25	324,17	505,25	6.062,96
FUENTE: Ministerios de Relaciones Laborales (Salarios Mínimos Sectoriales 2015)															TOTAL:	54.591,77	
ELABORADO: El Autor																	

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Costos que no se relacionan directamente con la prestación del servicio, pero forman parte importante de los costos para llevar a cabo la prestación del servicio.

COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y REPUESTOS: Costos necesarios para la operatividad y buen funcionamiento del vehículo.

CUADRO 52

PRESUPUESTO COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y REPUESTOS				
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR ANUALIZADO
GASOLINA	80	gl.	2,18	174,40
ACEITE	1	gl	3,00	3,00
REPUESTOS	1	UNIDAD	100,00	1.200,00
TOTAL DE COMBUSTIBLES, LUBRICANTES Y REPUESTOS				1.377,40

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO: El Autor

MANTENIMIENTO: Costo necesario para mantener en buen estado de funcionamiento al hotel, como a los equipos necesarios para la prestación del servicio.

CUADRO 53

PRESUPUESTO MANTENIMIENTO DE EDIFICACIONES				
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR ANUALIZADO
PINTURA	36	gl.	4,50	162,00
TRABAJOS DE ALBAÑILERÍA	20	m ²	3,00	60,00
TRABAJOS DE PLOMERÍA	1	UNIDAD	20,00	240,00
TOTAL MANTENIMIENTO EDIFICACIONES E INSTALACIONES				462,00

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO: El Autor

CUADRO 54

PRESUPUESTO MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA				
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR ANUALIZADO
MANTENIMIENTO	12	meses	40	480,00
TOTAL MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA				480,00
FUENTE: Investigación Directa				
ELABORADO: El Autor				

CUADRO 55

TOTAL DE PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO	
DETALLE	TOTAL ANUALIZADO
EDIFICIOS	462,00
MAQUINARIA	480,00
TOTAL DE INVERSIÓN	942,00
FUENTE: CUADROS 51 y 52	
ELABORADO: El Autor	

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos contraídos para la supervisión y administración de la empresa hotelera.

SUELDOS ADMINISTRATIVOS: Son los pagos que se realiza para retribuir el trabajo ordinario y extraordinario de los empleados administrativos por el cumplimiento de las funciones.

CUADRO 56

GASTOS ADMINISTRATIVOS																	
N°	CARGO	REMUNERACIONES			DESCUENTOS				PROVISIONES SOCIALES						LIQUIDO A PAGAR	TOTAL REMUNERACIÓN	TOTAL ANUALIZADO
		Sueldo Basico	Horas Extras	Total	Aporte Personal	Anticipos	Otros	Total	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total			
1	GERENTE	370,53		370,53	35,02			35,02	45,02	30,88	28,38	30,88	15,44	150,59	335,51	521,12	6.253,45
2	SECRETARIA/CONTADORA	361,40		361,40	34,15			34,15	43,91	30,12	28,38	30,12	15,06	147,58	327,25	508,98	6.107,75
FUENTE: Ministerios de Relaciones Laborales (Salarios Mínimos Sectoriales 2015)															TOTAL:	6.107,75	
ELABORADO: El Autor																	

CUADRO 57

PERSONAL ADMINISTRATIVO ASESOR LEGAL		
ESPECIFICACION	COSTO TRIMESTRAL	COSTO ANUAL
Servicios Profesionales	120	480
FUENTE: Investigación Directa		
ELABORADO: El Autor		

SERVICIOS BÁSICOS: Costos incurridos por el pago de los servicios como: agua, luz, teléfono, Tv cable e Internet.

CUADRO 58

PRESUPUESTO SERVICIOS BÁSICOS					
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUALIZADO
ENERGÍA ELÉCTRICA	3200	Kw	0,09	297,60	3.571,20
AGUA	400	m3	0,16	64,00	768,00
TELÉFONO	400	min	0,10	40,00	480,00
INTERNET	1	UNIDAD	65,00	65,00	780,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS					5.599,20

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO: El Autor

MATERIALES DE OFICINA: Costos incurridos en la adquisición de materiales para llevar a cabo la tarea administrativa.

CUADRO 59

UTILES DE OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RESMAS DE PAPEL BOND	5	3,50	17,50
CARPETAS	20	0,17	3,40
CORRECTORES	4	1,00	4,00
ESFEROS	24	0,25	6,00
CAJA DE CLIPS	2	2,50	5,00
CAJA DE GRAPAS	2	5,00	10,00
LAPICES	12	0,15	1,80
BORRADOR	5	0,15	0,75
REGLAS	2	0,50	1,00
VARIOS	1	60,00	60,00
TOTAL UTILES DE OFICINA			109,45
FUENTE: Investigación Directa			
ELABORADO: El Autor			

ÚTILES DE ASEO: Costos incurridos en la adquisición de materiales para el aseo en general del hotel.

CUADRO 60

UTILES DE ASEO				
DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
DESINFECTANTE	12	Galón	4,00	48,00
ESCOBAS	36	Unidad	2,50	90,00
TRAPEADORES	36	Unidad	3,00	108,00
BASUREROS	40	Unidad	5,00	200,00
RECOGEDORES	12	Unidad	2,00	24,00
JABONES	30	Unidad	1,50	45,00
PAPEL DE BAÑO	24	Paquete	7,00	168,00
DETERGENTE	12	Funda	2,00	24,00
TOTAL UTILES DE ASEO				707,00
FUENTE: Investigación Directa				
ELABORADO: El Autor				

GASTOS DE VENTAS

Costos que incurre la empresa para promocionar el servicio de alojamiento que ofrece.

PUBLICIDAD: Inversión realizada por la empresa para generar publicidad del servicio que presta a través de medios de comunicación con el objetivo de incentivar al público a la utilización del servicio.

CUADRO 61

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD		
DETALLE	CANTIDAD	VALOR TOTAL
TRIPTICOS	1000,00	220,00
DISEÑO DE PÁG WEB	1,00	250,00
TOTAL PUBLICIDAD		470,00
FUENTE: Investigación Directa		
ELABORADO: El Autor		

Resumen de activos circulante.

CUADRO 62

ACTIVOS CIRCULANTE o CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
MATERIA PRIMA DIRECTA	44.538,75
MANO DE OBRA DIRECTA	54.591,77
PERSONAL ADMINISTRATIVO	6.587,75
SERVICIOS BÁSICOS	5.599,20
PUBLICIDAD	470,00
MANTENIMIENTO EDIFICACIONES	462,00
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	480,00
COMBUSTIBLE, LUBRICANTES Y REPUESTOS	1.377,40
ÚTILES DE ASEO	707,00
ÚTILES DE OFICINA	109,45
IMPREVISTOS	5.746,17
TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE	120.669,48
FUENTE: Cuadros del 50 al 61	
ELABORADO: El Autor	

INVERSIONES

En la implementación del hotel se ha incurrido en varias inversiones, mismas que fueron estimadas a través de presupuestos, previa cotización de equipos, herramientas, etc. Necesarios para el funcionamiento del mismo.

RESUMEN DE LAS INVERSIONES

CUADRO 63

INVERSIÓN TOTAL		
DENOMINACIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
ACTIVO FIJO		500.683,47
TERRENO	100000,00	
EDIFICACIONES	280000,00	
EQUIPO	20660,00	
HERRAMIENTAS	9520,00	
MUEBLES Y ENSERES	44391,40	
EQUIPO DE OFICINA	160,00	
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1780,00	
VEHÍCULO	20000,00	
IMPREVISTOS (5%)	23842,07	
ACTIVO DIFERIDO		3.045,00
ELABORACIÓN DEL ESTUDIO	800,00	
GASTO DE CONSTITUCIÓN	300,00	
ESTUDIOS ARQUITECTÓNICOS	500,00	
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	400,00	
PERMISO DE CONSTRUCCIÓN	600,00	
ORGANIZACIÓN Y PUESTA EN MARCHA	300,00	
IMPREVISTOS (5%)	145,00	
ACTIVO CIRCULANTE		120.669,48
MATERIA PRIMA DIRECTA	44538,75	
MANO DE OBRA DIRECTA	54591,77	
PERSONAL ADMINISTRATIVO	6587,75	
SERVICIOS BÁSICOS	5599,2	
PUBLICIDAD	470	
MANTENIMIENTO EDIFICACIONES	462	
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	480	
COMBUSTIBLE, LUBRICANTES Y REPUESTOS	1377,4	
ÚTILES DE ASEO	707	
ÚTILES DE OFICINA	109,45	
IMPREVISTOS	5746,17	
TOTAL DE LA INVERSIÓN		624.397,95
FUENTE: Cuadros 48, 49 y 62		
ELABORADO: El Autor		

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

a. FUENTES INTERNAS

El 51,95% del total de la inversión que corresponde a 324.305,74 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

b. FUENTES EXTERNAS

Se solicitó un préstamo a la Corporación Financiera Nacional, ya que es el organismo que otorga créditos a largo plazo y con intereses más bajos.

El crédito será de \$300.000 a 10 años plazo amortizado trimestralmente, al 10% de interés anual con el objeto de financiar la adquisición de: terreno, maquinaria, muebles y las adecuaciones y constituye el 50,13% de la inversión total.

CUADRO 64

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
DETALLE	VALOR	% DE FINANCIAMIENTO
FUENTE INTERNA	324.397,95	51,95%
FUENTE EXTERNA	300.000,00	48,05%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	624.397,95	100%
FUENTE: Investigación Directa		
ELABORADO: El Autor		

La tabla de amortización para el pago del préstamo sería la siguiente:

CUADRO 65

PRESTAMO No.						
Nombre del Cliente: HOTEL HUILCOPAMBA						
Capital: 300.000,00						
Interes: 10,00						
No. Cuotas 40 PLAZO: 10 AÑOS						
Fecha 08/06/2015 PAGOS TRIMESTRALES						
Cuota No.	Fecha de Pago	Deuda	Capital	% Interes Anual	Valor x Interes	Total x Pagar
1	8/ 9 / 2015	300.000,00	7.500,00	10,00	7500,00	15.000,00
2	8/ 12 / 2015	292.500,00	7.500,00	10,00	7312,50	14.812,50
3	8/ 1 / 2016	285.000,00	7.500,00	10,00	7125,00	14.625,00
4	8/ 4 / 2016	277.500,00	7.500,00	10,00	6937,50	14.437,50
5	8/ 7 / 2016	270.000,00	7.500,00	10,00	6750,00	14.250,00
6	8/ 10 / 2016	262.500,00	7.500,00	10,00	6562,50	14.062,50
7	8/ 1 / 2017	255.000,00	7.500,00	10,00	6375,00	13.875,00
8	8/ 4 / 2017	247.500,00	7.500,00	10,00	6187,50	13.687,50
9	8/ 7 / 2017	240.000,00	7.500,00	10,00	6000,00	13.500,00
10	8/ 10 / 2017	232.500,00	7.500,00	10,00	5812,50	13.312,50
11	8/ 1 / 2018	225.000,00	7.500,00	10,00	5625,00	13.125,00
12	8/ 4 / 2018	217.500,00	7.500,00	10,00	5437,50	12.937,50
13	8/ 7 / 2018	210.000,00	7.500,00	10,00	5250,00	12.750,00
14	8/ 10 / 2018	202.500,00	7.500,00	10,00	5062,50	12.562,50
15	8/ 1 / 2019	195.000,00	7.500,00	10,00	4875,00	12.375,00
16	8/ 4 / 2019	187.500,00	7.500,00	10,00	4687,50	12.187,50
17	8/ 7 / 2019	180.000,00	7.500,00	10,00	4500,00	12.000,00
18	8/ 10 / 2019	172.500,00	7.500,00	10,00	4312,50	11.812,50
19	8/ 1 / 2020	165.000,00	7.500,00	10,00	4125,00	11.625,00
20	8/ 4 / 2020	157.500,00	7.500,00	10,00	3937,50	11.437,50
21	8/ 7 / 2020	150.000,00	7.500,00	10,00	3750,00	11.250,00
22	8/ 10 / 2020	142.500,00	7.500,00	10,00	3562,50	11.062,50
23	8/ 1 / 2021	135.000,00	7.500,00	10,00	3375,00	10.875,00
24	8/ 4 / 2021	127.500,00	7.500,00	10,00	3187,50	10.687,50
25	8/ 7 / 2021	120.000,00	7.500,00	10,00	3000,00	10.500,00
26	8/ 10 / 2021	112.500,00	7.500,00	10,00	2812,50	10.312,50
27	8/ 1 / 2022	105.000,00	7.500,00	10,00	2625,00	10.125,00
28	8/ 4 / 2022	97.500,00	7.500,00	10,00	2437,50	9.937,50
29	8/ 7 / 2022	90.000,00	7.500,00	10,00	2250,00	9.750,00
30	8/ 10 / 2022	82.500,00	7.500,00	10,00	2062,50	9.562,50
31	8/ 1 / 2023	75.000,00	7.500,00	10,00	1875,00	9.375,00
32	8/ 4 / 2023	67.500,00	7.500,00	10,00	1687,50	9.187,50
33	8/ 7 / 2023	60.000,00	7.500,00	10,00	1500,00	9.000,00
34	8/ 10 / 2023	52.500,00	7.500,00	10,00	1312,50	8.812,50
35	8/ 1 / 2024	45.000,00	7.500,00	10,00	1125,00	8.625,00
36	8/ 4 / 2024	37.500,00	7.500,00	10,00	937,50	8.437,50
37	8/ 7 / 2024	30.000,00	7.500,00	10,00	750,00	8.250,00
38	8/ 10 / 2024	22.500,00	7.500,00	10,00	562,50	8.062,50
39	8/ 1 / 2025	15.000,00	7.500,00	10,00	375,00	7.875,00
40	8/ 4 / 2025	7.500,00	7.500,00	10,00	187,50	7.687,50
		TOTALES	300.000,00		153.750,00	453.750,00
FUENTE: Cuadro 61						
ELABORADO: El Autor						

DEPRECIACIONES

Los bienes utilizados tienen una disminución periódica de su valor de un bien material con el paso del tiempo pierden su valor, por lo que es necesario prever este desgaste.

CUADRO 66

RESUMEN DEPRECIACIONES				
DENOMINACIÓN	VALOR ACTIVO	VIDA UTIL EN AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR RESIDUAL
VEHÍCULO	20.000,00	10	1800,00	2000,00
EDIFICACIONES	280.000,00	20	13300,00	14000,00
EQUIPO	20.660,00	10	1859,40	2066,00
HERRAMIENTAS	9.520,00	10	856,80	952,00
MUEBLES Y ENSERES	44.391,40	10	3995,23	4.439,14
EQUIPOS DE OFICINA	490,00	10	44,10	49,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.780,00	3	397,53	587,40
TOTAL DE LA INVERSIÓN	376.841,40		22.253	24.093,54
FUENTE: Cuadros del 41 al 47				
ELABORADO: El Autor				

Los equipos de cómputo se deprecian en 3 años, se debe al cuarto y séptimo año efectuar una reinversión en este rubro y depreciar nuevamente para 3 años.

AMORTIZACIONES

CUADRO 67

AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS										
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	PERIODO									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
3.045,00	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50
FUENTE: Cuadro N° 49										
ELABORADO: El Autor										

PRESUPUESTO DE COSTOS

CUADRO 68

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTO PRIMO										
Materia Prima Directa	44.538,75	46.173,32	47.867,88	49.624,63	51.445,86	53.333,92	55.291,28	57.320,47	59.424,13	61.604,99
Mano de Obra Directa	54.591,77	56.595,28	58.672,33	60.825,61	63.057,91	65.372,13	67.771,29	70.258,49	72.836,98	75.510,10
TOTAL DEL COSTO PRIMO	99.130,52	102.768,61	106.540,21	110.450,24	114.503,76	118.706,05	123.062,56	127.578,96	132.261,11	137.115,09
COSTO GENERALES										
Depreciación de Edificaciones	13.300,00	13.300,00	13.300,00	13.300,00	13.300,00	13.300,00	13.300,00	13.300,00	13.300,00	13.300,00
Depreciación de Herramienta	856,80	856,80	856,80	856,80	856,80	856,80	856,80	856,80	856,80	856,80
Depreciación de Equipo	1.859,40	1.859,40	1.859,40	1.859,40	1.859,40	1.859,40	1.859,40	1.859,40	1.859,40	1.859,40
Depreciación de Muebles y Enseres	3.995,23	3.995,23	3.995,23	3.995,23	3.995,23	3.995,23	3.995,23	3.995,23	3.995,23	3.995,23
Mantenimiento	942,00	976,57	1.012,41	1.049,57	1.088,09	1.128,02	1.169,42	1.212,33	1.256,83	1.302,95
Útiles de Aseo	707,00	732,95	759,85	787,73	816,64	846,61	877,68	909,89	943,29	977,91
Servicios Básicos	5.599,20	5.804,69	6.017,72	6.238,57	6.467,53	6.704,89	6.950,96	7.206,06	7.470,52	7.744,69
TOTAL COSTOS GENERALES	27.259,63	27.525,63	27.801,41	28.087,30	28.383,68	28.690,95	29.009,48	29.339,71	29.682,06	30.036,97
GASTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVOS										
Sueldos de Administración	6.587,75	6.829,52	7.080,17	7.340,01	7.609,39	7.888,65	8.178,16	8.478,30	8.789,46	9.112,03
Depreciación de Equipo de Oficina	44,10	44,10	44,10	44,10	44,10	44,10	44,10	44,10	44,10	44,10
Depreciación de Equipo de Computación	397,53	397,53	397,53	412,12	412,12	412,12	425,14	425,14	425,14	452,22
Depreciación de Vehículo	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Combustibles y Lubricantes	1.377,40	1.427,95	1.480,36	1.534,69	1.591,01	1.649,40	1.709,93	1.772,69	1.837,74	1.905,19
Útiles de Oficina	109,45	113,47	117,63	121,95	126,42	131,06	135,87	140,86	146,03	151,39
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	10.316,23	10.612,57	10.919,79	11.252,86	11.583,04	11.925,33	12.293,21	12.661,09	13.042,47	13.464,93
VENTAS										
Publicidad y propaganda	470,00	487,25	505,13	523,67	542,89	562,81	583,47	604,88	627,08	650,09
TOTAL GASTO DE VENTAS	470,00	487,25	505,13	523,67	542,89	562,81	583,47	604,88	627,08	650,09
ACTIVO DIFERIDO										
ACTIVO DIFERIDO	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50	304,50
FINANCIEROS										
Intereses por préstamo	28.875,00	25.875,00	22.875,00	19.875,00	16.875,00	13.875,00	10.875,00	7.875,00	4.875,00	1.875,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	28.875,00	25.875,00	22.875,00	19.875,00	16.875,00	13.875,00	10.875,00	7.875,00	4.875,00	1.875,00
Imprevistos 5%	8.317,79	8.378,68	8.447,30	8.524,68	8.609,64	8.703,23	8.806,41	8.918,21	9.039,61	9.172,33
TOTAL COSTOS Y GASTOS	174.673,67	175.952,24	177.393,34	179.018,25	180.802,52	182.767,88	184.934,64	187.282,35	189.831,83	192.618,92
FUENTE: Cuadros del 40 al 63										
ELABORADO: El Autor										

INGRESOS TOTALES

Los ingresos son producto de la prestación del servicio de hospedaje, con un margen de utilidad del 55% en función de la competencia, costos y demanda, los mismos que serán proyectados para la ida útil del proyecto.

$$P V = \text{Costo Unitario} + MU$$

$$\text{Costo Unitario} = \text{Costo Total} / \text{Nro. de servicios}$$

$$C.U. = C.T. / \text{Nro. S.}$$

$$C.U. = 174.673,67 / 23.269$$

$$C.U. = 6,86$$

$$P.U.HOSP. = C.U. + M.U.$$

$$P.U.HOSP. = 6,86 + 55\%$$

$$P.U.HOSP. = 19,63$$

CUADRO 69

PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS									
AÑOS	NÚMERO DE PLAZAS AL AÑO	COSTO TOTAL	COSTO X PLAZA	% DE UTILIDAD	UTILIDAD	PRECIO POR PLAZA	INGRESOS POR HABITACION	INGRESOS POR RESTAURANT	INGRESOS TOTALES
1	25.459	174.673,67	6,86	55%	3,77	10,63	270.744,19	93885,00	364.629,19
2	25.459	175.952,24	6,91	55%	3,80	10,71	272.725,97	97330,58	370.056,55
3	25.459	177.393,34	6,97	55%	3,83	10,80	274.959,68	100902,61	375.862,29
4	25.459	179.018,25	7,03	55%	3,87	10,90	277.478,29	104605,74	382.084,03
5	25.459	180.802,52	7,10	55%	3,91	11,01	280.243,91	108444,77	388.688,67
6	25.459	182.767,88	7,18	55%	3,95	11,13	283.290,21	112424,69	395.714,90
7	25.459	184.934,64	7,26	55%	4,00	11,26	286.648,69	116550,68	403.199,37
8	25.459	187.282,35	7,36	55%	4,05	11,40	290.287,64	120828,09	411.115,73
9	25.459	189.831,83	7,46	55%	4,10	11,56	294.239,34	125262,48	419.501,82
10	25.459	192.618,92	7,57	55%	4,16	11,73	298.559,32	129859,61	428.418,93
FUENTE: Cuadros 36, 68									
ELABORADO: El Autor									

CUADRO 70

PRESUPUESTO OPERATIVO										
DENOMINACIÓN	PERIODO									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
MATERIA PRIMA DIRECTA	44.538,75	46.173,32	47.867,88	49.624,63	51.445,86	53.333,92	55.291,28	57.320,47	59.424,13	61.604,99
MANO DE OBRA DIRECTA	54.591,77	56.595,28	58.672,33	60.825,61	63.057,91	65.372,13	67.771,29	70.258,49	72.836,98	75.510,10
MANO DE OBRA INDIRECTA	6.587,75	6.829,52	7.080,17	7.340,01	7.609,39	7.888,65	8.178,16	8.478,30	8.789,46	9.112,03
SERVICIOS BASICOS	5.599,20	5.804,69	6.017,72	6.238,57	6.467,53	6.704,89	6.950,96	7.206,06	7.470,52	7.744,69
PUBLICIDAD	470,00	487,25	505,13	523,67	650,09	562,81	583,47	604,88	627,08	650,09
MANTENIMIENTO DE EDIFICACIONES	462,00	478,96	496,53	514,76	533,65	553,23	573,54	594,58	616,41	639,03
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44	574,79	595,88	617,75	640,42	663,93
COMBUSTIBLE, LUBRICANTES Y REPUESTOS	1.377,40	1.427,95	1.480,36	1.534,69	1.591,01	1.649,40	1.709,93	1.772,69	1.837,74	1.905,19
ÚTILES DE ASEO	707,00	732,95	759,85	787,73	816,64	846,61	877,68	909,89	943,64	977,91
ÚTILES DE OFICINA	109,45	113,47	117,63	121,95	126,42	131,06	135,87	140,86	146,03	151,39
IMPREVISTOS (5%)	5.746,17	5.957,05	6.175,67	6.402,32	6.642,65	6.880,87	7.133,40	7.395,20	7.660,27	7.947,97
TOTAL	120.669,48	125.098,05	129.689,15	134.448,74	139.495,58	144.498,37	149.801,46	155.299,17	160.865,68	166.907,30

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de operaciones en el que los egresos son iguales en importe a sus correspondientes gastos y costos, en consecuencia no tener ni utilidades ni pérdidas, es decir el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a tener utilidades.

Análisis del Punto de Equilibrio

Año 1

Cálculo matemático

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE}} * 100$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

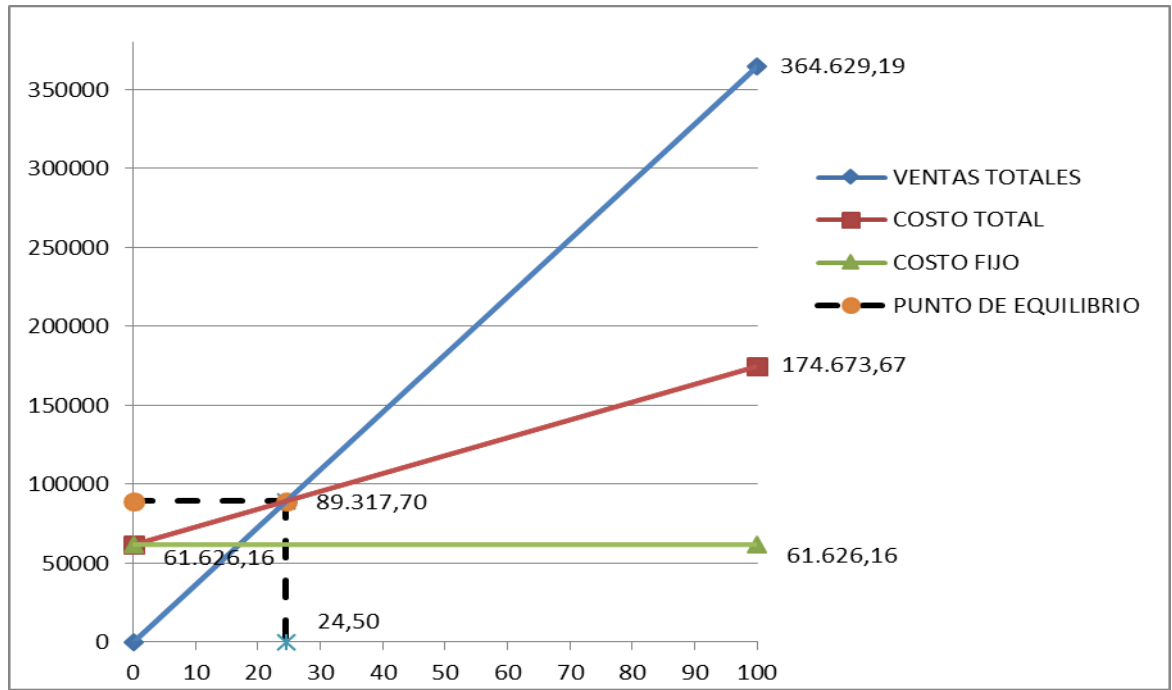
$$P.E = \frac{C.F.}{1 - \left(\frac{C.V.}{V.T.}\right)}$$

CALCULOS:	CF	CV	VT
	61.626,16	113.047,51	364.629,19
PE VENTAS:	89.317,70		
PE CAPACIDAD INST:	24,50	%	

Gráficamente

Punto de Equilibrio Año 1

GRÁFICA 43



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

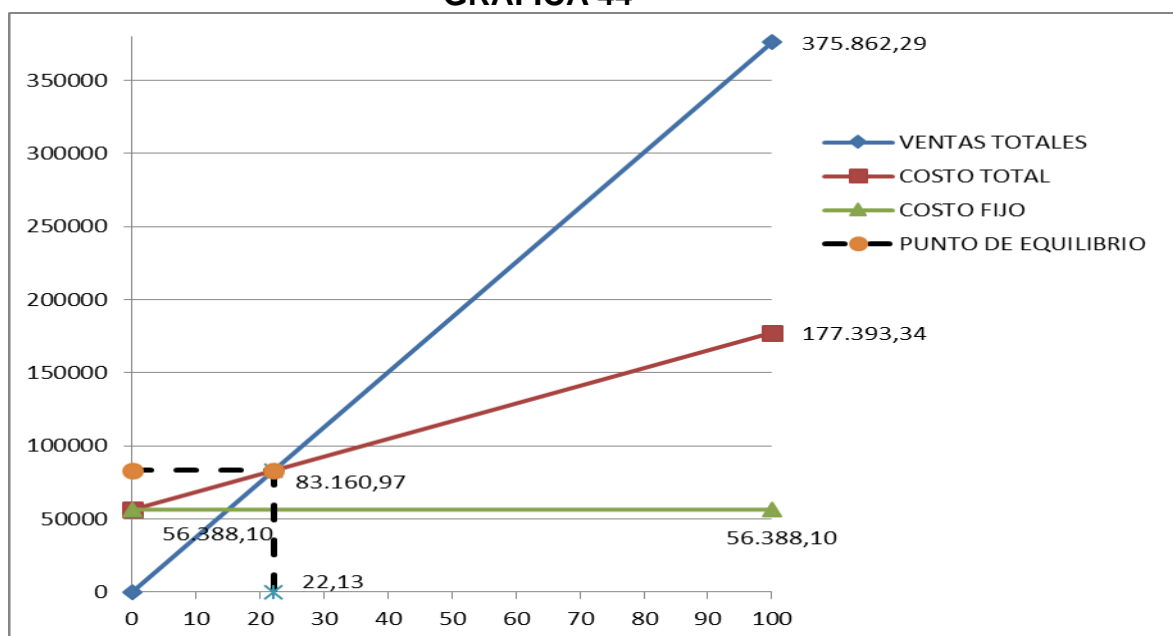
Análisis: En el año 1 el Hotel obtendrá su punto de equilibrio cuando utilice 24,50% de su capacidad instalada y cuando genere ingresos de \$ 89.317,90; es decir no se tendrá ni pérdidas ni ganancias. El Hotel Huilcopamba para el año 1 generara ingresos por \$ 357.288,06 y utilizara una capacidad del 93%, superando los valores del punto de equilibrio lo que indica que si se tendrá beneficios.

Año 3

CALCULOS:	CF	CV	VT
	56.388,10	121.005,24	375.862,29
PE VENTAS:	83.160,97		
PE CAPACIDAD INST:	22,13 %		

Gráficamente

GRÁFICA 44



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

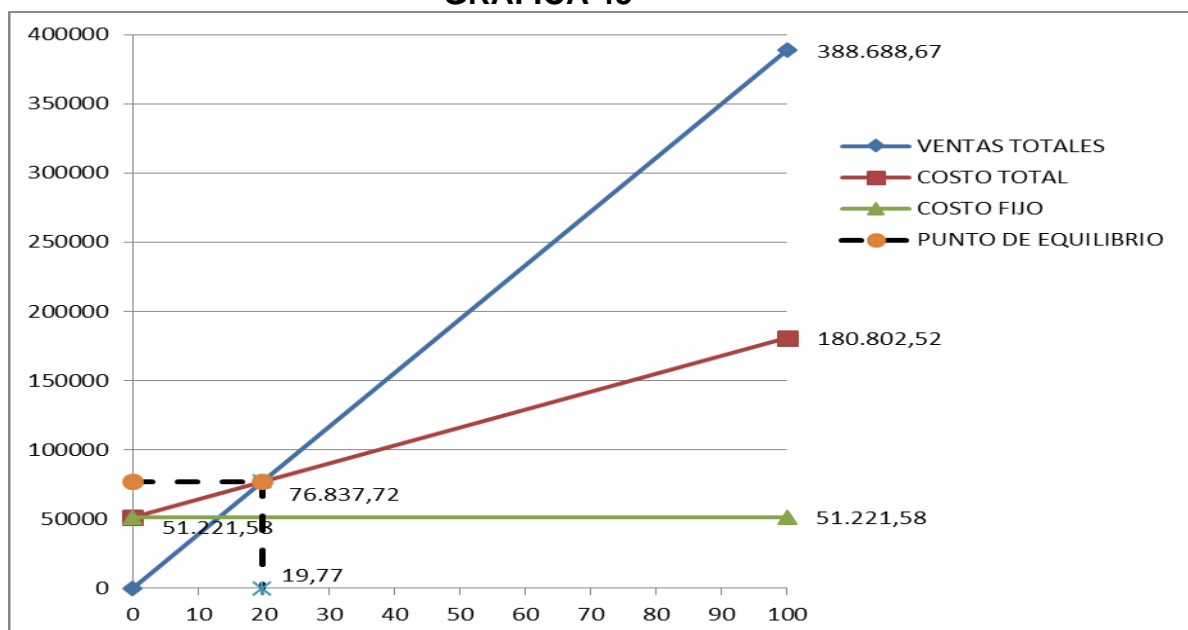
Análisis.- En el año 3 la empresa obtendrá su punto de equilibrio cuando utilice una capacidad del 22,13 % y cuando genere ingresos de \$ 83.160,97; es decir no se tendrá ni pérdidas ni ganancias. El Hotel Huilcopamba para el año 3 generara ingresos por \$ 357.288,06 y utilizara una capacidad del 93%, superando los valores del punto de equilibrio lo que indica que si se tendrá beneficios

Año 5

CALCULOS:	CF	CV	VT
	51.221,58	129.580,94	388.688,67
PE VENTAS:	76.837,72		
PE CAPACIDAD INST:	19,77	%	

Gráficamente

GRÁFICA 45



Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

Análisis: En el año 5 la empresa obtendrá su punto de equilibrio cuando utilice una capacidad del 19,77% y cuando genere unos ingresos de \$ 76.837,72; en donde no tendrá ni pérdidas ni ganancias. El Hotel Huilcopamba para el año 5 generará ingresos por \$ 388.688,67 y utilizará una capacidad del 93%, superando los valores del punto de equilibrio lo que indica que sí se tendrá beneficios.

EVALUACIÓN FINANCIERA

Para definir finalmente si se opta ejecutar el proyecto es necesario contar además del estudio económico con una base sólida y técnica que permita con certeza tomar una u otra decisión; para ello se efectúa la evaluación financiera del proyecto con al menos cinco indicadores: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio–costo, período de recuperación de capital y análisis de sensibilidad del proyecto.

Esta es una de las fases más importantes al momento de decidir la puesta en marcha del negocio y se debe tener cautelosa determinación e interpretación ante cada uno de los indicadores y determinar si o no a la implementación del hotel del cual se espera una rentabilidad como recompensa al riesgo de invertir su capital.

Para poder efectuar dicha evaluación es necesario contar primeramente con el Flujo de Caja proyectado para todos los años de vida útil.

VALOR ACTUAL NETO.

El Valor actual neto se lo emplea para traer a valor actual una serie de flujos futuros sean estos de una inversión o proyecto mediante la aplicación de una tasa de descuento, con fines de evaluación en términos de rentabilidad.

Si el VAN es mayor a uno, el proyecto o inversión es conveniente,

Si el Van es menor a uno el proyecto o inversión se rechaza,

Si el VAN es igual a uno el indiferente para la inversión

CUADRO 74

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 10,00%	VALOR ACTUALIZADO
0	624.397,95		
1	95.940,51	0,90909	87.218,64
2	98.691,16	0,82645	81.562,94
3	102.172,31	0,75131	76.763,57
4	100.941,96	0,68301	68.944,71
5	107.828,52	0,62092	66.953,03
6	111.792,83	0,56447	63.104,14
7	110.883,42	0,51316	56.900,73
8	118.401,53	0,46651	55.235,19
9	122.908,82	0,42410	52.125,34
10	122.265,59	0,38554	47.138,68
			655.946,97
			624.397,95
		VAN	31.549,01

FUENTE: Cuadro 73
ELABORACIÓN: EL AUTOR

Análisis: Como se observa el VAN es mayor a uno, el proyecto es conveniente para ejecutarse.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios de la inversión. Representa la rentabilidad media del dinero invertido durante la vida útil de la empresa.

Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse del proyecto.

Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.

Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

CUADRO 75

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		11,0%		12,0%	
0	624.397,95		-624397,95		-624397,95
1	95940,51	0,90090090	86432,89	0,8928571	85661,17
2	98691,16	0,81162243	80099,96	0,7971939	78675,99
3	102172,31	0,73119138	74707,51	0,7117802	72724,23
4	100941,96	0,65873097	66493,59	0,6355181	64150,44
5	107828,52	0,59345133	63990,98	0,5674269	61184,80
6	111792,83	0,53464084	59769,01	0,5066311	56637,73
7	110883,42	0,48165841	53407,93	0,4523492	50158,03
8	118401,53	0,43392650	51377,56	0,4038832	47820,39
9	122908,82	0,39092477	48048,10	0,3606100	44322,15
10	122265,59	0,35218448	43060,04	0,3219732	39366,25
			627.387,59		600.701,18
			2.989,63		-23.696,78

FUENTE: Cuadro 73

ELABORACIÓN: EL AUTOR

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

CALCULOS:	Tm	DT	VAN m	VAN M
	11,00%	0,010	2989,63	-23696,78
TIR	11,11%			

Análisis: En el presente proyecto la TIR es de 11,11%, siendo esta mayor a la tasa de interés del costo del capital (10%), lo cual es conveniente para la realización del proyecto.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Con este instrumento se mide el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

CUADRO 76

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL					
AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
0	624.397,95		10,00%		
1		95.940,51	0,9090909	87.218,64	87.218,64
2		98.691,16	0,8264463	81.562,94	168.781,59
3		102.172,31	0,7513148	76.763,57	245.545,16
4		100.941,96	0,6830135	68.944,71	314.489,87
5		107.828,52	0,6209213	66.953,03	381.442,90
6		111.792,83	0,5644739	63.104,14	444.547,04
7		110.883,42	0,5131581	56.900,73	501.447,76
8		118.401,53	0,4665074	55.235,19	556.682,95
9		122.908,82	0,4240976	52.125,34	608.808,29
10		122.265,59	0,3855433	47.138,68	655.946,97
	TOTAL:	1.091.826,65			

FUENTE: Cuadro 73

ELABORACIÓN: EL AUTOR

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{SUMA DE LOS FLUJOS QUE SUPERE LA INVERSIÓN} - \text{INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

PRC:	9,67 AÑOS
	8,04 MESES
	1,2 DIAS
P R C:	9 AÑOS 8 MESES 1 DÍAS

Análisis: La inversión se recuperara en 9 años, 8 meses, 1 días.

RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

La relación beneficio costo es el cociente de dividir el valor actualizado de los beneficios del proyecto entre el valor actualizado de los costos a una tasa de actualización igual a la tasa de rendimiento mínima aceptable, permite medir cuando se conseguiría en dólares por cada dólar invertido.

Si la relación Beneficio-Costo es mayor a uno se acepta el proyecto.

Si la relación Beneficio-Costo es menor a uno no se acepta el proyecto

Si la relación Beneficio-Costo es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

CUADRO 77

RELACION BENEFICIO COSTO						
AÑOS	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN 10,00%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN 10,00%	INGRESO ACTUALIZADO
1	174673,67	0,909091	158794,25	364.629,19	0,909091	331481,08
2	175952,24	0,826446	145415,08	370.056,55	0,826446	305831,86
3	177393,34	0,751315	133278,24	375.862,29	0,751315	282390,90
4	179018,25	0,683013	122271,87	382.084,03	0,683013	260968,53
5	180802,52	0,620921	112264,14	388.688,67	0,620921	241345,09
6	182767,88	0,564474	103167,70	395.714,90	0,564474	223370,74
7	184934,64	0,513158	94900,71	403.199,37	0,513158	206905,03
8	187282,35	0,466507	87368,60	411.115,73	0,466507	191788,52
9	189831,83	0,424098	80507,23	419.501,82	0,424098	177909,72
10	192618,92	0,385543	74262,93	428.418,93	0,385543	165174,04
	TOTAL DELCOSTO		1.112.230,75	TOTAL DEL INGRESO		2.387.165,52

FUENTE: Cuadros 68 y 69

ELABORACIÓN: EL AUTOR

$$R B/C = \text{INGRESO TOTAL ACTUALIZADO} / \text{COSTO TOTAL ACTUALIZADO}$$

	TC	TI
CALCULOS:	1.112.230,75	2.387.165,52
R B C:	2,15	

Análisis: El Hotel, tiene una relación de beneficio- costo de \$ 2,15 lo que significa que por cada dólar invertido en el proyecto se obtendrá un beneficio de \$ 1,15

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Permite el estudio de la posible variación de los elementos que determina una inversión, es decir identificar aquellos elementos que son más sensibles ante una variación.

En el proyecto se ha estimado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos y una disminución de los ingresos.

Cuando el coeficiente es mayor que uno el proyecto es sensible.

Cuando el coeficiente resultante es igual no se ve efecto alguno.

Cuando el coeficiente es menor a uno es proyecto no es sensible.

CUADRO 78

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DE LOS INGRESOS DEL 27,24%								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO TOTAL ORIGINAL	INGRESO DISMINUIDO 27,24%	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUAL
					10,00%		10,50%	
						-624.397,95		-624.397,95
1	174.673,67	364.629,19	265.304,20	90.630,53	0,909091	82.391,39	0,904977	82.018,58
2	175.952,24	370.056,55	269.253,15	93.300,91	0,826446	77.108,19	0,818984	76.411,95
3	177.393,34	375.862,29	273.477,40	96.084,06	0,751315	72.189,38	0,741162	71.213,86
4	179.018,25	382.084,03	278.004,34	98.986,09	0,683013	67.608,83	0,670735	66.393,42
5	180.802,52	388.688,67	282.809,88	102.007,36	0,620921	63.338,54	0,607000	61.918,46
6	182.767,88	395.714,90	287.922,16	105.154,28	0,564474	59.356,85	0,549321	57.763,47
7	184.934,64	403.199,37	293.367,86	108.433,22	0,513158	55.643,39	0,497123	53.904,67
8	187.282,35	411.115,73	299.127,81	111.845,46	0,466507	52.176,73	0,449885	50.317,62
9	189.831,83	419.501,82	305.229,52	115.397,69	0,424098	48.939,89	0,407136	46.982,55
10	192.618,92	428.418,93	311.717,62	119.098,70	0,385543	45.917,70	0,368449	43.881,78
TOTALES						272,93		-13.591,58

FUENTE: CUADROS 56, 59 Y 66

ELABORACIÓN: EL AUTOR

TIR PROYECTO:	11,11%
DIFERENCIA TIR:	1,10%
% DE VARIACIÓN	9,92%
SENSIBILIDAD:	0,99
CALCULOS:	
NUEVA TIR:	10,01%

Análisis: Este resultado nos indica que el proyecto no se verá afectado ante una disminución de los ingresos de hasta un 27,24%.

CUADRO 79

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL AUMENTO DE LOS COSTOS DEL 58,45%								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INCREMENTO DE LOS COSTOS 58,45%	INGRESOS	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 10,00%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUALIZACIÓN 10,50%	VALOR ACTUAL
						-624.397,95		-624.397,95
1	174.673,67	276.770,43	364.629,19	87.858,76	0,909091	79.871,60	0,90498	79.510,19
2	175.952,24	278.796,33	370.056,55	91.260,23	0,826446	75.421,68	0,81898	74.740,67
3	177.393,34	281.079,75	375.862,29	94.782,54	0,751315	71.211,53	0,74116	70.249,22
4	179.018,25	283.654,42	382.084,03	98.429,61	0,683013	67.228,75	0,67073	66.020,17
5	180.802,52	286.481,59	388.688,67	102.207,08	0,620921	63.462,56	0,60700	62.039,69
6	182.767,88	289.595,70	395.714,90	106.119,20	0,564474	59.901,52	0,54932	58.293,52
7	184.934,64	293.028,93	403.199,37	110.170,43	0,513158	56.534,85	0,49712	54.768,28
8	187.282,35	296.748,89	411.115,73	114.366,85	0,466507	53.352,98	0,44989	51.451,96
9	189.831,83	300.788,54	419.501,82	118.713,28	0,424098	50.346,02	0,40714	48.332,45
10	192.618,92	305.204,67	428.418,93	123.214,26	0,385543	47.504,43	0,36845	45.398,15
TOTALES						437,95		-13.593,65

FUENTE: CUADROS 56, 59 Y 66

ELABORACIÓN: EL AUTOR

		TIR PROYECTO:	11,11%
		DIFERENCIA TIR:	1,10%
		% DE VARIACIÓN:	9,87%
CALCULOS:			
NUEVA TIR:	10,02%	SENSIBILIDAD:	0,99

Análisis: Este resultado nos indica que el proyecto no se verá afectado ante el aumento de los costos de hasta un 58,45%.

h. CONCLUSIONES

Una vez concluida la investigación y habiendo cumplido con los objetivos propuestos en el proyecto de tesis se llegaron a las siguientes conclusiones:

- La demanda real, que la constituyen los turistas que efectivamente utilizan algún tipo de alojamiento que se oferta actualmente en la parroquia, dando como resultado 50191 turistas que al convertirlas en plazas de ocupación se tiene una demanda real en plazas de 200764 para el años 2015.
- La demanda efectiva, que la constituyen los turistas que estarían dispuestos a utilizar el servicio a implementarse dando un total de 167698 plazas.
- En base a las entrevistas efectuadas a los propietarios de diferentes tipos de alojamientos existentes en la localidad se determinó que en conjunto ofertan 133590 plazas al año.
- Al analizar la demanda efectiva y la oferta actual, se determina que la demanda insatisfecha para el año 2015 es de 34108 plazas.
- La capacidad instalada de acuerdo a los recursos disponibles, se podrá ofertar 27375 plazas al año y en relación al Reglamento General de Actividades Turísticas.

- La inversión total requerida para la implementación del hotel asciende a \$624.397,95; el mismo que será financiado en un 51,95% con capital propio es decir \$324.397,95 y un 48,05 de capital externo que asciende a \$300.000,00, mismos que serán obtenidos mediante un préstamo a la CFN.
- El punto de equilibrio para el primer año, en función de la capacidad instalada es del 24,50% y en relación a las ventas es de \$ 83.317,70
- Valor Actual Neto se determina un valor positivo (31.549,01); Tasa Interna de Retorno con un valor del 11,11% mayor al costo del capital, Relación Beneficio Costo con un valor mayor a uno (2,15), estableciendo que por cada dólar invertido se tiene \$1,15 de rentabilidad; el monto invertido se recuperara en 9 años, 8 meses y 1 días; el proyecto no será sensible hasta una disminución de los ingresos del 27,24% y no es sensible a un aumento de los costos de hasta el 58,45%.
- El proyecto para la implementación de un Hotel Rústico en Vilcabamba, es viable desde la perspectiva del mercado ya que existe una demanda insatisfecha a cubrir, desde la perspectiva técnica existe los equipos, insumos para su implementación, y desde la perspectiva financiera de los recursos que se destinen en dicho proyecto producirán rentabilidad.

i. RECOMENDACIONES

Una vez concluida la etapa de estudio de factibilidad se presenta las siguientes sugerencias:

- ✓ El proyecto para la implementación de un Hotel Rústico en Vilcabamba, es viable desde la perspectiva del mercado ya que existe una demanda insatisfecha a cubrir, desde la perspectiva técnica existe los equipos e insumos para su implementación, además de aprovechar las características del lugar, y desde la perspectiva financiera de los recursos que se destinen en dicho proyecto producirán rentabilidad, por lo tanto se recomienda ponerlo en marcha.
- ✓ Es importante tomar en cuenta los gustos y preferencias de los clientes para mantener una buena relación entre cliente y empresa, de tal manera que permita fidelizar al cliente y además llamar la atención de clientes potenciales.
- ✓ Siempre que se pone en marcha un proyecto se debe tener en cuenta la actualización de los costos de acuerdo a la tasa de inflación vigente, por lo tanto se recomienda realizarla
- ✓ Se recomienda realizar una capacitación general tanto a la parte administrativa como operativa sobre los lineamientos generales que se debe manejar dentro del Hotel, ya que los estos son valorados en función de la calidad y la referencia, que constituyen una parte importante para hacer crecer el negocio.

- ✓ El presente proyecto puede ser utilizado como fuente de consulta por estudiantes de la carrera y personas que estén involucrados en el turismo, mismo que servirá de orientación.

j. BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS

- ARELLANO, R. (2001). "Marketing: Enfoque América Latina"
- BACA U, G. (2010). "Evaluación de Proyectos". Sexta Edición. Ed. Mc. Graw Hill, México.
- BESLEY, S. BRIGHHAN, E. "*Principios de Administración Financiera*" Lawrence J Gitman. Décima Edición
- CASTRO RODRIGUEZ, Raúl. (2010) *Evaluación Económica y Social de Proyectos*. Editorial San Marcos.
- CERNA, Hugo. (2007) Como Elaborar Proyectos. Ed. Ej, Magisterio. P. 23. Quito.
- CHARLES T, FOSTER G. (2007) Contabilidad de Costos: un enfoque general. México.
- CHIAVENATO, Idalberto. (2004) "*Introducción a la Teoría General de la Administración*". Quinta Edición.
- CORDOVA PADILLA, Marcial (2011). Formulación y Evaluación de Proyectos. Eco ediciones.
- COSS BU, Raúl. *Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Bogotá. Edit. Limusa.
- FLOREZ URIBE Juan. (2007) Proyecto de Inversión para las Pyme. Primera Edición. Editorial Kimpres Ltda., Colombia
- GALINDO, Carlos. (2011) *Formulación y Evaluación de Planes de Negocio*. Primera Edición.

- HERNANDEZ OROZCO, Carlos. (2007) *Análisis Administrativo*. Primera Edición. Editorial EUNED, Costa Rica.
- HUALPA, L. (2011). “*Gerencia y los Sistemas de Información*”. Guía de Estudio. Octavo Módulo.
- MIRANDA MIRANDA, Juan José; (2006) *Gestión de Proyectos*; Sexta Edición; M & M Editores, Bogotá – Colombia.
- MORENO, A. (2010). “*La Gestión de la Finanzas Corporativas*”. Guía de Estudio. Quinto Módulo.
- MURCIA, Jairo. (2009) *Proyectos, formulación y Criterios de Evaluación*. Segunda Edición. México.
- PASACA M, M. (2003). “*Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*”.
- SAPAG CHAIN, Nassir. (2011). “*Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación*”. México.
- SANCHEZ, R. (2003) Enfoque económico social de evaluación de Proyectos de Inversión. Universidad de la Habana
- SANTEMASES MESTRE, Miguel. (2009) *Diseño y Análisis de Encuestas de Investigación de Mercado*. Quinta Edición. Editorial Pirámide.
- TACURI, L. (2009). “*Proceso de mercadotecnia y la gestión de comercialización de bienes y servicios*”. Guía de estudio. Cuarto Módulo.
- TORO, Francisco. (2009) *Proyectos, Planeación y Control*. Ecoe ediciones.

REVISTAS

- Ministerio de Turismo. “*Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2010-2014*”
- Revista Ekos. “*ABC del Turismo. Turismo nuestro combustible en bruto*”.
- Reglamento General de Actividades Turísticas.

PÁGINAS WEB

- <http://ruben-apaza.blogspot.com/2013/07/clasificacion-de-proyectos.html>
- <http://www.turismo.gob.ec> (Ministerio de Turismo)
- <http://www.loja.gob.ec> (Municipio de Loja)
- <http://es.wikipedia.org/wiki/hotel>
- <http://viajesbaratosporecuador.blogspot.com/>
- <http://vilcabambavida.com/>
- <http://www.rumiwilco.com/>
- <http://viajesbaratosporecuador.blogspot.com/>
- <http://vilcabambavida.com>
- <http://chmecuador.ambiente.gob.ec>
- www.loja.gob.ec>Parroquias>Parroquias_Rurales

k. Anexos

Anexo 1

FICHA RESUMEN

TÍTULO

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN HOTEL RÚSTICO EN VILCABAMBA, DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”

PROBLEMÁTICA

El turismo se ha convertido en la actividad económica más importante del mundo, los gobiernos han reconocido los beneficios que puede aportar a la economía y el desarrollo, el turismo involucra a algunos sectores de la economía, destacando los transportes, el comercio, el alojamiento, bares y restaurantes como los principales, su crecimiento se ha sostenido durante los últimos años y las perspectivas para esta actividad en las próximas décadas son muy favorables.

En el Ecuador, el turismo se ha transformado en el cuarto aportante a la economía del país, Ecuador se ha convertido en un receptor de turistas extranjeros, esto ha ocurrido porque se ha incrementado los desplazamientos internos, se ha invertido en las carreteras de acceso a los sitios llamativos. A la par el ministerio ha realizado una inversión significativa para promocionar al país y sus atractivos en el exterior de tal

manera que nos permita competir con los países vecinos en materia de turismo. Cabe destacar que el año 2012 se desplazaron 1'271.000 turistas por las cuatro regiones del Ecuador.

En Vilcabamba, el turismo se ha convertido en la primera actividad económica, los turistas que se desplazan a este lugar la mayoría son por razones de recreación, descanso y salud; pues posee un clima calificado como "excelente", acompañado de la arquitectura que se mantiene en este valle, un estilo tradicional, aunado a esto la tranquilidad y la hermosura del valle.

El alojamiento es la primera necesidad de los turistas, en Vilcabamba en si tiene varios sitios de alojamiento, los mismos que su mayoría están interferidos por la modernidad, que no le ofrece una verdadera relajación, el turista no busca cubrir su necesidad de alojamiento busca un complemento, el disfrutar al máximo su estadía y que mejor hacerlo en un lugar diferente, innovador, con una propuesta única, respetando su descanso, la naturaleza; que le permita apreciar, disfrutar en toda su dimensión la belleza y los beneficios que le otorga este valle.

El turismo todavía tiene mucho potencial que explotar y lo que se pretende en primer lugar es diversificar el servicio de hotelería, aprovechando los recursos específicos de este destino turístico. Por lo tanto la presente investigación está encaminada a estudiar la **"Factibilidad de la Implementación de un Hotel Rústico en Vilcabamba del Cantón y Provincia de Loja"**

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

- Determinar la factibilidad para la implementación de un Hotel Rústico en Vilcabamba, del cantón y provincia de Loja

Objetivos específicos

- Efectuar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y demanda del servicio hotelero en Vilcabamba.
- Elaborar el estudio técnico correspondiente en cuanto a tamaño, localización, instalaciones, etc. para el uso eficiente de los recursos disponibles.
- Desarrollar el estudio administrativo para la constitución legal de la empresa y su estructura organizacional que permitirá una adecuada operación del proyecto.
- Efectuar el estudio económico para determinar la viabilidad financiera que tiene el proyecto en términos de la recuperación del capital invertido y conocer los efectos que tendrá sobre la liquidez.
- Desarrollar el estudio financiero para determinar la fuente de capital más conveniente y la capacidad de pago del crédito.

Anexo 2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

La presente encuesta es parte del estudio de mercado del “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLMENTACIÓN DE UN HOTEL RÚSTICO EN VILCABAMBA DEL CANTÓN Y PROVINCIA DE LOJA”, los datos obtenidos son de mucha importancia para conocer gustos y preferencias. Le solicito de la manera más respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas.

DATOS GENERALES:

Sexo: **Masculino** **Femenino**

Edad:

País o ciudad de procedencia:

.....

DATOS ESPECÍFICOS:

Marque con una (x) la respuesta que considere conveniente.

1. ¿Señale de entre las opciones el motivo principal de su visita a la parroquia?

Cultural

Salud

Estudios

Descanso

2. ¿Indique cuáles son sus ingresos mensuales?

- De 301 a 600
- De 601 a 900
- De 901 a 1200
- De 1201 a 1500

3. ¿Cuándo visita Vilcabamba, utiliza los servicios de hospedaje existentes (hostales, hosterías, cabañas, etc.)?

SI NO

4. ¿En qué mes del año prefiere visitar la parroquia de Vilcabamba?

- | | | |
|----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| Enero <input type="checkbox"/> | Mayo <input type="checkbox"/> | Septiembre <input type="checkbox"/> |
| Febrero <input type="checkbox"/> | Junio <input type="checkbox"/> | Octubre <input type="checkbox"/> |
| Marzo <input type="checkbox"/> | Julio <input type="checkbox"/> | Noviembre <input type="checkbox"/> |
| Abril <input type="checkbox"/> | Agosto <input type="checkbox"/> | Diciembre <input type="checkbox"/> |

5. ¿Con qué frecuencia con la que visita la parroquia de Vilcabamba?

- Una vez al año Tres veces al año
- Dos veces al año Cuatro veces al año

6. ¿Cuántos días se hospeda en la Parroquia de Vilcabamba?

- 1 día
- 2 días
- 3 días
- 4 días
- 5 días o más

7. ¿Qué es lo que usted considera en el momento de elegir el servicio hotelero?

Precio Calidad

8. ¿De los diferentes tipos de hospedaje que hay en oferta, qué tipo de hospedaje utiliza actualmente en la parroquia de Vilcabamba?

Hotel

Hostal

Hostería

Cabañas

Refugio

9 ¿Cómo califica el servicio de hospedaje que le ofrecieron?

Excelentes

Bueno

Regular

10. ¿Señale si el establecimiento donde utiliza el servicio hospedaje incluye desayuno?

SI

NO

11. ¿Seleccione el precio que usted paga por el servicio de alojamiento?

11 a 20

31 a 40

51 a 60

21 a 30

41 a 50

12. ¿De crearse un hotel con instalaciones rústicas y muebles rústicos en la Parroquia de Vilcabamba y que brinde mejores servicios, usted se hospedaría en él?

Sí

No

13. ¿La zona de ubicación que prefiere para el hotel rústico a crearse en la parroquia Vilcabamba?

Cerca al centro de la parroquia

Retirado del Centro- Lugar tranquilo

Indiferente

14. ¿Por qué medio de comunicación se enteró de la oferta hotelera en Vilcabamba?

Internet

Prensa

TV

Otros

Radio

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
MODALIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

GUÍA DE ENTREVISTA:

La presente entrevista es parte de un estudio de mercado, para conocer la oferta del servicio hotelero en Vilcabamba.

DATOS INFORMATIVOS:

Nombre del establecimiento:

Dirección:

Fecha:

CUESTIONARIO:

1. ¿Qué modalidad de hospedaje actualmente oferta en la parroquia

- | | | | | | |
|-------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------|----------|--------------------------|
| Hotel | <input type="checkbox"/> | Hostal | <input type="checkbox"/> | Hostería | <input type="checkbox"/> |
| Hotel residencia | <input type="checkbox"/> | Hostal residencia | <input type="checkbox"/> | Cabañas | <input type="checkbox"/> |
| Hotel apartamento | <input type="checkbox"/> | Pensione | <input type="checkbox"/> | Refugios | <input type="checkbox"/> |

2. ¿Cuántas plazas dispone el establecimiento hotelero?

3. ¿Cuáles son las tarifas de las habitaciones?

Temporada	Sencilla	Matrimonial	Cabaña
Alta			
Baja			

4. ¿Qué medios utilizan para promocionar el hotel?

- Radio Periódico
Página web propia Portales en internet
Televisión Revistas especializadas

5. ¿A qué público está dirigido el servicio que ofrece?

- Parejas Familias
Tercera Edad No tiene público definido

6. ¿Según la temporada que porcentaje de ocupación tiene el hotel?

Temporada Alta.....

Temporada Baja.....

7. ¿La oferta actual que posee la zona, afecta los niveles de ocupación del establecimiento?

- Sí No

GRACIAS

Anexo 4

EGRESOS E INGRESOS POR RESTAURANT					
DETALLE	PRECIO DE COSTO	CANTIDAD VENDIDA	COSTO TOTAL	PRECIO DE VENTA	VENTA TOTAL
ARROZ CON VERDUJAS	1,15	1000,00	1150,00	3,50	3500,00
TALLARIN CON VERDURAS	1,90	1200,00	2280,00	3,80	4560,00
POLLO SALTEADO CON VERDURAS	2,25	800,00	1800,00	4,50	3600,00
POLLO A LA PLANCHA	2,25	1000,00	2250,00	4,50	4500,00
POLLO APANADO	1,82	600,00	1092,00	5,50	3300,00
POLLO EN SALSA DE CHAMPIÑONES	1,92	500,00	960,00	6,25	3125,00
BISTEC DE CARNE	2,05	600,00	1230,00	6,00	3600,00
LOMO APANADO	2,11	500,00	1055,00	6,50	3250,00
CHURRASCO	2,30	800,00	1840,00	7,00	5600,00
FRITADA	2,30	2000,00	4600,00	6,00	12000,00
COPA DE VINO BLANCO	0,90	600,00	540,00	2,50	1500,00
COPA DE VINO TINTO	1,32	600,00	792,00	3,00	1800,00
GASEOSA	0,32	4000,00	1280,00	1,00	4000,00
CERVEZA PILSENER	0,80	2500,00	2000,00	2,00	5000,00
AGUA MINERAL CON GAS	0,40	1200,00	480,00	1,00	1200,00
AGUA MINERAL SIN GAS	0,30	2500,00	750,00	0,60	1500,00
TOSTADAS	0,40	1800,00	720,00	1,50	2700,00
DESAYUNO CONTINENTAL	0,90	1800,00	1620,00	2,00	3600,00
ALMUERZO DEL DIA	1,27	1500,00	1905,00	2,50	3750,00
COPA DE HELADO SIMPLE	0,17	1200,00	204,00	1,25	1500,00
COPA DE HELADO CON FRUTAS	0,86	1500,00	1290,00	3,00	4500,00
HELADO CREMA TRADICIONAL	1,04	2000,00	2080,00	2,00	4000,00
ENSALADA DE FRUTAS SIMPLE	0,80	1000,00	800,00	3,00	3000,00
ENSALADAD DE FRUTAS CON CREMA	1,05	1200,00	1260,00	3,25	3900,00
ENSALADA DE FRUTAS CON YOGURT	1,15	1400,00	1610,00	3,50	4900,00
TOTAL			35588,00		93885,00
FUENTE: Investigación Directa					
ELABORADO: El Autor					

Anexo 5

TALLARIN CON VERDURAS				
PARA DIEZ PERSONAS				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
TALLARIN	2,50	kg	0,35	0,88
POLLO	3,00	lb	2,25	6,75
ZANAHORIA	2,00	lb	0,30	0,60
BROCOLI	2,00	unidad	0,30	0,60
NABO	1,00	unidad	0,60	0,60
ALBACA	1,00	unidad	0,25	0,25
ARBEJA	1,00	lb	2,80	2,80
GALLINA MAGI	0,50	unidad	0,10	0,05
ACEITE	0,12	lt	2,10	0,25
MANTEQUILLA	0,12	lb	2,60	0,31
ACHIOTE	0,05	lt	2,10	0,11
PIMIENTO	2,00	unidad	0,10	0,20
CEBOLLA	2,00	lb	0,40	0,80
SALSA CHINA	0,25	unidad	1,90	0,48
			COSTO	14,67
			MANO DE OBRA	2,50
			VARIOS 5%	0,73
			COSTO TOTAL	17,90
			COSTO POR PLATO	1,79
			COSTO VTA SUGERIDO	3,80

POLLO APANADO				
PARA DIEZ PERSONAS				
INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO POR UNIDAD	COSTO TOTAL
ARROZ	2,20	lb	0,35	0,77
POLLO	3,00	lb	2,30	6,90
ACEITE	0,25	lt	2,10	0,53
HUEVOS	5,00	unidad	0,10	0,50
GALLETA MOLIDA	0,50	unidad	2,35	1,18
PEPINO	2,00	unidad	0,25	0,50
LIMON	4,00	unidad	0,05	0,20
MOSTAZA	0,12	unidad	1,75	0,21
AGUACATE	2,00	unidad	0,50	1,00
TOMATE RIÑON	1,00	lb	0,60	0,60
PAPAS	3,00	lb	0,50	1,50
PIMIENTO	2,00	unidad	0,10	0,20
CEBOLLA	2,00	lb	0,40	0,80
LECHUGA	0,25	unidad	0,35	0,09
			COSTO	14,97
			MANO DE OBRA	2,50
			VARIOS 5%	0,75
			COSTO TOTAL	18,22
			COSTO POR PLATO	1,82
			COSTO VTA SUGERIDO	5,50

INDICE

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a. TÍTULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	6
c. INTRODUCCIÓN.....	10
d. REVISIÓN LITERARIA.....	13
e. MATERIALES Y MÉTODOS.....	59
f. RESULTADOS.....	65
g. DISCUSIÓN.....	87
h. CONCLUSIONES.....	180
i. RECOMENDACIONES.....	182
j. BIBLIOGRAFÍA.....	184
k. ANEXOS.....	187
INDICE.....	198