



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD SAN
FRANCISCO DE CHAMBO, CANTÓN CHAMBO, PROVINCIA DE
CHIMBORAZO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN ECOTURISMO

AUTORA: MARÍA TANIA PADILLA VILEMA

DIRECTOR: Ing. EDUARDO ANTONIO MUÑOZ JÁCOME

Riobamba – Ecuador

2021

© 2021, **María Tania Padilla Vilema**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, María Tania Padilla Vilema, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados de este, son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 14 de septiembre de 2021



María Tania Padilla Vilema

060554320-6

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del trabajo de Integración Curricular certifica que: El trabajo de Integración Curricular: Tipo proyecto técnico, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CHAMBO, CANTÓN CHAMBO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **MARÍA TANIA PADILLA VILEMA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del trabajo Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Dr. Jorge Iván Carrillo Hernández PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 JORGE IVAN CARRILLO HERNANDEZ	2021-09-14
Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jácome DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	 Firmado electrónicamente por: EDUARDO ANTONIO MUNOZ JACOME	2021-09-14
Econ. Flor María Quinchuela Pozo MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 FLOR MARIA QUINCHUELA POZO	2021-09-14

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mi Dios que gracias a él logre terminar un proceso de mi vida y estar escribiendo esto y a mis padres que han sido el apoyo fundamental, en cada paso que se ha dado día a día, por sus consejos, sus valores, su amor incondicional que, a pesar de los momentos difíciles han estado presente, impulsándome cada instante a lograr y seguir adelante a conseguir mis metas. También a las personas que han sido participes conmigo en el transcurso de este camino, docentes, hermanos, amig@s y compañeros.

Tania

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi Dios infinitamente por haberme dado la dicha de terminar este proyecto de investigación junto a mis seres queridos, por llenar de bendiciones y sabiduría. A mis padres Joaquín Padilla y Victoria Vilema, mi ejemplo a seguir, personas humildes, luchadoras y trabajadoras, que me inculcaron el valor del respeto, responsabilidad y hacer con amor las actividades que uno se proponga. A mis hermanos queridos que motivaron a seguir adelante y ayudar en los momentos difíciles para llegar a la meta. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo y a su personal docente, quienes estuvieron durante todo la carrera a quienes debo mis conocimientos, de manera especial al Ing. Eduardo Muñoz por su enseñanza y paciencia, por su profesionalismo que supo transmitir sus conocimientos y a la Economista Flor María Quinchuela, gracias por todo.

Tania

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	4
----------------------------------	---

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	5
2.1. Turismo.....	5
2.2. Factibilidad.....	5
2.3. Estudio de factibilidad.....	6
2.4. Esquema de un estudio de factibilidad.....	6
2.5. Hostería turística.....	7
2.5.1. <i>Servicios de oferta una hostería turística</i>	7
2.6. Viabilidad Comercial.....	7
2.6.1. <i>Pasos para realizar un estudio de mercado</i>	8
2.6.1.1 <i>Análisis de la demanda</i>	9
2.6.1.2 <i>Análisis de la oferta</i>	9
2.6.1.3 <i>Análisis de la competencia</i>	9
2.6.1.4 <i>Confrontación demanda y competencia</i>	9
2.7 Viabilidad Técnica.....	9
2.7.1 <i>Pasos para realizar un estudio técnico</i>	10
2.7.1.1 <i>Tamaño del proyecto</i>	10
2.7.1.2 <i>Localización</i>	10
2.8 Viabilidad administrativa.....	11
2.9 Viabilidad legal.....	11
2.10 Viabilidad ambiental.....	11

2.10.1	Matriz de Leopold	12
2.10.1.1	Como realizar la matriz de Leopold.....	12
2.11	Viabilidad económico financiero	12
2.11.1	Flujo de caja actualizado.....	13
2.11.2	Valor actual neto.....	13
2.11.3	Relación beneficio Costo	13
2.11.4	Tasa interno de retorno	14

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	15
-----------	---------------------------------	----

CAPÍTULO IV

4.	RESULTADOS	18
4.1.	Viabilidad comercial y técnica	18
4.1.1.	Estudio del mercado	18
4.1.1.1.	Análisis de la demanda.....	18
4.1.1.2.	Demanda Actual	28
4.1.1.3.	Demanda futura.....	28
4.1.1.4.	Participación en el mercado.....	30
4.1.1.5.	Plan mercadotécnico del producto.....	33
4.1.1.6.	Presupuesto para el área comercial.....	38
4.1.2.	Viabilidad técnica.....	40
4.1.2.1.	Localización del producto	40
4.1.2.2.	Tamaño del producto.....	41
4.1.2.3.	Diseño arquitectónico.....	44
4.1.2.4.	Proceso productivo.....	50
4.1.2.5.	Presupuesto para el área productiva	55
4.2.	Viabilidad ambiental	60
4.2.1.	Acciones	60
4.2.2.	Identificación de los factores ambientales	60
4.2.2.1.	Medio físico	60
4.2.2.2.	Medio biológico.....	60
4.2.2.3.	Medio social	60
4.2.2.4.	Interpretación de la matriz:	62
4.3.	Viabilidad legal administrativa	63

4.3.1. Análisis legal	63
4.3.1.1. Análisis de la Constitución de la República del Ecuador	63
4.3.1.2. Análisis de la Ley Orgánica de turismo	64
4.3.1.3. Revisión de la Ley de Compañías	65
4.3.1.4. Revisión de la Ley de Economía Popular y Solidaria	65
4.3.1.5. Tipo de compañía a crearse	66
4.3.2. Presupuesto para el área administrativa	67
4.3.3. Estudio administrativo	70
4.3.3.1. Organigrama estructural	70
4.3.3.2. Organigrama funcional	71
4.3.3.3. Manual de cargos y función	71
4.3.3.4. Formulación filosófica y estratégica de la hostería	78
4.4. Viabilidad económica financiera	80
4.4.1. Análisis económico	80
4.4.1.1. Inversión del proyecto	81
4.4.1.2. Usos y fuentes del financiamiento	81
4.4.1.3. Financiamiento del proyecto	82
4.4.1.4. Depreciación de activos fijos	83
4.4.1.6. Estructura de costos y gastos	83
4.4.1.7. Ingresos	84
4.4.1.8. Punto de equilibrio	84
4.4.1.9. Estado de resultados	85
4.4.1.10. Flujo de caja	86
4.4.2. Análisis financiero	86
CONCLUSIONES	87
RECOMENDACIONES	88
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4: Número de turistas adultos que visitan las Aguas Termales de Aguallanchi	18
Tabla 2-4: Género de los potenciales clientes.....	20
Tabla 3-4: Edad de los potenciales clientes	20
Tabla 4-4: Procedencia de los potenciales clientes	21
Tabla 5-4: Aceptación del diseño de la hostería turística	20
Tabla 6-4: Servicios que les gustaría que se implemente en la hostería	22
Tabla 7-4: Actividades adicionales que les gustaría que se implemente en la hostería	23
Tabla 8-4: Disponibilidad de pago de los potenciales clientes	24
Tabla 9-4: Preferencias de pago por los potenciales clientes	24
Tabla 10-4: Número de personas con quienes viajan los potenciales clientes.....	25
Tabla 11-4: Promedio de estadía de los potenciales clientes	26
Tabla 12-4: Medios por los cuales se informan los potenciales clientes	26
Tabla 13-4: Demanda actual de los servicios turísticos para la hostería.....	26
Tabla 14-4: Demanda actual de las actividades complementarias.....	28
Tabla 15-4: Demanda futura por cliente	29
Tabla 16-4: Demanda futura de los servicios para la hostería	29
Tabla 17-4: Demanda futura de las actividades adicionales de la hostería.....	29
Tabla 18-4: Consumo aparente del cliente.....	30
Tabla 19-4: Consumo aparente del servicio de alimentación	30
Tabla 20-4: Consumo aparente del servicio del hospedaje.....	31
Tabla 21-4: Consumo aparente de áreas de recreación.....	31
Tabla 22-4: Consumo aparente de piscina-spa.....	31
Tabla 23-4: Consumo aparente de alimentación, hospedaje, áreas de recreación y piscina	31
Tabla 24-4: Consumo aparente de compra de artesanías	31
Tabla 25-4: Consumo aparente de pesca deportiva.....	32
Tabla 26-4: Consumo aparente de medicina ancestral.....	32
Tabla 27-4: Consumo aparente de senderismo	32
Tabla 28-4: Significado de los elementos del logotipo.....	33
Tabla 29-4: Comercialización de la hostería por anuncios radiales.....	36
Tabla 30-4: Comercialización de la hostería por la televisión	37
Tabla 31-4: Talento humano para el área comercial.....	38
Tabla 32-4: Rol de pagos	38
Tabla 33-4: Activos fijos para el área comercial	38
Tabla 34-4: Materiales e insumos para el área comercial	39

Tabla 35-4: Promoción y publicidad para el área comercial.....	40
Tabla 36-4: Activos diferidos	40
Tabla 37-4: Capacidad operativa para clientes	41
Tabla 38-4: Capacidad operativa para servicios	42
Tabla 39-4: Capacidad operativa para actividades complementarias	42
Tabla 40-4: Consumo aparente para la compra de artesanías	43
Tabla 41-4: Consumo aparente para la pesca deportiva.....	43
Tabla 42-4: Consumo aparente para la medicina ancestral.....	43
Tabla 43-4: Consumo aparente para senderismo	43
Tabla 44-4: Mano de obra directa del área productiva	57
Tabla 45-4: Mano de obra indirecta del área productiva	57
Tabla 46-4: Rol de pagos del talento humano del área productiva	56
Tabla 47-4: Activos fijos del área productiva.....	58
Tabla 48-4: Materia prima/materiales de insumo.....	60
Tabla 49-4: Compañías no utilizadas para la constitución de la hostería	65
Tabla 50-4: Organizaciones no utilizadas para la constitución de la hostería.....	66
Tabla 51-4: Talento humano para el área administrativa.....	67
Tabla 52-4: Rol de pagos del talento humano del área administrativa	67
Tabla 53-4: Activos fijos del área administrativa	68
Tabla 54-4: Materiales e insumos	68
Tabla 55-4: Activos diferidos del área administrativa.....	69
Tabla 56-4: Manual de cargos y funciones	72
Tabla 57-4: Estrategias de la hostería	80
Tabla 58-4: Inversión del proyecto	82
Tabla 59-4: Usos y fuentes del financiamiento.....	81
Tabla 60-4: Cálculo de la deuda	82
Tabla 61-4: Depreciación de activos fijos.....	83
Tabla 62-4: Amortización de activos diferidos.....	83
Tabla 63-4: Estructura de costos y gastos	83
Tabla 64-4: Ingresos	84
Tabla 65-4: Costos variables y fijos.....	84
Tabla 66-4: Punto de equilibrio	85
Tabla 67-4: Estado de resultados	85
Tabla 68-4: Flujo de caja	86
Tabla 69-4: Cálculo del periodo de recuperación del capital.....	86
Tabla 70-4: Evaluación financiera índices financieros	86

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-4: Logotipo de la hostería.....	32
Figura 2-4: Comercialización de la hostería en la red social	34
Figura 3-4: Comercialización de la hostería en la página web	35
Figura 4-4: Comercialización de la hostería en tarjetas.....	35
Figura 5-4: Hojas membretadas.....	36
Figura 6-4: Ubicación geográfica de la hostería.....	41
Figura 7-4: Planta arquitectónica de la hostería.....	45
Figura 8-4: Planta arquitectónica del área comercial.....	46
Figura 9-4: Planta arquitectónica del restaurante.....	47
Figura 10-4: Planta arquitectónica de la cabaña	47
Figura 11-4: Fachada posterior y frontal de las cabañas.....	48
Figura 12-4: Fachada lateral izquierdo y derecho de las cabañas.....	48
Figura 13-4: Corte A-A de las cabañas.....	49
Figura 14-4: Planta arquitectónica del bloque de dormitorios de la hostería.....	49
Figura 15-4: Planta arquitectónica del área húmeda.....	50
Figura 16-4: Planta arquitectónica del área de pesca.....	50
Figura 17-4: Plata arquitectónica de la área de recreación	51
Figura 18-4: Planta arquitectónica del área administrativa.....	52
Figura 19-4: Proceso de prestación de servicio de alimentación.....	53
Figura 20-4: Proceso de prestación de servicio de hospedaje.....	53
Figura 21-4: Proceso de prestación de servicio del área de recreación	54
Figura 22-4: Proceso de prestación del servicio piscina-spa, medicina ancestral.....	54
Figura 23-4: Proceso de prestación de servicio pesca deportiva –senderismo	55
Figura 24-4: Proceso de la prestación de servicio de compra de compra de artesanías.....	56
Figura 25-4: Matriz de Leopold.....	63
Figura 26-4: organigrama estructural	71
Figura 27-4: Organigrama funcional	72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4: Género de los potenciales clientes.....	19
Gráfico 2-4: Edad de los potenciales clientes	21
Gráfico 3-4: Procedencia de los potenciales clientes	21
Gráfico 4-4: Aceptación del diseño de la hostería turística	21
Gráfico 5-4: Servicios que les gustaría que se implemente en la hostería	22
Gráfico 6-4: Actividades adicionales que les gustaría que se implemente en la hostería	23
Gráfico 7-4: Disponibilidad de pago de los potenciales clientes	24
Gráfico 8-4: Preferencias de pago por los potenciales clientes.....	24
Gráfico 9-4: Número de personas con quienes viajan los potenciales clientes.....	25
Gráfico 10-4: Estadía de los potenciales clientes.....	26
Gráfico 11-4: Medios por los cuales se informan los potenciales clientes	26

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA PARA LOS POTENCIALES CLIENTES

LISTA DE ABREVIATURAS

GAD:	Gobiernos Autónomos Descentralizados
MIES:	Ministerio de Inclusión Económica y Social
MINTUR:	Ministerio De Turismo
OMT:	Organización Mundial De Turismo
PIB:	Producto Interno Bruto
PRC:	Periodo de recuperación de capital
RBC:	Relación Beneficio Costo
SEMPLEADES:	Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo
TIR:	Tasa Interna de Retorno
VAN:	Valor Actual Neto

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo, determinar la factibilidad para la implementación de una hostería turística en la comunidad de San Francisco de Chambo, cantón Chambo, provincia de Chimborazo, los métodos de investigación que se aplicó son: empírico; con técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales para la medición de la viabilidad comercial, técnica-productiva, ambiental, evaluación financiera. En la viabilidad comercial, se determinaron los gustos y preferencias de los turistas, obteniendo el 95,6% de aceptación del proyecto de los cuales manifiestan que los servicios que les gustaría utilizar son: la piscina- spa (29,4%), el 42,6% indican que les gustaría todos los servicios ofertados (hospedaje, alimentación, áreas de recreación y piscina-spa), como actividades adicionales prefieren el senderismo (35,3%) y práctica de medicina ancestral (25%). En la viabilidad técnica, se diseñó la hostería “El hechizo” describiendo la estructura arquitectónica de cada una de las instalaciones de la misma, la cual fue Rdiseñada para una capacidad operativa de 98 personas en el fin de semana. El potencial de la hostería se difundirá a través de medios publicitarios; página web, redes sociales y medios de comunicación, radio y televisión. En la viabilidad ambiental se utilizó la matriz de Leopold considerando magnitud e importancia, el proyecto es viable ambientalmente obteniendo una agregación de impactos 292 puntos positivos. Finalmente, la viabilidad económica y financiera de la factibilidad para la implementación de la hostería, reporta una inversión inicial de \$ 432.997,08 USD, la cual será recuperada satisfactoriamente, con un Valor Actual Neto de \$ 143.744,62 USD, una Tasa Interna de Retorno del es 15%, y el Periodo de la Recuperación del Capital será entre el año 4 y 5, que está en el horizonte del tiempo del proyecto, se concluye que el proyecto es factible desarrollar.

Palabras claves: <HOSTERÍA>, <TURISMO>, <VIABILIDAD TÉCNICA>, <VIABILIDAD COMERCIAL>, <VIAVILIDAD AMBIENTAL>, <VIAVILIDAD ECONÓMICA FINANCIERA>.

LUIS
ALBERTO
CAMINOS
VARGAS

Firmado digitalmente por LUIS
ALBERTO CAMINOS VARGAS
Nombre de reconocimiento
(DN): c=EC, l=RIOBAMBA,
serialNumber=0602766974,
cn=LUIS ALBERTO CAMINOS
VARGAS
Fecha: 2021.10.14 12:32:42
-05'00'



1895-DBRA-UTP-2021

ABSTRACT

The present research aimed to determine the feasibility for the implementation of a tourist lodge in San Francisco de Chambo community, Chambo canton,Chimborazo. In addition, the research methods that were applied are: empirical; statistical descriptive techniques and inferential in order to measure commercial, technical-productive,environmental and financial evaluation. In commercial viability, tastes and preferences of tourists, obtaining 95.6% acceptance of the project from which the services they would like to use are: the pool-spa (29.4%), 42.6% indicate that they would like all the services offered (accommodation, food, recreation areas and pool-spa), as additional activities they prefer hiking (35.3%) and practice of ancestral medicine (25%). On the other hand, in the technical feasibility, "El hechizo" lodge was designed describing the architectural structure of each facilities, which was designed for a capacity of 98 people operating on the weekend. The potential of the lodge will spread through advertising media; website, social networks and media, radio and television. But, on environmental viability, the Leopold matrix was used considering magnitude and importance,so the project is environmentally viable obtaining an aggregation of 292 positive points. To sum, the economic and financial viability for the implementation of the lodge, reports an initial investment of \$ 432,997.08 USD, which will be recovered satisfactorily, with a Net Present Value of \$ 143,744.62 USD, an Internal Rate of Return of 15%, and the Capital Recovery Period will be between the 4 and 5 year, which is on time of this project, so it is concluded that the project is feasible to develop.

Key words: <LODGE>, <TURISM>, <TECHNICAL VIABILITY>, <COMMERCIAL VIABILITY>, <ENVIRONMENTAL VIABILITY>, <ECONOMIC FINANCIAL VIABILITY>.

CRISTINA PAOLA
CHAMORRO
ORTEGA

Firmado digitalmente por CRISTINA PAOLA
CHAMORRO ORTEGA
DN: cn=CRISTINA PAOLA CHAMORRO
ORTEGA, o=EC, ou=SECURITY DATA S.A. 1
ou=ENTIDAD DE CERTIFICACION DE
INFORMACION
Motivo Soy el autor de este documento
Ubicacion:
Fecha: 2021.11.08 00:29:05:00

Msc. Cristina Chamorro O.
DOCENTE INGLES
FRN-TURISMO

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial del Turismo (OMT) citada en Días (2020) menciona, que el turismo a nivel mundial en el 2019 se registró más de 1.400 millones de llegadas de turistas internacionales, generando 120 millones de empleos, lo que hace evidencia la importancia de la industria turística, esto dado por las actividades que genera los sectores como: hosterías, agencias de viajes, transporte y el ocio en general.

Ecuador cuenta con una extensión de 256.370 kilómetros cuadrados con la posición sobre la línea ecuatorial, posee cuatro regiones, las cuales ofrece una excepcional variedad de ecosistemas y diversidad biológica (Ministerio del Ambiente de Ecuador [MAE] 2010), por consiguiente, el Ministerio de Turismo (2019) demuestra que la llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció un 4% en el 2019, ya que entre enero y noviembre se registraron 1381.726 visitas.

La provincia de Chimborazo conocida como “la provincia de las altas cumbres”, se encuentra dividida en 10 cantones: Alausí, Colta, Cumandá, Chunchi, Guamote, Guano, Pallatanga, Penipe, Riobamba y Chambo. Chambo denominado “Señora del Agro” por su actividad agropecuaria, que se encuentra asentada en los montes Quilimás y Cubillines de la Cordillera Oriental y es el cruce de los tres ríos y su cercanía al parque Nacional Sangay dotan de grandes recursos turísticos naturales, lo que la convierte en un atractivo potencial (Prefectura de Chimborazo, 2020).

El cantón Chambo se limita al Norte: cantón Riobamba con la quebrada de Puchulcahuán, al Sur: cantón Riobamba con el río Daldal afluente del río Chambo, y las parroquias Pungalá y Licto, al Este: provincia de Morona Santiago, al Oeste: cantón Riobamba (Gobierno Autónomo Descentralizado de Chambo [GADMCH], 2014), no posee parroquias rurales pero dispone de dos sectores: Chambo urbano (barrios Catequilla, Titaicún, Batán, Galtén, Rumucruz, Chugllín, Guilbud, Santa Rosa, San Jorge, Llío, San Pedro del Quinto, El Rosario, El Vergel) y Chambo rural constituido por las 10 comunidades (Airon, Ainche, Jesús del Gran Poder, Julquis, Ulpán, San Pedro de LLucud, San Francisco de Chambo, San Antonio de Guayllabamba, Quintus y Guaractus) (Chugñay y Carillo, 2018a).

Dentro de la zona rural Chambo cuenta con varios atractivos culturales y naturales como: Laguna de Rocón, Los Cubillines y Quillimas apto para personas aventureras, la cascada Curipaccha un lugar placentero ideal para deportistas extremos y las aguas termales de Aguallanchi conocida por sus propiedades curativas, también existen varios centros turísticos entre ellos; el complejo El Mirador, La Pampa, centro turístico El Vergel y Rancho *Willy's* (Chugñay y Carillo, 2018, pp. 24-35), estos y como otros centros turísticos ayudan a dinamizar la economía local, dando el cumplimiento al objetivo # 5 del Plan Nacional de Desarrollo-Toda una Vida, que fundamentalmente es impulsar una economía que se sustente en el aprovechamiento adecuado de

los recursos naturales, que guarde el equilibrio con la naturaleza e incorpore valor agregado a los productos (Consejo Nacional de Planificación, 2017, p. 80).

Bajo el contexto del objetivo 5 del Plan Nacional de Desarrollo-Toda una Vida se pretende ver la factibilidad para la implementación de una hostería turística en la comunidad San Francisco de Chambo, cantón Chambo, provincia de Chimborazo, en el lugar que se pretende implementar la hostería es una propiedad privada, aproximadamente de 4 hectáreas, la cual se encuentra limitada con el río Timbul y la vía hacia las aguas termales de Guayllabamba, todo ello rodeada de biodiversidad, por lo que, se debe establecer en la hostería con materiales amigables al ambiente.

La comunidad de San Francisco de Chambo cuenta con uno de los principales atractivos turísticos que es las aguas termales de Guayllabamba o Aguallanchi, ubicada a 7 km del cantón, que son de origen volcánica conocido por su poder curativo (Capuz, 2016), actualmente se encuentra en proceso de reactivación, principalmente en las vías de acceso, con la finalidad de continuar con su operación activa luego de la pandemia Covid-19, ya que meses anteriores recibía turistas nacionales y extranjeros, en este sentido para distribuir los turistas es necesario un estudio de factibilidad para la implementación de una hostería turística.

Para el estudio de factibilidad, la metodología a aplicarse como referencia es la Guía de Formulación y Evaluación de Proyectos Productivos de Muñoz (2019), donde permite evaluar la viabilidad comercial, técnico, ambiental, legal administrativo y evaluación económica-financiero, como medios para la toma de decisiones.

Para dar cumplimiento al estudio se estableció 4 objetivos específicos: 1) Determinar la viabilidad comercial y técnica para la implementación de una hostería turística en la comunidad San Francisco de Chambo, cantón Chambo, provincia de Chimborazo, 2) Evaluar la viabilidad ambiental en función del proceso productivo de la hostería turística, 3) Establecer la viabilidad legal administrativa de la hostería turística, 4) Determinar la rentabilidad económica financiera de la hostería Turística. Seguido del Capítulo I, que se tratará el diagnóstico del problema, el Capítulo II muestra la revisión de la literatura que fundamentará el estudio; seguido por el Capítulo III en donde se detalla el marco metodológico y finalmente los resultados, conclusiones y recomendaciones.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad para la implementación de una hostería turística en la comunidad San Francisco de Chambo, cantón Chambo, provincia de Chimborazo

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la viabilidad comercial y técnica para la implementación de una hostería turística en la comunidad San Francisco de Chambo, cantón Chambo, provincia de Chimborazo
- Evaluar la viabilidad ambiental en función del proceso productivo de la hostería turística
- Establecer la viabilidad legal administrativa para el funcionamiento de la hostería turística
- Determinar la rentabilidad económica financiera de la hostería turística

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

El cantón Chambo cuenta con una superficie de 167,47 km² y con 11.885 habitantes, entre las principales actividades económicas de Chambo están la ganadería, agricultura, producción de ladrillo el 24%, y el 55.6% del territorio es para el desarrollo del turismo, ya que es considerada como área de conservación y protección (Gobierno Autónomo Descentralizado de Chambo, 2014, pp. 13,231). Chambo posee recursos naturales y culturales, entre estos, los ríos Chambo, Daldal, Timbul, la laguna Roncón, bosque primario Leonán de Lluclud y cascada Curipaccha, visitados por turistas nacionales y extranjeros. Actualmente por la crisis del COVID-19 no hay afluencia de turistas, causando el desempleo especialmente en centros turísticos, sin embargo, la ministra de turismo Rosi de Hoiquin manifiesta que el turismo interno empezará a moverse en corto plazo (Travel2latam, 2020).

Tomando en cuenta que Chambo posee atractivos en sus zonas rurales para ofrecer al turista, ya que luego de la emergencia sanitaria que se vivió en Ecuador y en el mundo, los viajeros solicitan actividades que permitan complementar sus recorridos turísticos con experiencias únicas y que hagan de su viaje un recuerdo inolvidable al aire libre, permitiendo al visitante entrar en contacto con la naturaleza y la cultura (Acero, 2020), en este sentido es necesario un estudio de factibilidad para la implementación de una hostería turística.

Asumiendo que, en la actualidad es muy sustancial tener en cuenta las medidas de bioseguridad especialmente evitar lugares de aglomeración, por tal motivo es importante un estudio de factibilidad para la implementación de una hostería turística, para poder distribuir a esta zona el flujo de visitas que se encuentran en las hosterías que estén cerca de los centros de mayor población y se tendrá turistas durante los fines de semana y feriados.

El presente estudio se realizará específicamente en la comunidad San Francisco de Chambo cerca de su atractivo principal que es las aguas termales de Guayllabamba, uno de sus principales problemas es la inexistencia de una hostería turística que ofrezca servicios de calidad con una temática diferente para el disfrute y el descanso del visitante, por consiguiente la propuesta permitirá garantizar cada proceso a realizarse en la comunidad y como se verán todos favorecidos a través del desarrollo turístico.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Turismo

Simarro, et al. (2012, p. 251) señala que el turismo tiene una perspectiva productiva en la que convergen actuaciones de diversos sectores económicos y que implica una inversión previa en recursos humanos, instalaciones y equipos, por otra parte el turismo fomenta la actividad empresarial, por lo que es uno de los ámbitos ideales donde el futuro de la sociedad podría encontrar su pleno desarrollo (Ramos y Guerrero, 2014, p. 5).

Según Sancho (2017, pp. 16-17) define al turismo como el desplazamiento a largo o corto plazo, fuera de lugar de residencia y de su trabajo en un tiempo de ocio, lo cual es una fuente que genera renta, se favorece la creación de empleo, se aumentan los ingresos públicos y privados.

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) menciona que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que se da por el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por razones personales, profesionales o de negocios, aquellas personas se denominan viajeros (turistas o excursionistas residentes o no residentes) y el turismo engloba sus actividades.

2.2. Factibilidad

Según Arturino (2015, p. 1) la factibilidad es la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas propuestas, habitualmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

La factibilidad representa la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cada los objetivos o metas propuestas, apoyándose en los siguientes aspectos (Aviles, 2018, pp. 6-7):

- Aspecto operativo
- Aspecto técnico
- Aspecto económico

El grado de factibilidad determinará la viabilidad de un proyecto, la cual llevará a la toma de decisiones.

2.3. Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de pre-inversión, que involucra el desarrollo de actividades como el diseño, evaluación y aceptación de las inversiones, garantizando que su implementación sea efectivamente justificada y que las soluciones que propone a nivel técnico y económico sea el más beneficioso. Para llevar a cabo el estudio general de factibilidad se requiere analizar tres estudios: de mercado, técnico y financiero (Santos, 2008).

El estudio de factibilidad es el análisis que ejecuta una empresa para determinar si el negocio o proyecto que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben aplicar para que resulte exitoso (Arturino, 2015). Por otra parte, Moscoso (2015, p. 39) aporta que el estudio de la factibilidad es la prestación escrita en forma precisa de lo que pensamos llevar a cabo con nuestro proyecto, caracteriza por poder ver la aproximación de la realidad.

2.4. Esquema de un estudio de factibilidad

Según Hernández citado en Pontón (2010) menciona que en un estudio de factibilidad de proyectos turísticos es necesario seguir el siguiente esquema:

- Presentación general del estudio de factibilidad
- Resumen e introducción técnica del estudio
- Análisis o estudio del mercado
- Análisis o estudio técnico
- Análisis o estudio financiero
- Estudios complementarios
- Evaluación financiera y socioeconómica

Para Castañeda y Macías (2016, pp. 15-16), menciona que para llevar a cabo un estudio de factibilidad de un proyecto se debe realizar: 1.- un estudio de mercado que permita analizar aspectos de oferta y demanda, con el fin de identificar la porción del mercado que se desea captar. 2.- Formular un estudio técnico que tenga en cuenta todas las variables que influyen en las necesidades de fabricación, centrándose en las necesidades de maquinaria, materias primas y método de fabricación. 3.- Elaborar un estudio administrativo con el fin de determinar las estrategias de planeación, estructura organizacional, personal necesario, procedimientos administrativos y laborales. 4.- Elaborar un análisis financiero que incluya los aspectos a tener en cuenta, con el fin de evaluar si es o no factible el proyecto.

2.5. Hostería turística

En el reglamento de alojamiento turístico del Ecuador, a la hostería turística le define como (MINTUR, 2016, p. 9):

Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

Para Atiencia (2017, p. 19) una hostería turística es aquel establecimiento en que se preste el servicio completo como de alimentación, alojamiento turístico en habitaciones privadas, ubicada en lugares suburbanos o rurales, en un edificio o parte independiente del mismo, con entrada de uso exclusivo.

2.5.1. Servicios de oferta una hostería turística

Una hostería turística es un establecimiento que ofrece un conjunto de servicios al huésped, los cuales son (Suárez, 2013, pp. 85-86):

- Servicio de alojamiento; estancia de los usuarios.
- Servicio de alimentación; consumo del alimento en el establecimiento.
- Servicio de intermediación; prestación de otros servicios turísticos.
- Servicios de información; sobre los servicios y atractivos turísticos del lugar.
- Servicio de guianza; prestación de profesionales como guías.
- Servicio de acogida; eventos, convenciones o similares.
- Spa; tratamiento o terapias de relajación.

Para Molina (2014, p. 6) una hostería es un establecimiento hotelero, que principalmente debe dotar de jardines, zona de recreación y deporte, ofrecer servicio de alojamiento y alimentación con una capacidad no menos a 6 habitaciones.

2.6. Viabilidad Comercial

Gallerano citado en Guerra (2015, p. 13) menciona que la viabilidad comercial de un proyecto, se basa en analizar el mercado, si existe demanda, creciente o decreciente en el tiempo, si existen o no competidores y cuál es su estrategia, si existen bienes sustitutos o complementarios y como

afectan la demanda de nuestro producto, que tan sensible es la demanda al precio del producto y para Moscoso (2015, pp. 100-101) es el conjunto de procesos, funciones y servicios, así como las personas e instituciones, involucrados en el camino o trayectoria, tiene como objeto formular proposiciones tendientes a incrementar la eficiencia, tanto física como económica del proceso.

Un buen estudio del mercado permite desarrollar eficientemente todos los demás estudios: técnico financiero y llevar a cabo una real evaluación del proyecto, si la demanda potencial se presenta mayor que la oferta es posible empezar a ver la factibilidad de llevar adelante el proyecto (Viñán, 2018, p.19).

2.6.1. Pasos para realizar un estudio de mercado

Los pasos a seguir para llevar a cabo un óptimo desempeño en un estudio de mercado son (Pacheco, 2015, pp. 44-45):

- Definición del producto: características, accesorios instalación servicio.
- Análisis de la demanda: estudio de cómo se espera que sea el crecimiento de la demanda y cuanto se espera que sea.
- Distribución geográfica del mercado: localización de los posibles consumidores.
- Proyección de la demanda: crecimiento de la demanda durante el año.
- Análisis y proyección de la oferta: quienes ofrecen los productos en la actualidad, puntos fuertes, débiles y su crecimiento anual.
- Importancia de producto: cuanto nos costaría comprar el producto en el extranjero.
- Análisis del precio y costo promedio: precio apropiado para el producto, costo del producto tomando en consideración todos los factores.
- Canales de comercialización y distribución del producto: lugar físico y la manera que se llevará a cabo al consumidor final.

Para Rodríguez (2018, pp. 27-36) menciona que un estudio de mercado deberá ofrecer por lo menos, la información y análisis de:

- Definición del bien a producir; el servicio que presta.
- Análisis del consumidor; necesidades del consumidor.
- Análisis de la competencia; identificación de la competencia.
- Previsión de la demanda; estimar la rentabilidad del proyecto.
- Plan de comercialización; diseño y precio del producto.

2.6.1.1 Análisis de la demanda

Según Placencia (2013, p. 23) el análisis de la demanda es identificar a quien será destinado como nuestro producto o servicio, es decir, un cierto número de unidades que los compradores estarían dispuestos a comprar o que ya han sido adquiridas, compradores o consumidores son las personas, empresas u organizaciones que adquieren determinados productos para satisfacer sus necesidades o deseos.

Fundamentalmente se analiza la capacidad de pago, es decir que si una persona o los compradores tienen los medios necesarios para realizar la adquisición.

2.6.1.2 Análisis de la oferta

La definición más asequible y sencilla que se puede decir es que la oferta es la cantidad de bienes o servicios que el vendedor pone a la venta en el mercado (Navarro, 2008).

Para Helmut y Corvo (s.f.) el análisis de la oferta es la evaluación de fortalezas y debilidades e implementar estrategias para mejorar la ventaja competitiva, en la cual se debe hacer una revisión histórica, actual y futura de la oferta para establecer cuántos bienes han entregado los competidores, cuántos están entregando y cuántos podrán ofrecer al mercado, como finalidad de establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretenden vender en el mercado.

2.6.1.3 Análisis de la competencia

El análisis de la competencia es fundamental para identificar el número de competidores, con el fin de conocer la imperfección del mercado, la posición competitiva, volumen de ventas y la participación dentro del mercado, siendo el precio, calidad y servicio son medios importantes de competencias (Rodríguez, 2018a).

2.6.1.4 Confrontación demanda y competencia

De acuerdo a Muñoz (2017, p. 10) la confrontación entre demanda y oferta o competencia, facilita la determinación de la demanda insatisfecha, si cuenta con información de por lo menos los 5 últimos años, determine la demanda y oferta histórica de su producto.

2.7 Viabilidad Técnica

Según Fernandez (2007) el estudio técnico es el proceso de producción y la tecnología a usar para obtener el producto, es donde, se precisa el tamaño del proyecto y sus costos de producción, la operación y el monto de las inversiones a realizar para que el proyecto inicie su operación.

El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este dónde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto (Viñán, et al., 2018: p. 30).

2.7.1 Pasos para realizar un estudio técnico

Un estudio tecnico es la aplicación de creatividad e innovación en el diseño de soluciones a los problemas, las distintas partes que compone el estudio son (Sarmiento, et al., 2019: pp. 41-51):

Analisis y determinación del tamaño óptimo: dimensión de la problemática y del mercado.

- Analisis y determinación del localización óptimo: sitio donde se ejecutará el proyecto.
- Elaboración de la ingeniería del proyecto: instalaciones y funcionamiento de la planta.

Según Sánchez (et al., 2020: pp. 23-24) para el estudio técnico se debe tener en cuenta principalmentes dos factores:

- Tamaño; respondiendo al siguiente interrogante ¿al cuánto?, la tecnología ¿al como?, según el análisis de la demanda.
- Localización; ¿al donde?, que logre la tasa de mayor rentabilidad

2.7.1.1 Tamaño del proyecto

Dimensión o tamaño del proyecto es la capacidad de producción en determinado tiempo de funcionamiento, el tamaño ideal de un proyecto es aquel que produce rentabilidad más alta, o la mayor diferencia entre los costos y beneficios (Prieto, 2015).

Según Rodríguez (2018) el tamaño del proyecto es la capacidad instalada la cual se entiende como, capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo, se requiere conocer con mucha precisión los tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o en su efecto, diseñar y calcular esos dato.

2.7.1.2. Localización

Sapag Chain citado en Corriillo y Gutiérrez (2016, p. 29) menciona que, en el estudio de localización del proyecto, se toman en cuenta dos aspectos la macro y la micro localización, como también se deben analizar otros factores, llamados fuerzas locacionales, que de alguna manera intervienen en la inversión de un determinado proyecto.

- Macro localización: evaluar el lugar que ofrece las mejores condiciones para el punto del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región.

- Micro localización: es el punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará el repartimiento o distribución de las instalaciones en el terreno seleccionado.

2.8 Viabilidad administrativa

La viabilidad administrativa es determinar las capacidades gerenciales internas de la empresa para su administración eficiente, por lo que se debe conseguir personal capacitada y con habilidades requeridas, por con siguiente en una empresa nueva, se realiza la estructura orgánica y funcional (Eduardo, 2012).

Para Guerrero y Santacruz (2016) es una herramienta que facilita a una empresa una correcta administración, cuando está ya se encuentre funcionando marca el rumbo a seguir en su administración, empezando a definir su misión, visión, metas, en si una administración estratégica.

2.9 Viabilidad legal

Vélez citado en Monatoa (2019a) menciona que la legalidad se refiere a todas las leyes y reglamentos que se fundamenta en la operación de una compañía o de un producto en el mercado. Así, por ejemplo, los permisos, el registro de marcas, la ley de invenciones y marcas, derechos de autor, las patentes, el derecho mercantil, la ley general de protección al consumidor, la ley general de sociedades cooperativas, entre otras. Por otra parte, en PMOinformática (2016) añade que la viabilidad legal determina si existe problema del proyecto con algún requerimiento legal, si es aceptable para la ley y si cumple con las regulaciones sectoriales.

2.10 Viabilidad ambiental

Según Guerra (2015, p. 22) la viabilidad socio ambiental que se realiza de un proyecto no es un requisito indispensable, pero es una forma de asegurar su sostenibilidad. Es la conjugación de un conjunto de variables ambientales, socioeconómicas, culturales, políticas y técnicas, que actúan de manera diferente de acuerdo a las circunstancias o el contexto donde se desarrolla el proyecto.

Es fundamental tener en cuenta que:

- Por encima de cualquier proyecto hay recursos naturales y comunidades que tomar en cuenta.
- El proyecto deberá tener el menor impacto negativo posible sobre el entorno natural y social.
- Tener una comunicación técnica con las autoridades públicas territoriales y ambientales que intervienen en cualquiera de las etapas del proyecto.

Para identificar los posibles problemas al entorno natural o a la sociedad, que generarán al inicio y puesta en marcha del proyecto se podrá medir mediante la matriz de Lázaro Lagos, o la matriz de Leopold y posteriormente elaborar un plan de mitigación.

2.10.1 Matriz de Leopold

La matriz de Leopold fue diseñada para evaluar los impactos ambientales, estima la importancia y la magnitud de dichos impactos, dentro de las columnas pueden estar 88 factores ambientales y en las filas las acciones que pueden causar impactos (Borderías y Muguruza, 2014).

La matriz de Leopold es un cuadro de doble entrada de relación causa-efecto, método de evaluación cualitativa, empleado en la evaluación del impacto ambiental siendo esta positiva o negativa, dicha matriz sistematiza la relación entre las acciones a implementar en la ejecución de un proyecto (Gomez, sf.a).

2.10.1.1 Como realizar la matriz de Leopold

Según Gómez (sf.b) se debe seguir el siguiente procedimiento para identificar los impactos ambientales y sociales en la matriz de Leopold.

- En la primera fila se colocará las acciones a ejecutar en la hostería (parte superior).
- En la primera columna, extremo izquierdo se colocará los factores ambientales que pueden ser afectados por cada acción.
- En las celdas formadas por la intersección entre filas y columnas se anotará la magnitud e importancia del impacto (los valores de la magnitud del impacto varían entre + 1 hasta +10 si el impacto es positivo. Cuando el impacto se evalúa como negativo se asignan valores entre - 1 al -10).
- Se sumará todos los valores totales de los factores ambientales y todos los valores totales para las acciones. Si el valor obtenido es negativo, se considera que el impacto que afecta negativamente al ambiente, en caso de obtenerse valores positivos, el proyecto no está afectando desfavorablemente al ambiente.

2.11 Viabilidad económico financiero

El modelo financiero se realiza luego de los estudios previos (mercado, técnico, jurídico, institucional etc.) se constituye flujos netos de caja que permite analizar la conveniencia o inconveniencia de una propuesta, en si es el monto de recursos económicos necesarios para la puesta en marcha un proyecto, donde abarca costo de producción gastos de administración y ventas (Viñán, 2018a: p. 51).

Borges citado en Monatoa (2019b, p. 14) manifiesta que el estudio de viabilidad económica y financiera es la parte final de la planificación de un negocio o un proyecto, en donde se mide la viabilidad del mismo a través de indicadores financieros. El resultado dependerá de la inversión inicial estimada.

Indicadores financieros más utilizados:

- De liquidez
- De endeudamiento (Estructura del Capital)
- De rentabilidad
- De eficiencia

2.11.1 Flujo de caja actualizado

El flujo de caja radica en las entradas y salidas de dinero en efectivo, en oposición a la utilidad neta que puede fluir hacia adentro o hacia fuera de una empresa durante algún periodo específico. Habrá que considerar que, si las estimaciones de flujo de efectivo no son prudentemente exactas, cualquier técnica analítica, podrá conducir a decisiones deficientes y por lo tanto a posible pérdida operativa y al negación o fracaso del proyecto (Viñán, 2018b: p. 77).

2.11.2 Valor actual neto

El valor actual neto (VAN) se define como el valor actual de todos los flujos de la caja, generados por el proyecto de inversión menos el coste inicial necesario para la ejecución de la misma, el criterio para ver si es factible, se basa que el VAN tiene que ser positivo, ya que ellos contribuyen a lograr el objetivo financiero de la empresa y se rechaza un proyecto con VAN negativo o nulo (Aguar, 2012: p. 5).

2.11.3 Relación beneficio Costo

Según Cruz (2017) relación beneficio costo relaciona directamente los beneficios y los costos de un proyecto para definir su viabilidad, para calcular se halla primero la suma de todos los beneficios descontados, trasladados al presente, y se divide sobre la suma de los costos también descontados.

Para determinar si un proyecto es viable bajo este enfoque, se debe considerar:

- Si $B/C > 1$, esto indica que los beneficios son mayores a los costos, es factible el proyecto.
- $B/C = 1$, indica que los beneficios igualan a los costos. No hay ganancias. No es factible el proyecto.
- $B/C < 1$, muestra que los costos superan a los beneficios. No es factible el proyecto.

2.11.4 Tasa interno de retorno

La tasa interna de retorno (TIR), representa la rentabilidad que genera un proyecto, es la tasa a la cual son descontados los flujos de caja, de forma que los ingresos y los egresos sean iguales en el presente, para tomar una decisión de inversión debe tener en cuenta que (Anónimo, 2015).

- Si la Tasa Interna de Retorno $>$ Tasa de Oportunidad, se acepta.
- Si la Tasa Interna de Retorno = Tasa de Oportunidad, es indiferente.
- Si la Tasa Interna de Retorno $<$ Tasa de Oportunidad, se rechaza.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El estudio se realizó en la comunidad San Francisco de Chambo, que es uno de los 27 sectores que posee el cantón Chambo, provincia de Chimborazo. Se encuentra ubicado al sureste del cantón a 12 km de distancia del parque central, coordenadas x: 772728 y: 9801975, a una altura de 3240 msnm y una temperatura ambiental de 6 a 12 grados centígrados (Chugñay y Carillo, 2018b).

➤ Métodos de investigación

Los métodos de investigación que se aplicó son: 1.- Empírico; con la aplicación de técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales para la medición de la viabilidad comercial, técnica-productiva, ambiental, evaluación financiera. 2.- Teórico con la aplicación de citas y referencias bibliográficas, para complementar la medición de las viabilidades anteriormente mencionadas y para establecer la viabilidad legal-administrativo.

➤ Tipo de investigación

El tipo de investigación aplicada del trabajo corresponde a la de campo, para lo cual se recolectó información primaria, misma que se complementará con información secundaria, que corresponde a la investigación cuanti-cualitativa.

➤ Técnicas

Las técnicas aplicadas para la recolección de información de acuerdo con el tipo de investigación fue las encuestas, citas contextuales y bibliografía.

➤ Metodología para el cumplimiento de los objetivos específicos.

Para determinar la factibilidad de la hostería turística se aplicó la metodología desarrollada por Muñoz (2019).

Para el cumplimiento del **primer objetivo**, que es determinar la viabilidad comercial y técnica, se basó en el siguiente procedimiento.

Viabilidad comercial

- Estudio de mercado
- Análisis de demanda
- Segmentación de mercado

- Universo
- Muestra
- Técnicas
- Instrumento
- Resultado del análisis de la demanda

➤ Demanda futura

La demanda futura se proyectó para clientes y servicios, aplicando la fórmula del incremento compuesto.

Utilizando la técnica de la participación en el mercado se determinó consumo aparente para clientes y servicios.

También como parte del estudio de mercado se diseñó el plan mercadotécnico y el presupuesto para el área comercial.

Estudio técnico-productivo

En base a la información generada en el estudio de mercado se procedió a: identificar la localización, la capacidad operativa, consumo aparente, diseño técnico arquitectónico de la hostería, flujogramas de producción y presupuesto para el área productiva.

Para el cumplimiento del **segundo objetivo**, que consiste en evaluar la viabilidad ambiental, se ejecutó las siguientes actividades:

Se utilizó la matriz de Leopold que facilitó valorar los impactos ambientales de las actividades a desarrollarse para la creación y el funcionamiento de la hostería.

En la matriz de Leopold, entre los factores a analizados fueron: características físicas y químicas (agua, tierra, atmósfera, procesos), condiciones biológicas (flora, fauna), factores culturales (interés humano, socio económica).

Para el cumplimiento del **tercer objetivo**, que es establecer la viabilidad legal administrativa, se realizó las siguientes actividades:

➤ Estudio legal

- Definición del tipo de hostería: se estableció en base al marco legal correspondiente, la Constitución de la República del Ecuador, Ley Orgánica de Turismo, Ley de Compañías, Ley de Economía Popular y Solidaria

- Requisitos para crear la hostería: según al literal anterior se determinó los requisitos para la constitución.
- Estudio administrativo
- Organigrama estructural y funcional, manual de cargos y funciones
- Identificación de los requerimientos del área legal administrativo: activos fijos talento humano, activos diferidos, otros.
- Formulación filosófica y estratégica de la hostería: Se estableció la misión, visión, políticas, estrategias y valores del producto.

Para el cumplimiento del **cuarto objetivo**, que es determinar la rentabilidad económica financiera, se basó en los siguientes análisis:

Análisis de: inversiones, usos y fuentes, pago de la deuda, depreciaciones, amortización de diferidos, presupuesto de egresos, punto de equilibrio, presupuesto de ingresos, estado de resultados, flujo de caja, VAN, TIR, RBC, PRC.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Viabilidad comercial y técnica

4.1.1. Estudio del mercado

4.1.1.1. Análisis de la demanda

➤ Segmentación del mercado

Los servicios que ofertará la hostería están dirigidos a turistas nacionales y extranjeros que visitan el cantón Chambo, se tomó como referencia a quienes hacen uso frecuente de las aguas termales de Aguallanchi, que es el atractivo principal del cantón.

➤ Universo

Los 41.058 turistas que visitaron a las aguas termales de Aguallanchi entre Agosto 2018 y Julio 2019.

Tabla 1-4: Número de turistas adultos que visitan las Aguas Termales de Aguallanchi

Mes	Número de turistas adultos
Agosto (2018)	4548
Septiembre	2616
Octubre	2878
Noviembre	2880
Diciembre	3055
Enero (2019)	3187
Febrero	3319
Marzo	3451
Abril	3583
Mayo	3715
Junio	3847
Julio	3979
TOTAL	41.058

Fuente: Reporte general de recaudación

Realizado por: Pilataxi, M. 2019

➤ **Muestra**

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

n= Tamaño de la muestra (?)

Z= Nivel de confianza 1,56

p = Variabilidad positiva 0.5%

q = Variabilidad negativa 0.5%

N = Tamaño de la población 41058

e= error 0,1%

$$n = \frac{41058 * 0,5 * 0,5}{(41058 - 1) (0,1/1,65)^2 + 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{10264,5}{41057 \left(\frac{4}{1089}\right) + 0,25}$$

$$n = \frac{10264,5}{151,05}$$

$$n = 67,9 = 68$$

➤ **Técnica de investigación**

La técnica que se utilizó fue la encuesta (anexo 1)

➤ **Instrumento de investigación**

Se elaboró un cuestionario de 11 preguntas las cuales se aplicó mediante el formulario de Google Drive.

➤ **Resultado del análisis de la demanda**

Luego de aplicar las encuestas se obtuvo los siguientes resultados del estudio de la demanda:

- **Género**

Tabla 2-4: Género de los potenciales clientes

Género	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
Femenino	22	22	32,4%	32,4%
Masculino	46	68	67,6%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

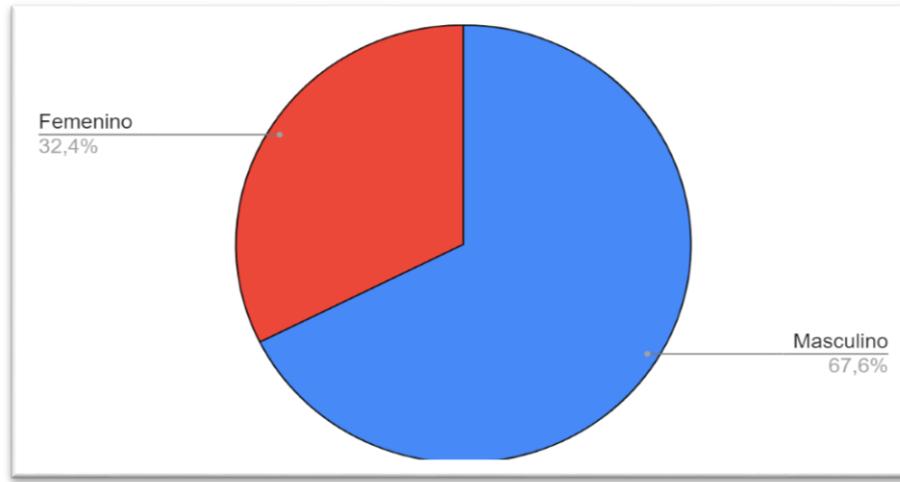


Gráfico 1-4: Género de los potenciales clientes

Realizado por: Padilla, T. 2020.

De acuerdo con la información del gráfico 1-4, se determinó que el 67.6 % de los encuestados pertenecen al género masculino y un 32,4% pertenecen al género femenino.

- **Edad**

Tabla 3-1: Edad de los potenciales clientes

Edad	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
18 -27	25	25	36,8%	36,8%
28 – 37	22	47	32,4%	69,2%
38-47	12	59	17,6%	86,8%
+ 47	9	68	13,2%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

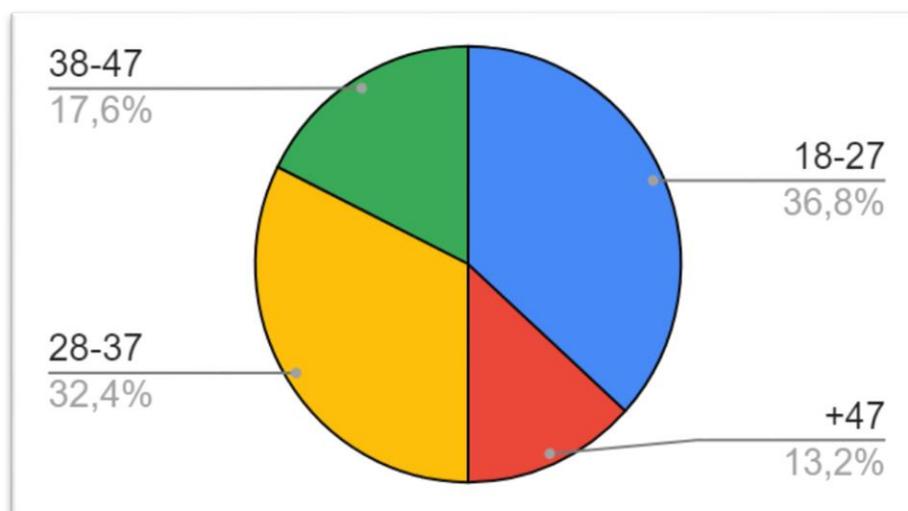


Gráfico 2-4: Edad de los potenciales clientes

Realizado por: Padilla, T. 2020

Según el gráfico 2-4, el 13,2% de los potenciales clientes tienen la edad mayor de 47 años, el 17,6% de clientes son entre 38 a 47 años, seguido de 32,4% de personas que corresponde a la edad de 28 a 37 años y con mayor porcentaje es de 36,8% de 18 a 27 años.

- **Procedencia**

Tabla 4-4: Procedencia de los potenciales clientes

Procedencia	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
Nacionales	60	60	11,8%	88,2%
Extranjeros	8	68	88,2%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

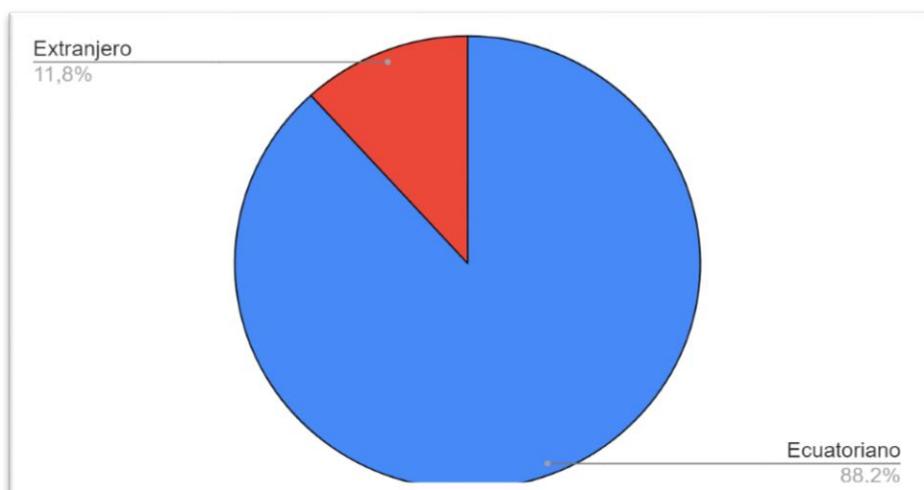


Gráfico 3-4: Procedencia de los potenciales clientes

Realizado por: Padilla, T. 2020

En el gráfico 3-4, indica que el 88.2% de los potenciales clientes son de procedencia nacional, siendo en su mayoría de la provincia de Chimborazo (cantones: Chambo, Riobamba, Alausí y Colta), y el 11.8% de extranjeros (Chile, Colombia y México).

- **Aceptación del diseño de la hostería turística**

Tabla 5-4: Aceptación del diseño de la hostería turística

Aceptación	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
Si	65	65	95,6%	95,6%
No	3	68	4,4%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

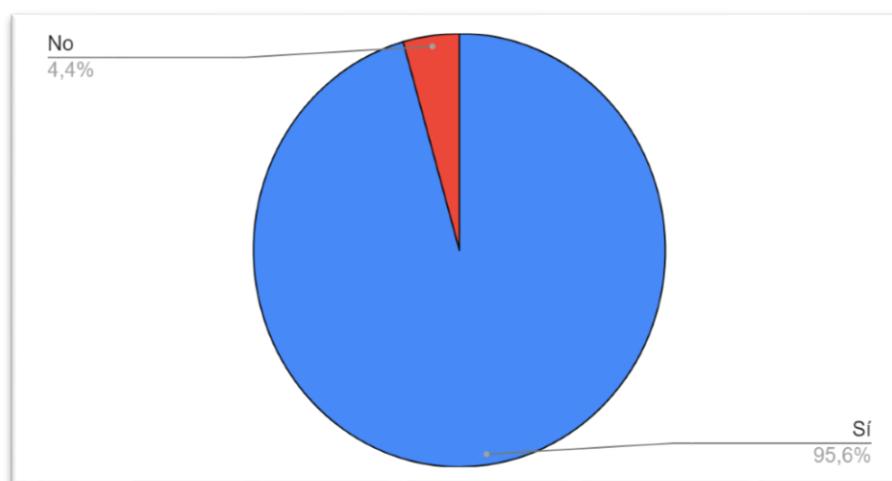


Gráfico 4-4: Aceptación del diseño de la hostería turística

Realizado por: Padilla, T. 2020

De acuerdo al gráfico 4-4, del total de encuestados el 95.6% de los potenciales clientes le gustaría el diseño de la hostería turística, por lo cual se puede determinar que tendrá una gran acogida del producto por parte de los turistas ya que si existe interés hacia este proyecto.

- **Servicios que les gustaría que se implemente**

Tabla 6-4: Servicios que les gustaría que se implemente en la hostería

Servicios	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
Hospedaje	8	8	11,8%	11,8%
Alimentación	2	10	2,9%	14,7%
Áreas de recreación	9	19	13,2%	27,9%
Piscina-Spa	20	39	29,4%	57,3%
Todas las anteriores	29	68	42,6%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

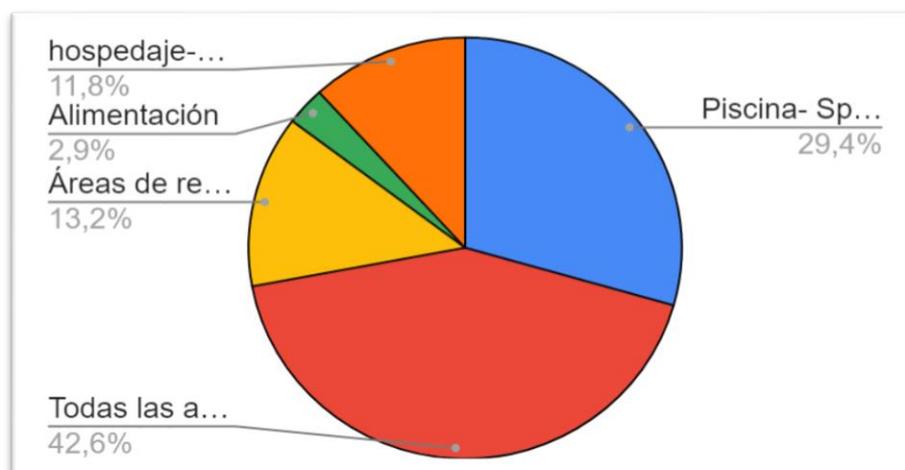


Gráfico 5-4: Servicios que les gustaría que se implemente en la hostería
Realizado por: Padilla, Tnia, 2020.

Según el gráfico 5-4, el 42,6% de los encuestados indican que se implemente en la hostería: el hospedaje, alimentación, áreas de recreación y piscina, al 29,4% le gustaría que se implemente solo la piscina y el 13,2% áreas de recreación.

- **Actividades adicionales**

Tabla 7-4: Actividades adicionales que les gustaría que se implemente en la hostería

Actividades	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
Senderismo	24	24	35,3%	35,3%
Medicina ancestral	17	41	25,0%	60,3%
Compra de artesanías	11	52	16,2%	76,5%
Pesca deportiva	16	68	23,5%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T, 2020.

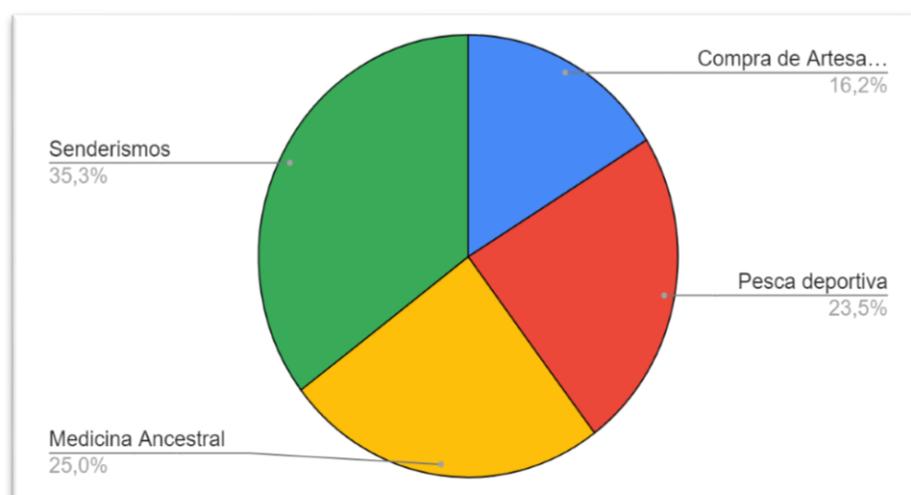


Gráfico 6-4: Actividades adicionales que les gustaría que se implemente en la hostería
Realizado por: Padilla, T, 2020

De acuerdo al gráfico 6-4, respecto a las actividades adicionales, el 35,3% de los encuestados mencionan que les gustaría el senderismo, el 25% medicina ancestral, 23,5% pesca deportiva y como menor porcentaje el 16.2% de los encuestados les gustaría la compra de artesanías.

- **Disponibilidad de pago**

Tabla 8-4: Disponibilidad de pago de los potenciales clientes

Disponibilidad de pago \$	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
10-20 USD	41	41	60,3%	60,3%
20-30 USD	25	66	36,8%	97,1%
+ 30	2	68	2,9%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

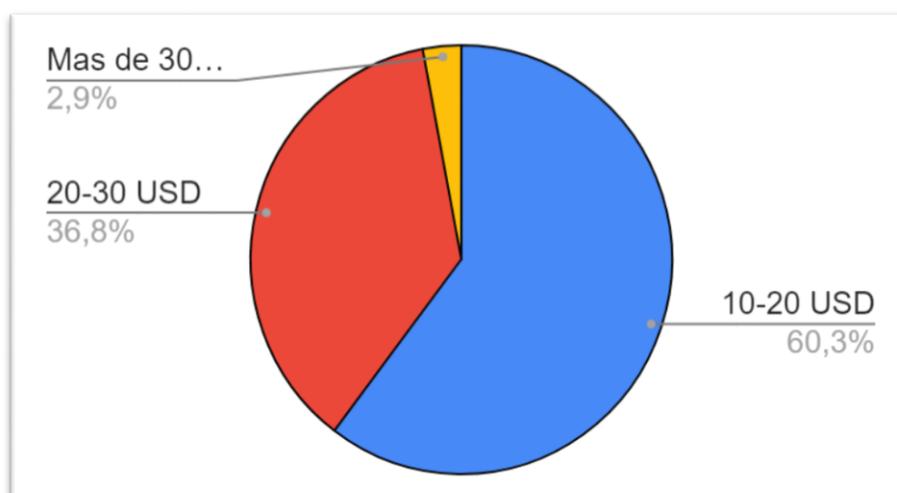


Gráfico 7-4: Disponibilidad de pago de los potenciales clientes

Realizado por: Padilla, T. 2020

En la gráfica 7-4 indica que , la disponibilidad de pago para 60,3% de los encuestados es de 10 a 20 dólares, para 36,8% es de 20 a 30 dólares y 2,9 % de los encuestados tienen la disponibilidad de pagar más de 30 dólares utilizando los servicios de una hostería turística.

- **Preferencia de pago de los servicios**

Tabla 9-4: Preferencias de pago por los potenciales clientes

Formas de pago	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
Cheque	1	1	1,5%	1,5%
Tarjeta	30	31	44,1%	46,6%
Efectivo	37	68	54,4%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

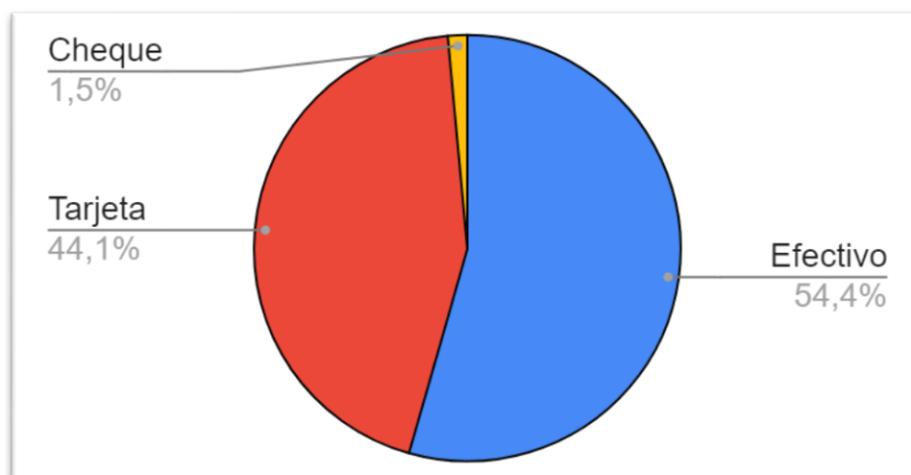


Gráfico 8-4: Preferencias de pago por los potenciales clientes

Realizado por: Padilla, T. 2020

De acuerdo al gráfico 8-4 el 54,4% de los encuestados indican su forma de pago es en efectivo, el 44.1% señala que su pago es en tarjeta y 1,5% es en cheque.

- **Número de personas con quienes viajan los potenciales clientes**

Tabla 10-4: Número de personas con quienes viajan los potenciales clientes

Número de personas que viajan	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
Solo	7	7	10,3%	10,3%
1 a 2 personas	41	48	60,3%	70,6%
3 a 5 personas	17	65	25%	95,6%
+ 6 personas	3	68	4,4%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

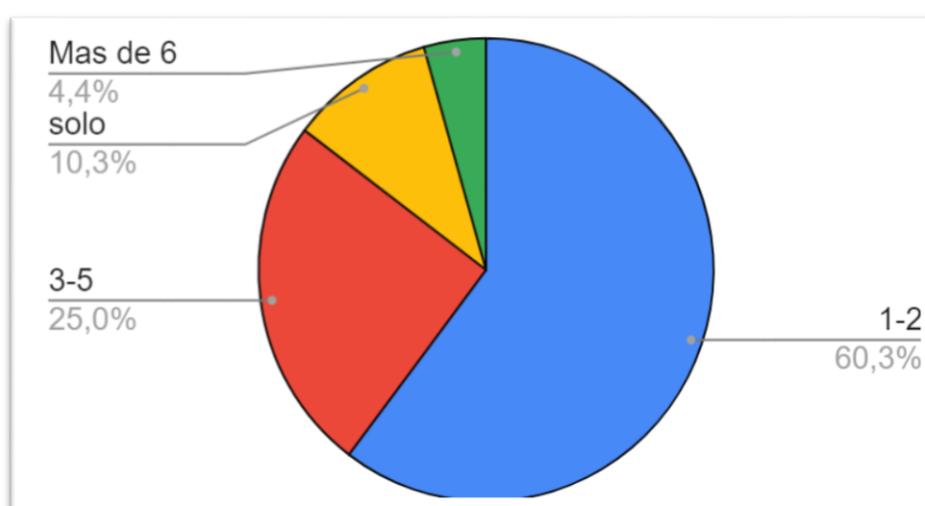


Gráfico 9-4: Número de personas con quienes viajan los potenciales clientes

Realizado por: Padilla, T. 2020

Según el gráfico 9-4 indican que el 60,3% de los encuestados viajan con una a dos personas, el 25% viaja entre 3 a 5 personas, el 10,3% solo y 4,4% de los encuestados viajan con más de 6 personas.

- **Estadía**

Tabla 11-4: Promedio de estadía de los potenciales clientes

Estadía	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
1 Día	25	25	36,8%	36,8%
2 a 3 días	40	65	58,8%	95,6%
+ de 3 días	3	68	4,4%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

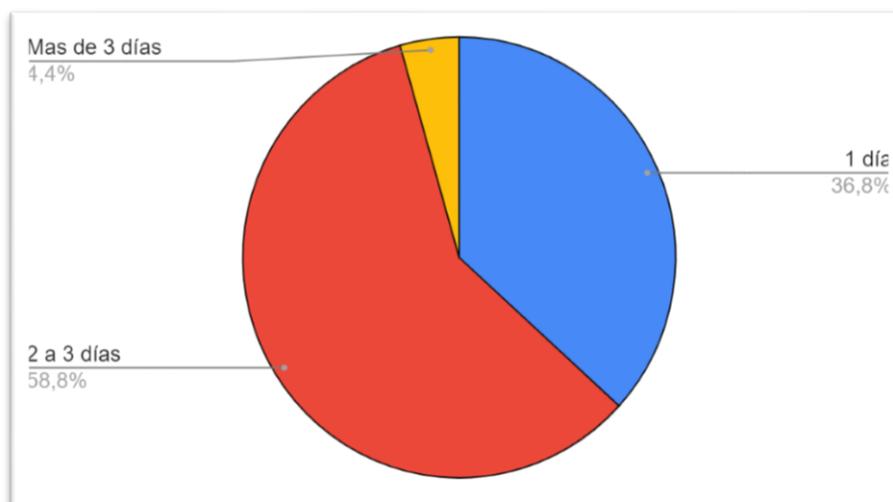


Gráfico 10-4: Estadía de los potenciales clientes

Realizado por: Padilla, T. 2020

De acuerdo al gráfico 10-4 respecto al promedio de estadía, el 58.8% de los encuestados indican que es de 2 a 3 días, 36,8% de un día, mientras que para 4, 4% de los encuestados su promedio de estadía es más de 3 días.

- **Medios por los cuales se informan los potenciales clientes**

Tabla 12-4: Medios por los cuales se informan los potenciales clientes

Medios de información	Frecuencia absoluta	Fr. Absoluta acumulada	Frecuencia relativa	Fr. Relativa acumulada
Revistas / volantes	6	6	8,8%	8,8%
Radio/tv	22	28	32,4%	41,2%
Guías turísticas	7	35	10,3%	51,5%
Redes sociales	33	68	48,5%	100%

Fuente: encuesta, 2020.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

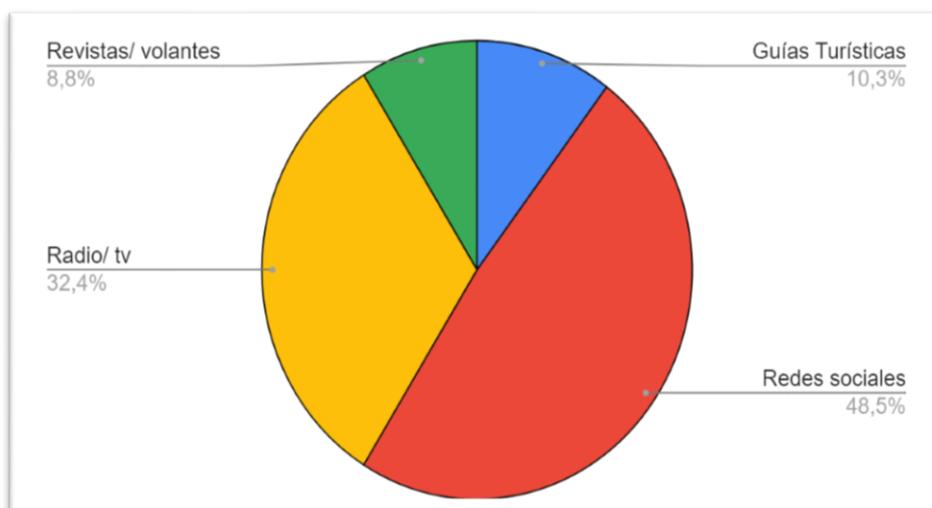


Gráfico 11-4: Medios por los cuales se informan los potenciales clientes

Realizado por: Padilla, T. 2020

Según el gráfico 11-4, los potenciales clientes usan como medio de información las redes sociales 48,5%, el 32,4 % por radio/TV, el 10,3% guías turísticas y el 8,8% se informan por revistas/volantes.

➤ Perfil de los potenciales clientes

El perfil de los potenciales clientes comprende, hombres y mujeres nacionales (88,2%) especialmente de la provincia de Chimborazo (Riobamba, Colta y Chambo) y extranjeros (11,8%), que comprenden la edad de 18 a 27 años (36,8%), que refleja una aceptación del 95,6% para la implementación de una hostería turística en una zona rural del cantón Chambo, los servicios que les gustaría utilizar en la dicha hostería son: la piscina- spa (29,4%), el 42,6% indican, hospedaje, alimentación, áreas de recreación y piscina-spa. Como actividades adicionales prefieren el senderismo (35,3%) y práctica de medicina ancestral (25%).

La disponibilidad de pago de los potenciales clientes con los servicios mencionados anteriormente es de 10 a 20 dólares (60,3%), el cual lo prefieren realizar en efectivo (54,4%) y en tarjeta (44,1%). Los potenciales clientes generalmente viajan con una a dos personas (60,3%) y de 3 a 5 personas (25%), su promedio de estadía es de 2 a 3 días (58,8%).

El medio de información con el que más interactúan son las redes sociales con un 48.5% seguido del 32,4% que brinda las propagandas radiales y televisivas.

4.1.1.2. Demanda Actual

➤ Demanda actual por cliente

Para el siguiente análisis se consideró el nivel de aceptación para el diseño de la hostería turística, que corresponde al 95,6%, a partir de esto se obtiene la siguiente información.

Aceptación = 95,6%

Universo de estudio = 41.058

Demanda actual = 41.058* 95,6% =39.251

➤ Demanda actual por producto

• Demanda actual de los servicios turísticos para la hostería

Tabla 13-4: Demanda actual de los servicios turísticos para la hostería

Servicios	Porcentaje	Demanda actual por cliente	Demanda actual por servicios turísticos
Alimentación	2,9%	39.251	1.138,27
Hospedaje- cabañas	11,8%	39.251	4.631,61
Áreas de recreación	13,2%	39.251	5.181,13
Piscina- Spa (sauna, turco, hidromasaje)	29,4%	39.251	11.579,04
Todas las anteriores	42,6%	39.251	16.720,92

Realizado por: Padilla, T. 2020.

• Demanda actual de las actividades complementarias a la hostería

Tabla 14-4: Demanda actual de las actividades complementarias

Servicios	Porcentaje	Demanda actual por cliente	Demanda actual por actividades complementarias
Compra de artesanías	16,2%	39.251	6.358,66
Pesca deportiva	23,5%	39.251	9.223,98
Medicina ancestral	25%	39.251	9.812,75
Senderismo	35,3%	39.251	13.855,60

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.1.1.3. Demanda futura

La demanda futura para los potenciales clientes se calculó se en base en la siguiente fórmula del incremento compuesto, para 5 años.

$$C_n = C_0(1 + i)^n$$

Donde:

C_n=el año a proyectar

Co= el número de turistas de la demanda actual (39.251 personas)

i= índice de incremento turístico anual 1,42%

Para el cálculo de la demanda futura se consideró como índice de incremento turístico anual a la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Chimborazo debido a que la mayor parte de turistas según la investigación de mercado pertenecen a la misma, siendo esta el 1,42% según el INEC 2010. El proyecto está dirigido también a turistas extranjeros, sin embargo, se ha tomado la tasa 1.42%, en virtud de haberse previsto que los bienes y servicios a ofertarse inicialmente cubra la demanda de turistas de la provincia en mención.

➤ **Demanda futura por cliente**

Tabla 15-4: Demanda futura por cliente

Año	Demanda futura por cliente
2022	39.808
2023	40.373
2024	40.946
2025	41.528
2026	42.118

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ **Demanda futura por producto**

• **Demanda futura de los servicios para la hostería turística**

Tabla 16-4: Demanda futura de los servicios para la hostería

Año	Demanda futura por cliente	Demanda futura de los servicios de la hostería				
		Alimentación 2,90%	Hospedaje- cabañas 11,80%	Áreas de recreación 13,20%	Piscina- (sauna, turco, hidromasaje) 29,,40%	Todas las anteriores 42,60%
2022	39.808	1154	4697	5255	11743	16958
2023	40.373	1171	4764	5329	11910	17199
2024	40.946	1187	4831	5404	12079	17443
2025	41.528	1204	4900	5482	12251	17691
2026	42.118	1221	4970	5559	12424	17942

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Demanda futura de las actividades adicionales de la hostería**

Tabla 17-4: Demanda futura de las actividades adicionales de la hostería

Año	Demanda futura por cliente	Demanda futura de las actividades adicionales de la hostería			
		Compra de artesanías 16,2%	Pesca deportiva 23,5%	Medicina ancestral 25%	Senderismo 35,3%
2022	39.808	6449	9355	9952	14052
2023	40.373	6540	9488	10093	14252
2024	40.946	6633	9622	10237	14454
2025	41.528	6727	9759	10382	14659
2026	42.118	6823	9898	10529	14868

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.1.1.4. Participación en el mercado

- **Consumo aparente**

- **Consumo aparente del cliente**

Tabla 18-4: Consumo aparente del cliente

Año	Cliente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	39.808	19904	9952	3317	829	111
2023	40.373	20187	10093	3364	841	112
2024	40.946	20473	10237	3412	853	114
2025	41.528	20764	10382	3461	865	115
2026	42.118	21059	10530	3510	877	117

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Consumo aparente para servicios**

- **Consumo aparente para el servicio de alimentación**

Tabla 19-4: Consumo aparente del servicio de alimentación

Año	Cliente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	1154	577	289	96	24	3
2023	1171	586	293	98	24	3
2024	1187	594	297	99	25	3
2025	1204	602	301	100	25	3
2026	1221	611	305	102	25	3

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Consumo aparente del servicio del hospedaje**

Tabla 20-4: Consumo aparente del servicio del hospedaje

Año	Ciente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	4697	2349	1174	391	98	13
2023	4764	2382	1191	397	99	13
2024	4831	2416	1208	403	101	13
2025	4900	2450	1225	408	102	14
2026	4970	2485	1243	414	104	14

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Consumo aparente de áreas de recreación**

Tabla 21-4: Consumo aparente de áreas de recreación

Año	Ciente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	5255	2628	1314	438	109	15
2023	5329	2665	1332	444	111	15
2024	5404	2702	1351	450	113	15
2025	5482	2741	1371	457	114	15
2026	5559	2780	1390	463	116	15

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Consumo aparente del servicio de Piscina- Spa (sauna, turco, hidromasaje)**

Tabla 22-4: consumo aparente de piscina-spa

Año	Ciente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	11743	5872	2936	979	245	33
2023	11910	5955	2978	993	248	33
2024	12079	6040	3020	1007	252	34
2025	12251	6125,5	3063	1021	255	34
2026	12424	6212	3106	1035	259	35

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Consumo aparente del servicio de todas las anteriores (alimentación, hospedaje, áreas de recreación y piscina)**

Tabla 23-4: Consumo aparente de alimentación, hospedaje, áreas de recreación y piscina

Año	Ciente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	16958	8479	4240	1413	353	47
2023	17199	8600	4300	1433	358	48
2024	17443	8722	4361	1454	363	48
2025	17691	8846	4423	1474	369	49
2026	17942	8971	4486	1495	374	50

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ **Consumo aparente para actividades**

• **Consumo aparente para compra de artesanías**

Tabla 24-4: Consumo aparente de compra de artesanías

Año	Ciente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	6449	3225	1612	537	134	18
2023	6540	3270	1635	545	136	18
2024	6633	3317	1658	553	138	18
2025	6727	3364	1682	561	140	19
2026	6823	3412	1706	569	142	19

• **Consumo aparente para la pesca deportiva**

Tabla 25-4: Consumo aparente de pesca deportiva

Año	Ciente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	9355	4678	2339	780	195	26
2023	9488	4744	2372	791	198	26
2024	9622	4811	2406	802	200	27
2025	9759	4880	2440	813	203	27
2026	9898	4949	2475	825	206	27

Realizado por: Padilla, T. 2020.

• **Consumo aparente para la práctica de medicina ancestral**

Tabla 26-4: Consumo aparente de medicina ancestral

Año	Ciente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	9952	4976	2488	829	207	28
2023	10093	5047	2523	841	210	28
2024	10237	5119	2559	853	213	28
2025	10382	5191	2596	865	216	29
2026	10529	5265	2632	877	219	29

Realizado por: Padilla, T. 2020.

• **Consumo aparente para la actividad de senderismo**

Tabla 27-4: Consumo aparente de senderismo

Año	Ciente	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2022	14052	7026	3513	1171	293	39
2023	14252	7126	3563	1188	297	40
2024	14454	7227	3614	1205	301	40
2025	14659	7330	3665	1222	305	41
2026	14868	7434	3717	1239	310	41

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.1.1.5. Plan mercadotécnico del producto

➤ Nombre:

La Hostería “EL HECHIZO” este nombre hace referencia que, a más de prestar servicios de alimentación, hospedaje y áreas de recreación, ofrecerá prácticas de medicina ancestral, garantizando al turista en su estadía, el descanso placentero y la renovación de su vida, también hace hincapié al cantón por lo que es conocido como los brujos de Chambo por las leyendas y el chamanismo.

➤ Slogan

Para el slogan se ha tomado en consideración elementos como la calidad y el servicio a ofertar en un ambiente natural, por lo tanto, la frase es “**Conoce disfruta y renueva tú vida con EL HECHIZO**”.

➤ Logotipo



Figura 1-4: Logotipo de la hostería
Realizado por: Padilla, T, 2020.

Se diseñó el logotipo identificando los elementos y colores representativos de la hostería:

Tabla 28-4: Significado de los elementos del logotipo

Elemento	Significado
	La hoja representa la flora, la gran variedad de áreas verdes que rodeará la hostería, como también las plantas medicinales que se usarán en la práctica de la medicina ancestral, Gaddes (2017), indica que la hoja es el producto y fenómeno principal de la vida, son el oxígeno de nuestra energía.
	La cabaña representa la comodidad que brindará la hostería en todos sus servicios que ofrece: alimentación, hospedaje y áreas de recreación como piscina, spa, donde sin duda el buen servicio alargará la estadía.
	La barrita mágica representa el encantamiento que se vivirá en la hostería, la experiencia única que tendrán nuestros clientes en su estadía, especialmente con el servicio de la práctica de la medicina ancestral.

	Las estrellas representan la seguridad y la buena orientación que brinda la hostería para el cliente, como lo indica ArchiGuz (2020) que la estrella es la representación de la perfecta salud física y espiritual del hombre.
	La imagen significa la renovación, energía, salud física y mental que tendrá el cliente luego de la estadía en la hostería
Colores	Significado
	Núñez (2014), menciona que el color verde representa principalmente la naturaleza, las plantas y del mismo modo que las plantas nacen y surgen de una manera continua, esto ayuda a nuestro espíritu y representa el crecimiento constante.
	El color café expresa confortabilidad, humildad y equilibrio, está asociado a productos como el chocolate, el café, la tierra, la madera y al otoño, también suele inspirar a la tranquilidad, confort y relajación. Su relación con la naturaleza comunica protección, ecología, salud, conservación y cuidado (Jaime, 2018).
	El color negro para muchos tiende a generar impresión de duda y misterio, pudiendo generar tanto miedo como curiosidad, pero para otros genera sensación de elegancia, seguridad y fuerza (Castillero, s.f).

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ Medios de promoción y publicidad

Según el análisis de la demanda se obtuvo que, el mayor porcentaje de los encuestados se informan por las redes sociales, radio y tv.

● Redes sociales:



Figura 2-4: Comercialización de la hostería en la red social (Facebook)

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Página web**



Figura 3-4: Comercialización de la hostería en la página web

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Papelería**

- **Tarjetas de presentación**



Figura 4-4: Comercialización de la hostería en tarjetas

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Hojas membretadas**

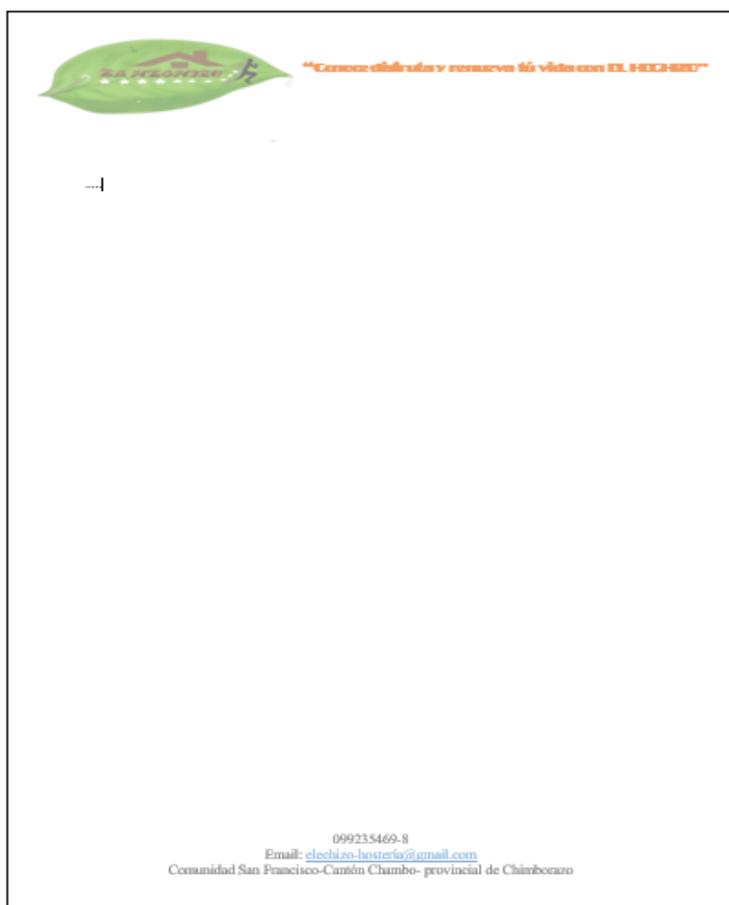


Figura 5-4: Hojas membretadas

Realizado por: Padilla, T. 2020.

• **Anuncio Radial**

Tabla 29-4: Comercialización de la hostería por anuncios radiales

Narración	Efectos especiales	Musicalización	Tiempo
<p>Ven y visita la mágica provincia de Chimborazo: laguna de Colta, Attilo y Ozogoche, el volcán Chimborazo y descubre la cultura que embellece a sus pueblos, para el descanso placentero que tú te mereces está la hostería “EL HECHIZO” rodeada de naturaleza, ubicada en la comunidad de San Francisco, cantón Chambo, que oferta hospedaje en cabañas, exquisita gastronomía típica de la provincia, práctica de medicina ancestral, piscinas-spa y entre otras actividades recreativas, donde tu estadía cambiará tu vida.</p> <p>!!Reserva ahora!!! Marcando al 0992354698</p>	<p>Chillar de las aves, y el sonido del río.</p>	<p>Sonido de fondo: Sommar by Ehrling @ehrling</p>	<p>0,30</p>

Realizado por: Padilla, T. 2020.

• **Anuncio para la televisión**

Tabla 30-4: Comercialización de la hostería por la televisión

Toma	Tipo toma	Guion narrativo	Toma motivo	Efecto visual especial	Efecto sonido y musicalización y sonorización	Tiempo
1	Entrada libre	Ven y visita la mágica provincia de Chimborazo:	Un hombre llamando con la mano	Mapa de la provincia de Chimborazo	-Sonido de fondo: Sommar by Ehrling @ehrling - chillar de las aves, el río y el soplo del viento	0,7
2	Punto convergente	laguna de Colta, Atillo y Ozogoche, el volcán Chimborazo y descubre la cultura que embellece a sus pueblos,	volcán Chimborazo	cantón Chambo		0.5
3	Plano general	para el descanso placentero que tú te mereces está la hostería “EL HECHIZO” rodeada de naturaleza, ubicada en la comunidad de San Francisco, cantón Chambo,	hostería	Aves		0.6
4	Plano general	que oferta hospedaje en cabañas, exquisita gastronomía típica de la provincia, práctica de medicina ancestral, piscinas temáticas y entre otras actividades recreativas, donde tu estadía cambiará tu vida.	cabañas piscina y platos a degustar	spa-medicina ancestral		0.8
5	Plano medio	!!Reserva ahora!!! Marcando al 0992354698	Marcando el número	el número		Vibración del celular
						30 segundos

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.1.1.6. Presupuesto para el área comercial

➤ Talento humano

Tabla 31-4: Talento humano para el área comercial

Rubro	Cantidad	Unidad	Gasto mensual	Gasto Anual
Recepcionista	1	persona	\$699,48	\$9493,24
Vendedor (tienda artesanal)	1	persona	\$603,00	\$8.239,00
Total				\$17.732,24

Realizado por: Padilla, T 2020.

Tabla 32-4: Rol de pagos

ROL DE PAGOS							
Cargo	Remuneración	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Neto anual a recibir
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%				
Recepcionista	\$580,00	54,81	\$64,67	\$699,48	\$699,48	\$400,00	\$9493,24
Vendedor	\$500,00	\$47,25	\$603	\$603,00	\$603,00	\$400,00	\$8.239,00

Fuente. (IESS.GOB.EC, 2020)

Realizado por: Padilla, T. 2020.

El rol de pagos se calculó a partir de la remuneración, calculando el aporte personal al 9,45% y el aporte patronal al 11,15%, como también el décimo 3er sueldo y décimo 4to sueldo.

➤ Activos fijos

Tabla 33-4: Activos fijos para el área comercial

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Terreno	5169,29	m2	\$2,50	\$12.923,23
Construcción edificación				
Área de recepción	24,94	m2	\$170,00	\$4.239,80
Baños	6,2	m2	\$190,00	\$1.178,00
Área de parqueadero	279,9	m2	\$20,00	\$5,598,00
Tienda artesanal	8,71	m2	\$150,00	\$1.306,50
Subtotal				\$11,015,80
Equipo maquinaria				
Televisor led Smart 32 Samsung	1	Unidad	\$677,78	\$677,78
Sistema de sonidos	1	Sistema	\$1.250,00	\$1.250,00
Sistema de vigilancia	1	Sistema	\$1.450,00	\$1.450,00

Carro de vajillas	1	Unidad	\$119,99	\$119,99
Dispensador de agua	1	Unidad	\$25,00	\$25,00
Extintor	1	Unidad	\$89,00	\$89,00
Teléfono	1	Unidad	\$75,50	\$75,50
Máquina de desinfección	1	Unidad	\$235,00	\$235,00
Cámara	2	Unidad	\$225,00	\$450,00
Subtotal	\$4.372,27			
Equipo de computo				
Computadora de mesa	1	Unidad	\$620,99	\$620,99
Caja registradora	1	Unidad	\$210,00	\$210,00
Subtotal	\$830,99			
Muebles y enseres				
Juego de comedor de 4 sillas	5	Juegos	\$150,00	\$750,00
Juego de sofás	1	Juego	\$900,00	\$900,00
Cuadros decorativos	2	Unidad	\$70,00	\$140,00
Juego de vajillas	2	Juegos	\$50,00	\$100,00
Juego de cubiertos	2	Juegos	\$25,00	\$50,00
Juego de cristalería	2	Juegos	\$80,00	\$160,00
Silla de comer para el bebé	2	Unidad	\$30,00	\$60,00
Subtotal	\$510,00			
TOTAL	\$29,652,29			
Menajes				
Juego de manteles	12	Juegos	\$20,00	\$240,00
TOTAL	\$240,00			

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ Materiales e insumos

Tabla 34-4: Materiales e insumos para el área comercial

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Gasto
Tóner	1	Unidad	\$35,00	\$35,00
Lápices	12	Unidad	\$0,50	\$6,00
Esferos	12	Unidad	\$0,50	\$6,00
Facturas	2	Unidad	\$5,00	\$10,00
Uniforme del personal	1	Unidad	\$25,00	\$25,00
kit de limpieza	4	Kit	\$120,00	\$480,00
Mercadería	200		\$3,00	\$600,00
TOTAL	\$1.162,00			

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ Promoción y publicidad

Tabla 35-4: Promoción y publicidad para el área comercial

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Gasto
Anuncios radio	6	Repeticiones	\$90,00	\$540,00
Anuncios TV.	3	Repeticiones	\$200,00	\$600,00
Afiches	250	Unidades	\$0,15	\$37,50
Volantes	250	Unidades	\$15,00	\$3.750,00
TOTAL				\$4.927,50

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ Activos diferidos

Tabla 36-4: Activos diferidos

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Promoción publicidad				
Volantes/ tarjetas	1000	Unidad	\$0,15	\$150,00
Anuncios radio	2	Unidad	\$90,00	\$180,00
Anuncio TV.	2	Unidad	\$200,00	\$400,00
Página web	1	Unidad	\$290,00	\$290,00
TOTAL				\$1.020,00

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.1.2. Viabilidad técnica

4.1.2.1. Localización del producto

➤ Macro localización

La hostería turística “El Hechizo” se encontrará en: Ecuador, Provincia de Chimborazo, Cantón Chambo, comunidad San Francisco.

➤ Micro localización

La propiedad donde se pretende implementar la hostería turística se encuentra en la comunidad San Francisco, junto al río Timbul y a las aguas termales de Aguallanchi, la cual corresponde a las siguientes coordenadas x: 772728 y: 9801975, a una altura de 3240 msnm.

A continuación, se detalla la ubicación geográfica del terreno donde se pretende plasmar la hostería:

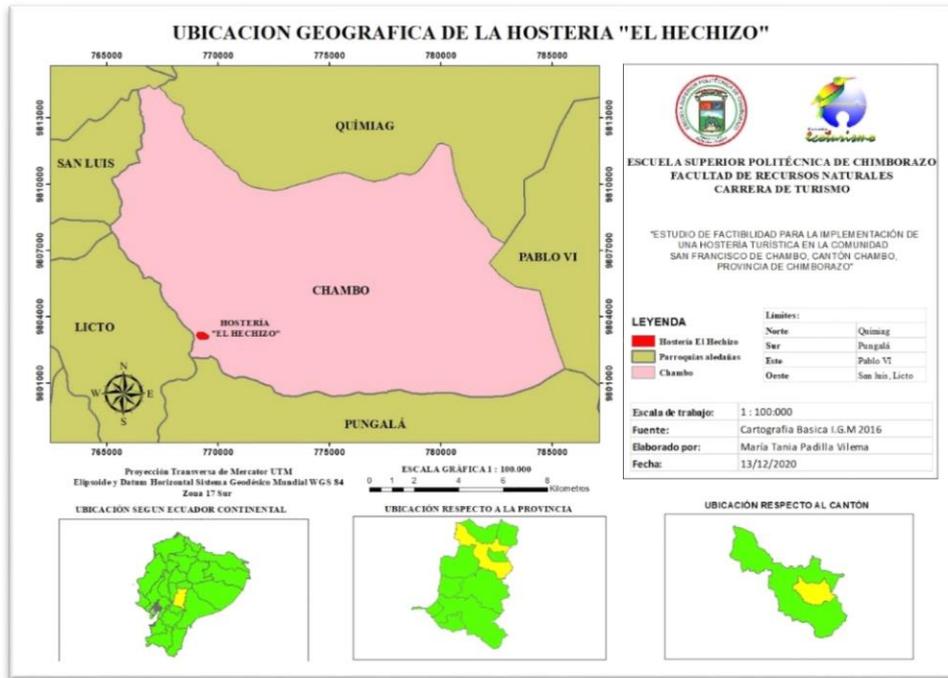


Figura 6-4: Ubicación geográfica de la hostería
 Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.1.2.2. Tamaño del producto

➤ Capacidad operativa para clientes

La capacidad operativa se determinó en función de la oferta que la misma haría considerando la capacidad respecto al rubro hospedaje, entonces, tomando en cuenta la rotación de este servicio que es el principal para el negocio en diseño y los servicios complementarios que se venden generalmente los fines de semana, se comprende que el hospedaje para los potenciales clientes sería para dos noches (viernes y sábado).

Según el consumo aparente que aparece en la tabla 20-4 se tiene una demanda de 4697 clientes al año, lo que implica 98 personas para el fin de semana; en función de lo explicado anteriormente la capacidad operativa determinada corresponde a 27 personas es decir 27,55%.

Tabla 37-4: Capacidad operativa para clientes

Año	Demanda futura	Capacidad operativa
		27,55%.
2022	39.808	10.967
2023	40.373	11.123
2024	40.946	11.281
2025	41.528	11.441
2026	42.118	11.604

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ **Capacidad operativa para servicios**

La capacidad operativa para los servicios de la hostería corresponde al 27,55%, que implica tener para el fin de semana en dos días 228 personas divididas en sábado y domingo o viernes y sábado 114 personas, que son suficientes para dar inicio al negocio, con los rubros de hospedaje y alimentación, piscina-spa y áreas de recreación.

Tabla 38-4: Capacidad operativa para servicios

Año	Capacidad operativa	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
	27,55%					
2022	10967	5484	2742	914	228	30
2023	11123	5561	2781	927	232	31
2024	11281	5640	2820	940	235	31
2025	11441	5720	2860	953	238	32
2026	11604	5802	2901	967	242	32

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ **Capacidad operativa para actividades complementarias**

La capacidad operativa para las actividades complementarias se determinó en base a la capacidad operativa definida para alimentación, hospedaje piscina-spa y áreas de recreación, pero considerando los gustos y preferencias reportadas por los potenciales clientes en el estudio de demanda.

Tabla 39-4: Capacidad operativa para actividades complementarias

Año	Capacidad operativa 27,55%	Capacidad operativa para actividades complementarias de la hostería			
		Compra de artesanías	Pesca deportiva	Medicina ancestral	Senderismo
		16,2%	23,50%	25%	35,30%
2022	10967	1777	2577	2742	3871
2023	11123	1802	2614	2781	3926
2024	11281	1828	2651	2820	3982
2025	11441	1853	2689	2860	4039
2026	11604	1880	2727	2901	4096

Fuente; tabla 40-4.porcentaje de aceptación para las actividades complementarias

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ **Consumo aparente para las actividades complementarias a partir de la capacidad operativa**

• **Consumo aparente para la compra de artesanías**

Tabla 40-4:Consumo aparente para la compra de artesanías

Compra de artesanías	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
1777	888	444	148	37	5
1802	901	450	150	38	5
1828	914	457	152	38	5
1853	927	463	154	39	5
1880	940	470	157	39	5

Realizado por: Padilla, T. 2020.

• **Consumo aparente para la pesca deportiva**

Tabla 41-4:Consumo aparente para la pesca deportiva

Pesca deportiva	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2577	1289	644	215	54	7
2614	1307	653	218	54	7
2651	1326	663	221	55	7
2689	1344	672	224	56	7
2727	1363	682	227	57	8

Realizado por: Padilla, T. 2020.

• **Consumo aparente para medicina ancestral**

Tabla 42-4: Consumo aparente para la medicina ancestral

Medicina ancestral	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
2742	1371	685	228	57	8
2781	1390	695	232	58	8
2820	1410	705	235	59	8
2860	1430	715	238	60	8
2901	1451	725	242	60	8

Realizado por: Padilla, T. 2020.

• **Consumo aparente para senderismo**

Tabla 43-4: Consumo aparente para senderismo

Senderismo	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Día
3871	1936	968	323	81	11
3926	1963	982	327	82	11
3982	1991	996	332	83	11
4039	2019	1010	337	84	11
4096	2048	1024	341	85	11

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.1.2.3. Diseño arquitectónico

➤ Planta arquitectónica de la hostería

La hostería “El Hechizo” se construirá principalmente con madera, vidrio y piedra en la mayoría de la obra civil, predominando de esta manera elementos rústicos que complementarán el ambiente rural y natural.



Figura 7-4: Planta arquitectónica de la hostería

Realizado por: Padilla, T. 2020.

El área de la hostería es de 18.685,15 m², en los cuales posee tres áreas de construcción, siendo los siguientes:

- **Planta arquitectónica del área comercial**

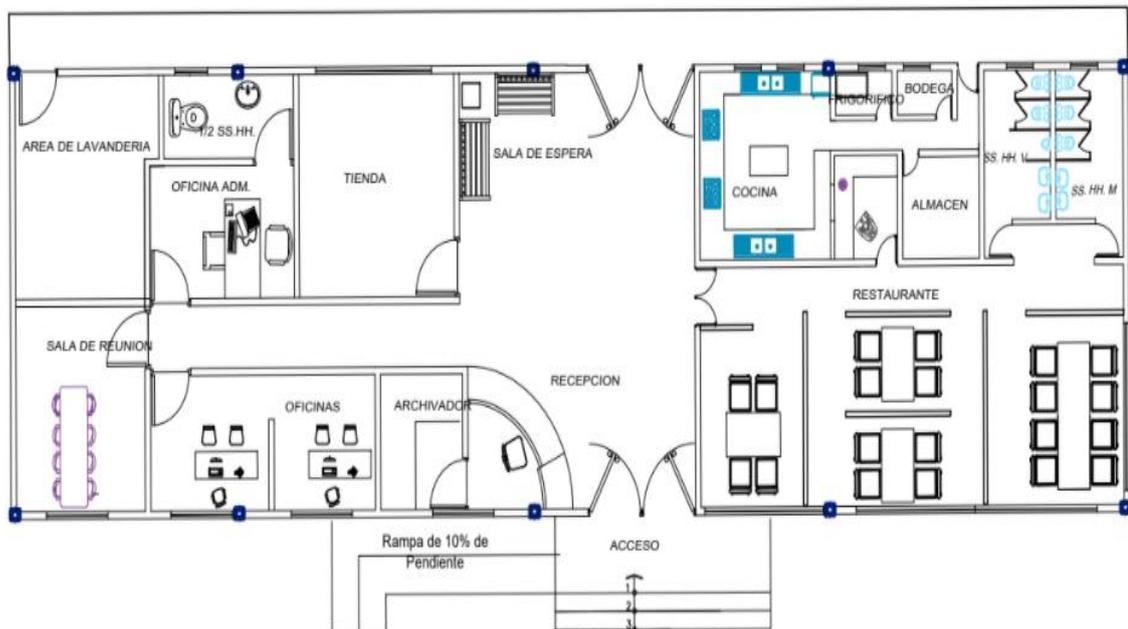


Figura 8-4: Planta arquitectónica del área comercial

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Sub-área recepción:** espacio destinado a recibir a los turistas, atender sus quejas, sugerencias, dar información pertinente del servicio de la hostería y de lo que requiera el cliente, dicho sitio se encuentre entre el área administrativa y el restaurante, tiene una superficie de 24,94 m² donde se encuentra la barra de atención al cliente y la sala de espera.

También encontramos un local de artesanías de 8,71 m², donde se ofrecerá productos propios del lugar elaborados por los artesanos del cantón.

- **Sub-área de parqueadero:** Zona de la hostería en el cual el turista o el cliente guardará su vehículo, el cual cuenta con un área de 279,9 m², el material a usar será el conocido como cascajo pómez.

- **Planta arquitectónica del área productiva**

El área productiva tiene sub-áreas como es de alojamiento, restaurante, pesca deportiva, piscina-spa y áreas recreativas, a continuación, se detalla su estructura:

- **Sub-área restaurante:**

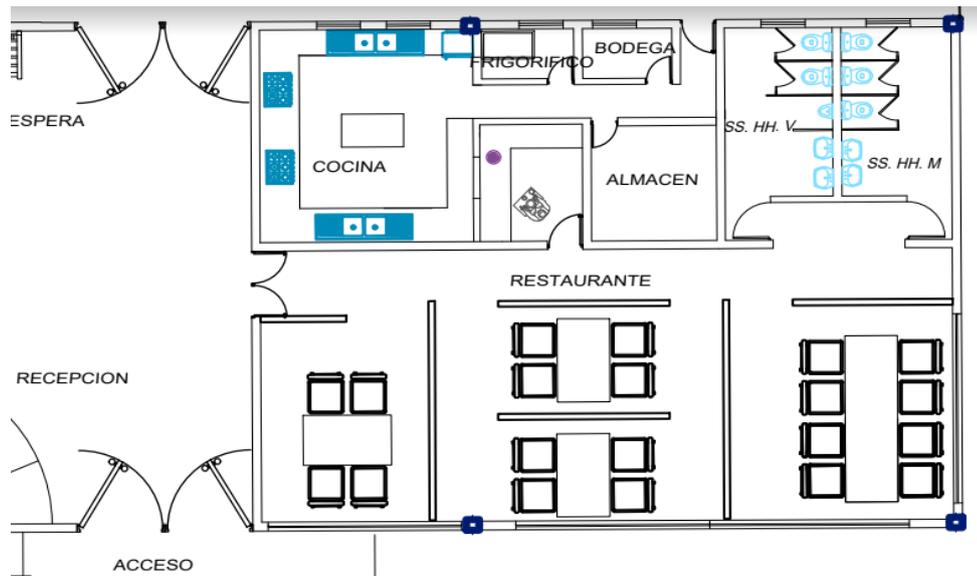


Figura 9-4: Planta arquitectónica del restaurante

Realizado por: Padilla, T. 2020.

El restaurante tiene una superficie de 49,32 m², posee 6 lugares específicos, empezando por un comedor amplio que cuenta con 5 mesas de 4 sillas, la cocina con lavaplatos y mesón para la preparación de platos, un cuarto de refrigeración, almacén y bodega, servicios higiénicos para damas como para caballeros.

- **Sub-área hospedaje**

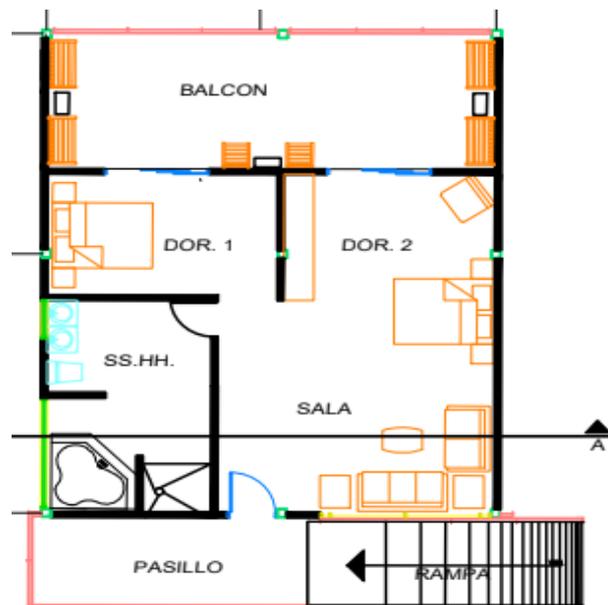


Figura 10-4:Planta arquitectónica de la cabaña

Realizado por: Padilla, T. 2020.

El área de hospedaje se encuentra en cabañas y en bloque de dormitorios de 26 m², las cabañas poseen una superficie de 103,30 m², el material que se utilizará es madera y vidrio adaptándose a los árboles que se encuentran en el lugar, dichas cabañas cuentan con dos dormitorios un matrimonial y el otro simple, con sus respectivos closets, balcón, sala y baño con yacusi.

A continuación, se observa las fachadas de la cabaña:

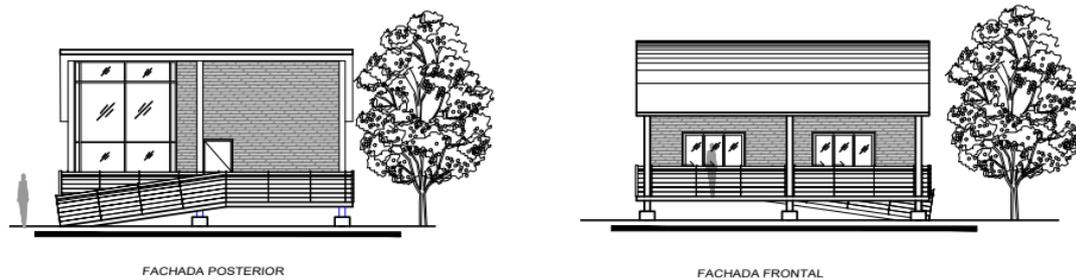


Figura 11-4: Fachada posterior y frontal de las cabañas

Realizado por: Padilla, T. 2020.

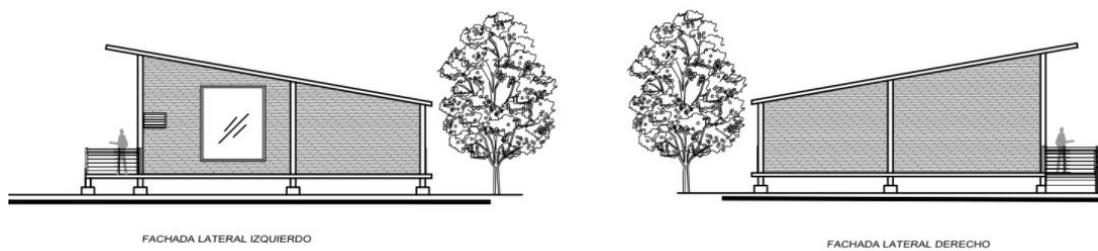


Figura 12-4: Fachada lateral izquierdo y derecho de las cabañas

Realizado por: Padilla, T. 2020.

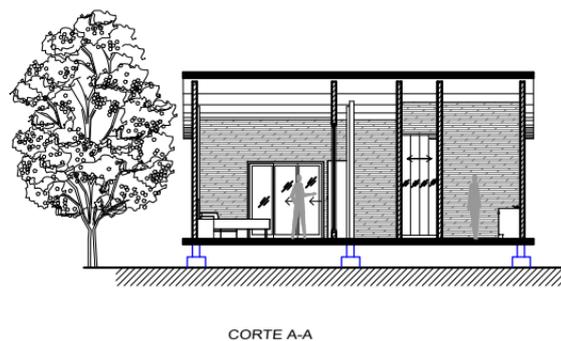


Figura 13-4: Corte A-A de las cabañas

Realizado por: Padilla, T. 2020.

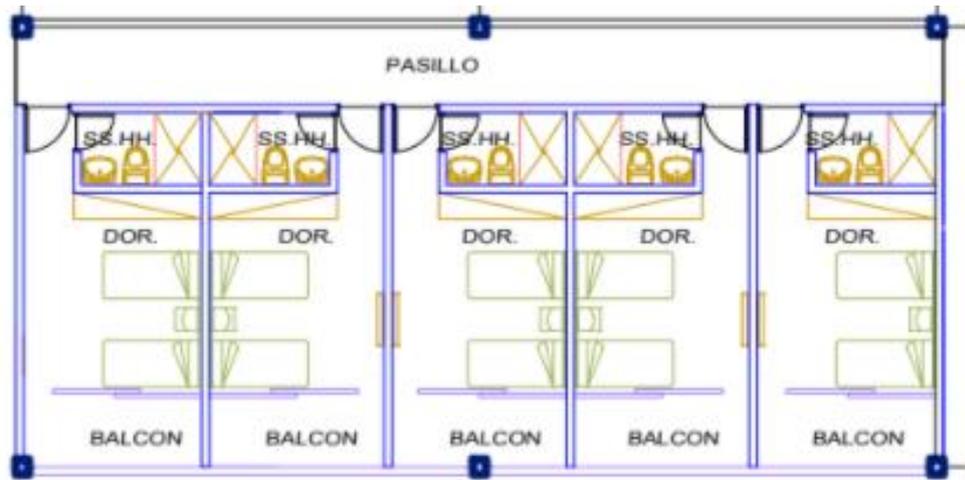


Figura 14-4: Planta arquitectónica del bloque de dormitorios de la hostería

Realizado por: Padilla, T. 2020.

El bloque habitacional tiene una superficie de – m² cuenta con 5 dormitorios, cada una con una cama matrimonial y una cama de plaza y media, cuenta con closet y baña en cada una de las habitaciones.

- **Sub-área piscina-spa**

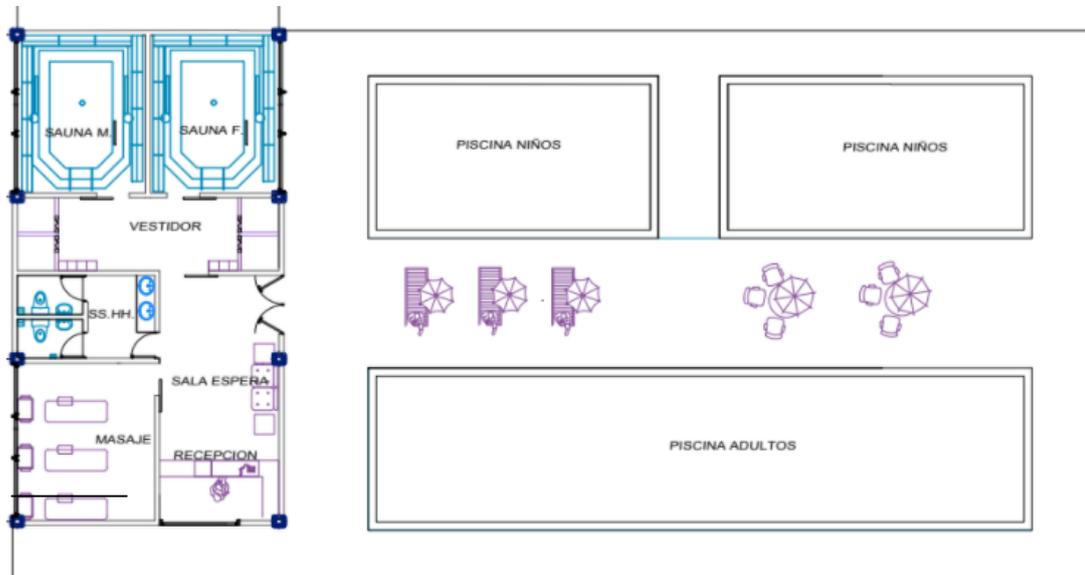


Figura 15-4: Planta arquitectónica del área húmeda

Realizado por: Padilla, T. 2020.

Piscina-spa posee una superficie de 687,66 m², contará con varios ambientes tales como sauna, turco, hidromasaje, espacio donde aplique la medicina ancestral, vestidores, servicios higiénicos, piscina (uno para adultos y 2 para niños) la cual tendrá cubierta metálica y policarbonato, a su alrededor será de vidrio y madera.

- **Sub-área pesca deportiva**

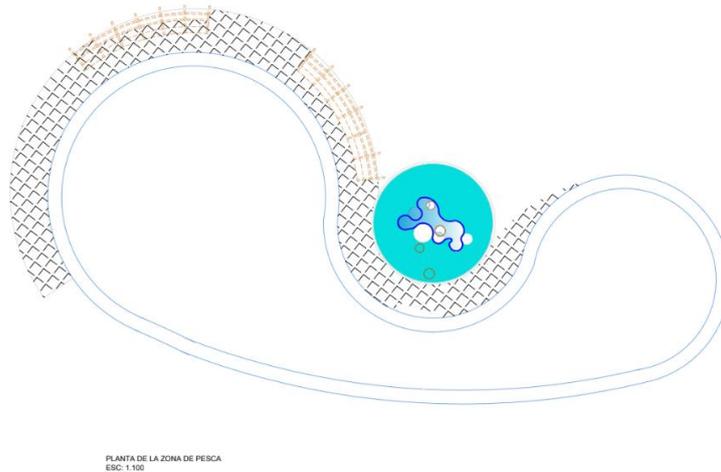


Figura 16-4: Planta arquitectónica del área de pesca

Realizado por: Padilla, T. 2020.

El espacio para pesca deportiva cuenta con una superficie de 750 m² el cual posee un poso de 30 m², en su extremo cuenta con una cabaña para preparar la trucha o para hacer la compra de la misma, dicha cabaña cuenta con un servicio higiénico y parrillas para el asado.

- **Sub-área de recreación**

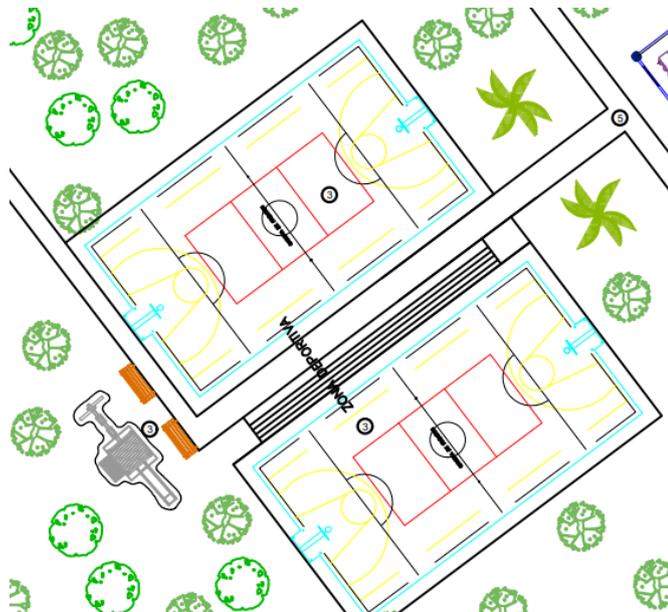


Figura 17-4: Plata arquitectónica de la área de recreación

Realizado por: Padilla, T. 2020.

La zona deportiva contará con dos canchas; de fútbol y básquet en una superficie de 1290 m², la primera diseñada con césped natural y la otra sintético, entre las dos canchas se encuentra un graderío con cubierta metálica. En la parte posterior de las canchas contará con juegos infantiles como son sube y bajas, 2 pasamanos y 3 juegos múltiples más, para niños diseñada con madera incorruptible.

Áreas verdes o de descanso: esta área se encuentra en varias zonas de la hostería como en la parte superior de las canchas, detrás del área administrativa, por el área del restaurante y por la zona de pesca deportiva, estas áreas tendrán plantas propias de la zona, ornamentales y frutales.

- **Planta arquitectónica del área administrativa**

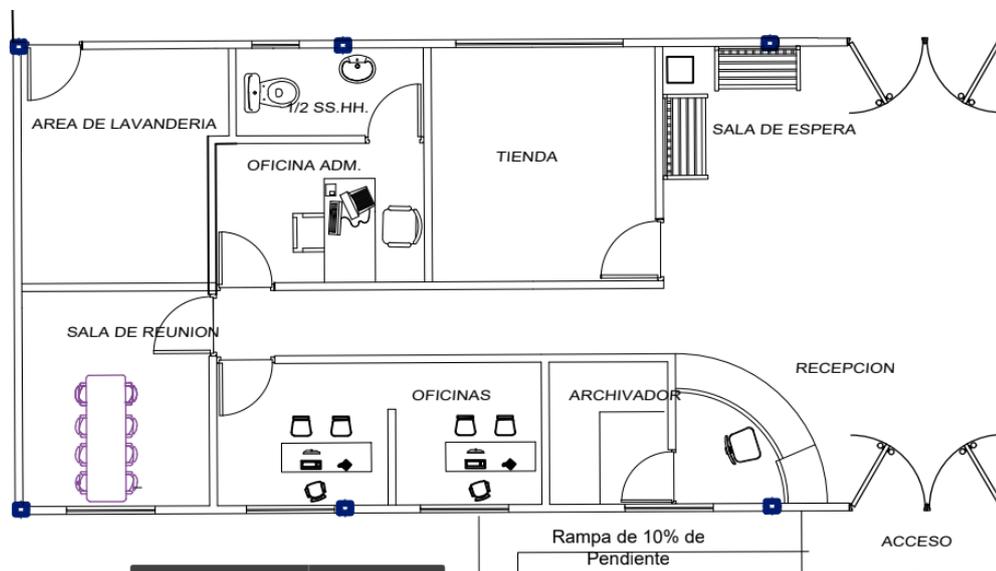


Figura 18-4: Planta arquitectónica del área administrativa

Realizado por: Padilla, T. 2020.

El área administrativa se encuentra a lado izquierdo de la recepción, posee tres oficinas de 32,96 m² un servicio higiénico, sala de reuniones de y en la parte superior derecha se encuentra la lavandería con la entrada hacia el exterior de la construcción.

4.1.2.4. Proceso productivo

➤ **Fundamentación teórica del proceso productivo de hostería “El Hechizo”**

El proceso productivo según (Villa, s.f) es una representación gráfica de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades que se tienen que realizar al momento que llegue el cliente, con fines analíticos y como ayuda para descubrir, eliminar deficiencias, por lo que se realiza los

flujogramas, proceso ordenado que sigue una serie de pasos, donde las actividades se encuentren bien definidas, siendo imprescindibles para dar el servicio personalizada y de calidad.

- **Proceso productivo del restaurante**

El proceso productivo de un restaurante según Bermeo & Caldas (2014), es una herramienta indispensable para el desarrollo de las actividades diarias dentro del restaurante, es una guía para el personal que labora dentro de la empresa, se puede complementar con el proceso a seguir para la preparación del plato que viene a ser: 1.- Recibir la comanda, 2.- Realizar el mise en place de los ingredientes del plato, 3.- Comenzar con la preparación y cocción de los alimentos, 4.- Montar el plato, 5.- La preparación no debe pasar los 15 minutos, 6.- Montar el plato, también el proceso del desarrollo del servicio tiene que empezar desde el protocolo de la bienvenida hasta la aplicación del protocolo de la despedida y finalizando con la limpieza de la mesa (Yacelga, 2016).

- **Proceso productivo del hospedaje**

El proceso productivo son las acciones que tienen lugar durante el proceso dentro de área del hospedaje, es indispensable el siguiente procedimiento: check In, diagrama de proceso, reservación, asignación de habitación, estadía del huésped, inspección de habitación, transportación de huésped y check Out (Villa, s.f); para Arguello (2017, p; 22) el proceso productivo de alimentos y bebidas es muy amplio y se ajusta al tamaño de los establecimientos del hospedaje en el que funcione y de los servicios que ofrezca, que se resume de la siguiente manera: definir las políticas de compras y relaciones con los proveedores, planificar la recepción de la mercadería comprada, organizar los procesos de almacenamiento y rotación de stock, establecer la metodología de producción, realizar el servicio de comidas y bebidas a los comensales.

- **Proceso productivo del área de recreación**

El flujo de las operaciones del área de recreación inicia cuando una persona llega en su vehículo o caminando y pasa por la recepción, una vez que el cliente adquiere su ticket puede ingresar a las diferentes secciones y hacer uso de la oferta de ésta área. Dentro del área de recreación se puede encontrar varias actividades a realizar, su uso será según la disposición de la entrega (Cruz, 2015, p. 94).

- **Proceso productivo piscina- spa- medicina ancestral**

El proceso productivo comienza desde que el cliente se informara del servicio/s que desea recibir en la recepción, asignará una cita para ese momento o para otro, en ese instante el cliente deberá abonar el precio total correspondiente al servicio/s que vaya a recibir, luego se le mostrará el recorrido que debe realizar para el servicio que ha contratado, también se le acompañará a la zona de vestuarios para que puedan depositar en las taquillas sus enseres personales y puedan

cambiarse de ropa, finalmente, una vez haya recibido su servicio, el cliente acabará de nuevo en el vestuario donde se podrá dar una ducha y volver a vestirse (Azanza, 2014, p. 95).

Para Colorado (2019, p. 34) el proceso productivo debe iniciar identificando a los clientes si estos tienen o no reservaciones, si no lo tienen ofertar los servicios, luego acompañar al sitio donde requieran ir el cliente puede ser masajes, mascarillas, medicina ancestral u otros servicios que ofrezca, dar el tiempo suficiente para cada uno de los servicios y finalmente recibir el pago, todo este proceso debe ser entre 10 a 15 minutos.

➤ **Flujogramas:**

- **Proceso de prestación de servicio de “alimentación “**

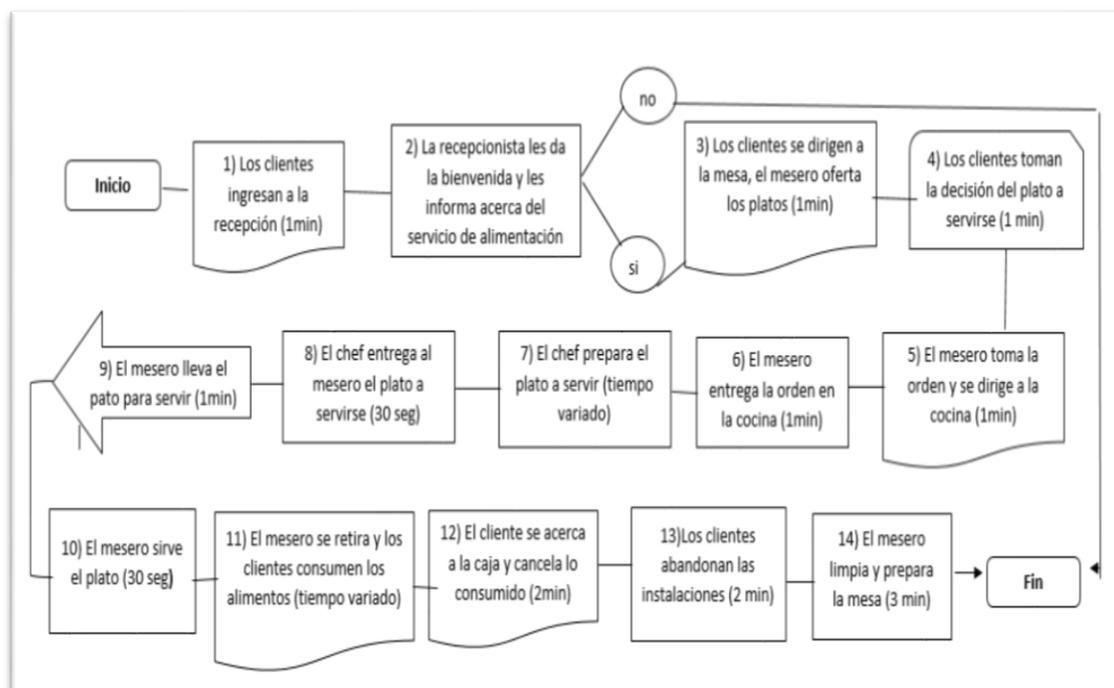


Figura 19-4: Proceso de prestación de servicio de alimentación

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Proceso de prestación de servicio hospedaje**

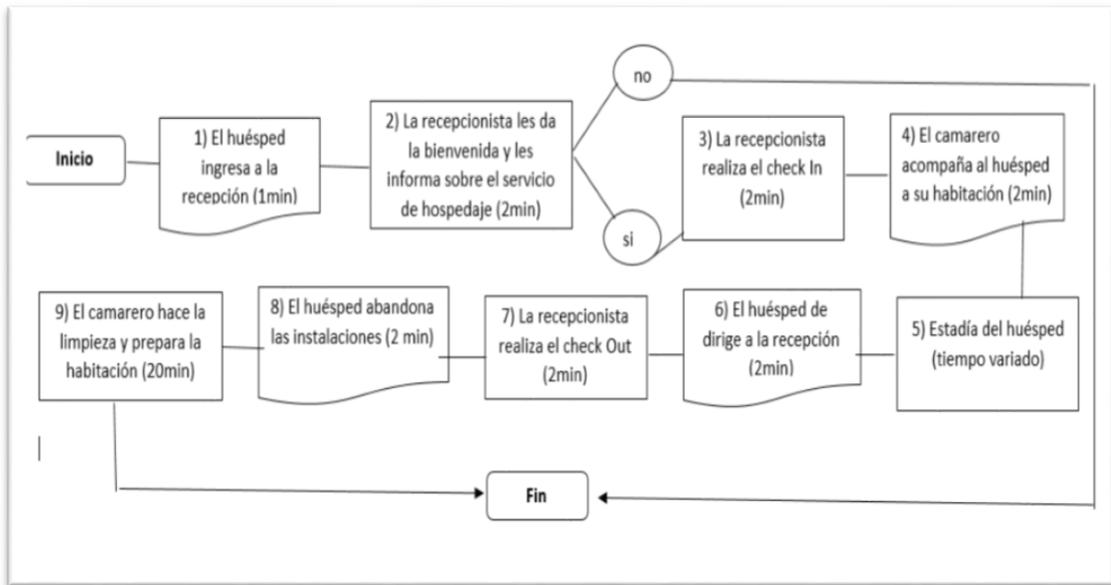


Figura 20-4: Proceso de prestación de servicio de hospedaje

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Proceso de prestación de servicio del área de recreación**

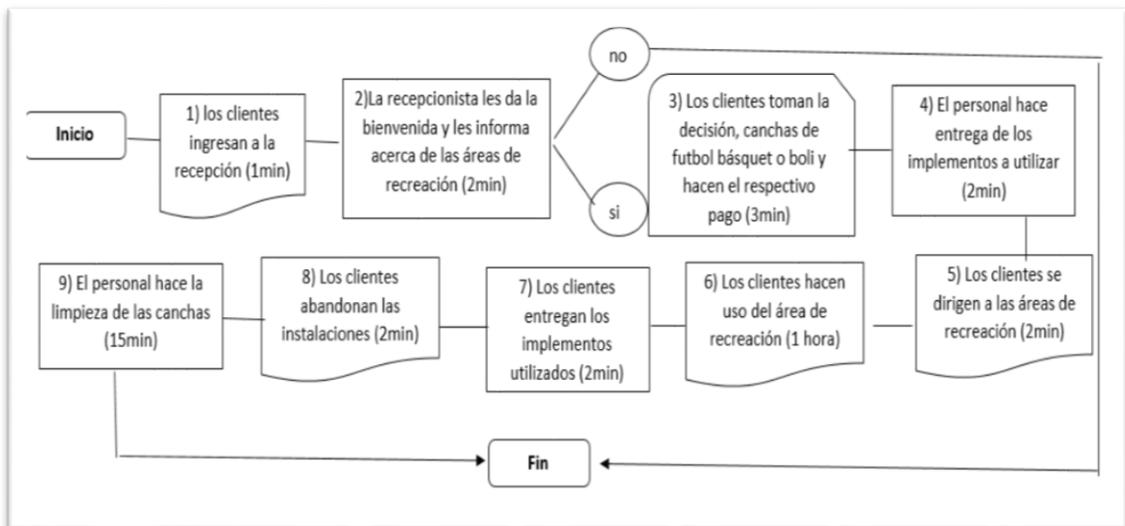


Figura 21-4: Proceso de prestación de servicio del área de recreación

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Proceso de prestación de servicio piscina- spa y medicina ancestral**

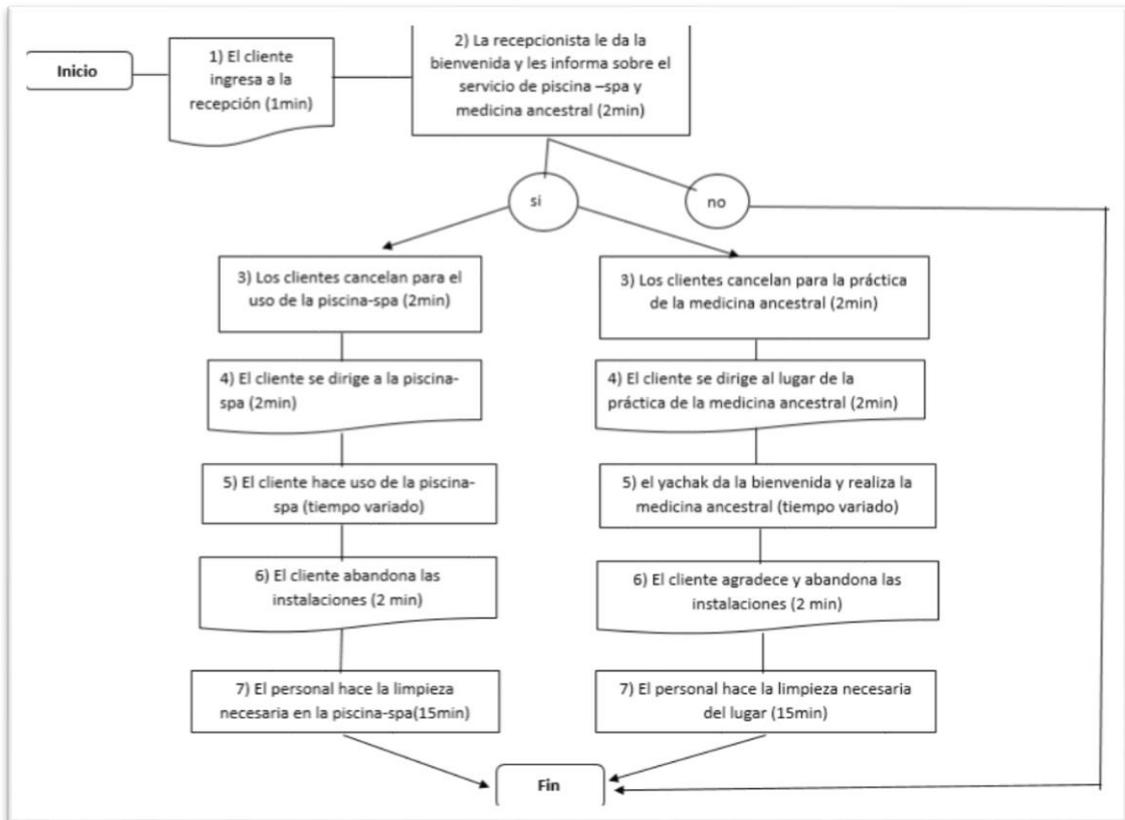


Figura 22-4: Proceso de prestación del servicio piscina-spa, medicina ancestral
 Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Proceso de prestación del servicio adicional de pesca deportiva- senderismo**

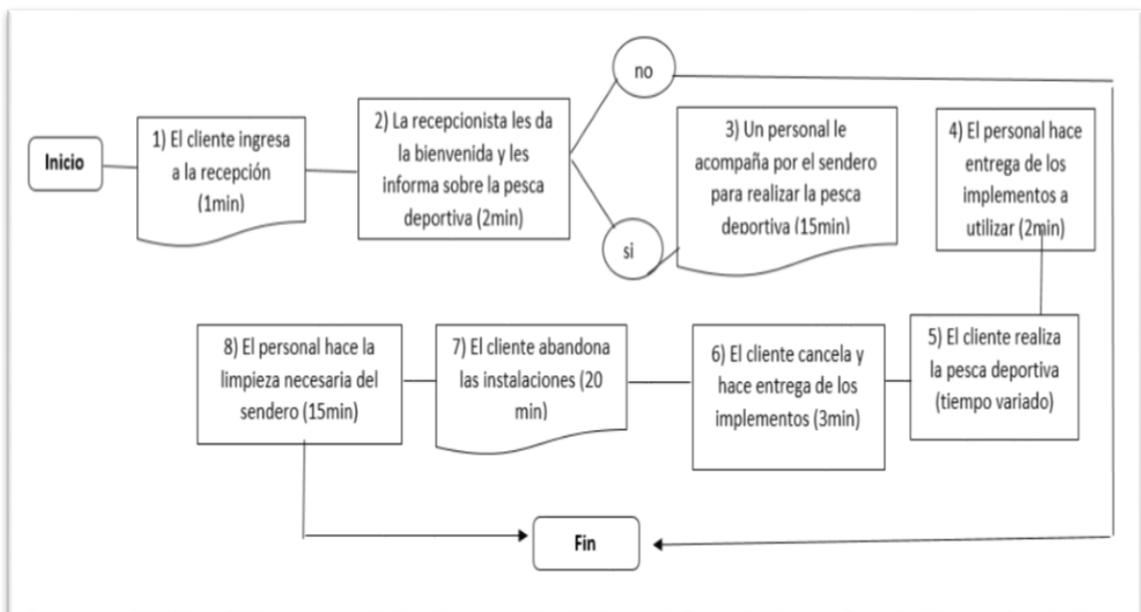


Figura 23-4: Proceso de prestación de servicio pesca deportiva –senderismo
 Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Proceso de prestación del servicio adicional de compra de artesanías**

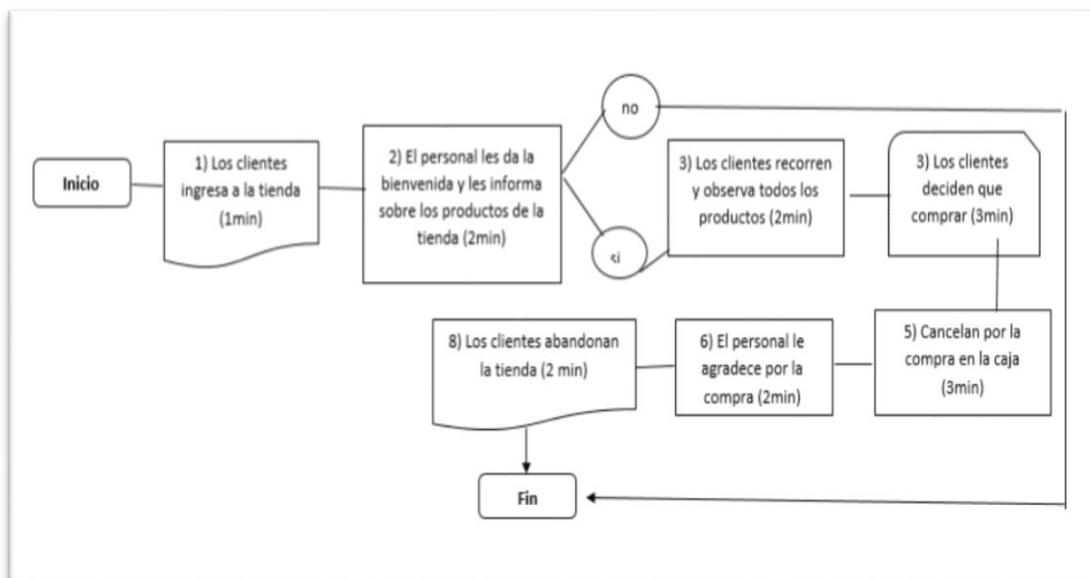


Figura 24-4: Proceso de la prestación de servicio de compra de compra de artesanías

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.1.2.5. Presupuesto para el área productiva

➤ Talento humano

- **Mano de obra directa**

Tabla 44-4: Mano de obra directa del área productiva

Denominación	Cantidad	Unidad	Remuneración mensual	Costo anual
Chef	1	persona	\$1.061,28	\$14.196,64
Yachak (curandero)	1	persona	\$759,79	\$10.277,21
Personal de atención al cliente (piscina-pesca deportiva)	2	persona	\$566,83	\$15.537,46
TOTAL				\$40.011,3

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Mano de obra indirecta**

Tabla 45-4: Mano de obra indirecta del área productiva

Denominación	Cantidad	Unidad	Remuneración mensual	Costo mensual
Personal de limpieza	3	persona	\$482,40	\$20.013,60
Camarero	1	persona	\$542,71	\$7.455,23
Ayudante de cocina	1	persona	\$542,71	\$7.455,23
Mesero	1	persona	\$542,71	\$7.455,23
TOTAL				\$42.379,29

Realizado por: Padilla, T. 2020.

Tabla 46-4: Rol de pagos del talento humano del área productiva

ROL DE PAGOS							
Cargo	Remuneración	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Neto anual a recibir
		Aporte persona 19,45%	Aporte patronal 11,15%				
Chef	\$880,00	\$83,16	\$98,12	\$1.061,28	\$1.061,28	\$400,00	\$14.196,64
Yachak (curandero)	\$630,00	\$59,54	\$70,25	\$759,79	\$759,79	\$400,00	\$10.277,21
Personal de atención al cliente	\$470,00	\$44,42	\$52,41	\$566,83	\$566,83	\$400,00	\$7.768,73
Personal de limpieza	\$400,00	\$37,80	\$44,60	\$482,40	\$482,40	\$400,00	\$6.671,20
Camarero	\$450,00	\$42,53	\$50,18	\$542,71	\$542,71	\$400,00	\$7.455,23
Ayudante de cocina	\$450,00	\$42,53	\$50,18	\$542,71	\$542,71	\$400,00	\$7.455,23
Mesero	\$450,00	\$42,53	\$50,18	\$542,71	\$542,71	\$400,00	\$7.455,23

Fuente. (IESS.GOB.EC, 2020)

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Activos fijos**

Tabla 47-4: Activos fijos del área productiva

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Terreno	8633,36	m2	\$2,50	\$21.583,40
Construcción edificación				
Restaurante	49,32	m2	\$195,00	\$9.617,40
Hospedaje	456,88	m2	\$225,00	\$102.798,00
Área de recreación	1290	m2	\$ 35,00	\$45.150,00
Área piscina-spa, medicina ancestral	687,66	m2	\$120,00	\$82.519,20
Área de pesca deportiva	750	m2	\$20,00	\$15.000,00
Sendero	550	m2	\$5,00	\$2.750,00
Subtotal				\$257.834,60
Maquinaria y equipo				
Restaurante				
Licuada	1	Unidad	\$55,00	\$55,00
Cocina industrial con horno	1	Unidad	\$300,00	\$300,00
Microonda	1	Unidad	\$79,00	\$79,00
Refrigerador	1	Unidad	\$890,00	\$890,00
Congelador grande	1	Unidad	\$337,00	\$337,00
Cafetera	2	Unidad	\$85,00	\$170,00

Extractor de jugos	1	Unidad	\$59,00	\$59,00
lámparas antorchas	4	Unidad	\$5,00	\$20,00
Extintor	2	Unidad	\$45,00	\$90,00
Subtotal				\$2.000,00
Hospedaje				
Aire acondicionado	4	Unidad	\$159,00	\$636,00
Lámpara Led Humidificador Luna 3d Base De Madera	5	Unidad	\$10,00	\$50,00
lámparas antorchas	10	Unidad	\$5,00	\$50,00
Duchas	5	Unidad	\$35,00	\$175,00
Plasmas	5	Unidad	\$150,00	\$750,00
Teléfonos	5	Unidad	\$17,00	\$85,00
Subtotal				\$1.746,00
piscina-spa, medicina ancestral				
Hornillo eléctrico para esencias aromáticas	1	Unidad	\$195,00	\$195,00
sensor de temperatura	1	Unidad	\$25,00	\$25,00
Termómetro analógico	2	Unidad	\$4,00	\$8,00
Poceta para esencias o hierbas aromáticas	2	Unidad	\$15,00	\$30,00
Silenciador para reducción de ruido en las descargas de vapor	1	Unidad	\$155,00	\$155,00
Cabina de baño	2	Unidad	\$150,00	\$300,00
Kit generador de vapor	1	kit	\$400,00	\$400,00
manguera autoflotante	20	Metros	\$20,00	\$400,00
Barredera de fondos	2	Unidad	\$30,00	\$60,00
Recojehojas	2	Unidad	\$12,00	\$24,00
Escaleras y barandillas	8	Unidad	\$30,00	\$240,00
Luces subacuáticas	16	Unidad	\$36,00	\$576,00
Inflables	15	Unidad	\$56,00	\$840,00
Toboganes	1	Unidad	\$330,00	\$330,00
Subtotal				\$3.583,00
Subtotal				\$5.583,00
Muebles y enseres				
Restaurante				
Juego de ollas (12 piezas)	2	Juego	\$62,00	\$124,00
Cernidores	2	Unidades	\$1,00	\$2,00
Juego de sartenes	1	Juego	\$12,00	\$12,00
Kit Master Cuchillos (7 Piezas)	1	kit	\$15,48	\$15,48
Cucharones	4	Unidades	\$5,40	\$21,60
Espátulas	3	Unidades	\$3,50	\$10,50

Bandeja porta platos de acero inoxidable	3	Unidades	\$12,00	\$36,00
Tablas de picar	2	Unidades	\$2,00	\$4,00
Contenedor de basura	1	Unidades	\$15,00	\$15,00
Sanduchera	1	Unidades	\$82,00	\$82,00
Juego de jarras	2	Juego	\$6,50	\$13,00
Juego de bajillas	2	Juego	\$35,00	\$70,00
Subtotal				\$405,58
Hospedaje				
Juegos de dormitorios	5	Juegos	\$1.500,00	\$7.500,00
Juego de sábanas	10	Juegos	\$40,00	\$400,00
Cobertores	20	Unidades	\$35,00	\$700,00
Almohadas	27	Unidades	\$3,00	\$81,00
Juego de toallas	10	Juegos	\$30,00	\$300,00
Cortinas persianas	10	Unidades	\$35,00	\$350,00
Subtotal				\$9.331,00
piscina-spa, medicina ancestral				
Pufs	5	Unidad	\$20,00	\$100,00
Tumbonas	10	Unidad	\$25,00	\$250,00
camillas de relajación	3	Unidad	\$80,00	\$240,00
sillas de masajes	2	Unidad	\$250,00	\$500,00
toallas	4	Unidad	\$6,00	\$24,00
bata de baño	5	Unidad	\$20,00	\$100,00
Subtotal				\$1.214,00
Área de recreación				
Tablero De Básquet Mixtos Fijos Movibles	2	Unidad	\$2.750,00	\$5.500,00
red de boly	1	Unidad	\$17,00	\$17,00
pelotas	6	Unidad	\$11,00	\$66,00
Anzuelos de pesca	4	Unidad	\$2,50	\$10,00
Conjunto de juegos infantiles	2	Conjunto	\$780,00	\$1.560,00
Subtotal				\$7.153,00
Subtotal				\$18.103,58
TOTAL				\$303.104,58

Realizado por: Padilla, T. 2020.

- **Materia prima / materiales e insumos**

Tabla 48-4: Materia prima / materiales e insumos

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
materia prima / materiales e insumos				
Restaurante				
Verduras	24	Conjunto	\$30,00	\$720,00
Frutas	24	Conjunto	\$50,00	\$1.200,00
Hortalizas	24	Conjunto	\$30,00	\$720,00
Granos secos	24	Conjunto	\$30,00	\$720,00
Cárnicos	24	Conjunto	\$60,00	\$1.440,00
Enlatados	24	Conjunto	\$45,00	\$1.080,00
Lácteos	24	Conjunto	\$25,00	\$600,00
Servilletas	24	Paquetes	\$3,00	\$72,00
kit de limpieza	4	Kit	\$120,00	\$480,00
Subtotal				\$7.032,00
Hospedaje				
Shampoo	100	Sachet	\$0,15	\$100,15
Jabón	100	Unidad	\$0,10	\$10,00
Esencias	25	Unidad	\$25,00	\$625,00
kit de limpieza	4	Kit	\$120,00	\$480,00
Subtotal				\$1.215,15
piscina-spa, medicina ancestral				
Mascarillas exfoliantes	1	Envase de 400ml	\$15,00	\$15,00
Cera para depilación	1	Envase de 400ml	\$5,00	\$5,00
Productos de chocolatería	1	Kit de 4 de 500ml	\$35,00	\$35,00
Piedra para masajes	1	Caja de 32	\$100,00	\$100,00
Aceites esenciales varios aromas	1	Kit de 5 de 50ml	\$28,00	\$28,00
Velas aromáticas	1	Docena	\$25,00	\$25,00
Pepino	12	Unidad	\$0,25	\$3,00
Avena	5	Libras	\$0,40	\$2,00
Vitamina E	1	Frasco	\$4,00	\$4,00
Jabón antibacterial	1	Unidades	\$8,00	\$8,00
Hiervas medicinales	12	Atados	\$1,00	\$12,00
kit de limpieza	4	Kit	\$120,00	\$480,00
Subtotal				\$717,00
Pesca deportiva				
Carnada	12	Libra	\$4	\$48
Comida para peces	60	libras	\$6	\$360
Subtotal				\$408
TOTAL				\$9.372

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.2. Viabilidad ambiental

Para realizar el estudio ambiental del proyecto técnico se ha utilizado la matriz de Leopold, siguiendo varios pasos que a continuación se detalla:

4.2.1. Acciones

En primera instancia se identificó las actividades que se va realizar, esto colocando en la parte superior.

4.2.2. Identificación de los factores ambientales

4.2.2.1. Medio físico

Al empezar con la ejecución de la hostería se tendrá efectos negativos en cuanto a la erosión del suelo, con la remoción para empezar con la construcción, como también por los materiales, maquinarias y equipos que se utilizará afectará al río que se encuentra por ende la calidad de agua y del aire, durante el funcionamiento afectará al aire por los químicos que se utilizará para la desinfección o limpieza de la hostería.

4.2.2.2. Medio biológico

La flora y la fauna serán afectadas en el momento que se inicie con la construcción, también al pasar el tiempo se irá detallando la decoración de la hostería con plantas nativas se puede decir que se reforestará el lugar con su respectiva nombre e importancia, esto legando a ser un impacto positivo durante el funcionamiento de la hostería.

4.2.2.3. Medio social

Dentro de la comunidad San Francisco posee atractivos naturales y culturales, por lo tanto, el producto se ha considera que sea parte del fortalecimiento económico, aumento de turismo en la zona, generación de empleo e intercambio cultural, siendo esto impacto positivo a la comunidad. A continuación, se detalla la matriz de impactos ambientales relacionando cada componente o factor ambiental con cada actividad o acciones propias de la hostería, identificando impactos positivos o negativos con su respectiva ponderación.

ACCIONES FACTORES AMBIENTALES	A. NIVELACION PARA EL RESTAURANTE Y PARQUE ADE		B. CIMENTACIÓN PARA LA HOSTERÍA		D. RESTAURANTE		E. Hospedaje-cabañas		F. ÁREAS DE RECREACIÓN		G. PISCINA-SPA		H. PESCA DEPORTIVA		I. LA HOSTERÍA CONTRATA PERSONAL LOCAL		J. OPERACIÓN TURÍSTICA		K. DESARROLLO LOCAL		L. DIVERSIFICA LA OFERTA TURÍSTICA		IMPACTOS NEGATIVOS -		IMPACTOS POSITIVOS +		AGREGACIÓN DE IMPACTOS	
A Medio Físico																												
A1.Tierra	-24	-36																										
a) Suelos	-4	-9																										
	6	4																										
A2.Agua																												
a) Calidad																												
A3.Atmósfera (Aire)	-1	-3																										
a) Calidad (gases, partículas)	-1	-1																										
	1	3																										
A4.Procesos	-2	-15																										
b) Erosión	-2	-5																										
	1	3																										
B. Medio Biológico																												
B1.Flora	-1	-8																										
a) Árboles	-1	-2																										
	1	4																										
b) Arbustos	-1	-9																										
	1	3																										
c) Hierbas	-4	-12																										
	2	3																										
B2.Fauna	-1	-3																										
a) Pájaros (aves)	-1	-1																										
	1	3																										
b) Animales terrestres	-1	-3																										
	1	3																										
C. Medio social																												
C1.Usos del territorio	-1	-9																										
e) Agricultura	-1	-3																										
	1	3																										

4.3. Viabilidad legal administrativa

4.3.1. Análisis legal

El análisis legal se realizó en base a la revisión de los principales elementos de la constitución y las leyes afines con el producto en diseño, a consecuencia de contar con los fundamentos correspondientes que permitan establecer y administrar la hostería turística y demostrar su viabilidad.

4.3.1.1. Análisis de la Constitución de la República del Ecuador

Según la Constitución de la República del Ecuador 2008, en su artículo 283 establece que el sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine.

La hostería El Hechizo se ampara por la Constitución Política vigente aprobada el 28 de septiembre del 2008, tomando referencia los siguientes artículos, para el fundamento legal, como también ayuda el cumplimiento de los mismos.

- **Art. 66.-** Se reconoce y garantizará a las personas:

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

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

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

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

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

- **Art. 277.-**Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

Numeral 5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.

- **Art. 278.-** Para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde:

Numeral 3.- Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental

4.3.1.2. Análisis de la Ley Orgánica de turismo

Según la Ley Orgánica de Turismo (2014), artículo 5 menciona que se consideran actividades turísticas las ejecutadas por personas naturales o jurídicas, que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades como: alojamiento, alimentos y bebidas, transportación, (aéreo, marítimo, fluvial, terrestre), operación, (agencias de viajes), intermediación (agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones) y casinos, salas de juego.

Además en los artículos 8 a 10 se menciona que la actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo (la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de las actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo) y la licencia anual de funcionamiento (los municipios y consejos provinciales les concederá a los establecimientos turísticos la Licencia Única Anual de Funcionamiento), que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Según el reglamento de alojamiento turístico (2016) dentro del Art. 5 se clasifican en:

- Hotel H
- Hostal HS
- Hostería HT
- Hacienda Turística HA
- Lodge L f) Resort RS
- Refugio RF
- Campamento Turístico CT
- Casa de Huéspedes CH

Por consiguiente, la hostería es un establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje, con cuarto de baño y aseo privado, se puede formar bloques independientes; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento, deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

La hostería “El hechizo “se encuentra dentro de los ítems estipulados por la ley de turismo y es servicio de alimentación y bebidas-

4.3.1.3. Revisión de la Ley de Compañías

Según la Ley de Compañías, lo ventajoso es la creación de una Compañía Anónima, debido a que esta se puede formar con un capital dividido en acciones negociables, aportadas por sus accionistas, aporte que puede ser en dinero, bienes muebles o inmuebles.

➤ Tipos de compañías no utilizadas para la constitución de la hostería

Tabla 49-4: Compañías no utilizadas para la constitución de la hostería

Tipo de compañía	Razón principales por lo que no se elige este tipo de compañías para la constitución de la hostería
Compañía en nombre colectivo	-Constitución con al menos del 50% del capital suscrito. -Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.
Compañía en comandita simple y dividida por acciones	-Se prohíbe el reparto de utilidades a los socios, a menos que sean líquidas y realizadas. -El socio comanditario no podrá ceder ni traspasar a otras personas sus derechos en la compañía ni sus aportaciones, sin el consentimiento de los demás. -El comanditario que forme parte de esta compañía o forme parte de un negocio que tenga la misma finalidad comercial, pierde el derecho de examinar los libros sociales.
Compañía de responsabilidad limitada	No se podrán constituir entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.
Compañía de economía mixta	-Si el aporte del sector público excede el 50% del capital de la compañía, uno de los directores públicos será presidente. -Al formarse para prestar servicios públicos, vencida la duración, el Estado podrá tomar a su cargo las acciones de los particulares, transformándola en una entidad administrativa. -El Estado, por razones de utilidad pública, podrá en cualquier momento expropiar el monto del capital privado.

Fuentes: Ley de Compañías, 2014

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.3.1.4. Revisión de la Ley de Economía Popular y Solidaria

Según la Ley de Economía Popular y Solidaria es conveniente crear una organización del sector asociativo, debido a que se puede constituir por personas naturales al menos por cinco personas, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando. Se podrán constituir asociaciones en cualquiera de las actividades económicas, con excepción de la vivienda, ahorro y crédito,

transportes y trabajo asociado. Las formas y objetivos de la integración serán determinadas libremente por las asociaciones de acuerdo con sus intereses y necesidades y en el marco de los valores de la economía popular y solidaria.

➤ **Tipos de organización no utilizadas para la constitución de la hostería**

Tabla 50-4: Organizaciones no utilizadas para la constitución de la hostería

Tipo de organización	Razón por la cual no se elige este tipo de organización para la constitución de la hostería
Sector Cooperativo	-La hostería no es una cooperativa. -La condición de socio de una cooperativa es personalísima, por tanto, intransferible, intransmisible y participativa en la toma de decisiones, pudiendo ser ejercida, excepcionalmente, por mandatario, quien no podrá ser elegido para ningún cargo directivo. -Se prohíbe la transferencia de los certificados de aportación a terceros, bajo cualquier figura.
Organizaciones económicas populares	Pueden constituir redes de producción y circulación de bienes y servicios, que privilegien la redistribución de la riqueza y la remuneración de su trabajo, por sobre la rentabilidad financiera, las mismas que no requieren personalidad jurídica para su funcionamiento.
Organizaciones económicas comunitarias	- La hostería El Hechizo no es una organización comunitaria la cual se exceptúan de la obligatoriedad dispuesta, las formas comunitarias ancestrales, constituidas en base a identidades étnicas y en territorios rurales.

Fuente: Ley de la Economía Popular y Solidaria. (2018)

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.3.1.5. *Tipo de compañía a crearse*

Una vez realizado el análisis de las leyes pertinentes se estableció crear en base a Compañía Anónima, debido a que esta se puede formar con un capital dividido en acciones negociables, aportadas por sus accionistas, aporte que puede ser en dinero, bienes muebles o inmuebles, como también por las ventajas que representa para los futuros accionistas, al poder destinar como parte del capital bienes que tengan que ver con el curso normal o actividad de la compañía, además que el servicio que esta prestará cumple con las leyes establecidas.

➤ **Requisitos para constituirse una compañía anónima**

La Compañía Anónima es la forma de sociedad y se detalla sus requisitos tanto como empresa, como también para el tributario (SRI), relaciones laborales (IESS) manejo en la ciudad (municipales), y otros organismos como bomberos.

Según la Superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil.

- La escritura de fundación
 - SRI. Registro Único de Contribuyentes, para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a la empresa
 - IESS, para la emisión de un número patronal
- Finalmente, a nivel municipal se deberá efectuar:
- Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo
 - Patentes municipales
 - Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios
 - Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos

4.3.2. Presupuesto para el área administrativa

4.3.2.1. Talento humano

Tabla 51-4: Talento humano para el área administrativa

Denominación	Cantidad	Unidad	Remuneración mensual	Costo anual
Gerente	1	persona	\$2.200,00	\$19.208,4
Contadora	1	persona	\$680,00	\$11.061,04
Abogado	1	persona	\$120	\$480
Secretaria	1	persona	\$570,00	\$9.336,59
Guardia de seguridad	1	persona	\$490,00	\$8.082,35
TOTAL				\$48.168,38

Realizado por: Padilla, T. 2020.

Tabla 48-4: Rol de pagos del talento humano del área administrativa

ROL DE PAGOS							
Cargo	Remuneración	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Décimo 4to sueldo	Neto anual a recibir
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%				
Gerente	\$1.200,00	\$113,00	\$133,80	\$1446,80	\$1446,80	\$400,00	\$19.208,4
Contadora	\$680,00	\$64,26	\$75,82	\$820,08	\$820,08	\$400,00	\$11.061,04
Secretaria	\$570,00	\$53,87	\$63,56	\$687,43	\$687,43	\$400,00	\$9.336,59
Guardia de seguridad	\$490,00	\$46,31	\$54,64	\$590,95	\$389,06	\$400,00	\$8.082,35

Fuente. (IESS.GOB.EC, 2020)

Realizado por: Padilla, T. 2020.

No se realizó el rol de pagos para el abogado, ya que será un personal no dependiente directo de la empresa, por lo que solo se adquirirá los servicios cuando los requiera una asesoraría legal.

4.3.2.2. Activos Fijos

Tabla 53-4: Activos fijos del área administrativa

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Terreno	4882,5	m2	\$2,50	\$12.206,25
Construcción edificación				
Oficinas	32,96	m2	\$ 170,00	\$5.603,20
Subtotal				\$5.603,20
Maquinaria y equipo				
Reloj de pared	1	Unidad	\$10,00	\$10,00
Dispensador de agua	1	Unidad	\$30,00	\$30,00
Perforadora	2	Unidad	\$5,00	\$10,00
Grapadora	2	Unidad	\$5,00	\$10,00
Calculadora	1	Unidad	\$10,00	\$10,00
Teléfono convencional	2	Unidad	\$40,00	\$80,00
Subtotal				\$150,00
Equipo de computo				
Computadora	2	Unidad	\$800,00	\$1.600,00
Impresora multifuncional	1	Unidad	\$500,00	\$500,00
Cámaras de vigilancia	3	Red	\$300,00	\$900,00
Monitores de vigilancia	3	Red	\$120,00	\$360,00
Subtotal				\$3.360,00
Muebles y enseres				
Alfombra	4	Unidad	\$100,00	\$400,00
Cuadros decorativos	4	Unidad	\$20,00	\$80,00
Archivador	3	Unidad	\$70,00	\$210,00
Sillas	15	Unidad	\$20,00	\$300,00
Mesa de trabajo	1	Unidad	\$80,00	\$80,00
Escritorio	3	Unidad	\$100,00	\$300,00
Subtotal				\$1.370,00
TOTAL				\$22.689,45

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.3.2.3. Materiales e insumos

Tabla 54-4: Materiales e insumos del área administrativa

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Materiales e insumos				
Resma de papel	4	Unidad	\$3,00	\$12,00
Caja de lápices	3	Caja	\$2,50	\$7,50
Caja de esferos	3	Caja	\$3,00	\$9,00
Kit Tinta de impresora	4	Kit	\$20,00	\$80,00
Kit de limpieza	4	Kit	\$50,00	\$200,00
Caja de clips	4	Caja	\$3,50	\$14,00
Subtotal				\$322,50

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.3.2.4. Activos diferidos

Tabla 55-4: Activos diferidos del área administrativa

Descripción	Cantidad	Unidad	Gasto Unitario	Gasto Total
Estudios del proyecto				
Estudios del proyecto de las 3 áreas	3	Documento	\$300,00	\$900,00
Plano	1	Documento	\$30,00	\$30,00
subtotal				\$930,00
Constitución de la empresa				
Permisos de Funcionamiento	1	Documento	\$50,00	\$50,00
Patente Municipal	1	Documento	\$360,00	\$360,00
Tasa de habilitación del local comercial	1	Documento	\$20,00	\$20,00
Depósito para la sociedad anónima	1	Documento	\$300,00	\$300,00
Certificado de seguridad del cuerpo de bomberos	1	Documento	\$30,00	\$30,00
subtotal				\$760,00
Servicios básicos	36	Pagos	\$150,00	\$5.400,00
TOTAL				\$7.090,00

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.3.3. Estudio administrativo

4.3.3.1. Organigrama estructural

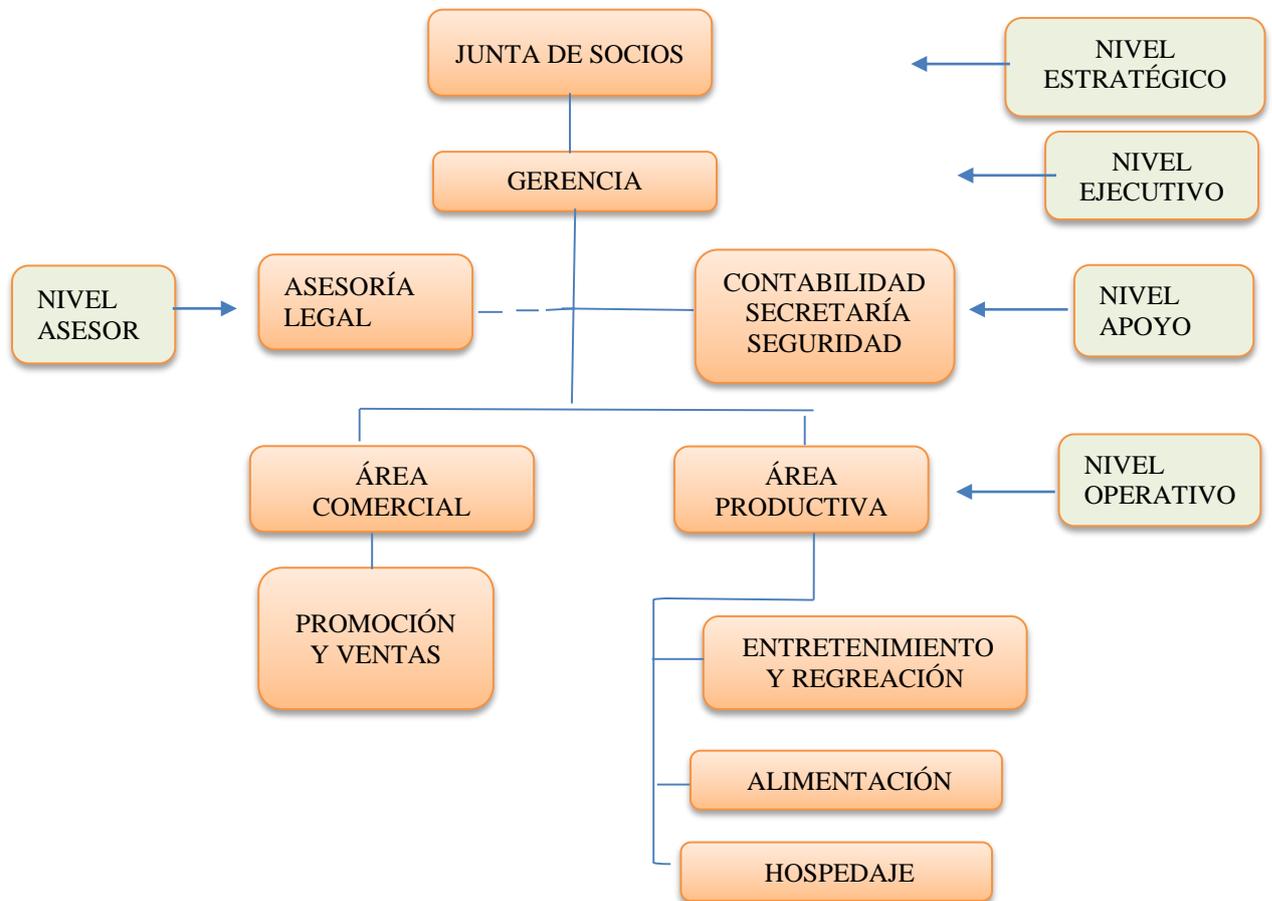


Figura 26-4: organigrama estructural
Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.3.3.2. Organigrama funcional

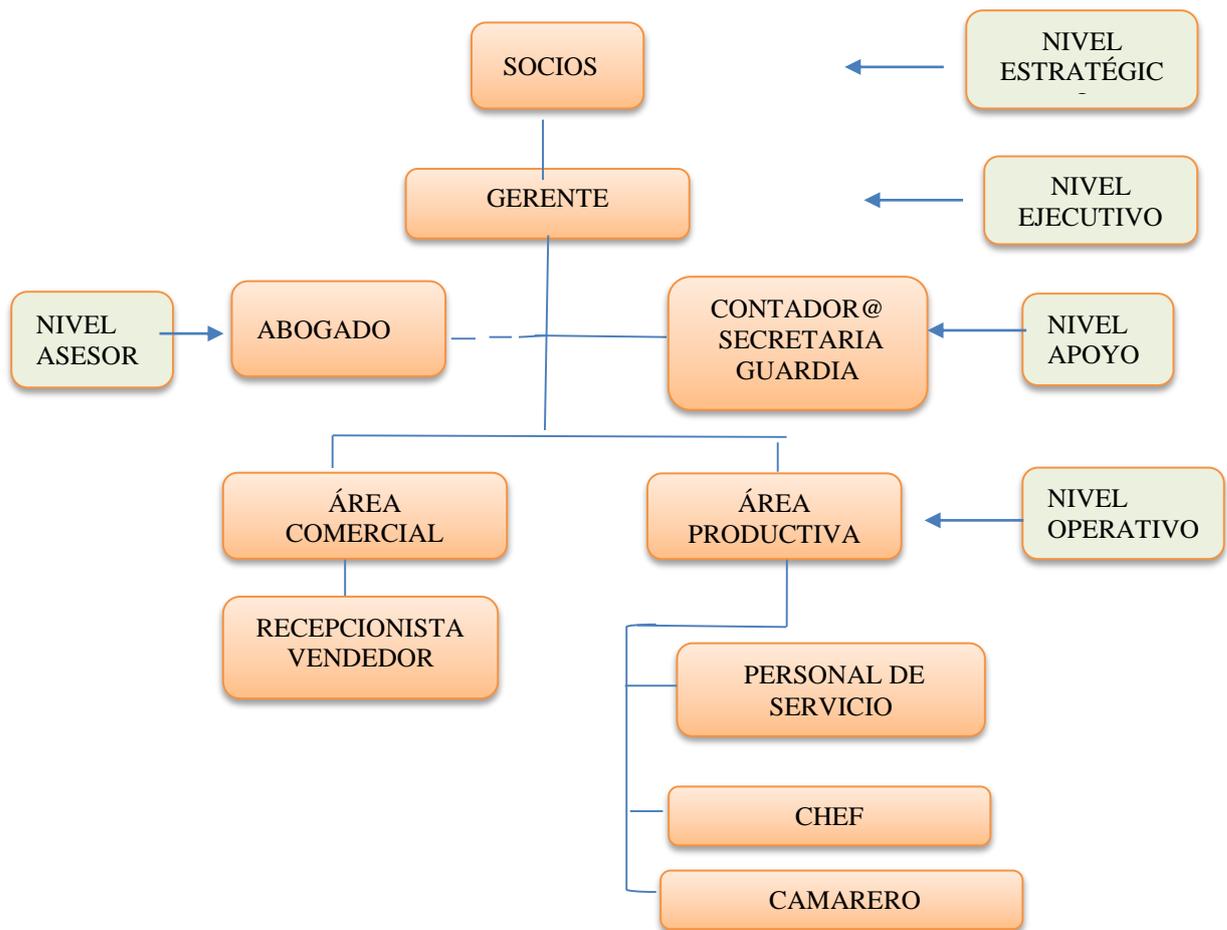


Figura 27-4: Organigrama funcional
Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.3.3.3. Manual de cargos y funcion

Tabla 56-4: Manual de cargos y funciones

ÁREA ADMINISTRATIVA			
Cargo	Responsabilidad	Requisitos mínimos	Cantidad
Gerente	<ul style="list-style-type: none"> - Planifica los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. - Asegurar el cumplimiento de la normativa en materia de seguridad y salud laboral. - Velar por la gestión de calidad la aplicación o cumplimiento de estándares. - Selección, manejo, disposición y ordenamiento de inventarios, insumos y herramientas. - Supervisión del trabajo del personal a su cargo. - Ser enlace entre proveedores, administración, ventas y marketing. - Evaluar el desempeño y capacitar el personal. - Supervisar la contratación, entrenamiento, incentivo y terminación de la relación laboral con el personal. - Llevar el inventario de los insumos y realizar las órdenes para la adquisición de suministros. - Revisar los insumos, equipos y áreas de trabajo. - Investigar y resolver los reclamos o quejas que la clientela tenga respecto a la calidad de servicio. <p>Designar el horario laboral de los empleados y asignar tareas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ser ingeniero en ecoturismo o administración de empresas - Manejo de estrategias de capacitación corporativa - Manejo de base de datos - Experiencia mínima de 2 años para el cargo. - Buena actitud de servicio - Conocimientos avanzados en inglés 	1

Contadora	<ul style="list-style-type: none"> - Acatar la disposición y los estatutos. - Llevar un proceso contable que ayude al manejo económico de la empresa. - Presentar un informe económico trimestral a la Asamblea General y Directorio. - Tomar la responsabilidad de los fondos. - Efectuar pagos, compras y pagos de servicios y bienes correspondientes la empresa. - Ocuparse de asuntos tributarios. - Registrar su firma del presidente en todas las cuentas bancarias para efecto de movilización de fondos. <p>Revisar y analizar los presupuestos de las actividades de la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Título profesional de tercer nivel en contabilidad y auditoría - Edad mínima de 25 años - Tener conocimiento de: <ul style="list-style-type: none"> - Contabilidad - Administración - Facturación - Tener experiencia mínimo de un año 	1
Guardia	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener y precautelar la seguridad del lugar. - Revisar el área asignada al entrar a su turno. - Permanecer en el área asignada previamente por el encargado de turno. - Efectuar recorridos por toda su área de labores. - No abandonar el área asignada sin la autorización correspondiente del encargado de turno. - Presentarse correctamente uniformado y portando las respectivas credenciales <p>No presentarse en estado etílico ni con síntomas de haber ingerido alcohol</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Título de Bachiller. - Tener conocimientos en manejo de armas, primeros auxilios, combate contra incendios, evacuación y defensa personal. - Debe demostrar serenidad en situaciones de riesgo. - Demostrar liderazgo al conducir a su equipo. - Debe tener resistencia física <p style="text-align: center;">Experiencia mínima de 1 año</p>	1

Abogado	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar, redactar y negociar todos los contratos comerciales de la empresa - Tramitar algún tipo de licencia que la empresa requiera para operar. - Facilitar mediaciones para las disputas con clientes, empleados o proveedores - Garantizar el cumplimiento de las regulaciones y las leyes - Representar a la empresa en asuntos legales de diversa índole ante un tribunal judicial. 	<p>Tener:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título universitario en derecho - Especialidad en derecho corporativo - Experiencia mínima de 2 años dentro del área - Habilidad para comunicarse de manera correcta, tanto de forma oral como escrita 	1
ÁREA COMERCIAL			
Recepcionista	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar un registro de los turistas que visitan la empresa - Recibir los pagos de los clientes - Procesar los pagos con las tarjetas de débito/crédito apropiadamente - Coordinar con el personal de servicio y sus ayudantes para garantizar que el cliente reciba el más alto nivel de servicio posible. - Ayudar a los meseros con sus responsabilidades si es necesario - Responsabilidades adicionales asignadas o solicitadas por el gerente 	<ul style="list-style-type: none"> - Tener dominio en manejo de máquina registradora, sumadora, calculadora. - Habilidad para tratar en forma amable y efectiva con el público en general. - Ser mínimo bachiller, con experiencia de 1 año dentro del área - Tener experiencia en el área de caja. - Tener dominio de inglés 	1
Vendedor/ Cajero	<ul style="list-style-type: none"> - Brindar información de los productos que se tiene en el local - Recibir los pagos de los clientes 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser bachiller - Tener capacitaciones en atención al cliente - Tener buena presencia - Tener conocimientos básicos de inglés 	1
ÁREA PRODUCTIVA			

Chef	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación del menú y elaboración de los platos. - Gestionar el equipo y la distribución de tareas. - Gestionar el tiempo de cocinado y preparación de los alimentos. - Actualizar los menús y mantenerse al día en técnicas y tendencias culinarias. - Mantener y seguir estrictas normas de salud, higiene y seguridad alimentaria. - Tener la capacidad de mantener la calma bajo presión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios superiores de tercer nivel en técnico de cocina y gastronomía - Poseer habilidades para el trabajo en equipo. - Poseer buenas habilidades comunicativas. - Tener creatividad e imaginación para pensar nuevas ideas para el menú y la presentación de los platos. - Ser capaz de seguir los estándares en higiene y seguridad alimentaria - Experiencia mínima de 1 años en gastronomía 	1
Ayudante de cocina	<ul style="list-style-type: none"> - Colaborar y coordinar actividades con el chef. - Se encarga de solicitar los productos materia prima o materiales. - Ayudan al chef con trabajos rutinarios. - Colaborar con tareas básicas de cocina 	<ul style="list-style-type: none"> - Título de bachillerato culminado - Conocimientos básicos de preparación de alimentos y manejo de aparatos de cocina. - Experiencia de un año de preparación de alimentos y manejo de aparatos de cocina - Capacitaciones de higiene y cuidados culinarios 	1
Camarera	<ul style="list-style-type: none"> - Limpiar las habitaciones siguiendo las instrucciones y prioridades establecidas. - Cuidar el material y el equipamiento de limpieza - Comunicar las averías para su posterior reparación. - Retirar y entregar los objetos olvidados, para su registro. - Preparar el carro con todos los útiles y materiales de limpieza necesaria para su trabajo. - Colaborar en los cambios de habitación del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Terminado el bachillerato - Experiencia mínima de 1 año en técnicas de servicio al cliente y limpieza. - Conocimiento del idioma de inglés. - Conocimiento en formatos utilizados en la limpieza de las habitaciones - Conocimiento en todo tipo de habitaciones. - Buena presentación personal. 	1

Yachak/ curandero	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar los materiales necesarios para su trabajo - Diagnosticar los males que padece el paciente y que pueden ser enfermedades del organismo o malas energías, “maldad” 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser mayor de 30 años - Tener experiencia mínima de 5 años - Tener certificados de estudios y prácticas de medicina ancestral 	1
Personal de servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Velar por que las instalaciones de la empresa se encuentren en perfecto estado de orden - Velar por el buen funcionamiento del área de piscina y pesca recreación con la finalidad de brindar un ambiente estable y seguro a todo el personal que labora en la empresa. - Velar por reparaciones o trabajos de mantenimiento a ser ejecutado en las instalaciones de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ser mayor de 20 años - Experiencia mínima de 1 año en el puesto - Tener habilidades de comunicación - Capacitaciones de higiene y cuidados 	2
Personal de limpieza	<ul style="list-style-type: none"> - Limpieza de suelos - Limpieza de muebles - Limpieza de cristales - Vaciado de papeleras - Reposición de material. 	<ul style="list-style-type: none"> - Edad mínima 20 años - Utilizar todos los implementos para la protección laboral - Actitud y servicio 	3

Mesero	<ul style="list-style-type: none"> - Limpiar y organizar el área de comedor, surtir los saleros, pimenteros y recipientes de demás condimentos. - Dar respuesta a sus inquietudes referentes al menú. - Entregar los pedidos de bebidas y alimentos al personal de la cocina - Llevar las charolas con platillos y bebidas de la cocina a las mesas. - Retirar los platos y vasos sucios, limpiar las mesas una vez que los comensales terminen de comer. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bachillerato terminado. - Conocimiento de atención al cliente. - Curso de Capacitación en atención al cliente - Conocimiento de los platos del menú. - Nivel B1 en idioma de inglés. 	1
--------	--	--	---

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.3.3.4. *Formulación filosófica y estratégica de la hostería*

➤ **Misión**

EL Hechizo es una hostería dedicada a ofrecer servicios turísticos de calidad, en un concepto innovador, para el descanso y la recreación de los clientes en un ambiente natural y cultural.

➤ **Visión**

El Hechizo es una hostería pertinente para el mercado turístico a nivel nacional e internacional, que brinda un excelente servicio de alta calidad y así lograr la preferencia de nuestros clientes y ser líderes en la cadena de alojamientos turísticos del país.

➤ **Políticas**

- Se llevará cabo un cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas de la hostería.
- Brindar información correcta y pertinente del establecimiento al cliente.
- Todo el personal de la hostería debe mantener un comportamiento ético e íntegro.
- Las reservaciones deben ser con un 50% y dos días antes a la fecha provista.
- La hostería “El Hechizo” atenderá en el horario de 10 am a 10 pm, fines de semana y feriados.
- La Hostería no será responsable de las pertenencias olvidadas.
- Se dará capacitaciones semestralmente al personal para su mejor desempeño.
- Los bienes muebles e inmuebles de propiedad de la hostería deberán recibir el mantenimiento respectivo a efectos de precautelar su buen estado de presentación y conservación.
- Toda queja, sugerencia o felicitación se colocará en un buzón, el cual la administración de la hostería tiene a disposición de los usuarios en la recepción.
- Regirse a las normas establecidos por el GAD de Chambo para la apertura y operación de la hostería.

➤ Estrategias

Tabla 57-4: Estrategias de la hostería

Económicas
<ul style="list-style-type: none">- Buscar el financiamiento nacional o internacional para la implementación de la hostería, con el interés más bajo en el mercado financiero.- La hostería contará con un fondo de reserva para casos fortuitos.
Políticas
<ul style="list-style-type: none">- Firmar convenios alianzas o acuerdos con empresas del sector para incluir dentro del mercado turísticos.- Estandarizar todas las medidas de bioseguridad.- Efectuar con las normas correspondientes de la LUAF del cantón.- Formar parte de los productos turísticos de las distintas agencias de viaje a nivel nacional dando a conocer la riqueza gastronómica y natural del país.
Ambientales
<ul style="list-style-type: none">- Reducción de plásticos, desechos y uso correcto del agua.- Uso de productos ecológicos.- Aplicación de la regla de las 4 R: Reducir, Reutilizar, Reciclar y Recuperar.
Culturales
<ul style="list-style-type: none">- Promoción cultural de los platos típicos locales.- Personal capacitado para la atención adecuada de los clientes en todas las áreas.
Social
<ul style="list-style-type: none">- Capacitación en el idioma de inglés al personal para mejorar la atención al cliente.- Realizar encuestas a nuestros clientes para obtener información de gustos, preferencias y sugerencias.- Contar con facilidades para personas con capacidades especiales y de tercera edad.

Realizado por: Padilla, T. 2020.

➤ Valores y principios

Los principales valores y principios que se pondrán en práctica para el impulso de la hostería “El Hechizo” son:

• Honradez

Según Arapa (2016, p; 1) la honradez es una cualidad de la persona que piensa y obra de manera correcta, recta, justa e íntegra, sin hacer daño a nadie, lo cual implica confianza, sinceridad y transparencia, la persona honrada actúa desinteresadamente, Euler (2019, p; 4) acota que toda persona honrada son fieles así mismo y coherentes con sus propios principios, solo está en nosotros la buena actitud de ánimo e intención.

• Honestidad

Bonilla (2011) ya que menciona que es una virtud que lleva a que la persona honesta sea coherente con su vocación de ser comunitario, confiable y creíble.

Según Dueñas (2015) menciona que la honestidad es muy importante para el crecimiento, la productividad y la competitividad de una organización, Ortiz (2018) corrobora que la honestidad es la capacidad de realizar bien y con cordura las actividades encomendada.

- **Respeto**

Para Saborido (2018) el respeto es no juzgarla por sus actitudes, conductas o pensamientos, no se le reprocha nada ni esperamos que sea de otra forma, mientras que para Delgado (2020) el respeto es uno de los valores morales más importantes del ser humano, una cualidad positiva, equivalente a tener veneración, aprecio y reconocimiento por una persona o cosa.

- **Responsabilidad**

La responsabilidad es un valor donde una persona que asume los resultados acepta las consecuencias de sus propios actos y de sus propias decisiones, es capaz de tomar decisiones conscientemente, lo cual ayudará a conseguir sus objetivos y metas en cualquier ámbito de su vida (Sanchez, 2018), por lo que el valor de la responsabilidad es muy importante dentro de una institución o empresa.

- **Trabajo en equipo**

Según Maldonado (2015) menciona que el trabajo en equipo es cumplir con un objetivo el cual debe ser alcanzado a través de la fusión de conocimientos, habilidades, capacidades, información, etc; de los diversos miembros que conforman el equipo. El trabajo en equipo es un modelo de gestión que permite evidenciar resultados positivos de una manera eficaz y eficiente, donde se integran como dos o más personas que interactúan y se influyen entre sí (Ayoví, 2019, p. 62), dentro de una institución o una empresa siempre habrá el trabajo en equipo, para sacar adelante a la empresa y cumplir sus metas del mes o año.

4.4. Viabilidad económica financiera

Análisis de la inversión para el funcionamiento de la hostería turística “El Hechizo”

4.4.1. Análisis económico

El estudio económico se lo realizó mediante:

4.4.1.1. Inversión del proyecto

Tabla 58-4: Inversión del proyecto

Denominación	Total
Activos fijos	\$377.005,77
Terreno	\$46.712,88
Construcción edificación	\$274.453,60
Maquinaria y equipo	\$10.105,27
Equipo de computo	\$4.190,99
Muebles y enseres	\$41.303,03
Menaje	\$240,00
Activos diferidos	\$29.466,67
Promoción y publicidad	\$1.020,00
Estudios	\$900,00
Gastos de la constitución de la empresa	\$760,00
Intereses antes del funcionamiento del proyecto	\$ 26.786,67
Capital de trabajo (6 meses)	\$26.524,65
Sueldos y salaries	\$10.983,44
Mano de obra directa	\$6.668,55
Mano de obra indirecta	\$7.063,22
Materiales e insumos	\$1.809,44
TOTAL	\$432.997,08

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.4.1.2. Usos y fuentes del financiamiento

Tabla 59-4: Usos y fuentes del financiamiento

Denominación	Fuente		
	Usos	R. Propios	Préstamo
Activos fijos	\$377.005,77	\$102.552,17	\$274.453,60
Terreno	\$46.712,88	\$46.712,88	
Construcciones y edificaciones	\$274.453,60		\$274.453,60
Maquinaria y equipo	\$10.105,27	\$10.105,27	
Equipo de computo	\$4.190,99	\$4.190,99	
Muebles y enseres	\$41.303,03	\$41.303,03	
Menaje	\$240,00	\$240,00	
Activos diferidos	\$29.466,67	\$29.466,67	
Promoción y publicidad	\$1.020,00	\$1.020,00	
Estudios	\$900,00	\$900,00	

Gastos de la constitución de la empresa	\$760,00	\$760,00	
Intereses antes del funcionamiento del proyecto	\$ 26.786,67	\$ 26.786,67	
Capital de trabajo	\$26.524,65	\$26.524,65	
Sueldos y salarios	\$10.983,44	\$10.983,44	
Mano de obra directa	\$6.668,55	\$6.668,55	
Mano de obra indirecta	\$7.063,22	\$7.063,22	
Materiales e insumos	\$1.809,44	\$1.809,44	
TOTAL	\$432.997,08	\$158.543,48	\$274.453,60

Realizado por: Padilla, T. 2020.

El préstamo se lo realizará en la entidad BanEcuador (2021), el cual acredita a todas las actividades de las pequeñas y medianas empresas del Ecuador, desde USD 5.000 hasta USD 3 millones con un plazo de pago máximo en 10 años y una tasa de interés del 9,76%.

4.4.1.3. Financiamiento del proyecto

Capital = \$274.453,60

Interés=9,76%.

de pago =5

Tabla 60-4: Cálculo de la deuda

AÑO	Préstamo capital	Capital a pagarse	Interés	Cuota
2021(0)	\$274.453,60	\$54.890,72	\$26.786,67	\$81.677,39
2022(1)	\$219.562,88	\$54.890,72	\$21.429,34	\$76.320,06
2023(2)	\$164.672,16	\$54.890,72	\$16.072,00	\$70.962,72
2024(3)	\$109.781,44	\$54.890,72	\$10.714,67	\$65.605,39
2025(4)	\$54.890,72	\$54.890,72	\$5.357,33	\$60.248,05
TOTAL		\$274.453,60	\$80.360,01	\$354.813,61

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.4.1.4. Depreciación de activos fijos

Tabla 61-4: Depreciación de activos fijos

Denominación	Costo inicial del bien	Depreciación legal(años)	Depreciación anual	Duración del proyecto	Depreciación de los bienes por uso del proyecto	Valor de salvamento
Construcción edificación	\$274.453,60	20	\$13.722,68	5	\$68.613,40	\$205.840,20
Maquinaria y equipo	\$10.105,27	10	\$1.010,53	5	\$5.052,64	\$5.052,64
Equipo de computo	\$4.190,99	3	\$1.397,00	5	\$6.984,98	\$0,00
Muebles y enseres	\$41.303,03	10	\$4.130,30	5	\$20.651,52	\$20.651,52
Menaje	\$240,00	5	\$48,00	\$0,10	\$460,80	\$0,00
TOTAL	\$330.052,89		\$20.308,51			\$231.544,35

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.4.1.5. Amortización de activos diferidos

Tabla 62-4: Amortización de activos diferidos

Activos diferidos	Año				
	2022	2023	2024	2025	2025
\$29.466,67	\$5.893,33	\$5.893,33	\$5.893,33	\$5.893,33	\$5.893,33

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.4.1.6. Estructura de costos y gastos

Tabla 63-4: Estructura de costos y gastos

Denominación	AÑO				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costo de producción	\$93.247,25	\$94.571,36	\$95.914,27	\$97.276,26	\$98.657,58
Mano de obra directa	\$40.011,31	\$40.579,47	\$41.155,70	\$41.740,11	\$42.332,82
Mano de obra indirecta	\$42.379,29	\$42.981,08	\$43.591,41	\$44.210,41	\$44.838,19
Materiales e insumos	\$10.856,65	\$11.010,81	\$11.167,17	\$11.325,74	\$11.486,57
Gastos administrativos	\$92.369,13	\$93.680,77	\$95.011,04	\$96.360,19	\$97.728,51
Sueldos y salarios	\$65.900,62	\$66.836,41	\$67.785,49	\$68.748,04	\$69.724,26
Servicios básicos	\$5.400,00	\$5.476,68	\$5.554,45	\$5.633,32	\$5.713,32
Gastos de constitución, permisos	\$760,00	\$770,79	\$781,74	\$792,84	\$804,10
Depreciaciones	\$20.308,51	\$20.596,89	\$20.889,36	\$21.185,99	\$21.486,83
Gasto en ventas (comercial)	\$26.356,84	\$26.731,10	\$27.110,69	\$27.495,66	\$27.886,10
Promoción y publicidad	\$4.927,50	\$4.997,47	\$5.068,43	\$5.140,41	\$5.213,40
Gastos financieros	\$21.429,34	\$16.072,00	\$10.714,67	\$5.357,33	\$0,00
Intereses durante el funcionamiento del proyecto	\$21.429,34	\$16.072,00	\$10.714,67	\$5.357,33	\$0,00
TOTAL	\$211.973,21	\$214.983,23	\$218.036,00	\$221.132,11	\$224.272,18

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.4.1.7. Ingresos

Tabla 64-4: Ingresos

Denominación	AÑO				
	2022	2023	2024	2025	2026
Clientes	10.967	11.123	11.281	11.441	11.604
PVP por pax	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00	\$30,00
Ingresos	\$329.010,00	\$333.690,00	\$338.430,00	\$343.230,00	\$348.120,00

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.4.1.8. Punto de equilibrio

Tabla 65-4: Costos variables y fijos

Denominación	AÑO					costos variables	costos fijos
	2022	2023	2024	2025	2026		
Costo de producción	\$93.247,25	\$94.571,36	\$95.914,27	\$97.276,26	\$98.657,58		
Mano de obra directa	\$40.011,31	\$40.579,47	\$41.155,70	\$41.740,11	\$42.332,82	\$205.819,41	
Mano de obra indirecta	\$42.379,29	\$42.981,08	\$43.591,41	\$44.210,41	\$44.838,19	\$218.000,37	
Materiales e insumos	\$10.856,65	\$11.010,81	\$11.167,17	\$11.325,74	\$11.486,57	\$55.846,94	
Gastos administrativos	\$92.369,13	\$93.680,77	\$95.011,04	\$96.360,19	\$97.728,51		
Sueldos y salarios	\$65.900,62	\$66.836,41	\$67.785,49	\$68.748,04	\$69.724,26		\$338.994,82
Servicios básicos	\$5.400,00	\$5.476,68	\$5.554,45	\$5.633,32	\$5.713,32		\$27.777,77
Gastos de constitución, permisos	\$760,00	\$770,79	\$781,74	\$792,84	\$804,10		\$3.909,46
Depreciaciones	\$20.308,51	\$20.596,89	\$20.889,36	\$21.185,99	\$21.486,83		\$104.467,58
Gasto en ventas (comercial)	\$26.356,84	\$26.731,10	\$27.110,69	\$27.495,66	\$27.886,10		
Promoción y publicidad	\$4.927,50	\$4.997,47	\$5.068,43	\$5.140,41	\$5.213,40		\$25.347,21
Gastos financieros	\$21.429,34	\$16.072,00	\$10.714,67	\$5.357,33	\$0,00		
Intereses durante el funcionamiento del proyecto	\$21.429,34	\$16.072,00	\$10.714,67	\$5.357,33	\$0,00		\$53.573,34
TOTAL	\$211.973,21	\$214.983,23	\$218.036,00	\$221.132,11	\$224.272,18	\$479.666,72	\$554.070,18

Realizado por: Padilla, T. 2020.

Costos variables unitarios: 6,57

Unidades a producir: 56.416

Ingresos: \$1.692.480,00

Con la información obtenida, se realizar los cálculos para determinar el punto de equilibrio.

Tabla 49-4: Punto de equilibrio

Rubro	
Costos fijos totales	\$551.673,31
Costos variables totales	\$310.067,00
Unidades a producir	56.416
QE = Punto de equilibrio para las unidades a producir	22.508,09
YE = Punto de equilibrio para los ingresos	553.469,14
PE = Precio de equilibrio	15.26
U = Porcentaje de producción	3.98%

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.4.1.9. Estado de resultados

Tabla 67-4: Estado de resultados

Denominación	AÑO				
	2022	2023	2024	2025	2026
+ ventas (ingresos)	\$329.010,00	\$333.690,00	\$338.430,00	\$343.230,00	\$348.120,00
-Costo de producción	\$93.247,25	\$94.571,36	\$95.914,27	\$97.276,26	\$98.657,58
= Utilidad bruta	\$235.762,75	\$239.118,64	\$242.515,73	\$245.953,74	\$249.462,42
- Gastos de ventas (Área comercial P.E)	\$26.356,84	\$26.731,10	\$27.110,69	\$27.495,66	\$27.886,10
-Gastos Administrativo	\$92.369,13	\$93.680,77	\$95.011,04	\$96.360,19	\$97.728,51
Utilidad operativa	\$117.036,79	\$118.706,77	\$120.394,00	\$122.097,89	\$123.847,82
- gastos financieros	\$21.429,34	\$16.072,00	\$10.714,67	\$5.357,33	\$0,00
=Utilidad antes de repartición de utilidades y pago de impuestos	\$95.607,45	\$102.634,76	\$109.679,34	\$116.740,56	\$123.847,82
-Repartición de utilidades (15%)	\$14.341,12	\$15.395,21	\$16.451,90	\$17.511,08	\$18.577,17
= Utilidad antes del pago de impuesto	\$81.266,33	\$87.239,55	\$93.227,44	\$99.229,48	\$105.270,65
Pago de impuesto (25%)	\$20.316,58	\$21.809,89	\$23.306,86	\$24.807,37	\$26.317,66
= Utilidad neta	\$60.949,75	\$65.429,66	\$69.920,58	\$74.422,11	\$78.952,98

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.4.1.10. Flujo de caja

Tabla 68-4: Flujo de caja

Denominación	AÑO					
	2021	2022	2023	2024	2025	2026
+ Utilidad neta		\$60.949,75	\$65.429,66	\$69.920,58	\$74.422,11	\$78.952,98
+ Valor de salvamento						\$231.544,35
+ Depreciaciones		\$20.308,51	\$20.308,51	\$20.308,51	\$20.308,51	\$20.308,51
+ Capital de trabajo						\$26.524,65
-Inversiones	\$-432.997,08					
= Flujo de caja	\$-432.997,08	\$81.258,26	\$85.738,17	\$90.229,08	\$94.730,61	\$357.330,49

Realizado por: Padilla, T. 2020.

4.4.2. Análisis financiero

Tabla 69-4: Cálculo del periodo de recuperación del capital

Denominación	AÑO					
	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Flujo de caja	\$-432.997,08	\$81.258,26	\$85.738,17	\$90.229,08	\$94.730,61	\$357.330,49
Factor de actualización		0,946	0,895	0,847	0,801	0,758
Flujo de caja actualizado	\$-432.997,08	\$76.876,31	\$76.740,43	\$76.404,97	\$75.891,02	\$270.828,98
Flujo de caja acumulado			\$153.616,74	\$230.021,70	\$305.912,72	\$576.741,70

Fuente: la tasa de oportunidad Banco Guayaquil (5,70%)

Realizado por: Padilla, T. 2020.

Tabla 70-4: Evaluación financiera

VAN	\$143.744,62
TIR	15%
RBC	1,33
PRC	4 - 5 años

Realizado por: Padilla, T. 2020.

CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio del mercado el proyecto es viable comercialmente ya que se obtuvo la aceptación del 95,6% para la implementación de la hostería turística “El Hechizo”; según los gustos y preferencias respecto a los servicios, los potenciales clientes prefieren: piscina- spa (29,4%); el 42,6% indican que les gustaría todos los servicios ofertados (hospedaje, alimentación, áreas de recreación y piscina-spa); como actividades adicionales prefieren práctica de medicina ancestral (25%).
- Técnicamente la hostería se construirá en una superficie de 18.685,15 m², donde se planifica construir: un restaurante, 5 cabañas y un bloque habitacional, área de pesca deportiva, área de piscina-spa y áreas recreativas, para atender a 114 personas diarias, lo que representa la capacidad operativa del 27,55% de la demanda.
- El proyecto es viable ambientalmente, ya que se evidenció en la matriz de Leopold un total de agregación de impactos correspondiente a 292 puntos positivos.
- Luego del análisis legal pertinente, se determinó crear la hostería “El Hechizo” como Compañía Anónima, debido principalmente a que esta se puede formar con un capital dividido en acciones negociables y dentro de lo administrativo se determinó que para el funcionamiento de la hostería se requiere contratar a 17 personas de las cuales 1 no es dependiente directo de la empresa.
- Se determinó que el proyecto es económica y financieramente viable, pues el valor actual neto (VAN) es positivo \$143.744,62, la tasa interna de retorno (TIR) es 15% con respecto al costo de oportunidad del 5,70%, la relación beneficio/costo= \$ 1,33 es decir que por cada dólar invertido se recupera el dólar y adicionalmente se genera una ganancia de 0,33 ctvs. y el periodo de la recuperación del capital (PRC) será entre el año 4 y 5, que está en el horizonte del tiempo del proyecto.
- Habiéndose determinado que proyecto es viable comercial, técnica, ambiental, legal, administrativa y financieramente entonces es factible.

RECOMENDACIONES

- Teniendo en cuenta que los proyectos turísticos tienen buena aceptación, fomentar a la población, mediante la constitución y el buen manejo de la hostería, así poder incentivar a la inversión en emprendimientos turísticos.
- Aplicar las estrategias de comercialización diseñadas previamente en el proyecto, con el fin de captar la demanda objetivo planteado y así lograr la consolidación de la empresa en el mercado turístico local.
- Promover a los turistas el cuidado al medio ambiente, mediante el buen manejo de desechos de la hostería como también considerar prioritaria las medidas de mitigación para no generar impactos ambientales.
- La implementación y el funcionamiento deberá regirse a lo señalado en el estudio legal administrativo, que contiene el presente documento, para evitar inconvenientes futuros.
- Siendo el proyecto factible se recomienda realizar las gestiones necesarias por parte de los promotores, para completar el financiamiento del mismo.
- Se recomienda implementar la hostería “El Hechizo” en términos que se ha diseñado.

BIBLIOGRAFÍA

ACERO CASTILLO, F. *En busca de escenarios y recetas para las nuevas fases que definirán una nueva era del turismo.* [En línea] 30 de Abril de 2020.(Eppaña) [Citado el: 02 de Octubre de 2020.]. Disponible en: <https://dna.es/wp-content/uploads/2020/04/ESTUDIO-DNA-SECTOR-TURISTICO-COVID19.pdf>.

AGUIAR, I. *Finanzas Corporativas en la practica.* [En línea] 2012. [Citado el: 03 de Octubre de 2020.]. Disponible en: https://books.google.com.ec/books?id=kLbHgcDyv0IC&pg=PA297&dq=finanzas&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj_s77hgprsAhXQwFkKHbpSCB0Q6AEwBXoECAUQA#v=onepage&q=VAN&f=false.

TASA INTERNA DE RETORNO –TIR–. [blog] 05 de Febrero de 2015. [Citado el: 03 de Octubre de 2020.] Disponible en: <https://actualicese.com/tasa-interna-de-retorno-tir/>.

ARAPA, J. *La honradez.* Scribd. [En línea] 06 de 05 de 2016. [Citado el: 04 de Enero de 2021.] Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/314900203/La-Honrade>

ARCHIGUZ. *¿Cuál es el significado de la estrella de 5 puntas?* [blog] Junio de 2020. [Citado el: 07 de Diciembre de 2020.] Disponible en: <https://archigus.com/estrella-de-5-puntas/#:~:text=El%20significado%20del%20pentagrama%20o,cruz%20y%20las%20piernas%20abiertas.&text=Es%20el%20s%C3%ADmbolo%20sagrado%20de,energ%C3%A9tica%20y%20espiritual%20del%20hombre>.

ARTURINO.14. *¿Que es la factibilidad ?* [blog] 27 de Abril de 2015. [Citado el: 1 de Octubre de 2020.] Disponible en: <https://es.scribd.com/document/263285238/Que-Es-Factibilidad>.

ARGUELLO, K. *Análisis situacional de la empresa VIPOES CIA. LTDA. para la implementación de un plan promocional en la ciudad de Guayaquil.* [En línea] 2017. [Citado el: 28 de Septiembre de 2020.] Disponible en: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/36936/1/KARLA%20ARGUELLO%20RENDON.pdf>.

ASAMBLEA NACIONAL. *Ley de Turismo.* [En línea] 29 de Diciembre de 2014. [Citado el: 23 de Diciembre de 2020.] Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>.

ASAMBLEA NACIONAL. *Constitución de la República del Ecuador.* [En línea] 2008. [Citado el: 23 de Diciembre de 2020.] Disponible en: <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>

ASAMBLEA NACIONAL. *Ley de Compañías.* [En línea] Registro Oficial 312 de 05-nov-1999 Última modificación: 20-may-2014. [Citado el: 23 de Diciembre de 2020.] Disponible en: https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Ley-Cias.pdf

ASAMBLEA NACIONAL. *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del sistema financiero* [En línea] Registro Oficial 444 de 10-may-2011 [Citado el: 23 de Diciembre de 2020.] Disponible en: http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_econ.pdf

ATIENCIA, GARZÓN, Jonathan Milier. *Caracterización de los establecimientos turísticos rurales que prestan servicio de alojamiento en el cantón Santa Cruz-Galápagos* (Informe de titulación). [En línea] Julio de 2017. [Citado el: 05 de Noviembre de 2020.] Disponible en: <http://200.12.169.19/bitstream/25000/13162/1/T-UCE-0004-TE010-2017.pdf>.

AVILES MOREIRA, Anibal Rodolfo. *Estudio de factibilidad para la implementación de un cicloturismo y puenting para la asociación de operadores turísticos, de Francisco de Orellana.* (Trabajo de titulación) ESPOCH [En línea] 2018. [Citado el: 04 de Octubre de 2020.] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/8516/1/63T0028.pdf>

AYOVÍ, Jorgely. *Trabajo en equipo: clave del éxito de las organizaciones.* [En línea] 15 de 01 de 2019. [Citado el: 04 de Enero de 2021.] Disponible en: <file:///C:/Users/TANIA/Downloads/39-Texto%20del%20art%C3%ADculo-78-2-10-20191022.pdf>.

AZANZA MONZÓ, Raquel. *Plan de empresa para un Spa peluquería.* (Trabajo de grado) Universidad Politécnica de Valencia, España. [En línea] 2014. Disponible en: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/39816/Confortstyle.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

BANCO GUAYAQUIL. *Simulador de póliza* [En línea] 2021. [Citado el: 16 de 02 de 2021.] Disponible en: <https://apps.bancoguayaquil.com/BG.Neo.ContratacionOnLine.Web/Poliza>

BANECUADOR. *Crédito productivo.* [En línea] 2021. [Citado el: 16 de 02 de 2021.] Disponible en: <https://www.banecuador.fin.ec/productos-para-organizaciones/credito-pyme/>.

BERMEO MÉNDEZ, Verónica Patricia & CALDAS MOLINA, Claudia Adriana. *Manual de Procedimientos Operativos para Restaurantes de comida rápida.* (Tesis de grado) Universidad

de Cuenca, Facultad de Ciencias de la Hospitalidad [En línea] 2014. [Citado el: 17 de 12 de 2020.] Disponible en: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/20899/1/tesis.PDF.pdf>.

BONILLA, A. *Una aproximación hacia el concepto de honestidad.* [En línea] 2011. Disponible en:
file:///C:/Users/TANIA/Downloads/DialnetUnaAproximacionHaciaElConceptoDeHonestidadEnElAmbi-4905083.pdf.

BORDORÍAS, P. & MUGURUZA, C. *Evaluación Ambiental.* [En línea] 2014. [Citado el: 04 de Octubre de 2020.] Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=C-KYBAAAQBAJ&pg=PT198&dq=matriz+de+leopold&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj25b747J3sAhVCmeAKHbbHCdQQ6AEwBnoECAIQAg#v=onepage&q=matriz%20de%20leopold&f=false>.

CAPUZ, Yadira. *Atractivos turísticos de la provincia de Chimborazo*[blog] 11 de Diciembre de 2016. [Citado el: 30 de Septiembre de 2020.] Disponible en: <https://yadiracapuz11.wordpress.com/2016/12/11/attractivos-turisticos-de-la-provincia-de-chimborazo/>.

CASTILLERO, O. *¿Qué significa el color negro en Psicología? Blog.* [En línea] (s.f). [Citado el: 09 de Diciembre de 2020.] Disponible en: <https://psicologiaymente.com/psicologia/que-significa-color-negro>.

CASTAÑEDA MARTÍNES, Javier Mauricio & MACIAS PRIETO, Andrés Fernando. *Guía Metodológica para la elaboración de un estudio de factibilidad, caso de estudio: Fabricación de venta de barras de cereales.* (trabajo de titulación) Univercidad Distrital Francisco José de Caldas. [En línea] 2016. [Citado el: 11 de Noviembre de 2020.] Disponible en: <http://repository.udistrital.edu.co/bitstream/11349/4946/1/Casta%C3%B1edaMart%C3%ADnezJavierMauricio2016.pdf>

COLORADO ARIAS, Paula Andrea. *Plan de negocios Pianova Spa Campestre.* (Tesis de grado) Univercidad cooperativa de Colombia, Facultad de Administración de Empresas, Pereira [En línea] 2019. Disponible en: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/15089/1/2019_plan_negocios_pianova.pdf

CHUGÑAY SISLEMA, Alicia Mercedes & CARRILLO ALARCÓN, Rosa Estefanía. *Diseño de una línea de productos gráficos para difundir los lugares turísticos del cantón Chambo.* (Trabajo de titulación) ESPOCH, Facultad de Recursos Naturales, Riobamba [En línea] 2018. [Citado el: 30 de Septiembre de 2020.] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9172/1/88T00262.pdf>.

CONSEJO NACIONAL DE PLANIFICACIÓN. *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021- Toda una Vida.* [En línea] 2017. [Citado el: 30 de Septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2017-2021.compressed.pdf>.

CORRILLO MACHICADO F.; & GUTIÉRREZ QUIROGA M. *Estudio de localización de un proyecto.* [En línea] 2016. [Citado el: 03 de Octubre de 2020.] Disponible en: http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/rvc/v7n11/v7n11_a05.pdf

CRUZ, E. 2017. *El índice beneficio/costo en las finanzas corporativas.* [En línea] 24 de Enero de 2017. [Citado el: 03 de Octubre de 2020.] <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/el-indice-beneficiocosto-en-las-finanzas-corporativas/>.

CRUZ, Mario. *Proyecto de investigación para la implementación de un parque acuático en la ciudad de Piura .* (Tesis de grado) Universidad de Piura, Facultad de Ingeniería. [En línea] 03 de 2015. [Citado el: 04 de Enero de 2021.] https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2283/ING_556.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

DELGADO, ISABEL. *Significado de Respeto . Significados .* [blog.] 20 de 10 de 2020. [Citado el: 2021 de Enero de 4.] Disponible en: <https://www.significados.com/respeto/>.

DIAS, A. *El turismo en el mundo - Datos estadísticos.* Statista. [En línea] 1 de Octubre de 2020. [Citado el: 30 de Septiembre de 2020.] Disponible en: <https://es.statista.com/temas/3612/el-turismo-en-el-mundo/>.

DUEÑAS, Felipe Chistiancho. *La importancia de la honestidad en la cultura organizacional .* [Blog] 08 de 18 de 2015. [Citado el: 01 de 2021 de 2020.] Disponible en: <https://blog.acsendo.com/la-importancia-de-la-honestidad-en-la-cultura-organizacional/>.

EDURADO, 7. *Evaluando la viabilidad de nuestra inversión.* [blog] 07 de Agosto de 2012. [Citado el: 03 de octubre de 2020.] Disponible en: <https://finanzasinteligentes.wordpress.com/2012/08/07/evaluando-la-viabilidad-de-nuestrainversion/#:~:text=Viabilidad%20Administrativa%3A%20Consiste%20en%20determina ra,requeridas%20en%20el%20mercado%20laboral.>

EULER. *La honestidad y el encuentro consigo mismo.* [En línea] 2019. [Citado el: 04 de Enero de 2021.] Disponible en: <https://www.slideshare.net/Euler/la-honestidad-y-el-encuentro-consigo-mismo>.

FERMANDEZ, S. *Proyectos de inversión*. [En línea] 2007. [Citado el: 03 de Octubre de 2020.] Disponible en: https://books.google.com.ec/books?id=erlnsjksoLMC&pg=PA32&dq=analisis+de+la+demanda+de+un+proyecto&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjA_ebM4ZnsAhUEjlkKHXAaBDH8Q6AEwAnoECAAQA#v=onepage&q=analisis%20de%20la%20demanda%20de%20un%20proyecto&f=false.

GEDDES, P. *Escuela de la vida*. [blog] 2017. [Citado el: 08 de Diciembre de 2020.] Disponible en: https://elsignificadodelavida.com/?page_id=192.

GOBIENO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN CHAMBO. *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Chambo*. [En línea] 2014. [Citado el: 1 de Octubre de 2020.] Disponible en: <https://es.scribd.com/document/370591013/Actualizacion-Concejo-Pdyot-Chambo-2014-2019#download>.

GOMEZ, V. *Matriz de Leopold: para qué sirve, ventajas, ejemplos..* [blog] sf. [Citado el: 04 de octubre de 2020.] Disponible en: <https://www.lifeder.com/matriz-de-leopold/>.

GUERRA BARAHONA, Jennifer Alejandra. *Análisis de factibilidad para la creación de una hosteria ecológica el cantón Colta, provincia de Chimborazo*. [En línea] (Trabajo de titulación). ESPOCH, Riobamba, Ecuador, 2015. [Citado el: 02 de Octubre de 2020.] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/3901/1/23T0443%20.pdf>

GUERRER LÓPEZ, Vianna Yeliza & SANTACRUZ CONEJO Angélica Julesy. *Estudio del mercado, administracion y legal, para la constitucion de un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio del puerto Wilches*. [En línea] (Trabajo de titulación). Universidad Industrial de Santander, Bucamanga, 2016. [Citado el: 03 de Octubre de 2020.] Disponible en: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/165080.pdf>.

HELMUT & CORVO. *Análisis de la oferta, en que consiste y como se hace* (Blog) s.f [Citado el: 03 de Noviembre 2020.] Disponible en: <https://www.lifeder.com/analisis-oferta/>

INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL. *Jubilación ordinaria vejez*. [En línea] 2020. [Citado el: 24 de 11 de 2020.] Disponible en: <https://www.iess.gob.ec/es/web/guest/jubilacion-ordinaria-vejez>

JAIME, J. *¿Cuál es el simbolismo del color café?* [En línea] 9 de Noviembre de 2018. [Citado el: 09 de Diciembre de 2020.] Disponible en: <https://significadodelossuenos24.com/colores/significado-del-color-cafe/>.

MINISTERIO DE TURISMO. *Promedio de llegadas de visitas extranjeros a Ecuador.* [En línea] 23 de Diciembre de 2019. [Citado el: 30 de Septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>.

MINISTERIO DE TURISMO. *Reglamento de Alojamiento Turístico .* [En línea] 18 de Febrero de 2016 . [Citado el: 03 de Octubre de 2020.] Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>.

MINISTERIO DEL AMBIENTE DE ECUADOR. *Cuarto Informe Nacional para el Convenio sobre la Diversidad.* [En línea] Enero de 2010. [Citado el: 30 de Septiembre de 2020.] Disponible en: <https://www.cbd.int/doc/world/ec/ec-nr-04-es.pdf>.

MINISTERIO DE TURISMO. *Balanza turística* [En línea] 2017. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/balanza-turistica-con-saldo-positivo-en-2017/#search>.

NUÑEZ, J. *Psicología de los Colores: El Color Verde.* [En línea] 2014. [Citado el: 28 de 12 de 2020.] Disponible en: <https://aprendizajeyvida.com/2014/02/24/el-color-verde/#:~:text=La%20Naturaleza%20y%20Lo%20Natural,la%20perspectiva%20de%20la%20civilizaci%C3%B3n..>

MANOTOA MANOTOA, Mercy Janeth. *Análisis de factibilidad para el funcionamiento de un museo paleontológico chalán, parroquia Licto, cantón Rioamba, provincia de Chimborazo.* [En línea] (Trabajo de Titulación.) *ESPOCH, Riobamba. Ecuador, 2019.* [Citado el: 02 de Octubre de 2020.] Disponible en: <http://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/13166>

NAVARRO, Jhon. *Oferta- Demanda* [Blog] 2008 [Citado el: 03 de Noviembre de 2020.] Disponible en: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>.

MALDONADO SUÁREZ, Ana Priscila. *El Trabajo en Equipo y su influencia en la Satisfacción Laboral de los funcionarios del área de vinculación de la Empresa Pública PETROECUADOR*”. [En línea] Informe Final del Trabajo de Titulación de Psicólogo. Industrial. Universidad Central del Ecuador 2015. [Citado el: 28 de 12 de 2020.] Disponible en: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7486/1/T-UCE-0007-198i.pdf>.

MOLINA ENCALANADA, Nancy Elizabeth. *Diseño de un manual de procedimientos hoteleros para hostería, caso de estudio provincia de Azuay.* [En línea] (Trabajo de titulación).

Univercidad de Azuay. *Cuenca*, 2014. [Citado el: 05 de Noviembre de 2020.] Disponible en: <http://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/4038/1/10637.pdf>.

MOSCOSO, M. *Los proyectos de inversión agropecuaria en un agroecosistema*. [En línea] 2015. [Citado el: 02 de Octubre de 2020.] Disponible en <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-17-220635los%20proyectos%20de%20inversi%C3%B3n%20agropecuaria%20en%20un%20agroecosistema%20sostenible-comprimido.pdf>.

MUÑOZ, E. 2019. *Guia metodologica para la formulación y evaluación de proyectos productivos con relación a productos Turísticos*. Riobamba : s.n., 2017.

ORTÍZ, María. *Principios y Valores ético-emprendedores*. [En línea] 21 de Marzo de 2018. Disponible en: <https://siscapem.wordpress.com/2018/03/21/principios-y-valores-etico-emprendedores-la-honestidad/>.

ORGANIZACIÓN MUNDINDIAL DEL TURISMO. *Glosario de términos* [En línea] 2020. Disponible en: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.

PACHECO COELLO, Carlos Enrique. *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. eLibro. [En línea] 2015. [Citado el: 5 de Noviembre de 2020.] Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/esPOCH/116379?page=36>. E-ISBN:9786078384518.

PILATAXI CAISAPANTA, Nancy Maribel. *Plan de negocios para las aguas termales Aguallanchi del Gobierno Autónomo Decentralizado Municipal del cantón Chambo, provincia de Chimborazo*. [En línea] (Tesis de grado) *Facultad de Recursos Naturales -ESPOCH, Riobamba, Ecuador.* 2018. Disponible en; <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/11725/1/42T00514.pdf>.

PONTÓN BUITRÓN, Celiano Oliverio. *Estudio de Factibilidad para la implementación de un restaurante en el hotel Mashany de la ciudad de Riobamba provincia de chimborazo*. [En línea] (tesis de grado) *ESPOCH, Riobamba, Ecuador.* 2010. [Citado el: Noviembre de 03 de 2020.] Disponible en: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/585/1/23T0249.pdf>

PLACENCIA ENRÍQUEZ, Esteban Marcelo. *Plan de marketing para mejorar las ventas de la empresa Confecciones Jhino's en la provincia de Imbabura*. [En línea] (Tesis Postgrado). Univercidad Técnica del Norte, 14 de 06 de 2013. [Citado el: 03 de Octubre de 2020.] Disponible en; http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1207/3/PG%20175_Capitulo%20II.pdf.

PMOINFORMATICA. *La oficina de proyectos de informática.* [blog] 2016. [Citado el: 05 de Noviembre de 2020.] <http://www.pmoinformatica.com/2016/04/modelo-estudio-de-factibilidad.html>

PREFECTURA DE CHIMBORAZO. *Conozca más sobre Chimborazo .* [En línea] 2020. [Citado el: 30 de Septiembre de 2020.] Disponible e: <https://chimborazo.gob.ec/la-provincia/>.

PRIETO. J. 2015. *Proyectos: enfoque gerencial.* [En línea] Abril de 2015. [Citado el: 03 de Octubre de 2020.] <https://books.google.com.ec/books?id=xcC4DQAAQBAJ&pg=PT138&dq=tama%C3%B1o+de+l+proyecto&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwid1IrKjprsAhVKjlkKHdk4DOEQ6AEwBXoECAyQAg#v=onepage&q=tama%C3%B1o%20del%20proyecto&f=false>.

RAMOS MENDOZA, Perla Elizabeth.; & GUERRERO GONZÁLES, José Roberto. *Introducción al Turismo.* primera edición-Mexico [En línea] 2014. [Citado el: 27 de 09 de 2020.] Disponible en: https://books.google.com.ec/books/about/Introducci%C3%B3n_al_Turismo.html?id=5erhBAAQBAJ&redir_esc=y

RODRÍGUEZ, F. *Formulación y evaluación de proyectos de inversión.* [En línea] 2018. [Citado el: 03 de Octubre de 2020.] Disponible en: <https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=proyectos+de+inversion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj-o4Tq5JnsAhXDwFkKHT4aDLoQ6AEwA3oECAyQAg#v=onepage&q&f=false>.

SABORIDO, María. *La educación es el mejor camino para lograr a las niñas y mujeres como valor moral y social .* [En línea] 04 de Julio de 2018. [Citado el: 27 de 12 de 2020.] Disponible en: <https://webdelmaestrocmf.com/portal/la-educacion-es-el-mejor-camino-para-lograr-el-respeto-a-las-ninas-y-mujeres-como-valor-moral-y-social/>.

SANCHEZ, Patricia. *Responsabilidad: ¿Qué es? Concepto y claves para ser más responsable.* [Blog] 29 de 04 de 2018. [Citado el: 04 de Enero de 2021.] Disponible en: <https://blog.cognifit.com/es/responsabilidad/>.

SÁNCHEZ ET AL. *Manual para la formulación y evaluación de proyectos de inversión con criterios económicos.* [En línea] 2018. Santa Clara-Cuba . Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/124320?page=22>

SANTOS SANTOS, T. *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio.* 2008 Disponible en: <https://www.econbiz.de/Record/estudio-de-factibilidad-de-un-proyecto-de-inversi%C3%B3n-etapas-en-su-estudio-santos-tania-santos/10005551937>

SANCHO, L. *Introducción al Turismo* . [En línea] 2017. [Citado el: 27 de 09 de 2020.] Disponible en: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>.

SARMIENTO ET AL. *Formulación y evaluación de proyectos de ingeniería* . [En línea] 2020: Disponible en: <https://elibro.net/es/ereader/epoch/135291?page=8>

SIMARRO ET, AL. *Gestión de Intangibles en Pymes Turístico. Un caso de aplicación de las directrices MERITUM.* [En línea] 2012. [Citado el: 27 de Septiembre de 2020.] Disponible en: <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n1/v21n1a14.pdf>.

SUÁREZ CADENA, Lucía Eugenia. *Estudio de Factibilidad para la creación de una hostería ecológica, con servicio intregales de deportes acuaticos y spa en el barrio, El Agurico parroquia Nueva Loja, cantón Lago Agrio* [En línea] (Tarabajo de titulación). Lago Agrio,2013. [Citado el: 05 de Noviembre de 2020.] Disponible en: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/1684>

TRAVEL2LATAM. *El turismo en Ecuador tiene una salida.* [En línea] Junio de 12 de 2020. [Citado el: 1 de Octubre de 2020.] Disponible en: <https://es.travel2latam.com/nota/60734-el-turismo-en-ecuador-tiene-una-salida>.

VILLA, E. *Diagrama de Procesos* [bog] s.f. [Citado el: 14 de Diciembre de 2020.] Disponible en: <https://prezi.com/qexg1nw2skat/diagrama-de-procesos-hotel/>.

VIÑAN, J. ET, AL., *Proyectos de inversión un enfoque práctico.* [En línea] 2018. [Citado el: 02 de Octubre de 2020.] Disponible en: [ttp://cimogsys.epoch.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81c%20tico.pdf](http://cimogsys.epoch.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81c%20tico.pdf).

YACELGA, Diego. *Elaboración de un procesos de cocina y servicio del restaurante "Pollos para ti" de segunda categoría en la ciudad de Quito* [En línea] (Tesis de grado) Univercidad Tecnológica Equinoccial, Facultad de hospitalidad y servicio, Julio de 2016. Disponible en: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/16197/1/67376_1.pdf

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA PARA LOS POTENCIALES CLIENTES

Esta encuesta es con el fin de conocer los gustos y preferencias de los clientes, para ver la factibilidad del diseño de una hostería turística en la zona rural del cantón Chambo, Provincia de Chimborazo.

1. Género

Masculino

Femenino

2. Edad

18-27

28-37

38-47

+47

• Lugar de residencia

.....

• ¿Usted ocuparía los servicios de una hostería turística en una comunidad rural del cantón Chambo?

Sí

No

• ¿Qué servicios le gustaría utilizar en la hostería?

Piscina- Spa (sauna, turco, hidromasaje)

Áreas de recreación

hospedaje- cabañas

Alimentación

Todas las anteriores

• ¿Qué actividad adicional le gustaría realizar a usted cuando visita la hostería turística?

Senderismos

Compra de Artesanías

Medicina Ancestral

Pesca deportiva

- **¿Cuál es el rango de precios que estaría dispuesto a pagar con los servicios sugeridos a la hostería?**

10-20 USD

20-30 USD

Más de 30 USD

- **Generalmente usted paga los servicios de una hostería con:**

Efectivo

Tarjeta

Cheque

- **¿Generalmente con cuántas personas viaja?**

solo

1-2

3-5

Más de 6

- **¿Cuándo usted viaja, cuál es su promedio de estadía?**

1 día

2 a 3 días

Más de 3 días

- **¿Por medio de qué tipo de publicidad obtiene información turística?**

Revistas/ volantes

Redes sociales

Radio/ tv

Guías Turísticas

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!