



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA
EN LA COMUNIDAD PUNGAL SANTA MARIANITA PARROQUIA LA MATRIZ,
CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.**

VANESSA ESTEFANÍA ALVAREZ OBANDO

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
INGENIERO EN ECOTURISMO**

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

RIOBAMBA-ECUADOR

2014

HOJA DE CERTIFICACIÓN

El tribunal de tesis CERTIFICA QUE: El trabajo de investigación titulado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA COMUNIDAD PUNGAL SANTA MARIANITA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO” de responsabilidad de la señorita egresada Vanessa Estefanía Alvarez Obando, ha sido prolijamente revisado quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

EC. FLOR QUINCHUELA _____

DIRECTORA

ING. CATALINA VERDUGO _____

MIEMBRO

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO

Riobamba, enero del 2014

DEDICATORIA

A Dios por ser el que guía de mi vida.

A mi hija Amely, por ser el tesoro más grande mi vida.

A mis padres quienes han puesto todo su sacrificio, tiempo, paciencia y amor para cumplir junto a mí este nuevo reto.

A mi amado esposo quien ha sido mi soporte, mi fuerza y con su amor ha compartido conmigo esta travesía.

AGRADECIMIENTO

A mi familia y en especial a mis padres por el apoyo incondicional.

A mi hija por su compañía y dulzura.

A mi esposo por toda su colaboración y paciencia.

A los profesores quienes a lo largo de mi carrera contribuyeron con sus conocimientos.

Y a todas aquellas personas que en algún momento con sus consejos, palabras de aliento y comprensión me ayudaron a entender el verdadero valor de ser una profesional de calidad.

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|---|----|
| I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LACOMUNIDAD PUNGAL SANTA MARIANITA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN GUANO, PROVINCIA CHIMBORAZO | 1 |
| II. INTRODUCCIÓN | 1 |
| A. IMPORTANCIA | 1 |
| B. JUSTIFICACIÓN | 2 |
| III. OBJETIVOS | 3 |
| 1. Objetivo General | 3 |
| 2. Objetivos específicos | 3 |
| IV. HIPOTESIS | 4 |
| V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA | 5 |
| A. GENERALIDADES DEL TURISMO | 5 |
| 1. Turismo | 5 |
| 2. Turismo Sostenible | 6 |
| a. Definición | 6 |
| b. El turismo sostenible como estrategia de desarrollo | 6 |
| B. HOSTERÍA | 7 |
| C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD | 8 |
| 1. Desarrollo | 12 |
| D. INVENTARIO | 13 |
| 1. El inventario de atractivos | 13 |
| 2. Atractivos turísticos | 14 |
| 3. Facilidades turísticas | 14 |
| E. ESTUDIO DE MERCADO | 14 |
| 1. Generalidades | 14 |
| 2. Demanda turística | 16 |
| 3. Oferta turística de un producto turístico | 17 |
| 4. Competencia | 17 |
| F. ESTUDIO TÉCNICO | 19 |
| G. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO LEGAL | 20 |
| 1. Planeación estratégica | 21 |
| 2. Organigramas | 22 |

| | |
|--|----|
| 3. Planificación de recursos humanos | 23 |
| 4. Marco legal. | 24 |
| 5. Marco fiscal. | 24 |
| 6. Aspecto laboral. | 24 |
| H. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO | 25 |
| 1. Pasos a seguir en el estudio de factibilidad..... | 25 |
| 2. Flujo de fondos del proyecto. | 26 |
| 3. El Capital Fijo está compuesto por las inversiones fijas y los gastos de preinversión. | 27 |
| 4. El Valor Actual Neto. | 30 |
| 5. La Tasa interna de rendimiento (TIR). | 32 |
| 6. El cálculo de la tasa de descuento..... | 33 |
| 7. Razón Beneficio / Costo (B/C). | 35 |
| I. ESTUDIO AMBIENTAL..... | 35 |
| J. MATRIZ LÁZARO LAGOS..... | 38 |
| K. PLAN DE MITIGACIÓN | 41 |
| VI. MATERIALES Y MÉTODOS | 42 |
| A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR | 42 |
| 1. Localización..... | 42 |
| 2. Ubicación Geográfica | 42 |
| 3. Límites | 42 |
| 4. Características Climáticas..... | 42 |
| 5. Clasificación Ecológica | 43 |
| B. MATERIALES Y EQUIPOS | 44 |
| a. Materiales..... | 44 |
| b. Equipos: | 44 |
| VII. METODOLOGÍA | 45 |
| A. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO. | 45 |
| 1. Estudio de la demanda | 45 |
| 2. Estudio de la oferta | 46 |
| B. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO | 48 |
| 1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística | 48 |
| 2. Diseño Técnico Arquitectónico | 48 |
| 3. Definición del proceso productivo..... | 49 |
| 4. Estudio de Mercadotecnia..... | 49 |

| | |
|---|-----|
| C. DETERMINAR LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVO LEGAL..... | 50 |
| D. DETERMINAR LA VIABILIDAD SOCIO AMBIENTAL..... | 50 |
| E. REALIZAR LA EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA DEL PROYECTO | 51 |
| VIII. RESULTADOS | 52 |
| A. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO | 52 |
| 1. Estudio de Mercado | 52 |
| B. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO | 129 |
| 1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística | 129 |
| 2. Diseño Técnico arquitectónico | 137 |
| 3. Definición del proceso productivo..... | 150 |
| 4. Estudio de mercadotecnia | 187 |
| C. DETERMINAR LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL..... | 198 |
| 1. Plan Estratégico de la empresa | 198 |
| 2. Estructura organizativa de la empresa | 206 |
| 3. Estudio Legal | 257 |
| D. DETERMINAR LA VIABILIDAD SOCIO AMBIENTAL..... | 271 |
| 1. Identificación de acciones que pueden causar impacto. | 271 |
| 2. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno | 273 |
| 3. Matriz Lázaro Lagos | 277 |
| 4. Matriz evaluación Lázaro Lagos..... | 279 |
| 5. Evaluación de la Matriz de Lázaro Lagos. | 280 |
| 6. Plan de manejo ambiental. | 282 |
| E. REALIZAR LA EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO | 286 |
| 1. Viabilidad económica | 286 |
| 2. Evaluación financiera | 300 |
| IX. CONCLUSIONES..... | 301 |
| X. RECOMENDACIONES..... | 302 |
| XI. RESUMEN..... | 303 |
| XII. SUMMARY | 304 |
| XIII. BIBLIOGRAFÍA | 305 |
| XIV. ANEXOS..... | 308 |

LISTA DE CUADROS

| | |
|---|-----|
| Cuadro N°1. Coordenadas de la parroquia Pungal Santa Marianita..... | 42 |
| Cuadro N°2. Grupo ocupacional del cantón Riobamba..... | 53 |
| Cuadro N°28. Demanda potencial proyectada..... | 86 |
| Cuadro N°29. Uso actual del suelo de la parroquia La Matriz..... | 91 |
| Cuadro N°30. Especies de flora presentes en el cantón..... | 92 |
| Cuadro N°31. Especies de fauna presentes en el cantón | 93 |
| Cuadro N°32. Especies de animales de interés agropecuario de las comunidades | 94 |
| Cuadro N°33. Avifauna del Cantón Guano | 95 |
| Cuadro N°34. Población del cantón años 1990, 2001 y 2010 | 97 |
| Cuadro N°35. Dinámica poblacional del cantón Guano..... | 98 |
| Cuadro N°36. Listado de barrios y comunidades de la parroquia La Matriz | 98 |
| Cuadro N°37. Procedencia principal del agua recibida..... | 99 |
| Cuadro N°38. Recolección de basura | 100 |
| Cuadro N°39. Oferta de salud en Guano | 103 |
| Cuadro N°40. Unidades de salud del cantón Guano..... | 104 |
| Cuadro N°41. Cabezas de especies pecuarias a nivel del cantón | 106 |
| Cuadro N°42. Tipos de migración | 107 |
| Cuadro N°43. Locales comerciales y artesanales del cantón Guano..... | 110 |
| Cuadro N°44. Atractivos naturales y culturales de la parroquia La Matriz cantón Guano | 113 |
| Cuadro N°45. Competencia Centro Turístico Vulcano Green | 115 |
| Cuadro N°46. Competencia Hostería Santa Mónica | 116 |
| Cuadro N°47. Competencia Hostería El Toril..... | 117 |
| Cuadro N°48. Competencia Hostería Quinta Aidita..... | 118 |
| Cuadro N°49. Competencia Hostería Vista Hermosa..... | 119 |
| Cuadro N°50. Competencia Hostería Karen Estefanía..... | 120 |
| Cuadro N°51. Competencia Hostería Abraspungo..... | 121 |
| Cuadro N°52. Oferta Complementaria | 122 |
| Cuadro N° 53. Oferta potencial proyectada para alimentación y recreación | 125 |
| Cuadro N°54. Oferta potencial proyectada para el hospedaje. | 126 |
| Cuadro N°55. Demanda insatisfecha proyectada para alimentación y recreación | 126 |
| Cuadro N°56. Demanda insatisfecha proyectada para hospedaje. | 127 |
| Cuadro N°57. Demanda objetivo proyectada para alimentación y recreación..... | 127 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro N°58. Demanda objetivo proyectada para el hospedaje. | 128 |
| Cuadro N°59. Número de clientes proyectados para alimentación y recreación. | 131 |
| Cuadro N°60. Número de clientes proyectado para el hospedaje | 131 |
| Cuadro N°61. Programación para la hostería | 137 |
| Cuadro N°62. Rubro de la infraestructura turística. | 149 |
| Cuadro N°63. Desayuno americano | 155 |
| Cuadro N°64. Desayuno continental | 155 |
| Cuadro N°65. Desayuno ecuatoriano | 156 |
| Cuadro N°66. Locro de papa | 157 |
| Cuadro N°67. Yaguarlocro | 158 |
| Cuadro N°68. Locro de Cuy | 159 |
| Cuadro N°69. Sopa de bolas de maíz | 160 |
| Cuadro N°70. Caldo de gallina..... | 161 |
| Cuadro N°71. Ensalada de brócoli con cebolla y tocino con vinagreta..... | 162 |
| Cuadro N°72. Ají de chochos con queso | 162 |
| Cuadro N°73. Chulpi | 163 |
| Cuadro N°74. Empanadas pequeñas rellenas de queso | 163 |
| Cuadro N°75. Fritada con chorizo | 164 |
| Cuadro N°76. Carre de costillas de res con tortillas de piedra y ensalada de quinua con crocantes de perejil | 165 |
| Cuadro N°77. Seco de chivo papa duquesa y arroz..... | 166 |
| Cuadro N°78. Jugo de tomate..... | 167 |
| Cuadro N°79. Chicha huevona | 167 |
| Cuadro N°80. Champú con mote..... | 168 |
| Cuadro N°81. Jucho..... | 168 |
| Cuadro N°82. Chaguarmishqui..... | 169 |
| Cuadro N°83. Manzanas en salsa de granadina..... | 169 |
| Cuadro N°84. Delicia de duraznos | 170 |
| Cuadro N°85. Helado de higos cremoso con salsa de menta | 170 |
| Cuadro N°86. Bloody Mary..... | 171 |
| Cuadro N°87. Michelada | 172 |
| Cuadro N°88. Parisette | 173 |
| Cuadro N°89. Parson's especial | 174 |
| Cuadro N°90. Rabbitcooler | 175 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro N°91. Yellowbear | 176 |
| Cuadro N°92. Equipamiento y mobiliario para la sub-área de hospedaje..... | 177 |
| Cuadro N°93. Equipamiento para la sub-área de Recreación..... | 178 |
| Cuadro N°94. Equipo y mobiliario para la sub-área de la piscina-spa..... | 180 |
| Cuadro N°95. Equipo, mobiliario e insumos para la sub-área de alimentación..... | 180 |
| Cuadro N°96. Materia prima para la sub-área de alimentación..... | 183 |
| Cuadro N°97. Equipo y mobiliario para la sub-área de recepción y gerencia..... | 186 |
| Cuadro N°98. Servicios básicos | 187 |
| Cuadro N°99. Precio final del servicio de hospedaje | 190 |
| Cuadro N°100. Precio final de los productos restaurante..... | 191 |
| Cuadro N°101. Precio final de los productos del bar | 192 |
| Cuadro N°102. Plan de comercialización | 194 |
| Cuadro N°103. Gastos y costos del área comercial | 197 |
| Cuadro N°104. Análisis FODA | 198 |
| Cuadro N°105. Organigrama funcional..... | 207 |
| Cuadro N°106. Manual de cargo del gerente general..... | 209 |
| Cuadro N°107. Manual de cargo del guardia | 214 |
| Cuadro N°108. Manual de cargo del recepcionista | 218 |
| Cuadro N°109. Manual de cargo del bar-tender..... | 223 |
| Cuadro N°110. Manual de cargo botones..... | 227 |
| Cuadro N°111. Manual de cargo del chef | 231 |
| Cuadro N°112. Manual de cargo del mesero..... | 236 |
| Cuadro N°113. Manual de cargo del cocinero..... | 240 |
| Cuadro N°114. Manual de cargo de la camarera de pisos..... | 244 |
| Cuadro N°115. Manual de cargo del mozo de limpieza de áreas públicas..... | 247 |
| Cuadro N°116. Talento humano y remuneración de la empresa..... | 257 |
| Cuadro N°117. Talento humano y remuneración empresas contratadas..... | 257 |
| Cuadro N°118. Gastos de constitución..... | 270 |
| Cuadro N°119. Matriz Lázaro Lagos..... | 277 |
| Cuadro N°120. Matriz evaluación Lázaro Lagos | 279 |
| Cuadro N°121. Plan de manejo ambiental..... | 282 |
| Cuadro N°122. Inversiones del proyecto..... | 286 |
| Cuadro N°123. Fuentes y usos del proyecto. | 287 |
| Cuadro N° 124. Clasificación de las inversiones. | 288 |

| | |
|--|-----|
| Cuadro N° 125. Financiamiento del proyecto. | 289 |
| Cuadro N°126. Depreciación de los activos fijos..... | 290 |
| Cuadro N°127. Amortización de activos diferidos..... | 291 |
| Cuadro N°128. Cálculo del pago de la deuda..... | 291 |
| Cuadro N° 129. Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto..... | 292 |
| Cuadro N°130. Estructura ingresos totales..... | 293 |
| Cuadro N° 131. Estado proforma de resultados. | 293 |
| Cuadro N°132. Balance general. | 294 |
| Cuadro N°133. Cálculo del flujo de caja del proyecto (cash flow)..... | 295 |
| Cuadro N° 134. Costos y gastos | 296 |
| Cuadro N° 135. Resumen de los costos y gastos..... | 298 |
| Cuadro N° 136. Punto de Equilibrio..... | 299 |
| Cuadro N° 137. Evaluación financiera. | 300 |
| Cuadro N°138. Turistas nacionales que han visitado la Reserva de Producción Faunística El Chimborazo. | 308 |
| Cuadro N°3. Edad de los turistas locales..... | 314 |
| Cuadro N°4. Género de los turistas locales | 315 |
| Cuadro N°5. Nivel de educación de los turistas locales | 315 |
| Cuadro N°6. Acompañantes de viaje del turista local | 315 |
| Cuadro N°7. Motivación del viaje del turista local | 316 |
| Cuadro N°8. Días de permanencia del turista local..... | 316 |
| Cuadro N°9. Turistas locales que conocen la parroquia La Matriz, cantón Guano..... | 316 |
| Cuadro N°10. Aceptación del servicio por parte del turista local | 317 |
| Cuadro N°11. Servicios turísticos que les gustarían a los turistas locales..... | 317 |
| Cuadro N°12. Actividades turísticas que les gustarían a los turistas locales..... | 317 |
| Cuadro N°13. Gasto diario de los turistas locales | 318 |
| Cuadro N°14. Formas de pago de los turistas locales | 318 |
| Cuadro N°15. Obtención de información de los turistas locales | 318 |
| Cuadro N°16. Ciudad de origen de los turistas nacionales..... | 319 |
| Cuadro N°17. Edad de los turistas nacionales | 319 |
| Cuadro N°18. Género de los turistas nacionales | 320 |
| Cuadro N°19. Nivel de educación de los turistas nacionales | 320 |
| Cuadro N°20. Acompañantes de viaje de los turistas nacionales | 320 |
| Cuadro N°21. Motivación de viaje de los turistas nacionales | 321 |

| | |
|---|-----|
| Cuadro N°22. Días de permanencia de los turistas nacionales..... | 321 |
| Cuadro N°23. Turistas nacionales que conocen la parroquia La Matriz | 321 |
| Cuadro N°24. Turistas nacionales que les gustaría pasar en un lugar de relajación | 322 |
| Cuadro N°25. Servicios turísticos que les gustaría a los turistas nacionales..... | 322 |
| Cuadro N°26. Actividades turísticas que les gustaría a los turistas nacionales..... | 322 |
| Cuadro N°27. Gasto diario de los turistas nacionales..... | 323 |
| Cuadro N°28. Formas de pago de los turistas nacionales..... | 323 |
| Cuadro N°29. Obtención de información de los turistas nacionales | 323 |
| Cuadro N°139. Estructura de costos habitación por persona | 324 |
| Cuadro N°140. Estructura de costos suite | 324 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|-----|
| Gráfico N°1. Edad de los turistas locales | 57 |
| Gráfico N°2. Género de los turistas locales..... | 58 |
| Gráfico N°3. Nivel de educación de los turistas locales..... | 58 |
| Gráfico N°4. Acompañantes de viaje del turista local..... | 59 |
| Gráfico N°5. Motivación del viaje del turista local..... | 60 |
| Gráfico N°6. Días de permanencia del turista local | 61 |
| Gráfico N°7. Turistas locales que conocen la parroquia La Matriz, cantón Guano | 62 |
| Gráfico N°8. Aceptación del servicio por parte del turista local..... | 63 |
| Gráfico N°9. Servicios turísticos que les gustaría a los turistas locales | 64 |
| Gráfico N°10. Actividades turísticas que les gustaría a los turistas locales | 65 |
| Gráfico N°11. Gasto diario de los turistas locales..... | 66 |
| Gráfico N°12. Formas de pago de los turistas locales..... | 67 |
| Gráfico N°13. Obtención de información de los turistas locales..... | 68 |
| Gráfico N°14. Ciudad de origen de los turistas nacionales | 69 |
| Gráfico N°15. Edad de los turistas nacionales..... | 70 |
| Gráfico N°16. Género de los turistas nacionales | 71 |
| Gráfico N°17. Nivel de educación de los turistas nacionales..... | 72 |
| Gráfico N°18. Acompañantes de viaje de los turistas nacionales | 73 |
| Gráfico N°19. Motivación de viaje de los turistas nacionales..... | 74 |
| Gráfico N°20. Días de permanencia de los turistas nacionales | 75 |
| Gráfico N°21. Turistas nacionales que conocen la parroquia La Matriz..... | 76 |
| Gráfico N°22. Turistas nacionales que les gustaría pasar en un lugar de relajación | 77 |
| Gráfico N°23. Servicios turísticos que les gustaría a los turistas nacionales | 78 |
| Gráfico N°24. Actividades turísticas que les gustaría a los turistas nacionales | 79 |
| Gráfico N°25. Gasto diario de los turistas nacionales | 80 |
| Gráfico N°26. Formas de pago de los turistas nacionales | 81 |
| Gráfico N°27. Obtención de información de los turistas nacionales..... | 82 |
| Gráfico N°28. Ubicación del cantón Guano | 88 |
| Gráfico N°29. Oferta Turística | 124 |
| Gráfico N°30. Ubicación de la propiedad..... | 130 |
| Gráfico N°31. Planta arquitectónica | 139 |
| Gráfico N°32. Primera planta | 140 |

| | |
|---|-----|
| Gráfico N°33. Segunda planta | 141 |
| Gráfico N°34. Fachada frontal..... | 142 |
| Gráfico N°35. Vista superior | 143 |
| Gráfico N°36. Detalle cubierta piscina de metal y policarbonato | 144 |
| Gráfico N°37. Detalle de planta de tratamiento de aguas grises | 145 |
| Cuadro N°62. Rubro de la infraestructura turística. | 149 |
| Gráfico N°38. Flujograma del servicio de hospedaje..... | 151 |
| Gráfico N°39. Flujograma del servicio de alimentación | 152 |
| Gráfico N°40. Flujograma del servicio de recreación | 153 |
| Gráfico N°41. Flujograma del servicio de piscina-spa..... | 154 |
| Gráfico N°42. Isologo de la empresa..... | 189 |
| Gráfico N°43. Tarjeta de presentación | 190 |
| Gráfico N°44. Canal de distribución directo | 193 |
| Gráfico N°45. Página web | 196 |
| Gráfico N°46. Organigrama estructural..... | 206 |

LISTA DE ANEXOS

| | |
|---|-----|
| ANEXO 1: Turistas nacionales que han visitado la Reserva de Producción Faunística El Chimborazo. | 308 |
| ANEXO 2: Encuestas | 308 |
| ANEXO 3: Cuadros de tabulación | 314 |
| ANEXO 4: Estructura de costos de la habitación..... | 324 |

I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA COMUNIDAD PUNGAL SANTA MARIANITA PARROQUIA LA MATRIZ, CANTÓN GUANO, PROVINCIA CHIMBORAZO.

II. INTRODUCCIÓN

A. IMPORTANCIA

El turismo a nivel mundial se ha convertido prácticamente en una prioridad nacional en casi todas las economías, porque los países han podido percibir, sobre todo en América Latina, que con inversiones no tan importantes se logran impactos sociales muy significativos en varios sectores que se traducen en programas de mejora de la calidad de vida de varias poblaciones.

Ecuador desde hace ya algunos años viene buscando la sostenibilidad en todas sus actividades para impulsar de esta manera el desarrollo del país y convertirlo en un destino turístico, en un referente a nivel mundial y en un estilo de vida para las personas, diseñando productos con base en los criterios establecidos en el Plan de Desarrollo Turístico PLANDETUR 2020 a fin de potenciar los recursos para un desarrollo humano en armonía con la sociedad y la naturaleza; además se busca hacer de la visita una actividad ambientalmente responsable, socialmente participativa, económicamente justa y basada siempre en el respeto e inclusión de las culturas. Aportando de este modo al desarrollo de las comunidades, la dinamización de la economía local y la satisfacción del visitante.

En nuestra provincia se viene buscando el liderazgo en la actividad turística, profesional, eficiente y rentable de una manera debidamente organizada, logrando un posicionamiento del destino turístico Chimborazo, dentro y fuera del país. Además se pretende desarrollar una actividad turística de vanguardia, considerando las aspiraciones de los socios y demás involucrados en la actividad, con técnicas que optimicen infraestructura y recursos para ser competitivos en el mercado nacional e internacional; y con la participación del sector

público, privado y comunitario, todo esto a fin de lograr una mejor distribución de los turistas nacionales y extranjeros.

A lo largo del tiempo se han identificado varios productos, ambientes y experiencias capaces de formular proyectos de calidad, como es el caso de la implementación de hosterías, lugares donde la población puede desarrollar actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje en contacto con la naturaleza, procurando siempre el desarrollo de buenas prácticas de turismo sostenible.

B. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación responde a la necesidad de fomentar la oferta turística del cantón Guano proporcionando un sitio capaz de generar el bienestar de los visitantes mediante actividades que permitan la relajación del turista, en un ambiente con relación directa a la naturaleza.

La hospitalidad surge de la necesidad del humano por viajar, existen pruebas de largos viajes por mar y tierra desde hace miles de años; en que los primeros viajeros circulaban en los caminos por razones comerciales, comunicación, religiosas, misiones militares, diplomáticas o políticas. Debieron haber escogido sitios favorables para detenerse a descansar, sin embargo las primeras estructuras levantadas para hospedar a los viajeros probablemente se ubicaron en estos mismos sitios.

El presente proyecto es de beneficio familiar, poseerá variedad de opciones y calidad en sus servicios, siendo de gran importancia realizar el estudio de factibilidad, el cual nos permitirá evaluar las condiciones viables que se presentarán para la implementación del mismo, esclareciendo cualquier duda para tener seguridad en la toma de decisiones.

III. OBJETIVOS

1. Objetivo General

- Elaborar el estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en la comunidad Pungal Santa Marianita, parroquia La Matriz, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

2. Objetivos específicos

1. Determinar la viabilidad comercial del proyecto.
2. Determinar la viabilidad técnica del proyecto.
3. Determinar la viabilidad administrativa legal.
4. Determinar la viabilidad socio ambiental.
5. Realizar la evaluación económica-financiera del proyecto.

IV. HIPÓTESIS

La implementación de una hostería en la comunidad Pungal Santa Marianita, parroquia La Matriz, cantón Guano, provincia de Chimborazo es factible comercial, técnica, administrativa, socio-ambiental y económicamente.

V. REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

A. GENERALIDADES DEL TURISMO

1. Turismo

Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año. La actividad turística generalmente se realiza con fines de ocio, aunque también existe el turismo por negocios y otros motivos.

El turismo, tal como lo conocemos en la actualidad, nació en el siglo XIX como una consecuencia de la Revolución Industrial, que permitió los desplazamientos con la intención de descanso, ocio, motivos sociales o culturales. Anteriormente, los viajes se encontraban relacionados con el comercio, los movimientos migratorios, las conquistas y las guerras. (IVANET, 2007).

El Turismo es una actividad cuyo protagonista es el hombre, por lo que, al desarrollarse en el campo personal, cada quien tiene su interpretación, la cual depende de sus vivencias, deseos, gustos, motivos, cultura, idioma, etcétera, y por lo tanto su definición desde el punto de vista general se torna dificultosa y a veces contradictoria. La definición del turismo es sencilla si se refiere en cada caso a la opinión de cada quien, a lo que cada quien percibe o interprete, pero, al englobar la definición para satisfacer la expectativa general, definir el turismo es difícil.

La palabra turismo, etimológicamente considerada se deriva de la palabra latina " tornus " que quiere decir vuelta o movimiento y la cual adoptaron los ingleses, franceses y españoles con ese sentido, aplicándola al " turismo". Por eso hoy cuando se ofrece un viaje turístico, o sea, un movimiento de personas que se trasladan o viajan por placer, se les invita a participar de un "tour" a determinado destino.

Las características que reúne el turismo (preponderancia del hombre sobre las máquinas, menor daño a la ecología, menor nivel de inversiones para la creación de empleos etc.) lo colocan en un sitio inmejorable para comenzar a dar un vuelco trascendental e histórico, susceptible de transmitirse al resto de los sectores económicos. (CARRILLO, 2007)

2. Turismo Sostenible

a. Definición

La Organización Mundial del Turismo (OMT) 2004, con base en la definición de desarrollo sostenible establecido por el Informe Brundtland, afirma que:

“El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida”.

b. El turismo sostenible como estrategia de desarrollo

Según la OMT, los principios que definen el turismo sostenible son:

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta de estrategia para el desarrollo económico local. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica. A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales (hay que tener en cuenta que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por las Pequeñas y medianas empresas). Y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes. (GASCÓN, J. y CAÑADA, 2005).

B. HOSTERÍA

Hostería es todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, referentemente en las proximidades de las carreteras, que está dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor a seis habitaciones. (Ley de Turismo; 2004).

Hostería es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados al alojamiento y la alimentación esporádicos, muy usualmente ligados al turismo.

Los establecimientos comerciales dedicados a estas actividades (a ambas conjuntamente o a una de ellas por separado) reciben distintos nombres, según su categoría o finalidad, aunque las denominaciones oficiales suelen depender de la reglamentación local, que los clasifica con criterios urbanísticos, sanitarios, impositivos o de seguridad. Entre otras denominaciones están las de: hoteles, hostales, paradores, pensiones, albergues juveniles, casas rurales, bares, tabernas, bodegas, bodegones, restaurantes, casas de comidas, chiringuitos, paladares, etc.

Algunos se especializan en algún tipo de comida o bebida: hamburgueserías, pizzerías, heladerías, horchaterías, chocolaterías, etc. Otros, inicialmente especializados, se han diversificado para ofrecer todo tipo de consumiciones como las cafeterías o salones de té.

Cuando se combinan con otro tipo de servicios o atracciones, los establecimientos hosteleros pueden entrar en otro tipo de categorías, como las actividades de ocio (discotecas, etc.). Tampoco se suele considerar hostería el servicio de comida a domicilio. Se suele considerar equivalente a la hostelería la actividad de los apartamentos turísticos (especialmente los aparthoteles o los apartamentos localizados en un complejo turístico o similar), aunque no se suele considerar hostelería el arrendamiento de inmuebles para residencia habitual.

Los servicios hosteleros ligados a actividades como la sanitaria (hospitales) o la educativa (colegios mayores) a veces se consideran y gestionan separadamente, y a veces se consideran y gestionan conjuntamente con la actividad principal.

Los cruceros son una actividad que combina el transporte con la hostelería, lo que en menor medida tiene lugar en el ferrocarril (wagon-lit o coche-cama; vagón-restaurante) y en la aviación comercial (diferentes comodidades para los pasajeros -comidas, bebidas y dispositivos para facilitar el descanso y el sueño en los asientos-). (ALFARO, 2009)

C. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

Estudio de factibilidad, Etapas en el estudio de un proyecto de inversión, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Económico-Financiero.

La formulación de Proyectos de Inversión, constituye un objeto de estudio bastante amplio y sumamente complejo, que demanda la participación de diversos especialistas, es decir, requiere de un enfoque multivariado e interdisciplinario.

Dentro de este proceso de formulación se debe considerar en primer lugar las etapas que conforman un proyecto de inversión, ya que estas constituyen un orden cronológico de desarrollo del proyecto en las cuales se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo. Y en segundo lugar, los documentos proyectados que brindarán la información primaria básica que se necesita para que el proyecto pueda ser evaluado, proveniente de la estimación de los principales estados financieros.

Un proyecto de Inversión se puede entender como: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo.

Según la Guía Metodológica General para la Preparación y Evaluación de Proyectos del Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, ILPES, (2003), “un proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados”.

El Manual titulado “Los proyectos, la racionalización de inversiones y el control de gestión” define como inversión, el bienestar que la sociedad posterga a cambio de la expectativa de obtener más adelante un nivel de bienestar superior, convirtiendo en inversión el valor retirado del consumo”.

Teniendo en cuenta estos conceptos, se puede definir un Proyecto de Inversión, como la propuesta por el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio

de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

De esta forma un proyecto surge de la identificación de unas necesidades. Consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos (incluyendo mercado) y financieros que permiten juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa. Su bondad depende, por tanto, de su eficiencia y efectividad en la satisfacción de estas necesidades, teniendo en cuenta el contexto social, económico, cultural y político.

En este proceso de la toma de la decisión de inversión intervienen tres niveles de análisis. Son estos: el mercado, el sistema financiero y la evaluación de inversiones. El primero de estos niveles, el mercado, explica los beneficios de la empresa, su crecimiento, en función de su posición en el mercado, posición esta que no depende sólo de hechos financieros, sino también de su desarrollo tecnológico, de la capacidad y experiencia de su equipo de dirección, de la calidad y aceptación de sus productos o servicios por los consumidores, de sus servicios de posventa, entre otros

Los proyectos nacen, se evalúan y eventualmente se realizan en la medida que respondan a una necesidad humana. Así, el proyecto se puede entender como el elemento básico de la implementación de políticas de desarrollo. Y forma parte de programas o planes más amplios, contribuyendo a un objetivo global de desarrollo. Es una forma de lograr los propósitos y objetivos generales.

La definición más general que se puede dar de inversión, es que consiste en la renuncia a una satisfacción inmediata y cierta, a cambio de la esperanza de una ganancia futura, de la que el bien o el derecho adquirido es el soporte de dicha esperanza.

La inversión básicamente, es un proceso de acumulación de capital con la esperanza de obtener unos beneficios futuros. La condición necesaria para realizar una inversión es la existencia de una demanda insatisfecha, mientras que la condición suficiente es que su rendimiento supere el costo de acometerla. En virtud de la naturaleza del capital adquirido es posible diferenciar entre inversiones productivas e inversiones financieras.

Existe multitud de clasificación de las inversiones. Sin embargo, es de destacar que todas ellas se refieren a inversiones productivas que tiene lugar en el seno de la empresa.

Así una inversión productiva consistirá en la adquisición de bienes con vocación productiva –activos productivos, esto es, bienes cuya utilidad es la producción de otros bienes. Un mismo elemento podrá ser considerado como inversión productiva o no según el fin que se destine.

Las inversiones Productivas pueden clasificarse en:

- a) Inversiones de mantenimiento, que son las necesarias para sustituir, o reparar, los equipos desgastados o estropeados y que son necesarias para que el ritmo de la producción se mantenga.
- b) Inversiones de reemplazamiento, cuyo objetivo consiste en sustituir equipos obsoletos por otros de nuevo cuño tecnológicamente superiores, que permiten más a un menor coste.
- c) Inversiones de crecimiento, que se dirigen a aumentar la producción de la empresa o a ampliar los canales de distribución de sus productos de cara a hacer crecer la empresa. Esto implica tanto el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos como la mejora de los antiguos.
- d) Las Inversiones estratégicas, que persiguen el reafirmar la empresa en el mercado cubriéndola de los riesgos potenciales que pudieran poner en peligro su permanencia en aquel.
- e) Inversiones impuestas, son las que no se realizan por motivos económicos, sino por motivos legales, acuerdos sindicales, por ejemplo, las inversiones tendentes a proteger el ecosistema que circunda a las fábricas de la empresa, o las inversiones en la seguridad e higiene en el trabajo de los empleados.

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad

depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo. Puede suceder que del resultado del trabajo pudiera aconsejarse una revisión del proyecto original, que se postergue su iniciación considerando el momento óptimo de inicio e incluso lo anterior no debe servir de excusa para no evaluar proyectos. Por el contrario, con la preparación y evaluación será posible la reducción de la incertidumbre que provocarían las variaciones de los factores.

1. Desarrollo

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

- Idea
- Preinversión
- Inversión
- Operación.

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto. De aquí que se pueda afirmar que la idea de un proyecto, mas que una ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.

La etapa de preinversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Ella está compuesta por tres niveles: perfil, prefactibilidad y factibilidad.

El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia.

En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

En el nivel prefactibilidad se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de factibilidad y constituye la culminación de los estudios de pervisión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económica sean las más ventajosas para el país.

Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero.(UCT.EDU, 2011)

D. INVENTARIO

1. El inventario de atractivos

Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información

importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico”. (MINTUR, 2004)

2. Atractivos turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

3. Facilidades turísticas

Básicamente, es el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Refiriéndose a cada una de las diferentes instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.

E. ESTUDIO DE MERCADO

1. Generalidades

GARCÍA, G. (2006) citado por MARTÍNEZ, M. y PONCE, M. (2009) define: “El mercado está formado por todos los demandantes y oferentes (personas individuales, instituciones), que comparten una necesidad o deseo específico y podrían estar dispuestos a participar de un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo”.

Para orientar un negocio al mercado, se deben dar dos requisitos básicos:

- Que se brinde a los deseos de los consumidores
- Que se obtenga utilidades en la empresa

a. La investigación de mercado

La investigación de mercados puede definirse como la recopilación científica de información afín al área de marketing con el objetivo de facilitar la toma de decisiones de dirección. Como tal, puede ser utilizada tanto por empresas privadas como por organizaciones sin ánimo de lucro.

b. Segmentación del mercado

Una empresa debe prioritariamente, identificar el mercado sobre el que desea competir, y en dicho mercado definir una estrategia de presencia.

La segmentación de mercado, es la división del mismo en grupos más pequeños que comparten ciertas características. Existen muchas formas de realizar una segmentación, pero se suelen seguir cuatro patrones:

- La segmentación geográfica, dónde los criterios de localización de los distintos consumidores define el segmento.
- La segmentación demográfica, dónde las características de la edad, sexo, raza, ingresos, miembros de la unidad familiar, son los determinantes para definir el segmento.
- La segmentación psicológica, dónde los rasgos de personalidad o el estilo de vida definen el segmento.
- La segmentación comportamental, que se basa en el comportamiento de los consumidores.

2. Demanda turística

a. Generalidades

La demanda es el deseo por un producto o servicio que puede dar lugar a una compra. Así, la demanda de un producto concreto por parte de un consumidor, consiste en una tabla de cantidades que adquirirán los consumidores a diversos precios.

b. Comportamiento del consumidor

Muchos productos se pueden vender a la gente según se comportan. La segmentación basada en el comportamiento está influida por las características de motivación, actitudes, aprendizaje, personalidad, percepción y estilo de vida puede generalmente definirse por las actitudes, intereses y opiniones del cliente potencial.

c. Clasificación de la demanda

1) Demanda potencial

La demanda potencial viene dada por el número teórico de personas susceptibles de adquirir el producto considerado. El mercado potencial real está determinado por el poder de compra y el deseo de comprar.

2) Demanda real

Es la demanda real con capacidad de pago, que compra un viaje y genera una reservación de servicios en la oferta.

3) Demanda efectiva

Es aquella población que consume el producto turístico con los siguientes resultados:

Una experiencia intangible para el turismo

Un ingreso directo para los prestadores de servicios

Un ingreso indirecto para los otros agentes de la producción que han participado en la elaboración de un producto turístico.

3. Oferta turística de un producto turístico

MARTÍNEZ, M. y PONCE, M. 2009, define al producto turístico como: “Aquel plan de viaje o viaje que realiza las personas, elaborado con un criterio subjetivo y con una serie de componentes diferenciados, planificado y llevado a cabo por el propio turista en régimen de autoconsumo, o por el contrario se acude a una empresa especializada en la que adquiere un programa de servicios combinado, toda una serie de componentes básicos, para que esa persona desarrolle su viaje”.

4. Competencia

a. Aspectos generales

La competencia se puede definir como la rivalidad entre las empresas para atraer y servir a clientes con la esperanza de obtener una utilidad. Constantemente genera mejoras en las formas como los minoristas compiten entre ellos al satisfacer cambiantes necesidades de los grupos de consumidores.

b. Identificación de los competidores

Para identificar los competidores de una empresa, es necesario contestar algunas preguntas como por ejemplo: ¿Quiénes son nuestros competidores?, ¿Qué hacen?, ¿Cuáles son sus estrategias? Estas preguntas parecen fáciles de responder pero con frecuencia no lo son.

c. Cuota objetivo de mercado

Es la participación de una compañía en determinado mercado. Se puede expresar referido al volumen de ventas en valores, o según el volumen de unidades del producto vendidas. Debe puntualizarse siempre si la expresión de la cuota de mercado se hace en valores o en unidades para apreciar adecuadamente el valor de la cifra.

d. Muestra y población

Entendemos por población o universo cualquier grupo entero completo de unidades estadísticas como por ejemplo todos los habitantes de un país, el número total de clientes de las empresas, etc. Se lo identifica por el carácter “N”. Esta población puede ser finita cuando N es menor a 100.000 e infinita cuando N es mayor a 100.000

La muestra en cambio, es una parte de población como por ejemplo los habitantes de una ciudad de un país, un determinado grupo de clientes de la localidad, etc. A la muestra se le denomina por “n” y el objetivo fundamental del muestreo estadístico es obtener muestras representativas de la población. Es decir, muestras que tengan las mismas características que el universo y que estas estén en la misma proporción.

Para calcular la muestra en universos finitos y con un coeficiente de fiabilidad del 99.7 % se utiliza la siguiente fórmula propuesta por CANNAVOS, G. (1988):

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

En dónde:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Universo de estudio
- e = Margen de error o precisión admisible
- z = Nivel de confianza
- p = Probabilidad de ocurrencia (0.5)
- q = Probabilidad de no ocurrencia (0.5)

F. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.
- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.
- Incluir un cronograma de inversión de las actividades que se contemplan en el proyecto hasta su puesta en marcha.
- Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto.
- Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio. (GOMEZ, A. 2008)

G. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO LEGAL

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las

metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas.

Profesores investigadores de tiempo completo y Profesores auxiliares del Instituto Tecnológico de Sonora Uno de los aspectos que poco se tiene en cuenta en el estudio de un proyecto es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales, por lo que el Estudio Administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación.

Su objetivo es realizar un análisis que permita obtener la información pertinente para la determinación de los aspectos organizacionales de un proyecto, los procedimientos administrativos, aspectos legales, laborales, fiscales y ecológicos.

A continuación se muestran los elementos que conforman el estudio administrativo para el desarrollo de un proyecto de inversión:

1. Planeación estratégica.

La planeación estratégica debe identificar hacia dónde desea la empresa desplazarse en su crecimiento, tomando en cuenta las tendencias tanto del mercado, como las económicas y sociales. Una vez definida la planeación estratégica es necesario conocer de qué manera alcanzará esa visión por lo que deberá preguntarse y responderse ¿quién lo hará?, ¿cuándo

se llevará a cabo?, ¿cómo se realizará?, ¿dónde se implementará?, y para lograr esto se recomienda aplicar los componentes de la planeación como son:

- **Misión:** Que identifique el propósito de la organización mas la exigencia social. Una clara Misión sirve de fundamento a la toma de decisiones.
- **Visión:** La empresa debe identificar hacia dónde va y con ello le da certidumbre al negocio y sus líderes para establecer los nuevos retos.
- **Objetivos:** Una vez identificada la visión y misión, el empresario debe establecer guías cualitativas que lleven al logro de los resultados.
- **Políticas:** Definen el área de trabajo para tomar decisiones, pero no dan la decisión; dan lineamientos. Generalmente toda política es establecida por el dueño de cada empresa. Puedan ser internas, externas, originadas y jerárquicas. (Anzola, 2005)
- **Estrategias:** Las estrategias denotan un programa general de acción y un despliegue de esfuerzos y recursos hacia el logro de objetivos generales. Es el plan básico que se traza para alcanzar los objetivos organizacionales y ejecutar así su misión. (RODRÍGUEZ, 2006)
- **Valores:** Los valores representan las convicciones filosóficas de los administradores que dirigen a la empresa hacia objetivos y planes para lograr el éxito.
- **Análisis FODA:** Es una herramienta útil para ver los pasos y acciones futuras de una empresa. Esta se logra, mediante el estudio del desempeño presente, del interior de la empresa y del entorno empresarial, marca posibles evoluciones exitosas de la organización y permite que el nivel gerencia de la empresa reflexione sobre ella y conozca mejor la organización a la que pertenece. (RODRÍGUEZ, 2006).

2. Organigramas

Consiste en recuadros que representan los puestos en una organización y los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y responsabilidad. Deben ser claros, procurar no anotar el nombre de las personas que ocupan el puesto y no deben ser demasiado extensos ni complicados y mostrar solamente la estructura del cuerpo administrativo de la empresa.

Una vez que se tiene un organigrama se deben definir los puestos ya que ello muestra claridad a la administración del proyecto, pues son las personas las que deberán ejecutar el trabajo para lograr los objetivos empresariales.

3. Planificación de recursos humanos

Una organización que no planifica sus recursos humanos puede encontrar que no está satisfaciendo sus requisitos de personal ni sus metas generales debidamente. Esta planificación apoya al proyecto de inversión para tener en claro cuántas personas se requieren y con qué habilidades específicas para cada puesto. Tener un equilibrio en las contrataciones es de suma importancia ya que no se debe incorporar a empleados de más o de menos que no puedan desarrollar sus actividades laborales con satisfacción. A continuación se encuentran dos métodos que apoyan la planificación del recurso humano como son:

- **Reclutamiento:** Este elemento consiste en proveer a la empresa de una cantidad suficiente de candidatos durante el transcurso de un periodo de tiempo determinado para depurar entre ellos a los que reúnen los requisitos necesarios para ocupar el puesto vacante. Los medios de reclutamiento pudieran ser: el periódico, la radio, televisión, volantes, entre otros. ‰
- **Selección de personal:** Es la elección de la persona idónea para un puesto determinado y a un costo adecuado. Esta selección también debe permitir la realización del trabajador en el desempeño de su puesto, así como el desarrollo de sus habilidades potenciales a fin de hacerlo más satisfactorio así mismo y a la comunidad en que se desenvuelve, para contribuir con ello a los propósitos de la organización. (MERCADO, 2005). El proceso de selección incluye los siguientes elementos: Formulación de solicitud de empleo, entrevista con el encargado, pruebas psicológicas, físicas y de habilidades, en algunos casos se vuelve a entrevistar con el que sería el jefe inmediato y finalmente viene la contratación. Para la elaboración del Proyecto de inversión se debe proponer una estructura adecuada para seleccionar al recurso humano necesario para llevar a cabo las operaciones de la empresa.

- **Capacitación y desarrollo:** Estos elementos tienen el propósito de mantener o mejorar el desempeño de los trabajadores presentes o bien de los empleados futuros, todo ello con la finalidad de que el personal realice sus actividades de manera eficiente y eficaz.

4. Marco legal.

En este rubro de la elaboración de proyectos de inversión se debe dejar muy claro el tipo de personalidad jurídica que tiene la empresa, pudiendo ser Persona física o Persona moral. En caso de ser persona moral será necesario fundamentar el tipo de sociedad a partir de lo establecido en el código mercantil dentro de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

5. Marco fiscal.

Para cumplir con las leyes fiscales, es necesario registrarse ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público, mediante el formato R1 para dar crédito de los impuestos correspondientes. Para efectos de la presentación del proyecto de inversión es necesario identificar cada una de las obligaciones fiscales a las que se hará acreedora el proyecto estas deben ser las federales, estatales como las municipales y mostrar los procesos para la realización de los pagos correspondientes.

6. Aspecto laboral.

Toda empresa bien constituida debe tener en cuenta lo que es el aspecto laboral para lograr una mejor integración entre los trabajadores y los patrones. Dentro del aspecto laboral, se pueden mencionar el contrato de trabajo y el reglamento interior.

- **Contrato de trabajo:** El contrato individual de trabajo, cualquiera que sea su forma o nombre, es aquel por virtud del cual una persona se obliga a prestar a otra un trabajo subordinado, mediante el pago de un salario. En él se destacan al menos los siguientes puntos: la prestación de un trabajo o servicio, que el trabajo o servicio es personal o

subordinado y que existe un pago por concepto de sueldos o salarios por la prestación del servicio.

- **Reglamento de trabajo:** Debe ser considerado como un instrumento para lograr la disciplina de los trabajadores y el adecuado cumplimiento de las labores para las cuales fue contratado, dando origen a una disciplina ejemplar y un buen servicio. Este debe contener al menos las horas de entrada, de salida, el lugar de trabajo, los días y lugar de pago, permisos y licencias, procedimientos para la aplicación de la disciplina, formas para prevenir el riesgo de trabajo, entre otros. En un proyecto de inversión este debe contemplar todos los elementos necesarios para que la armonía en el trabajo se pueda dar con el cumplimiento de lo establecido. (SAPAG, N. 2007)

H. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

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

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

1. Pasos a seguir en el estudio de factibilidad

a. Definición de los Flujos de Fondos del Proyecto.

1). Los egresos e ingresos iniciales de fondos

2). Los ingresos y egresos de operación

3). El horizonte de vida útil del proyecto

4). La tasa de descuento

5) Los ingresos y egresos terminales del proyecto.

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

1). El Valor Actual Neto (VAN)

2). La Tasa Interna de Retorno (TIR)

3). El Período de recuperación de la inversión (PR)

4). La razón Beneficio / Costo (BC).

c. Análisis bajo condiciones de incertidumbre y/o riesgo del proyecto. A través del método de: Análisis de la sensibilidad,

- Unidimensional (ASU)

- Multidimensional (ASM)

2. Flujo de fondos del proyecto.

La evaluación del proyecto se realiza sobre la base de la estimación del flujo de caja de los costos e ingresos generados por el proyecto durante su vida útil. Al proyectarlo, será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación del activo nominal, valor residual, utilidades y pérdidas.

El flujo de caja típico de cualquier proyecto se compone de cinco elementos básicos: egresos e ingresos iniciales de fondos, ingresos y egresos de operación, horizonte de vida útil del proyecto, tasa de descuento e ingresos y egresos terminales del proyecto.

Egresos e ingresos iniciales de fondos: son los que se realizan antes de la puesta en marcha del proyecto. Los egresos son los que están constituidos por el presupuesto de inversión, y los ingresos constituyen el monto de la deuda o préstamo. Estos egresos e ingresos, dentro del horizonte de la vida útil del proyecto, se representan en el año cero (0): costos del proyecto, inversión en Capital de Trabajo, ingresos por la Venta de Activos Fijos, Efecto Fiscal por la Venta de Activos Fijos, Crédito o Efecto Fiscal a la Inversión y Monto del Préstamo.

El presupuesto de inversión, costo de inversión, o presupuesto de capital, cualquiera de las diferentes terminologías, no es más que la inversión necesaria para poner en condiciones de operar una entidad de servicios o productiva. Este presupuesto está formado por el Capital Fijo y por el Capital de Trabajo.

3. El Capital Fijo está compuesto por las inversiones fijas y los gastos de preinversión.

La inversión en Capital de Trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo operativo, para una capacidad y tamaño determinados, calculados para el período de vida útil del proyecto.

Ingresos de operación: se deducen de la información de precios y demanda proyectada, es decir, las ventas esperadas dado el estudio de mercado.

Costos de operación: se calculan prácticamente de todos los estudios y experiencias anteriores. Sin embargo, existe una partida de costo que debe calcularse en esta etapa: el impuesto sobre las ganancias, que conjuntamente con la depreciación y los gastos por intereses, forma los costos totales.

Costos Totales de Producción y Servicios: Los costos a los efectos de la evaluación de inversiones son costos proyectados, es decir, no son costos reales o históricos, estos incluyen todos los costos o gastos que se incurren hasta la venta y cobro de los productos.

Comprende por tanto: los costos de producción, dirección, costos de distribución y venta y costos financieros.

En síntesis, los Costos de Operación estarán conformados por todos los:

- Costos y Gastos relacionados con las Ventas o el Servicio a prestar (en operaciones).
- Gastos Indirectos (administración, mantenimiento y servicios públicos).
- Depreciación (es un costo que no implica desembolsos y por tanto, salidas de efectivo).
- Gastos por intereses.
- Impuesto sobre las ganancias.

a. Horizonte de vida útil del proyecto: es el período en el que se van a enmarcar los flujos netos de caja.

b. Horizonte de evaluación: el cual depende de las características de cada proyecto. Si el mismo tiene una vida útil posible de prever si no es de larga duración, lo más conveniente resulta construir flujos de caja para ese número de años.

Si la empresa que se crearía con el proyecto tiene objetivos de permanencia en el tiempo se puede aplicar la convención generalmente usada de proyectar los flujos a diez años.

c. Tasa de descuento: es la encargada de actualizar los flujos de caja, dándole así valor al dinero en el tiempo. Además, ha de corresponder con la rentabilidad que el inversionista le exige a la inversión por renunciar a un uso alternativo de recursos en proyectos con niveles de riesgos similares, aunque en este caso se denominaría costo marginal del capital.

d. Ingresos y egresos terminales del proyecto: ocurren en el último año de vida útil considerado para el proyecto. Puede incluir: Recuperación del valor del Capital de Trabajo Neto, el valor de desecho o de salvamento del proyecto.

e. Ingresos y egresos terminales del proyecto: ocurren en el último año de vida útil considerado para el proyecto. Puede incluir: Recuperación del valor del Capital de Trabajo Neto, el valor de desecho o de salvamento del proyecto.

Al evaluar una inversión, normalmente la proyección se hace para un período de tiempo inferior a la vida útil real del proyecto, por lo cual al término del período de evaluación es necesario estimar el valor que podría tener el activo en ese momento, por algunos de los tres métodos reconocidos para este fin, para calcular los beneficios futuros que podría generar desde el término del período de evaluación en lo adelante. El primer método es el contable, que calcula el valor de desecho como la suma de los valores contables (o valores en libro) de los activos.

El segundo método parte de la base de que los valores contables no reflejan el verdadero valor que podrán tener los activos al término de su vida útil. Por tal motivo, plantea que el valor de desecho de la empresa corresponderá a la suma de los valores comerciales que serían posibles de esperar, corrigiéndolos por su efecto tributario.

El tercer método es el denominado económico, que supone que el proyecto valdrá lo que es capaz de generar desde el momento en que se evalúa hacia adelante. Dicho de otra forma, puede estimarse el valor que un comprador cualquiera estaría dispuesto a pagar por el negocio en el momento de su valoración.

La construcción del flujo de caja puede basarse en una estructura general que se aplica a cualquier finalidad del estudio de proyectos.

El resultado de la evaluación se mide a través de distintos criterios que, más que optativos, son complementarios entre sí. Los criterios que se aplican con mayor frecuencia son: el

Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Período de recuperación de la inversión (PR) y la razón Beneficio / Costo (BC).

4. El Valor Actual Neto.

Según Mascareñas el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión se define como el valor actualizado de la corriente de los flujos de caja que la misma promete generar a lo largo de su vida.

Una inversión es efectuable cuando el $VAN > 0$, es decir, cuando la suma de todos los flujos de caja valorados en el año 0 supera la cuantía del desembolso inicial (si éste último se extendiera a lo largo de varios períodos habrá que calcular también su valor actual).

Por su parte, siguiendo este criterio, de entre diferentes inversiones alternativas son preferibles aquellas cuyo VAN sea más elevado, porque serán los proyectos que mayor riqueza proporcionen a los apostadores de capital y, por tanto, que mayor valor aportan a la empresa.

Para ver por qué, supongamos que un proyecto tiene un VAN igual a cero, ello querrá decir que el proyecto genera los suficientes flujos de caja como para pagar: los intereses de la financiación ajena empleada, los rendimientos esperados (dividendos y ganancias de capital) de la financiación propia y devolver el desembolso inicial de la inversión.

Por tanto, un VAN positivo implica que el proyecto de inversión produce un rendimiento superior al mínimo requerido y ese exceso irá a parar a los apostadores de la empresa, quiénes verán el crecimiento del capital exactamente en dicha cantidad. Es esta relación directa entre la riqueza de los accionistas y la definición del VAN es la que hace que este criterio sea tan importante a la hora de valorar un proyecto de inversión.

Una inversión es deseable si crea valor para quién la realiza. El valor se crea mediante la identificación de las inversiones que valen más en el mercado de lo que cuesta adquirirlas. El valor actual neto es la expresión monetaria del valor que se crea hoy por la realización

de una inversión, es la rentabilidad de la inversión, la variación de la riqueza o valor del proyecto respecto a otras alternativas posibles representadas por el Costo Marginal del Capital. Dicho de otro modo, puede considerarse como el ahorro sobre la inversión.

Al utilizar esta herramienta es necesario actualizar hasta su valor presente los flujos netos de caja esperados durante cada uno de los períodos de la vida útil del proyecto, descontándolos al costo marginal de capital y, posteriormente, sustraerle el costo de la inversión inicial.

El resultado será el valor presente neto o valor actual neto. Si el mismo es positivo el proyecto será aceptado; si es negativo será rechazado si se tratara de dos proyectos mutuamente excluyentes se implementará el de valor actual neto mayor. En el caso de que, por la aplicación de este criterio, el resultado sea cero, resultará igual la decisión de aceptar o no el proyecto.

El criterio del VAN a pesar de ser el más idóneo de cara a la valoración de los proyectos de inversión adolece de algunas limitaciones que es conveniente tener presente y conocer.

Es incapaz de valorar correctamente aquellos proyectos de inversión que incorporan opciones reales (de crecimiento, abandono, diferimiento, aprendizaje, etcétera) lo que implica que el valor obtenido a través del simple descuento de los flujos de caja infravalore el verdadero valor del proyecto. Es decir, el criterio VAN supone, o bien que el proyecto es totalmente reversible (se puede abandonar anticipadamente recuperando toda la inversión efectuada), o que es irreversible (o el proyecto se acomete ahora o no se podría realizar nunca más). Por ello, la posibilidad de retrasar la decisión de invertir socava la validez del VAN, de hecho la espera para conseguir más información tiene un valor que este criterio no incorpora.

La otra limitación estriba en que la forma de calcular el VAN de un proyecto de inversión supone, implícitamente, que los flujos de caja, que se espera proporcionen a lo largo de su vida, deberán ser reinvertidos hasta el final de la misma a una tasa idéntica a la de su coste de oportunidad del capital. Esto no sería un problema si dichos flujos de fondos fuesen reinvertidos en proyectos del mismo riesgo que el actual (suponiendo que el coste de

oportunidad del capital se mantenga constante, lo que es mucho suponer), pero si ello no se cumple, el VAN realmente conseguido diferirá del calculado previamente.

5. La Tasa interna de rendimiento (TIR).

Según Mascareñas, la tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero. La TIR es, pues, una medida de la rentabilidad relativa de una inversión.

Por lo que se define la TIR con mayor propiedad que es la tasa de interés compuesto al que permanecen invertidas las cantidades no retiradas del proyecto de inversión.

Esta es la alternativa más utilizada después del VAN. Como se verá la tasa interna de rendimiento (TIR) tiene una relación íntima con el VAN. Esta técnica trata de expresar una sola tasa de rendimiento que resuma las bondades de la inversión. La palabra "interna" significa que dicha tasa será inherente a un solo proyecto, debido a que depende únicamente, al igual que el VAN, de los parámetros propios del proyecto de que se trate.

La TIR, sin dejar de reconocer su efectividad en la mayoría de los casos, presenta a menudo graves problemas que, si no se reconocen a tiempo, podrían inducir a una decisión errada, sobre todo para la decisión que se deriva de proyectos mutuamente excluyentes.

Un primer problema se presenta cuando los flujos presentan más de un cambio de signo. En tales casos puede que existan tantas tasas de retorno como cambios de signo haya, aunque otras veces varios cambios de signo solo exhiben una TIR o ninguna.

El máximo número de tasas diferentes será igual al número de cambios de signos que tenga el flujo del proyecto, aunque el número de cambios de signos no es condicionante del número de tasas internas de retorno calculables.

Las decisiones también pueden complicarse cuando no se pueden obviar en la evaluación de la inversión, por su importancia, la variabilidad de las tasas de descuento, dado cambios en la diferencia del interés o la rentabilidad a corto y a largo plazo. ¿Qué hacer entonces?

La solución en estos casos la da el criterio VAN, más constante y consistente, o una combinación de criterios de decisión para las ocasiones en que esto sea factible.(ANZIL, 2012)

6. El cálculo de la tasa de descuento

La tasa de descuento es otro aspecto sobre el que es necesario profundizar en el objetivo de comprender el contenido económico del VAN. Esta requiere de análisis tanto en su aspecto cuantitativo como cualitativo.

Mientras que, en su aspecto cualitativo, una de las principales dificultades para el cálculo del VAN es, precisamente, la de definir la tasa de descuento a utilizar. El proyecto supuesto teórico parte de la hipótesis de la existencia de un mercado financiero, y postula que esta tasa viene determinada por la tasa de interés que rige en el mercado financiero, tasa ésta a la que se podría lo mismo pedir que prestar dinero, y que no variaría para cualquiera que fuera el monto solicitado. Pero, como se sabe, esta no es una hipótesis realista, pues son diversas las tasas de interés existentes en el mercado, tampoco es la misma tasa de interés a la que se presta que a la que se puede pedir prestado y, además; esta tasa está asociada al nivel de riesgo que tenga cada inversión en particular. Por tanto, el cálculo del VAN no sólo comportará algunas dificultades, sino que dará sólo un valor aproximado al valor del activo aunque -según la experiencia- útil para la toma de decisiones.

Otro criterio generalmente aceptado para determinar la tasa de descuento es el del costo de oportunidad del capital. Al respecto, si se parte del principio de la escasez de los recursos, resulta mucho más comprensible y factible, establecer como tasa de descuento el costo de oportunidad del capital, entendiéndose por éste, el de la mejor alternativa de utilización de

los recursos, es decir, la rentabilidad a la que se renuncia en una inversión de riesgo similar por colocar los recursos en el proyecto.

En este sentido, es frecuente encontrar que la tasa de interés activa (a la que presta dinero la banca nacional) es sumamente alta, es costoso y difícil obtener créditos externos, debido al llamado riesgo país, lo que repercute en el incremento de la tasa de interés a que se obtienen estos recursos. Ello, se suma a que las economías del tercer mundo, caracterizadas, básicamente, por la alta participación del sector agropecuario y de la pequeña y mediana industria, sectores donde -en general- es baja la tasa de rentabilidad, por tanto, situaciones en que la tasa de interés es mayor que la tasa de rentabilidad. En este contexto, podrían también existir ramas de la economía cubana, en que el costo del dinero sea mayor que el costo de oportunidad del capital (dadas las restricciones que se enfrentan en los mercados de capitales), por tanto, en que habría que calcular la tasa de descuento a partir de la tasa de interés.

Estas y otras razones explican que, en el cálculo de k , estén presentes componentes objetivos y subjetivos, por lo que se coincide con aquellos autores que afirman que esta debe representar la rentabilidad mínima que se le exige al proyecto, para cuyo cálculo se considera que se deberán tener en cuenta factores objetivos, tales como: las tasas de interés a que la empresa y el país reciben recursos financieros, los niveles de rentabilidad de la rama económica a que pertenece el proyecto, riesgo financiero, etcétera, pero también criterios subjetivos dictados por la experiencia y la intuición del sujeto decisor.

En resumen, el VAN no se puede concebir sólo como un resultado numérico para seleccionar proyectos de inversión, sino que su empleo se sustenta en el hecho de que esté en correspondencia con los objetivos de los inversionistas, con los objetivos financieros de la empresa.

7. Razón Beneficio / Costo (B/C).

Representa cuanto se gana por encima de la inversión efectuada. Igual que el VAN y la TIR, el análisis de beneficio-costos se reduce a una sola cifra, fácil de comunicar en la cual se basa la decisión. Solo se diferencia del VAN en el resultado, que es expresado en forma relativa.

La decisión a tomar consiste en:

$B/C > 1.0$ aceptar el proyecto.

$B/C < 1.0$ rechazar el proyecto. (ANZIL, 2012)

I. ESTUDIO AMBIENTAL

El estudio de impacto ambiental es un instrumento importante para la evaluación del impacto ambiental de una intervención. Es un estudio técnico, objetivo, de carácter pluri e interdisciplinario, que se realiza para predecir los impactos ambientales que pueden derivarse de la ejecución de un proyecto, actividad o decisión política permitiendo la toma de decisiones sobre la viabilidad ambiental del mismo. Constituye el documento básico para el proceso de Evaluación del Impacto Ambiental.

La redacción y firma del estudio de impacto ambiental es tarea de un equipo multidisciplinario compuesto por especialistas en la interpretación del proyecto y en los factores ambientales más relevantes para ese proyecto concreto (por ejemplo atmósfera, agua, suelos, vegetación, fauna, recursos culturales, etc.) que normalmente se integran en una empresa de Consultoría Ambiental.

El estudio del impacto ambiental puede hacerse en varias etapas, en paralelo con las etapas de la intervención que se pretende evaluar.

Para estos efectos debe entenderse como intervención no solo una obra, como un puente o una carretera, sino que también, es una intervención que puede tener impacto en el ambiente, la creación de una normativa o una modificación de una normativa existente. Por

ejemplo, el incremento del impuesto a la importación de materia prima para fabricación de plásticos puede inducir al uso de recipientes reciclables.

Cada intervención propuesta es analizada en función de los posibles impactos ambientales. Asimismo se analizan, en función de la etapa en que se encuentra en el ciclo del proyecto, las posibles alternativas a la alternativa planteada. Entre las alternativas analizadas se considera la alternativa de Proyecto cero.

a. Estudio de impacto ambiental preliminar

Los estudios de impacto ambiental son desarrollados con información bibliográfica disponible que reemplaza al EIA en aquellos casos en que las actividades no involucran un uso intensivo ni extensivo del terreno, o se trate de actividades de reconocido poco impacto a desarrollarse en ecosistemas no frágiles.

Son estudios que el proponente elabora para contrastar la acción con los criterios de protección ambiental y que le ayuda a decidir los alcances del análisis ambiental más detallado.

b. Estudio de impacto ambiental parcial

Análisis que incluye aquellos proyectos (obras o actividades) cuya ejecución pueda tener impactos ambientales que afectarían muy parcialmente el ambiente y donde sus efectos negativos pueden ser eliminados o minimizados mediante la adopción de medidas conocidas AND fácilmente aplicables.

c. Estudio de línea de base o diagnóstico socio-ambiental

Consiste en un diagnóstico situacional que se realiza para determinar las condiciones ambientales de un área geográfica antes de ejecutarse el proyecto, incluye todos los aspectos bióticos, abióticos y socio-culturales del ecosistema. Se trata de realizar un inventario detallado del componente biótico y definición o caracterización del componente

abiótico. En el procedimiento español esta etapa suele denominarse "Caracterización del Medio" o "Inventario del Medio".

d. Estudio de impacto ambiental detallado

Análisis que incluye aquellos proyectos (obras o actividades) cuya ejecución puede producir impactos ambientales negativos de significación cuantitativa o cualitativa, que ameriten un análisis más profundo para revisar los impactos y para proponer la estrategia de manejo ambiental correspondiente.

En el contexto latinoamericano, como parte importante de esta etapa de los estudios puede ser necesario desarrollar planes de reasentamiento de poblaciones, plan de mitigación de impactos, plan de capacitación y, plan de monitoreo.

Son características de este estudio el análisis de proyecto, que resalta los aspectos ambientales del mismo, el análisis de alternativas, la identificación y valoración de impactos que suele realizarse mediante sendas matrices de impactos, la propuesta de las medidas correctoras (que pueden incluir también medidas compensatorias, así como un programa de vigilancia y seguimiento), y finalmente un plan de restauración para el término de la vida útil de la instalación proyectada. El informe resultante se acompaña de un documento de síntesis redactado de forma comprensible para el público y expuesto durante un tiempo a las alegaciones que deseen presentar particulares e instituciones. (Commons, 2012)

J. MATRIZ LÁZARO LAGOS

La Matriz de Lázaro Lagos para la evaluación de impactos ambientales se obtuvo a partir de las matrices de Leopold y Batelle-Columbus, todo gracias al ingenio del científico cubano Lázaro Lagos que modificó las mencionadas matrices para transformarse en un método fácil, rápido y sencillo que permite al investigador generar información precisa.

La matriz está determinada en primera instancia por los componentes ambientales que están siendo afectados o estudiados como: agua, Aire, suelo, flora y fauna, entre otros. Así como también las actividades que se realizan en proyecto, para posteriormente desembocar en los impactos generados. Para la evaluación de las componentes mencionadas se han determinado nueve criterios de evaluación.

1. Parámetros para la Evaluación de Impactos Ambientales

a. Naturaleza. Dependiendo si el impacto es positivo se marcará con un signo (+) o de lo contrario de ser negativo se marcará con (-)

b. Magnitud. La magnitud se determina a través de tres rangos:

- 1 Baja intensidad. Cuando el área afectada es menor a 1 ha.
- 2 Moderada intensidad. Cuando el área afectada está entre 1 a 10 has
- 3 Alta intensidad. Cuando el área afectada es mayor a 10 has.

c. Importancia. Se determina a través de cuatro rangos de evaluación:

- 0 Sin importancia
- 1 Menor importancia
- 2 Moderada importancia
- 3 Importante importancia

d. Certeza. Se determina a través de tres rangos definidos con letras:

- C Si el impacto ocurrirá con una probabilidad del 75%
- D Si el impacto ocurrirá con una probabilidad de entre 50 a 75%
- I Si se requiere de estudios específicas para evaluar la certeza del impacto.

e. Tipo. Se define a través de:

- (Pr) Primario. Si el impacto es consecuencia directa de la implementación del proyecto
- (Sc) Secundario. Si el impacto es consecuencia indirecta de la implementación del proyecto
- (Ac) Acumulativo. Si el impacto es consecuencia de impactos individuales repetitivos.

f. Reversibilidad. Puede ser de dos tipos:

1. Reversible. Si el impacto es transformable por mecanismos naturales
2. Irreversible. Si el impacto no es transformable por mecanismos naturales

g. Duración. Se determina a través del tiempo en:

1. A corto plazo. Si el impacto permanece menos de 1 año
2. A mediano plazo. Si el impacto permanece entre de 1 a 10 años
3. A largo plazo. Si el impacto permanece más de 10 años

h. Tiempo en aparecer. Determinado también por el tiempo se clasifica en:

C Corto plazo. Si el impacto aparece inmediatamente o dentro de los primeros seis meses posteriores a la implementación del proyecto.

M Mediano plazo. Si el impacto aparece entre 9 meses a 5 años después de la implementación del proyecto.

L Largo plazo. Si el impacto aparece en 10 años o más a la implementación del proyecto.

i. Considerado en el proyecto. Se define por las alternativas:

S Si. Si el impacto fue considerado en el proyecto

N No. Si el impacto no fue considerado en el proyecto

Posteriormente se debe determinar el sistema de mitigación más adecuado dependiendo del estado de conservación y del medio ambiente en general. (CABALLERO, 2006)

K. PLAN DE MITIGACIÓN

Conjunto de medidas y obras a implementar antes de la ocurrencia de un desastre, con el fin de disminuir el impacto sobre los componentes de los sistemas. (OPS, 2006)

Donde se plantean las acciones de manejo ambiental de forma individual para cada impacto identificado y evaluado. La descripción de estas medidas por impacto, serán de utilidad para las instancias que realizan seguimiento a la aplicación de las mismas. Estas medidas serán organizadas como fichas, para cada impacto ambiental. (ABC, 2008)

VI. MATERIALES Y MÉTODOS

A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR

1. Localización

El presente proyecto se realizará en: País: Ecuador, Provincia: Chimborazo, Cantón: Guano, Parroquia: La Matriz, Comunidad: Pungal Santa Marianita a 12 km de ciudad de Riobamba.

2. Ubicación Geográfica

Cuadro N°1. Coordenadas de la parroquia Pungal Santa Marianita

| Longitud Este | Latitud Norte | Altitud |
|----------------------|----------------------|----------------|
| 771548 | 9821053 | 2483 msnm |

3. Límites

Al norte provincia Tungurahua, al sur el cantón Riobamba, al este el cantón Penipe (río Chambo) y el oeste con el cantón Riobamba.

4. Características Climáticas

La parroquia Pungal Santa Marianita tiene las siguientes características climáticas:

Temperatura: 17°C promedio

Precipitación Pluviométrica: 450 – 700 mm

5. Clasificación Ecológica

En el cantón Guano, existen cuatro pisos ecológicos principales, de acuerdo a la clasificación ecológica de Holdridge (1967):

Andino (más de 3.600 msnm),

Montano superior o zona Sub andino (3.200 a 3.600 msnm)

Montano inferior o zona andina (2.800-3.200 msnm).

Montano Bajo (2.280 – 2800 msnm)

a. Características del Suelo

Los suelos se desarrollan a partir de materiales volcánicos, compuestos por depósitos de cenizas duras cementadas o cangagua que actualmente se encuentran extremadamente erosionados por el agua y el viento.

La zona baja se caracteriza por la presencia de suelos arenosos, al igual que en la zona media, pero combinada con el franco arenoso, arenoso con greda, y arcilloso. En la zona alta se encuentra el suelo negro de páramo.

En pendientes de volcán, onduladas o planas se encuentran suelos de textura arenosa fina o gruesos con menos del 1% de materia orgánica. Los limitantes de estos suelos son: el agua y la erosión eólica sobre todo en verano. (ALTAMIRANO, M 2007)

B. MATERIALES Y EQUIPOS

a. Materiales

- Resmas de papel Bond
- Esferos
- Libreta de campo
- Cd's
- Internet
- Tinta de impresora
- Botas de Caucho

b. Equipos:

- Computadora portátil
- Cámara digital
- Memorystick 2 GB
- Impresora
- GPS
- Baterías recargables
- Calculadora
- Carpa
- Sleeping bag
- Aislante

VII. METODOLOGÍA

El presente trabajo se basará en la investigación aplicativa, no experimental, que se llevará a cabo a través de la revisión de fuentes bibliográficas y de campo a un nivel descriptivo y analítico, cuyos objetivos se cumplirán de la siguiente manera:

A. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO.

Para realizar el estudio de mercado se tomó en consideración los siguientes aspectos:

1. Estudio de la demanda

En el estudio de la demanda se segmentó al universo de estudio, identificando dos segmentos de mercado prioritarios de turistas, tanto locales como nacionales, quienes habitan y han visitado la provincia de Chimborazo. Es así que el mercado local fue constituido por hombres y mujeres que se encuentran dentro del PEA (Población Económicamente Activa) de la ciudad de Riobamba, cuyas ocupaciones son: profesionales técnicos y trabajadores asimilados, directores y funcionarios públicos superiores, personal administrativo y trabajadores asimilados y finalmente el grupo de los trabajadores de los servicios.

El mercado nacional se encontró constituido por turistas regionales, sean hombres y mujeres de toda edad, que viajen solos, en grupos organizados y/o familiares, que han visitado la provincia de Chimborazo, específicamente la Reserva de Producción Faunística El Chimborazo.

Las herramientas que se utilizaron en esta fase de estudio fueron encuestas, las cuales se diseñaron de acuerdo a los requerimientos de la investigación. Las mismas que después de tabular y analizar los datos permitieron conocer el perfil del mercado objetivo.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de Cannavos.

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

En dónde:

- n = Tamaño de la muestra
- N = Universo de estudio
- e = Margen de error o precisión admisible (0,08)
- z = Nivel de confianza (1,75)
- p = Probabilidad de ocurrencia (0,5)
- q = Probabilidad de no ocurrencia (0,5)

2. Estudio de la oferta

Para el estudio de la oferta se determinaron los siguientes puntos:

a. Oferta Actual

Para la oferta actual se acudió a información secundaria obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Guano 2012 con lo cual se determinó el diagnóstico situacional de la parroquia La Matriz, además se realizó un cuadro resumen de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la parroquia La Matriz y se conoció las características que posee el área de estudio.

b. Oferta complementaria y sustitutiva

Se identificó y caracterizó a la competencia a través del diagnóstico del PDOT de Guano y por medio de la investigación directa se analizó los siguientes elementos: el nombre, tipo, categoría, instalaciones, clientes anuales, servicios, capacidad, precio, ubicación, demanda, formas de comercialización, observaciones de los establecimientos turísticos que por la cercanía al área de estudio están ubicados a 30 minutos de la propiedad, en automóvil.

c. Proyecciones de la oferta y demanda (confrontación oferta-demanda)

Para las proyecciones se utilizó el método del Incremento Compuesto; el cuál, considera la siguiente fórmula $C_n = C_o (1+i)^n$ donde:

C_n = Población futura, resultado de la proyección.

C_o = Población al inicio del período.

i = Tasa media anual de crecimiento

n = Número de años que se va proyectar la población.

1) Proyección de la demanda.- Se proyectó la demanda objetivo, para determinar el mercado que abarcará los 5 años posteriores, utilizando el método del incremento compuesto.

2) Proyección de la oferta.- Se proyectó la oferta, para determinar el mercado que abarcará los 5 años posteriores, utilizando el método del incremento compuesto.

3) Demanda insatisfecha.- Se confrontó la proyección de la demanda con la de la oferta para obtener el mercado que abarcará los 5 años posteriores, para de esta manera, determinar la cuota de la demanda objetivo.

4) Demanda objetivo.- Se captó el 20% de la demanda insatisfecha para alimentación y recreación y el 10% para el hospedaje que es la expectativa generada en el proyecto.

B. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Para el cumplimiento de este objetivo se cumplió con los siguientes aspectos:

1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

- a. Localización del proyecto.** Se consideró dos parámetros la macro y micro localización.
- b. Tamaño del proyecto.** Se obtuvo el número de clientes proyectados para los años de estructuración del proyecto y las características del terreno.
- c. Tipología de la construcción.** Se hace mención las condiciones ambientales y el tipo de material que será utilizado para el montaje de la obra civil.

2. Diseño Técnico Arquitectónico

- a. Programación.** Se organizó todas las áreas que poseerá la Hostería.
- b. Diseño Arquitectónico.** Se diseñó con el programa AutoCad 2014 las láminas estructurales o planos arquitectónicos de la Hostería.
- c. Distribución y características de la construcción.** Se detalló las características que poseerá cada una de las áreas a ser construidas.
- d. Rubro de la infraestructura.** Se determinó el valor total de la implementación de la obra, cuyos rubros fueron calculados por metro cuadrado de construcción debidamente orientados y supervisados por el Arquitecto Washington Rodríguez.

3. Definición del proceso productivo

a. Flujogramas del proceso productivo. Se elaboraron flujogramas de los servicios ofertados.

b. Recetas. Se elaboraron las recetas que presentará el restaurante y los cocteles que serán servidos en el Bar de la hostería con apoyo profesional gastronómico.

c. Mobiliarios, Equipos y Materia Prima. Se calculó el mobiliario y equipos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, además de la materia prima que se necesitará anualmente.

d. Servicios Básicos Se determinó el valor total anual por servicios básicos necesarios para el buen funcionamiento y rendimiento del proyecto.

4. Estudio de Mercadotecnia

a. Se identificó el nicho de mercado gracias al perfil del turista.

b. Marketing Mix

1) Producto.- Se definió el nombre, slogan, el isologo, los colores representativos y la identidad corporativa que poseerá la empresa.

2) Precio.-Para determinar el precio se tomó en cuenta el costo de producción, la competencia, el perfil del turista y a la exclusividad del producto. Además se analizó las formas de pago.

3) Plaza.- Se usará el canal de distribución directo y se elaboró un plan de comercialización.

4) Promoción.- Se diseñó la página Web y se establecieron los descuentos y promociones.

c. Se definió los gastos y costos del área comercial.

C. DETERMINAR LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVO LEGAL

Para el cumplimiento de este objetivo se desarrolló los siguientes pasos:

1. Se elaboró el plan estratégico de la empresa, en el que consta el análisis FODA de la zona de estudio y se realizó la formulación filosófica y estratégica de la empresa la cual comprende la misión, visión, objetivo, estrategias, políticas y valores.

2. Se definió la estructura organizativa de la empresa en el cual se contempla el organigrama estructural y funcional, se seleccionó el talento humano responsable de cada una de las actividades con sus respectivos cargos, sueldos y salarios todos incluidos en el manual de cargos. Además se elaboró el reglamento interno para clientes y funcionarios de la empresa.

3. Se recurrió a fuentes de información secundaria como la: Constitución Política de la República del Ecuador y la Ley de Turismo, para determinar las leyes y reglamentos que rigen este tipo de actividades para la eficiente operación y funcionamiento, como también de la vida jurídica.

D. DETERMINAR LA VIABILIDAD SOCIO AMBIENTAL

Para elaborar el estudio ambiental se utilizó la matriz de Lázaro Lagos en la cual se determinó los componentes socio-ambientales que se verán afectados tales como: aire, suelo, agua, flora y fauna, socio economía y el paisaje. De igual forma se identificaron las actividades o acciones positivas o negativas que ocurrirán antes, durante y después de la puesta en marcha del proyecto, siendo las siguientes: movimiento de tierra, montaje de obra, operación turística, servicios turísticos (hospedaje y alimentación), actividades

recreacionales (recreación, piscina-spa, y bar), educación ambiental, eliminación de desechos y fuentes de trabajo, posteriormente se evaluó la matriz y se determinó un plan de manejo ambiental para controlar en lo posible acciones que afecten al ambiente y la sociedad.

E. REALIZAR LA EVALUACIÓN ECONÓMICA-FINANCIERA DEL PROYECTO

Para el desarrollo de este objetivo se tomó en cuenta todos los gastos, costos e ingresos que generará la implementación del proyecto.

Se evaluó en lo concerniente el proyecto en los siguientes puntos:

- a. Activo fijo, diferido y capital de trabajo de la empresa.
- b. Fuentes de financiamiento y usos de fondos
- c. Cálculo del servicio de la deuda
- d. Cálculo de depreciaciones y amortizaciones
- e. Presupuesto de costos y gastos
- f. Costos e ingresos de la empresa
- g. Estado financiero (estado de resultados)
- h. Estado financiero flujo de caja proyectado
- i. Balance de situación inicial
- j. Balances generales proyectados

Con la evaluación financiera del proyecto se determinó la rentabilidad de la inversión, resultado del análisis de las variables VAN, Relación Beneficio-Costo y el TIR resultados que además generan el tiempo de recuperación del capital invertido.

VIII. RESULTADOS

A. DETERMINAR LA VIABILIDAD COMERCIAL DEL PROYECTO

1. Estudio de Mercado

a. Estudio de la Demanda

1) Segmentación de mercado

Para el análisis de la demanda se identificaron dos segmentos de mercado prioritarios de turistas, tanto locales como nacionales, quienes habitan y han visitado la provincia de Chimborazo.

a) Mercado local

El segmento de mercado local está constituido por las personas, sean hombres y mujeres que se encuentran dentro del PEA (Población Económicamente Activa) de la ciudad de Riobamba, cuyas ocupaciones trascienden en los profesionales técnicos y trabajadores asimilados; directores y funcionarios públicos superiores; el personal administrativo y trabajadores asimilados, y finalmente trabajadores de los servicios estos datos históricos han sido obtenidos estadísticamente por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

Cuadro N°2. Grupo ocupacional del cantón Riobamba

| | Grupo ocupacional | Porcentaje | PEA |
|-----------------|--|-------------------|---------------|
| Riobamba | | | 75.027 |
| | Fuerzas Armadas | 1,6% | 1.186 |
| | Profesionales técnicos y trabajadores asimilados | 1,7% | 1.302 |
| | Directores y funcionarios públicos superiores | 9,7% | 7.244 |
| | Personal administrativo y trabajadores asimilados | 2,3% | 1.735 |
| | Comerciantes y vendedores | 5,9% | 4.421 |
| | Trabajadores de los servicios | 14,1% | 10.566 |
| | Trabajadores agrícolas y forestales | 16,5% | 12.373 |
| | Mineros, hilanderos, tabacaleros y otros | 17% | 12.731 |
| | Zapateros, ebanistas, joyeros, electricistas y otros | 5,7% | 4.306 |
| | Conductores equipos transporte, artes gráficas y otros | 20,9% | 15.682 |
| | Otros | 4,6% | 3.481 |

Fuente: Sistema Integrado De Indicadores Sociales Del Ecuador, SIISE 4.5 2007

b) Mercado nacional

El segmento de mercado nacional está constituido por los turistas regionales, sean hombres y mujeres de toda edad, que viajen solos, en grupos organizados y/o familiares, que han visitado la provincia de Chimborazo, específicamente la Reserva de Producción Faunística El Chimborazo; con la posibilidad de que puedan elegir un producto nuevo y diferente dentro del mercado turístico.

2) Universo.

a) Para la demanda local

El universo de estudio para el análisis de la demanda local se estableció tomando datos históricos de los censos repartidos en tres grupos importantes del PEA (Población económicamente activa), cuyo universo de estudio es de 20847 personas detallado de la siguiente manera:

1.302 Profesionales técnicos y trabajadores asimilados

7.244 Directores y funcionarios públicos superiores

1.735 Personal administrativo y trabajadores asimilados

10.566 Trabajadores de los servicios

=20.847 Total

b) Para la demanda nacional

El universo de estudio para el análisis de la demanda nacional se estableció tomando el total de turistas nacionales que han viajado a la Reserva de Producción faunística del Chimborazo en el año 2012 (Anexo 1) y de acuerdo a los registros de entrada de visitantes de esta manera se obtuvo un universo de estudio de personas, que se detalla a continuación:

Turistas nacionales que visitaron la Reserva de Producción Faunística El Chimborazo en el año 2012: **53895**

3) Muestra.

a) Para la demanda local

Para el presente estudio se aplicó el muestreo aleatorio. Para la determinación de la muestra se aplicó la siguiente fórmula de Cannavos:

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

N = Universo (10281)

n = Tamaño de la muestra

P = probabilidad de éxito (0.5)

Q = probabilidad de fracaso (0.5)

PQ= Constante de varianza (0.25)

E= Margen de error (0.08)

k= Constante de corrección del error (1,75)

$$n = \frac{20847 * 0,5 * 0,5}{(20847 - 1) \left(\frac{0.08}{1.75}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{5211.75}{43.81}$$

$$n = 118.26$$

= 118 Encuestas

b) Para la demanda nacional

Para el presente estudio se aplicó el muestreo aleatorio. Para la determinación de la muestra se aplicó la siguiente fórmula de Cannavos:

N = Universo (53895)

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

n = Tamaño de la muestra

P = probabilidad de éxito (0.5)

Q = probabilidad de fracaso (0.5)

PQ= Constante de varianza (0.25)

E= Margen de error (0.05)

k= Constante de corrección del error (1)

$$n = \frac{53895 * 0,5 * 0,5}{(53895 - 1) \left(\frac{0.08}{1.75}\right)^2 + (0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{13473,75}{112,87}$$

$$n = 118.15$$

= 118 Encuestas

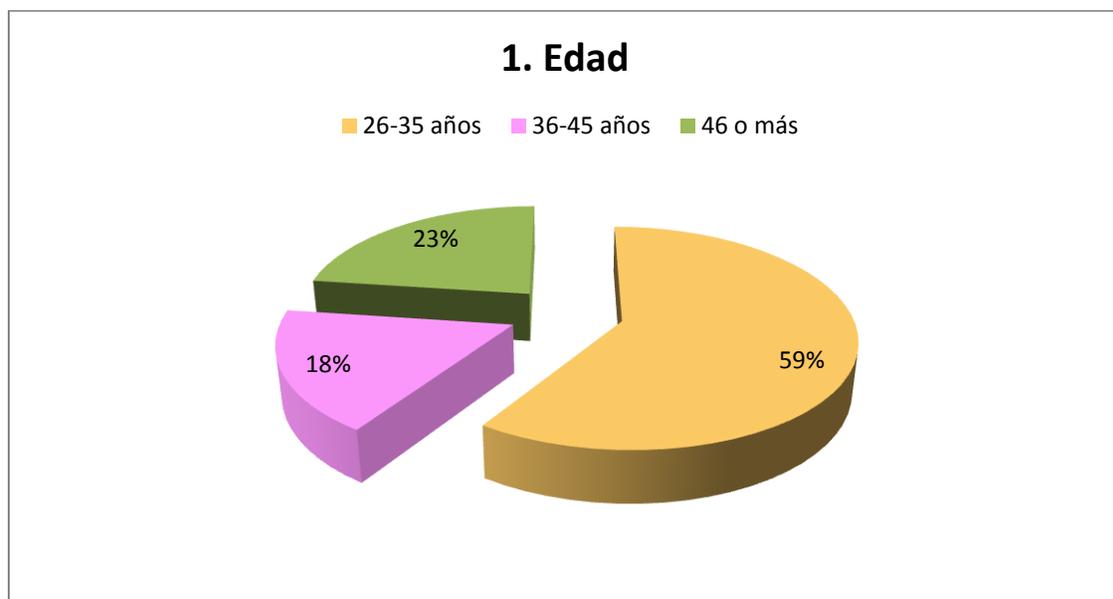
4) Instrumento (Ver anexo 2)

5) Caracterización de la demanda

a) Demanda Local

i. Edad

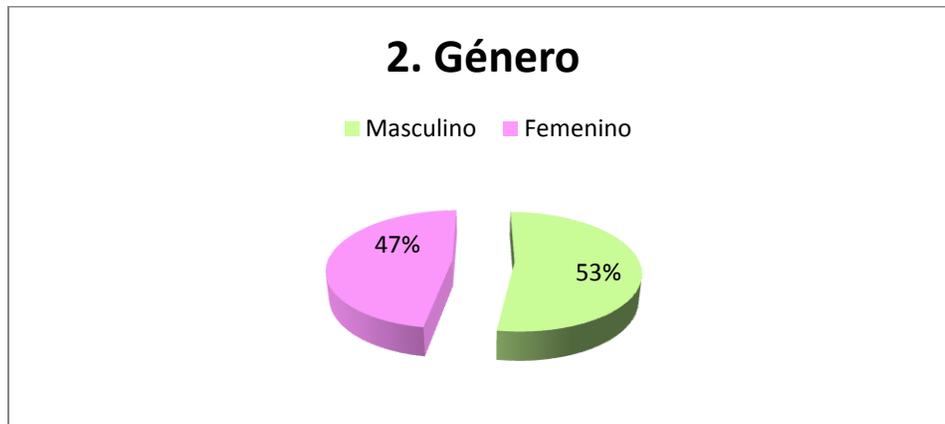
Gráfico N°1. Edad de los turistas locales



En primer lugar se encuentran las personas que cursan las edades entre los 26 y 35 años representando por el 59% del total, seguido del 23% correspondiente a las edades de 46 a más y finalmente un 18% entre las edades de los 36 a 45 años.

ii. Género

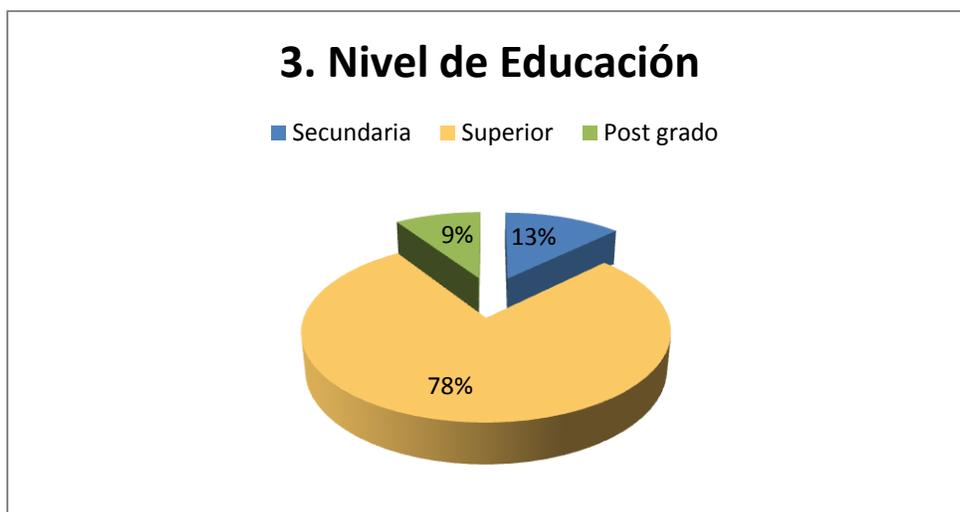
Gráfico N°2. Género de los turistas locales



Existe un ligero equilibrio entre el género masculino correspondiente al 53% y el femenino al 47% de los encuestados.

iii. Nivel de Educación

Gráfico N°3. Nivel de educación de los turistas locales



El nivel educativo de los encuestados cursa en su mayoría en el rango “Superior” con el 78% y el 13% y 9% a secundaria y post grado respectivamente.

iv. Acompañantes de viaje

Gráfico N°4. Acompañantes de viaje del turista local



El 60% de los encuestados viajan entre 3 a 5 personas, el 19% realiza su viaje con más de 5 personas, el 17% viaja entre dos personas, mientras que el 4% corresponde a personas que viajan solas.

v. Motivación del viaje

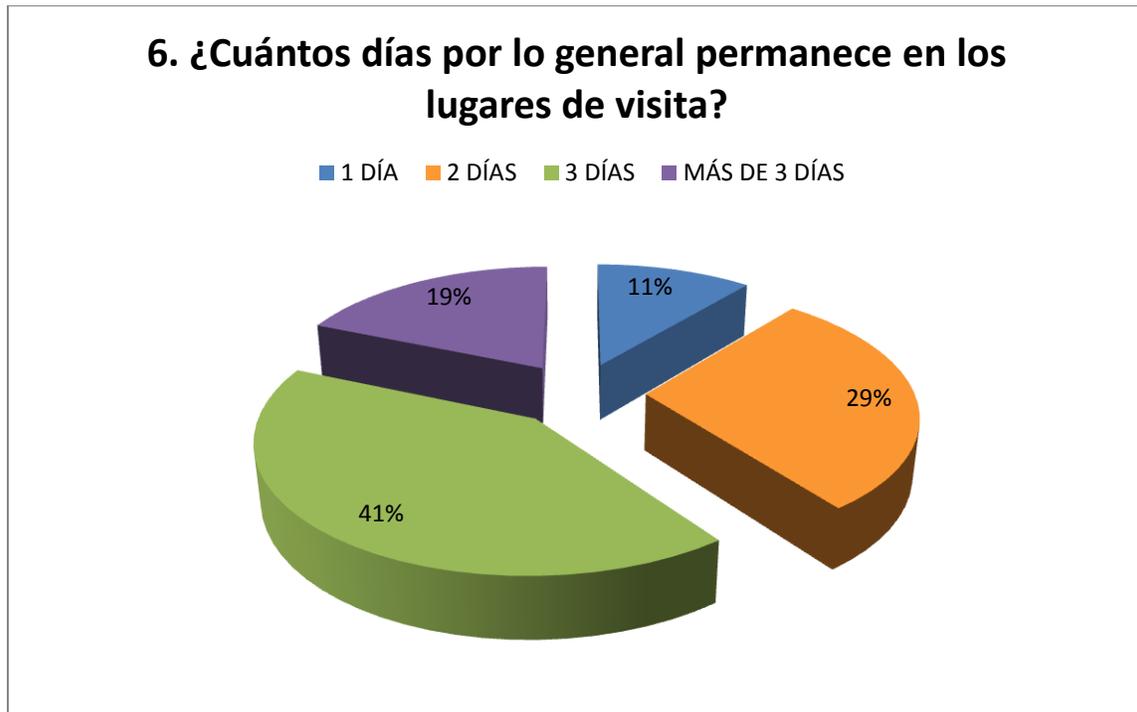
Gráfico N°5. Motivación del viaje del turista local



La mayor motivación de los encuestados para realizar sus viajes son por Vacaciones con el 46 %, seguido por viajes familiares correspondientes al 23%, el 19% lo hace por visita a familiares, el 8% por negocios y el 4% realiza sus viajes para asistir a congresos o convenciones.

vi. Días de permanencia

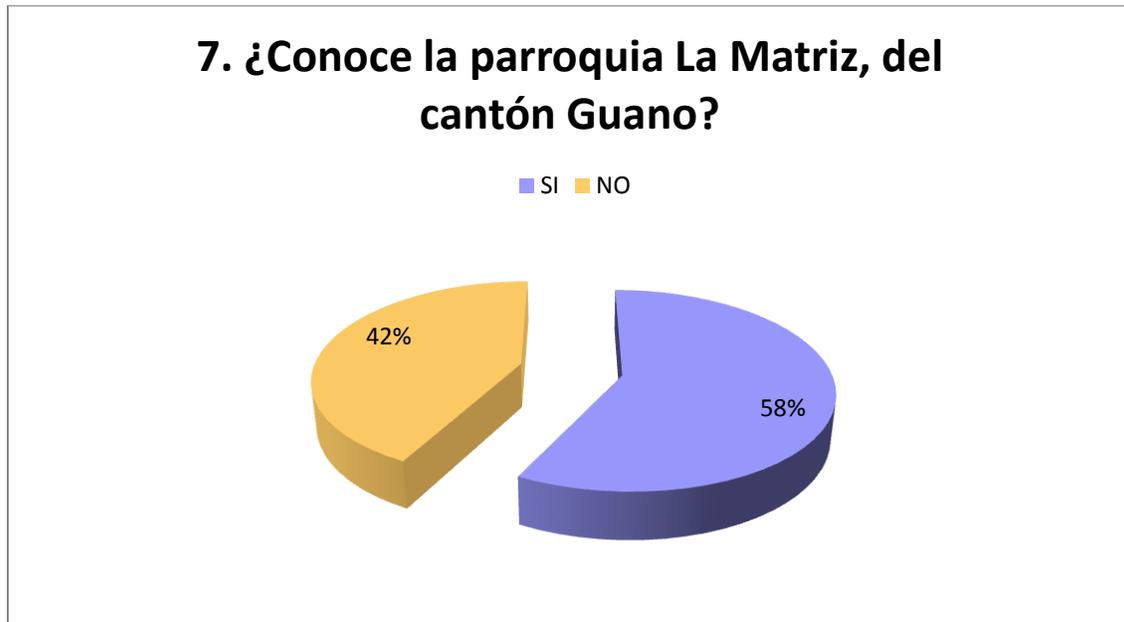
Gráfico N°6. Días de permanencia del turista local



Como resultado del número de días que los encuestados realizan sus visitas tenemos que: el 41% permanece 3 días, el 29% por dos días, el 19% realiza su estadía por más de tres días y el 11% lo hace por un solo día.

vii. ¿Conoce la parroquia La Matriz, cantón Guano?

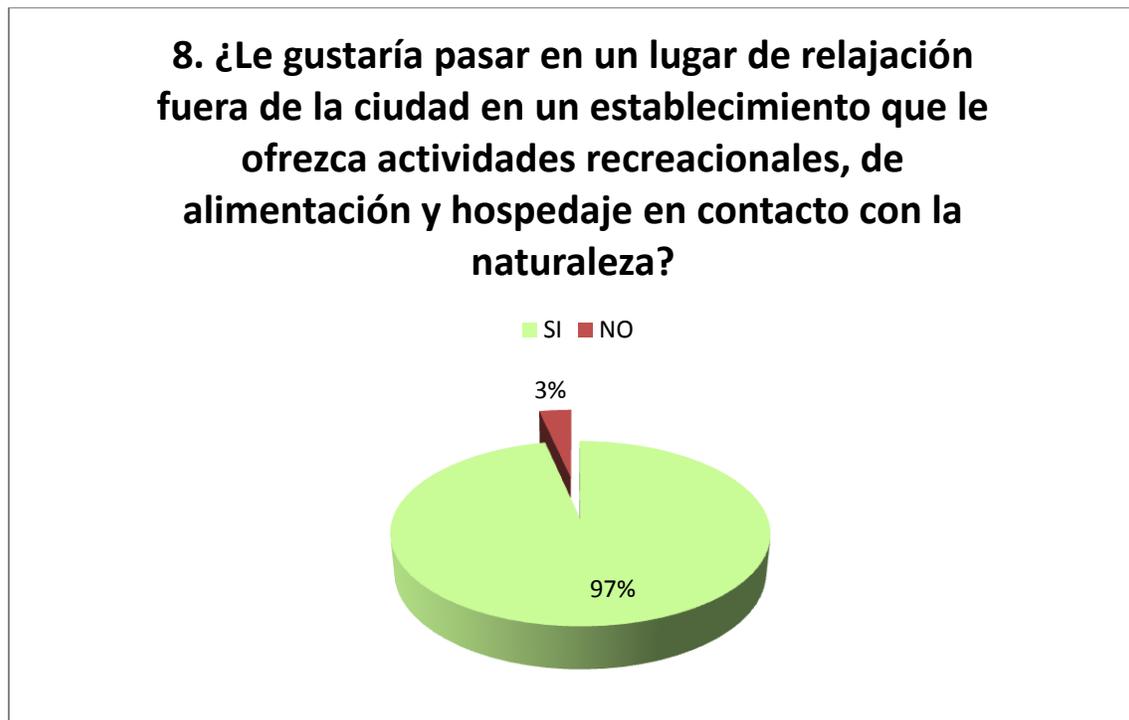
Gráfico N°7. Turistas locales que conocen la parroquia La Matriz, cantón Guano



La parroquia La Matriz es conocida por la mayoría de los encuestados en un 58% y un 42% que desconoce la parroquia.

viii. Aceptación del servicio

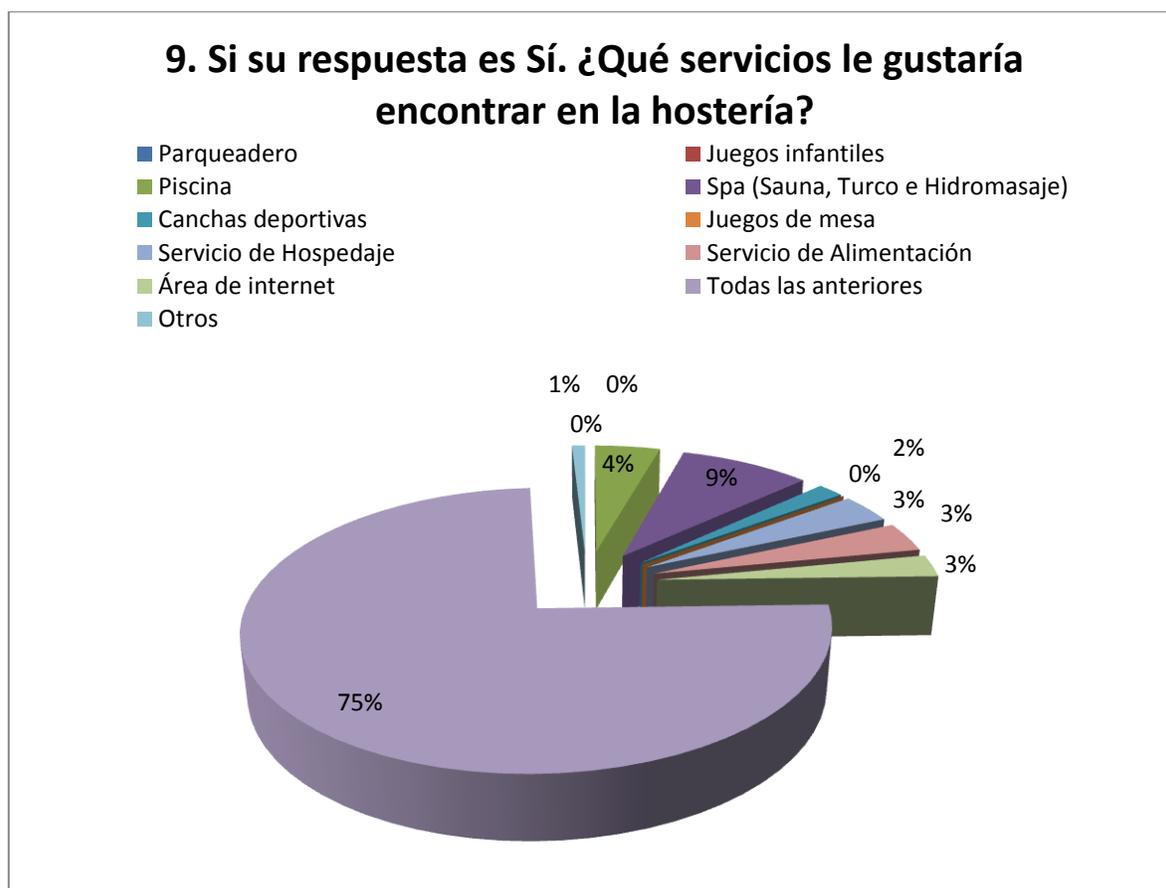
Gráfico N°8. Aceptación del servicio por parte del turista local



A las personas encuestadas les gustaría visitar un establecimiento de relajación apoyando dicha moción con el 97% de respuesta favorable (Si) y el 3% respondieron que No.

ix. Servicios turísticos que les gustaría a los turistas locales.

Gráfico N°9. Servicios turísticos que les gustaría a los turistas locales



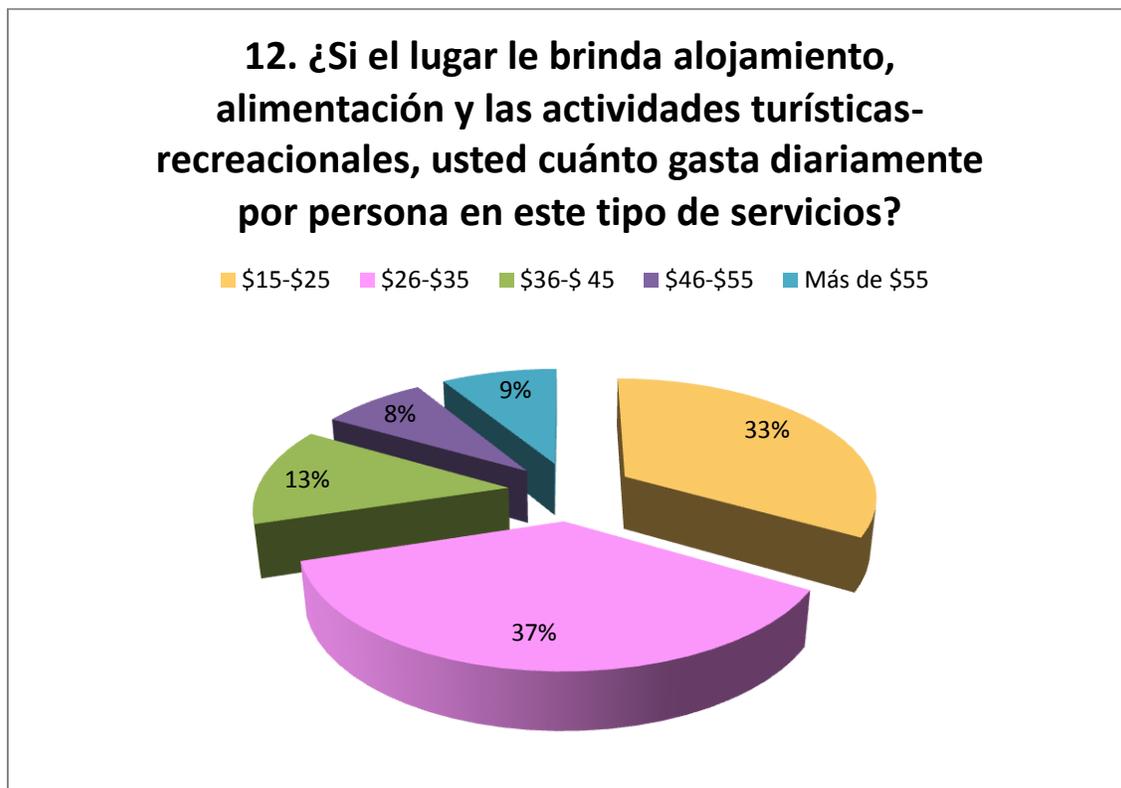
Los servicios predilectos en la mayoría de los encuestados son todas las anteriores en un 75%, vinculando de esta manera todas las opciones que se han detallado, dentro de las otras opciones se obtuvo los siguientes resultados: el 9% prefieren el Spa (sauna, turco, hidromasaje), el 4% el servicio que incluya piscina, un 3% para servicio de alimentación, hospedaje y área de internet, el 2% de aceptación para canchas deportivas y 1% para otras opciones.

x. Actividades

Gráfico N°10. Actividades turísticas que les gustaría a los turistas locales



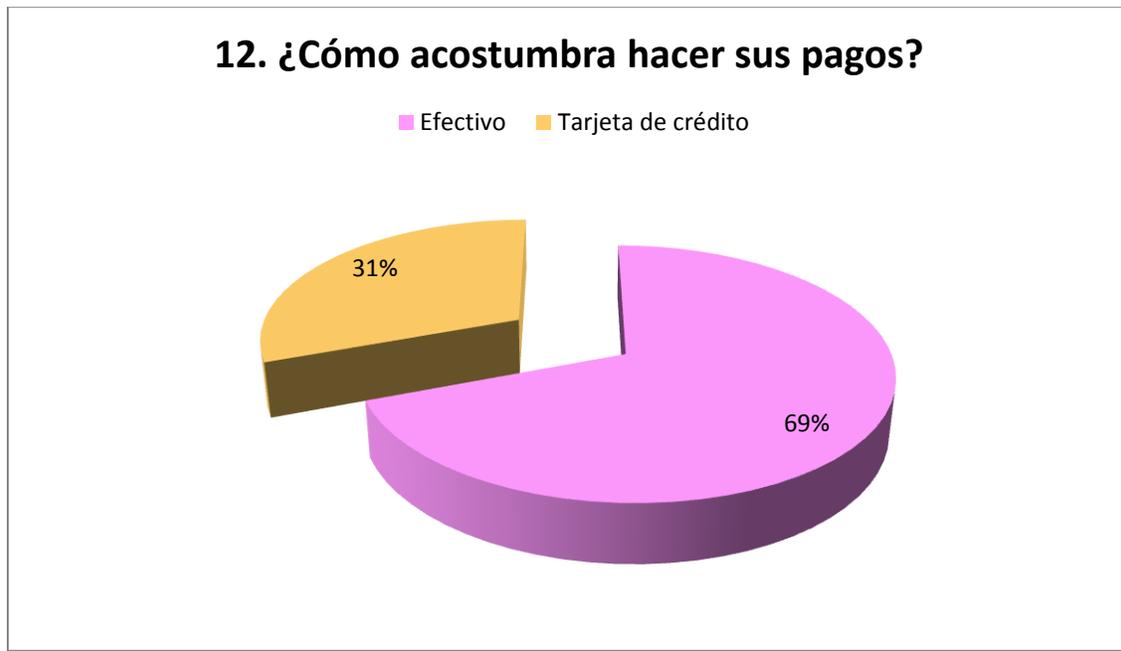
Las actividades turísticas que a la mayoría de los encuestados les gustaría realizar son todas las anteriores representadas con el 54%, el 15% desearía realizar cabalgatas, 12% fotografía, el 10% campamentación, el 5% y el 4% observación del paisaje y caminatas respectivamente.

xi. Gasto diario**Gráfico N°11. Gasto diario de los turistas locales**

El gasto diario por persona al recibir servicios y actividades turísticas es de \$26 a \$35 en su mayoría cuyo valor representa el 37% del total, de \$15 a \$25 percibe el 33%, de \$36 a \$45 pagan el 13%, el 9% valores más de \$55 y el 8% han pagado de 46\$ a 55\$.

xii. Forma de pago

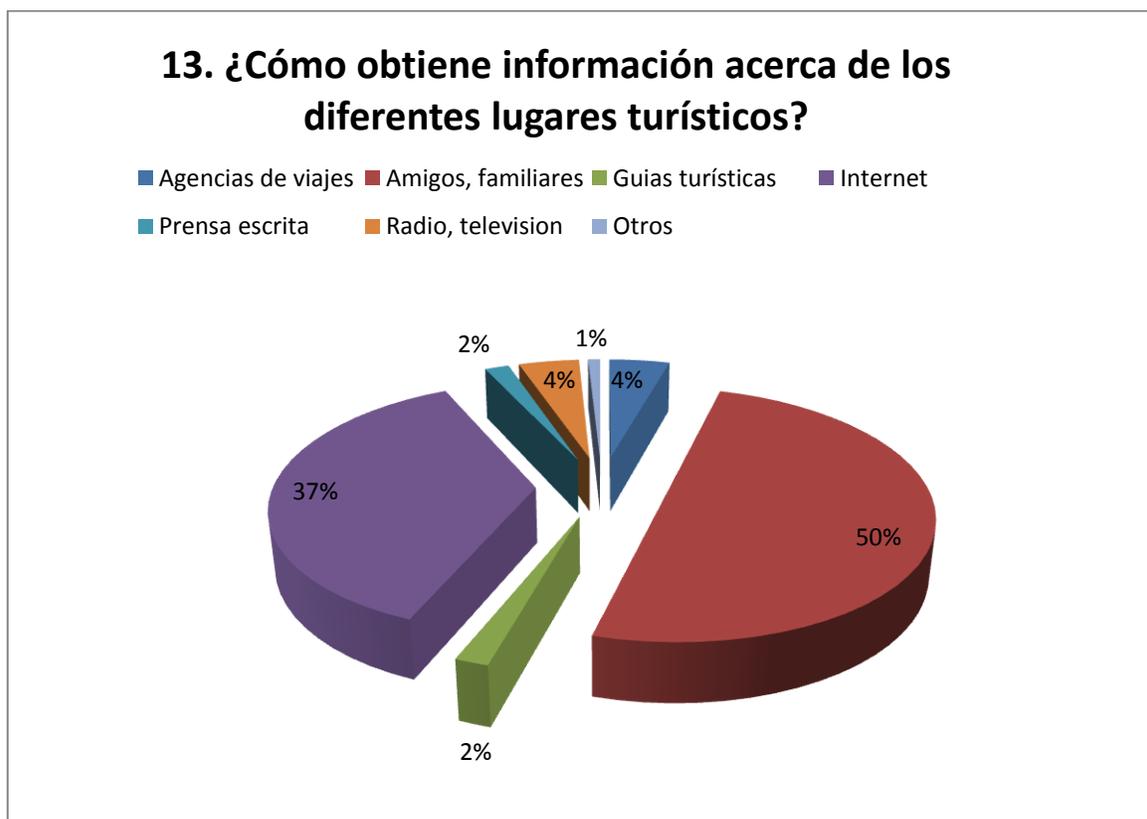
Gráfico N°12. Formas de pago de los turistas locales



Las personas acostumbran hacer sus pagos con dinero en efectivo representado en un 69% y con tarjeta de crédito el 31%.

xiii. Obtención de información

Gráfico N°13. Obtención de información de los turistas locales

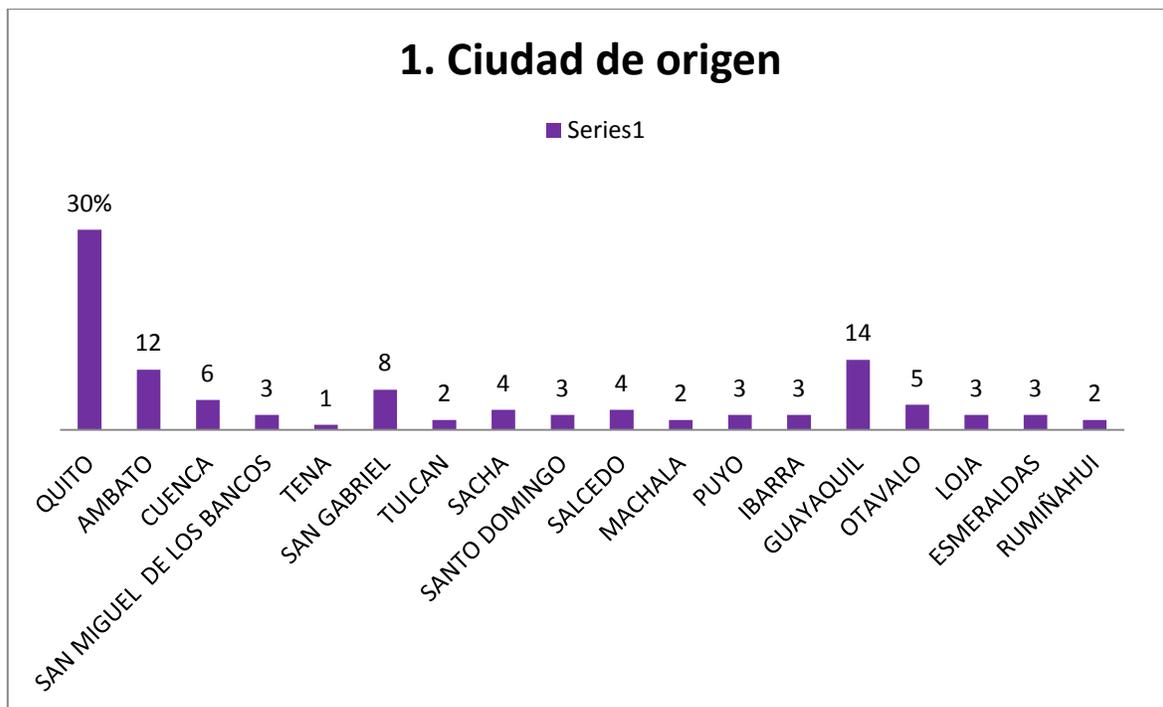


La obtención de información acerca de los diferentes lugares turísticos es en su mayoría es otorgada por amigos y familiares con el 50% seguido por el 37% que obtiene información mediante el internet, el 4% tanto para radio y televisión como para agencias de viajes , el 2% hacen uso de prensa escrita y guías turísticas y el 1% se informa a través de otros medios.

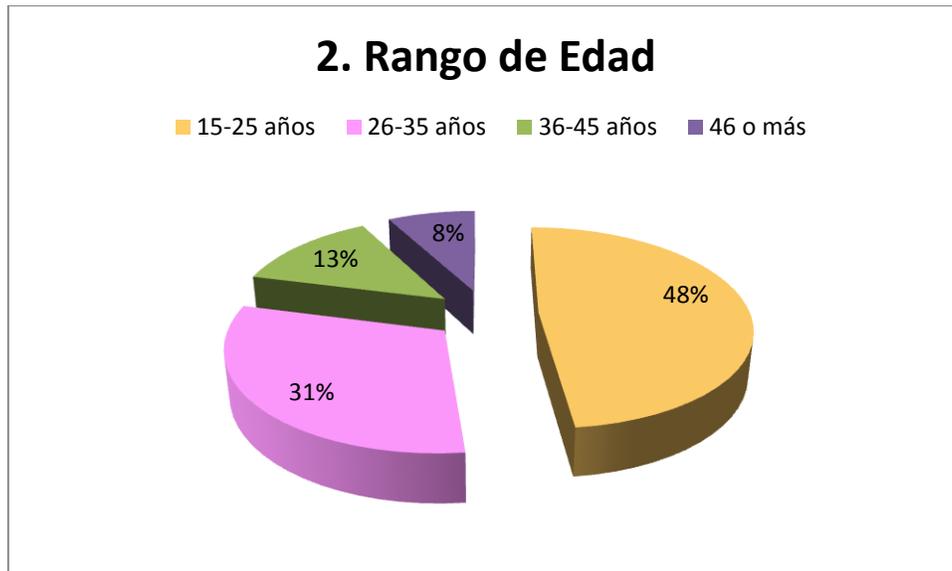
b) Demanda nacional

i. Ciudad de Origen

Gráfico N°14. Ciudad de origen de los turistas nacionales



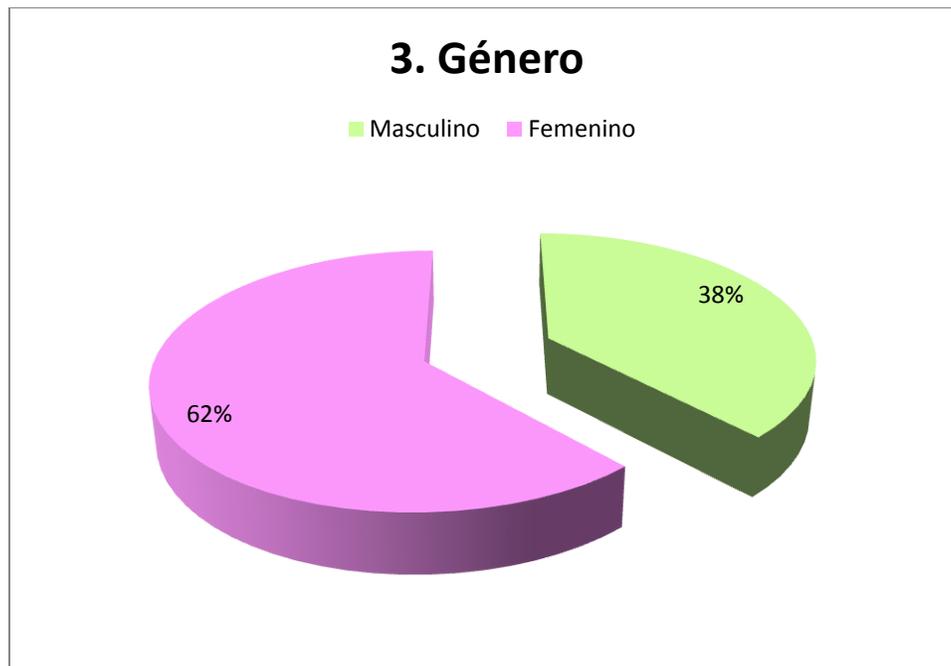
La mayoría de turistas nacionales provienen de las ciudad de Quito con un 30%, seguido de los turistas provenientes de Guayaquil con un porcentaje que corresponden al 14% seguido de la ciudad de Ambato con un 12%.

ii. Edad**Gráfico N°15. Edad de los turistas nacionales**

De los encuestados el mayor porcentaje es del 48% que corresponde al rango de edad que va de 15 a 25 años, seguido de un 31% con una edad de 26 a 35 años, 13% de 36 a 45 años y el 8% para personas de más de 46 años.

iii. Género

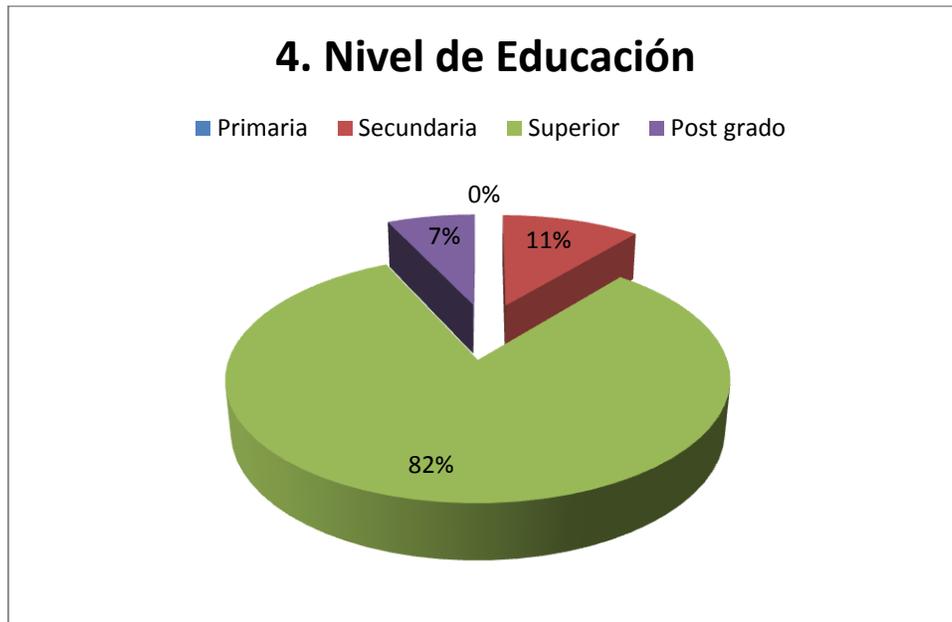
Gráfico N°16. Género de los turistas nacionales



El 62% de las personas encuestadas pertenecen al género femenino, y en un 38% correspondiente al género masculino.

iv. Nivel de Educación

Gráfico N°17. Nivel de educación de los turistas nacionales



Del total de encuestados una notoria mayoría poseen un nivel de educación superior, con un porcentaje del 82%, seguido por el 11% correspondiente a personas que han cursado por la secundaria y finalmente un 7% de encuestados con educación primaria.

v. Acompañantes de viaje

Gráfico N°18. Acompañantes de viaje de los turistas nacionales



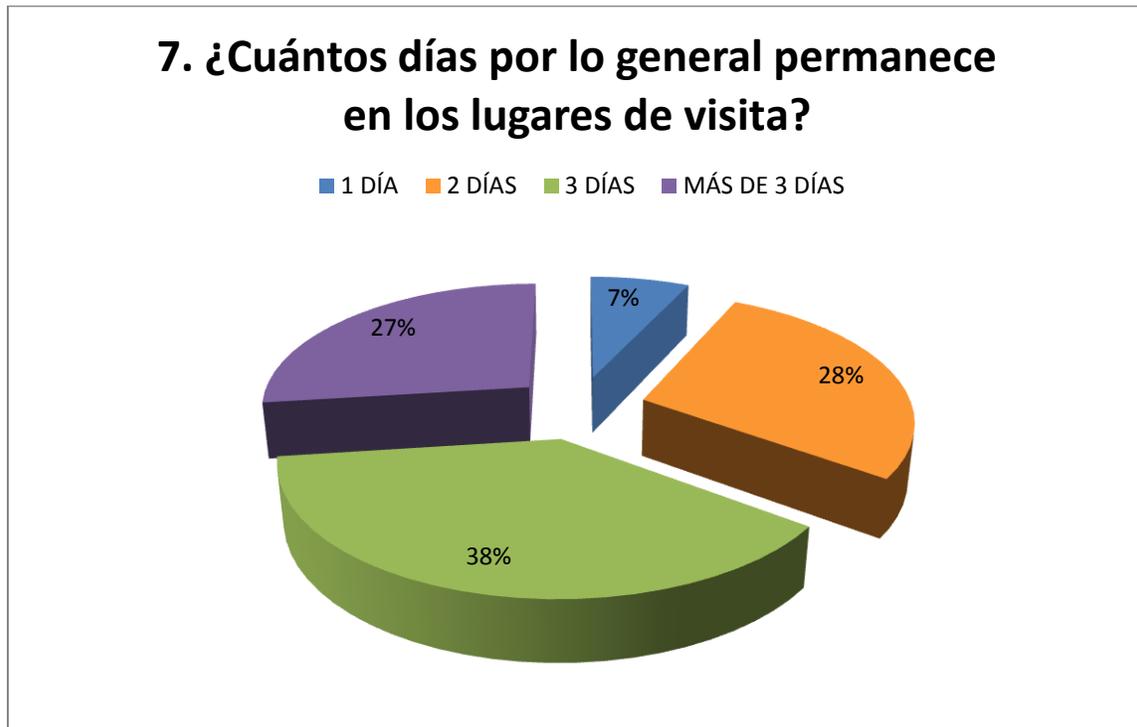
Las personas suelen realizar sus viajes en grupos de 3 a 5 personas, representadas con un 44%, entre dos personas y más de 5 personas el 19% y el 18% realizan sus viajes solos.

vi. Motivación de viaje

Gráfico N°19. Motivación de viaje de los turistas nacionales



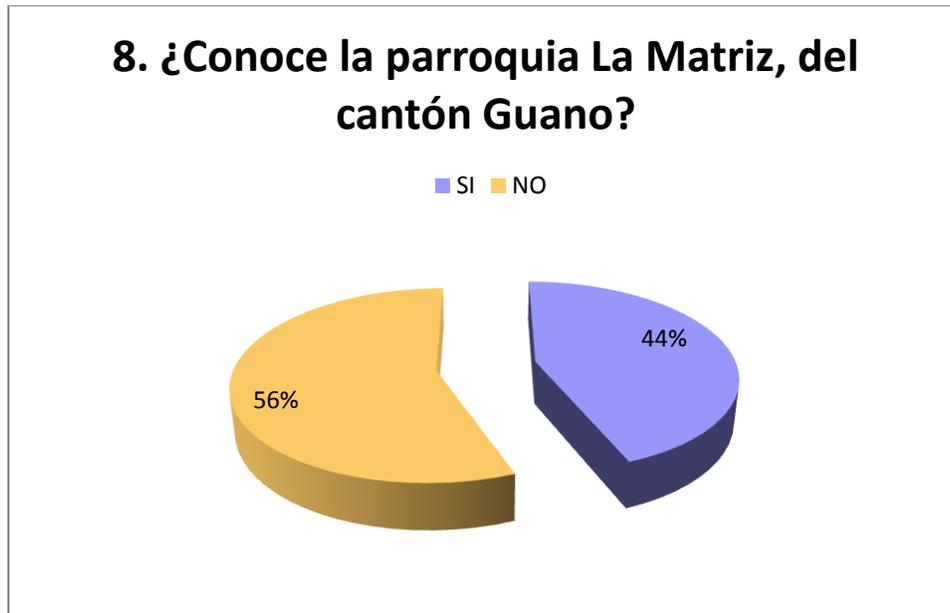
La principal motivación de viaje de los encuestados son las vacaciones, que se refleja en un 41%, seguido por viajes familiares con 24%, un 19% por visita a familiares, 9% por negocios o trabajo y finalmente 7% por congresos o convenciones.

vii. Días de permanencia**Gráfico N°20. Días de permanencia de los turistas nacionales**

El 38% del total de encuestados realizan sus viajes por tres días, un 28% suelen hacer sus viajes por 2 días, el 27% por más de 3 días y finalmente solo un 7% realiza sus viajes por un día.

viii. Conoce la parroquia La Matriz, del cantón Guano?

Gráfico N°21. Turistas nacionales que conocen la parroquia La Matriz



El 56% de las personas encuestadas no conocen la parroquia La Matriz, y el restante 44% si la conocen.

ix. Aceptación

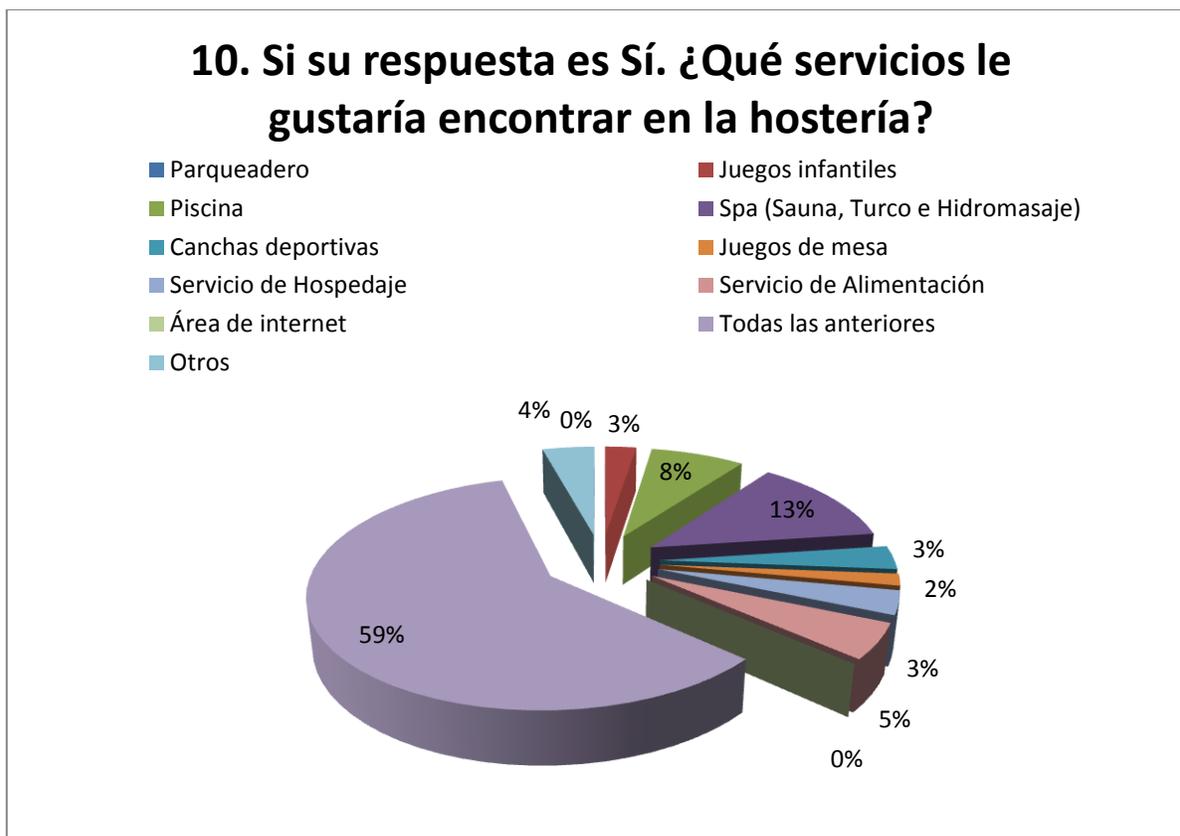
Gráfico N°22. Turistas nacionales que les gustaría pasar en un lugar de relajación



El 99% de los encuestados desearía pasar en un lugar de relajación que le ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje en contacto con la naturaleza y solamente el 1% no acepta nuestro servicio.

x. Servicios turísticos

Gráfico N°23. Servicios turísticos que les gustaría a los turistas nacionales



En primer lugar tenemos un 59% de personas a las que gustaría contar con todos los servicios, seguido de un 13% al que le gustaría un Spa (sauna, turco, hidromasaje); con respecto a las otras opciones tenemos un 8% piscina, siendo éstos los valores más altos.

xi. Actividades

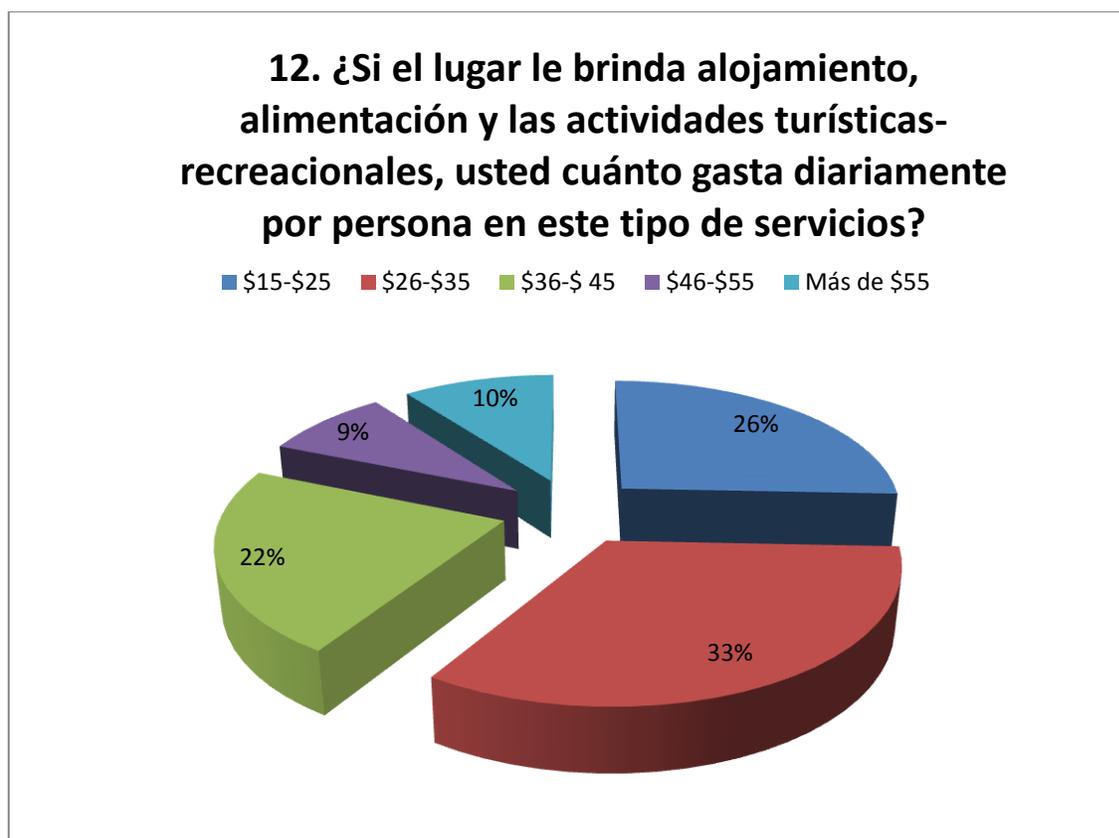
Gráfico N°24. Actividades turísticas que les gustaría a los turistas nacionales



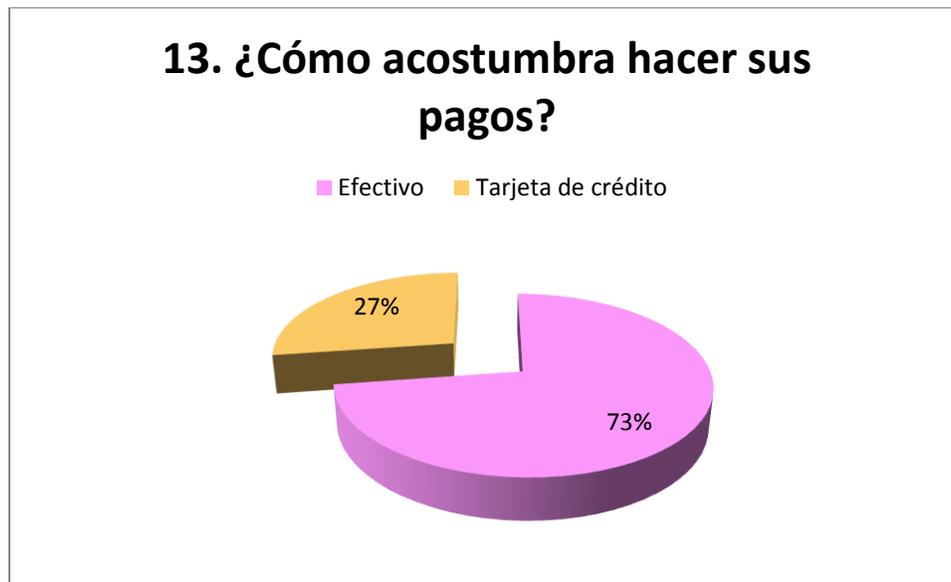
El 58% de los encuestados, siendo éste el porcentaje más alto, prefieren realizar todas las actividades mencionadas las cuales corresponde a cabalgatas, campamentación, fotografía, observación de paisaje y Trekking.

xii. Gasto Diario

Gráfico N°25. Gasto diario de los turistas nacionales



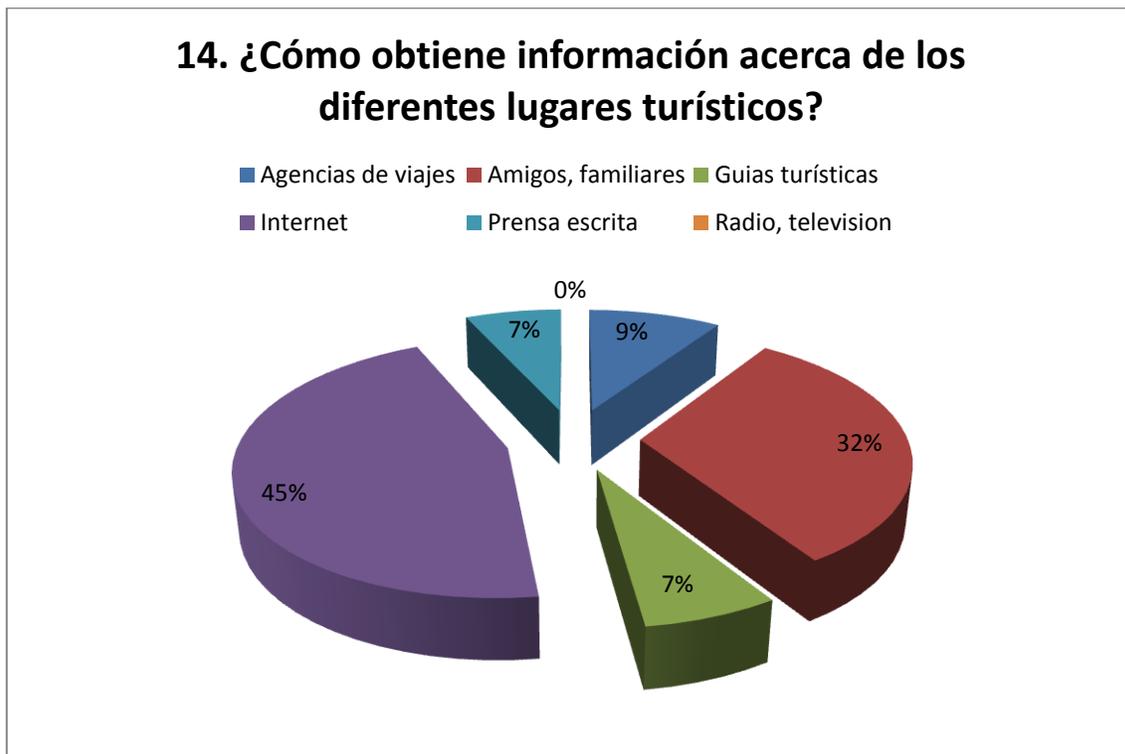
El 33% de los encuestados gasta diariamente por persona \$26-\$35 por servicios de alojamiento, alimentación, transporte y las actividades turísticas-recreacionales, seguido por \$15-\$25 correspondiente al 26%, el 22% corresponde a la cantidad de \$36-\$45, el 10% más de 55\$ y el 9% de 46\$ a 55\$.

xiii. Forma de pago**Gráfico N°26. Formas de pago de los turistas nacionales**

El 73% de las personas encuestadas prefieren hacer sus pagos en efectivo y el 27% hace uso de tarjetas de crédito.

xiv. Obtención de información

Gráfico N°27. Obtención de información de los turistas nacionales



La obtención de información acerca de los diferentes lugares turísticos es en su mayoría es a través de internet con el 45%, seguido por el 32% que obtiene información por amigos o familiares, el 9% se informan mediante agencias de viajes y el 7% hacen uso de guías turísticas y prensa escrita.

6) Perfil de los clientes.

a) Perfil del Turista Local

El perfil del turista local son hombres y mujeres entre los 26 y 35 años de edad (59%), con un nivel académico Superior (78%).

Los viajes los realizan por motivo de Vacaciones (46%), en grupos de 3 a 5 personas (60%), su permanencia suele ser entre 2 (29%) a 3 días (41%).

Conocen la parroquia La Matriz (58%), les gustaría visitar un establecimiento que estuviese fuera de la ciudad y que les ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje (97%).

Les servicios que solicitan y les gustaría obtener son los siguientes: parqueadero, juegos infantiles, piscina, spa (sauna, turco, hidromasaje), canchas deportivas, juegos de mesa, áreas recreativas, servicio de alimentación y áreas de internet (75%).

Las actividades predilectas que les gustaría realizar en la hostería son: Trekking (caminatas), cabalgatas, observación del paisaje, fotografía y campamentación (54%).

Los visitantes tienen una capacidad de gasto para servicios y actividades turísticas de \$26 a 35\$ (37%) por día cuya forma de pago es en efectivo (69%).

El medio principal de obtención de información de lugares turísticos es por medio de amigos y familiares (50%), además de la utilización del Internet (37%).

b) Perfil del Turista Nacional.

El perfil del turista nacional son hombres y mujeres principalmente provenientes de la ciudad de Quito (30%), que se encuentran dentro del rango de edad entre 15 a 25 años de edad (48%) y cursan por el nivel académico universitario o superior (82%).

El motivo por el cual realizan sus viajes es por tratarse de vacaciones (41%) y suelen trasladarse en grupos entre 3 a 5 personas (44%), por un tiempo de 2 (28%) a 3 (38%) días.

La parroquia La Matriz del cantón Guano es conocida en un (56%), y los turistas estarían dispuestos a visitar un establecimiento que estuviese fuera de la ciudad y que les ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje (99%).

Los servicios que solicitan y les gustaría obtener son los siguientes: parqueadero, juegos infantiles, piscina, spa (sauna, turco, hidromasaje), canchas deportivas, juegos de mesa, áreas recreativas, servicio de alimentación y áreas de internet (59%).

Las actividades predilectas que les gustaría realizar en la hostería son: Trekking (caminatas), cabalgatas, observación del paisaje, fotografía y campamentación (58%).

Los visitantes tienen una capacidad de gasto para servicios y actividades turísticas de \$26 a 35\$ (33%) por día cuyo modelo de transacción es en efectivo (73%).

Los visitantes utilizan la herramienta de comunicación universal, el internet (45%) y los amigos y familiares son la segunda fuente información (32%).

7) Resultados de la demanda actual

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de campo, obtuvimos como resultado lo siguiente:

El 97% de los turistas locales se manifestaron positivamente con respecto a visitar un establecimiento que estuviese fuera de la ciudad y que les ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje

- $20847 * 97\% = 20221$ turistas potenciales locales.

Por otra parte el grado de aceptación de visita a un establecimiento que estuviese fuera de la ciudad y que les ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje por parte de los turistas nacionales es del 99% es decir:

- $53895 * 99\% = 53356$ turistas potenciales nacionales.

8) Proyección de la demanda potencial para los próximos 5 años

Para la proyección de la demanda potencial se utilizó el método del incremento compuesto, sumando los valores tanto de turistas locales y nacionales (valor total de 64073 clientes potenciales), estos valores fueron tomados como resultado de las encuestas de sus preguntas N° 8 para locales y N° 9 para nacionales, donde los turistas aceptan pasar en un lugar de relajación fuera de la ciudad, en un establecimiento que le ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje en contacto con la naturaleza.

Cuadro N°28. Demanda potencial proyectada

| AÑO | DEMANDA POTENCIAL PROYECTADA |
|------------|-------------------------------------|
| 2013 | 73577 |
| 2014 | 78360 |
| 2015 | 83453 |
| 2016 | 88877 |
| 2017 | 94654 |
| 2018 | 100807 |

b. Estudio de la Oferta**1) Oferta Actual.****a) Diagnóstico Situacional del cantón Guano****i. Físico – Espacial**

- Ubicación y extensión**

El territorio del cantón Guano se localiza en la sierra central ecuatoriana, a 8 km de la ciudad de Riobamba, al norte de la provincia de Chimborazo, posee una superficie total de 473.3 km², que representa el 7% del territorio total de la provincia y su rango de altitud va desde los 2.000 hasta los 6.310 msnm, en el nevado Chimborazo.

- **Límites**

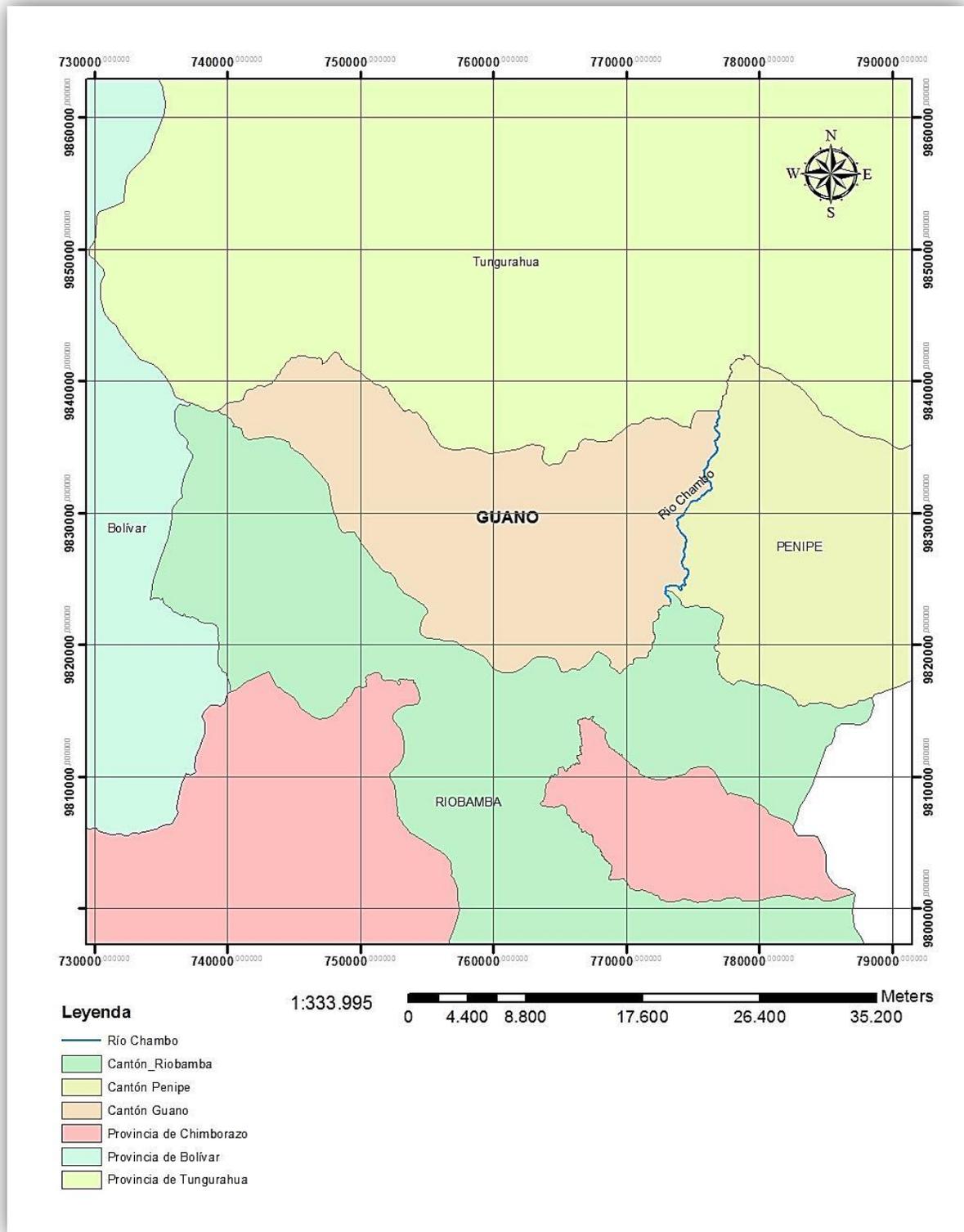
N.: Provincia de Tungurahua

S.: Cantón Riobamba

E.: Cantón Penipe (Río Chambo)

O.: Cantón Riobamba

Gráfico N°28. Ubicación del cantón Guano



ii. Ubicación Geográfica

PROVINCIA: Chimborazo

CANTÓN: Guano

PARROQUIA: La Matriz

iii. División Política Administrativa

Guano está constituido por 11 parroquias: 2 urbanas y 9 rurales.

- **Parroquias Urbanas:** La Matriz y El Rosario.
- **Parroquias Rurales:** San Andrés, San Isidro, Valparaíso, Ilapo, San Gerardo, San José de Chazo, La Providencia, Guanando, Santa Fe de Galán.

iv. Hidrología

El recurso Hídrico en el cantón Guano se ha visto disminuido tanto en su calidad, como en su cantidad posiblemente debido a que no se lleva un registro, ni la verificación de concesiones en lo que se refiere al recurso, ni se ha establecido los principales contaminantes en lo que se refiere a las descargas de aguas grises y negras tanto de las industrias como de los sectores urbanos.

Las vertientes que se identificaron en el cantón Guano son un total de 82, de las cuales solo el 16% se encuentran protegidas, por algún tipo de cerramiento o cercado, por lo que se está dando procesos de contaminación en las vertientes, ya sea por los diferentes cultivos que existen en los alrededores de las vertientes que aportan contaminantes orgánicos e inorgánicos, lo que favorece para procesos de eutrofización, el aumento de maleza, etc.

Los resultados de las matrices parroquiales de percepción de la evolución del caudal y de la cobertura vegetal de las vertientes del cantón señalan que el caudal de casi todas las vertientes se redujo, a excepción una vertiente sin nombre de la parroquia La Providencia, la cual al parecer incremento el caudal.

v. Ecológico – Territorial

- **Clima**

Los resultados de las matrices parroquiales de percepción de la evolución del caudal y de la cobertura vegetal de las vertientes del cantón señalan que el caudal de casi todas las vertientes se redujo, a excepción una vertiente sin nombre de la parroquia La Providencia, la cual al parecer incremento el caudal; posee una temperatura promedio de 17°C.

- **Clasificación Ecológica**

En el cantón Guano, existen cuatro pisos ecológicos principales, de acuerdo a la clasificación ecológica de Holdridge (1967):

Andino (más de 3.600 msnm),

Montano superior o zona Sub andino (3.200 a 3.600 msnm)

Montano inferior o zona andina (2.800-3.200 msnm).

Montano Bajo (2.280 – 2800 msnm)

- **Tipo de Suelo**

En el Cantón Guano la superficie del terreno está formada por cenizas volcánicas, su suelo tiene características fértiles y se halla bajo la influencia de algunos factores como: la altura, orografía, clima, vegetación, la cantidad materia orgánica, etc.

La zona baja se caracteriza por la presencia de suelos arenosos, al igual que en la zona media, pero combinada con el franco arenoso, arenoso con greda, y arcilloso. En la zona alta se encuentra el suelo negro de páramo.

- **Uso actual del Suelo**

En la siguiente tabla se describe los tipos de suelos que existen en la parroquia La Matriz.

Cuadro N°29. Uso actual del suelo de la parroquia La Matriz

| PARROQUIA | PISOS ALTITUDINALES (msnm) | | PISO ECOLOGICO | TIPO DE SUELO | CULTIVOS AGRICOLAS | COBERTURA VEGETAL |
|-----------|----------------------------|-----------|------------------|--|--|---|
| | Cota Baja | Cota Alta | | | | |
| LA MATRIZ | 3600 | 4200 | Zona Andina | Limoso Arena fina | | Vegetación natural |
| | 3200 | 3600 | Zona Sub Andina | Franco arenoso Arena Arena fina Afloramiento rocoso | Papas, cebada, habas, melloco, oca, mashua, quinua. | Vegetación natural |
| | 2800 | 3200 | Zona Interandina | Arenoso Afloramiento rocoso | papas, chocho, maíz, habas, lenteja, arveja hortalizas pastos | Vegetación natural Bosque introducido |
| | 2400 | 2800 | Montano Bajo | Arenoso arena fina Afloramiento rocoso | Hortalizas(zanahoria, cebolla colorada, remolacha), pastos (alfalfa) | Cultivos estacionarios Asociación de cultivos Matorrales, Pastos |

Fuente: Diagnóstico de necesidades sociales básicas del cantón Guano 2008

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del cantón Guano

- Flora

En las siguientes tablas se mencionan las principales especies de flora y fauna encontradas en el cantón Guano.

Cuadro N°30. Especies de flora presentes en el cantón

| NOMBRE VULGAR | NOMBRE CIENTÍFICO |
|----------------------|---|
| FORESTAL | |
| Capulí | <i>Prunus serótina</i> Kunth |
| Guarango | <i>Caesalpinia spinosa</i> O Mol Kuntze |
| Eucalipto | <i>Eucalyptus globulus</i> Labill |
| Aliso | <i>Alnus acuminata</i> H.B.K |
| Arrayán | <i>Eugenia halli</i> |
| Ciprés | <i>Cupressus macrocarpa</i> |
| Guaba | <i>Inga edulys</i> sp. |
| Molle | <i>Schinus molle</i> |
| Nogal | <i>Juglans neotropica</i> Diels |
| Pino | <i>Pinus radiata</i> D Don. |
| Pumamaqui | <i>Oreopanax</i> sp. FMBL |
| Quishuar | <i>Buddleja incana</i> Ruiz Pav |
| Yagual | <i>Polylepis</i> sp. Van Lanata |
| ARBUSTIVAS | |
| Tuna | <i>Opuntia indica</i> |
| Tотора | <i>Scirpus californicus</i> |
| Llin llin | <i>Cassia canescens</i> |
| Cabuya negra | <i>Agave americana</i> |
| Cabuya blanca | <i>Fourcraea andina</i> Trel |
| Chamana | <i>Dodonaea viscosa</i> Jack |
| Ashpachocho | <i>Pubescens</i> Dial |
| Chilca | <i>Baccharis balsamífera</i> Benth |
| Retama | <i>Spartium junseum</i> Lin P |
| Achupalla | <i>Puya lanata</i> Belongs |
| Espino blanco | <i>Crataegus monojina</i> Jaquin |
| Llinllín | <i>Cassia canescens</i> Kunth |
| Romero | <i>Rosmarinus officindis</i> |
| Sigse | <i>Cortadeira</i> sp. |
| Carrizo | <i>Arundo donax</i> |
| Supirroza | <i>Lantana rugulosa</i> H.B.K |
| Marco | <i>Ambrosia arbórea</i> |
| Sábila | <i>Aloe vera</i> L |
| Sauco | <i>Sambucus perubiana</i> |

Fuente: Ulloa, U. Árboles y arbustos de los Andes del Ecuador.

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del cantón Guano

- Fauna

El presente diagnóstico ha determinado las principales especies de fauna silvestre y fauna doméstica.

Cuadro N°31. Especies de fauna presentes en el cantón

| Nombre Común | Nombre Científico |
|-----------------------|----------------------------------|
| Lobo de paramo | <i>Pseudalopex culpaeus</i> |
| Conejo silvestre | <i>Sylvilagus brasiliensis</i> |
| Chucuri | <i>Mustela frenata</i> |
| Ratón marsupial común | <i>Caenolestes fuginosus</i> |
| Raposa común | <i>Didelphys marsupialis</i> |
| Cóndor andino | <i>Vultur gryphus</i> |
| Gligle o veranero | <i>Vanellus resplendens</i> |
| Curiquingue | <i>Phalcoboenus carunculatus</i> |
| Guarro | <i>Geranoaetus melanoleucus</i> |
| Huiracchuro | <i>Pheuticus auriventris</i> |
| Garza blanca | <i>Ardea alba</i> |
| Corrión | <i>Zonotrichia capensis</i> |
| Codorniz | <i>Colis cristatus</i> |
| Tiungue | |
| Perdiz | <i>Alectoris rufa</i> |
| Torcaza | <i>Zenaida auriculata</i> |
| Sapo | <i>Gastrotheca riobambe</i> |
| Paloma collarota | <i>Columba fasciata</i> |
| Tórtola orejuda | <i>Zenaida auriculata</i> |
| Golodrina | <i>Notiochelidon murina</i> |
| Jilguero | <i>Carduelis magallonica</i> |
| Mirlo | <i>Turdus fusacater</i> |
| Colibrí | <i>Oreotrichilus estella</i> |

Fuente: Ulloa, U. Árboles y arbustos de los Andes del Ecuador.

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del cantón Guano

Cuadro N°32. Especies de animales de interés agropecuario de las comunidades

| Nombre Común | Nombre Científico |
|---------------------|--------------------------|
| Toro/vaca | Bos taurus |
| Caballo | Equus caballus |
| Asno | Equus asinus |
| Oveja | Ovis aries |
| Cerdo | Sus domesticus |
| Cabra | Capra hircus |
| Conejo | Oryctolagus cuniculus |
| Gallina | Gallus gallus |
| Llama | Lama glama |
| Alpaca | Lama pacus |
| Cuy | Cavia porcellus |
| Patos | Cairina moschata |
| Gansos | Anser spp. |
| Mulo | Hibrido |

Fuente: Ulloa, U. Árboles y arbustos de los Andes del Ecuador.

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del cantón Guano

Cuadro N°33. Avifauna del Cantón Guano

| NOMBRE COMÚN | NOMBRE CIENTÍFICO |
|-------------------------------------|------------------------------------|
| Colibrí Estrella Ecuatoriana | <i>Oreotrochilus chimborazo</i> |
| Colibrí | <i>Coeligena sp</i> |
| Pájaro brujo | <i>Pyrocephalus rubinus</i> |
| Quilico | <i>Falco sparverius</i> |
| Veranero- Gligle | <i>Vanellus resplendens</i> |
| Frigilo Plomizo | <i>Phrygilus plebejus</i> |
| Cara cara- Curiquingue | <i>Phalcoboenus carunculatus</i> |
| Pato Punteado | <i>Anas flavirostris</i> |
| Becasina | <i>Gallinago gallinago</i> |
| Gaviota Andina | <i>Larus serranus</i> |
| Gorrión | <i>Zonotrichia capensis</i> |
| Tortola | <i>Zenaida auriculata</i> |
| Golondrina | <i>Notiochelidon cyanoleuca</i> |
| Mirlo | <i>Turdus fuscater</i> |
| Quinde | <i>Lesbia victorae</i> |
| Guarro | <i>Geranoaetus melanoleucus</i> |
| Solitario | <i>Myiotherestes striaticollis</i> |
| Torcaza | <i>Columba plumbea</i> |

Fuente: Mercedes Guevara. 2004

vi. Historia

Desde tiempos inmemoriales, estas tierras fueron asentamientos de varios pueblos y culturas milenarias, aquí se establecieron etnias como los Panzaleos y los Puruháes, expandiéndose posteriormente hacia donde hoy son las provincias de Cotopaxi, Tungurahua, Bolívar y Chimborazo. Culturas que se desarrollaron a orillas del río Guano que nace de los deshielos del volcán Chimborazo (6310 msnm).

La Mitología Andina sostiene que todo este valle fue alguna vez un gran lago en el que había grandes peces y anfibios, que aquí estuvo “El Gran Edén Bíblico” y que allí se solían sacrificar vírgenes en las aguas del “Elempata”.

Conquistados por los Incas, fueron parte del Tahuantinsuyo; en época de la Colonia fue uno de los principales centros de Obraje y mortandad aborígen, porque dice la tradición, del Obraje del Elén “quienes entraban allí no volvían a salir”. Guano significa en diversas lenguas aborígenes: “lo grande, lo majestuoso y lo abundante”.

vii. Población

Cuadro N°34. Población del cantón años 1990, 2001 y 2010

| CANTON GUANO | CENSO | | | Crecimiento en el período (1990-2001) | Crecimiento en el período (2001-2010) |
|-------------------------------------|--------|--------|--------|---------------------------------------|---------------------------------------|
| | 1990 | 2001 | 2010 | | |
| Población total (Pt) | 37.106 | 37.888 | 42.851 | 2,1% (PROM. ANUAL:0,19) | 13% (PROM. ANUAL:0,14) |
| Población hombres Total (Pht) | 17.816 | 17.952 | 20.495 | 0,8% | 14,2% |
| Población mujeres Total (Pmt) | 19.290 | 19.936 | 22.356 | 3,3% | 12,1% |
| Población urbana (Pu) | 6.584 | 6.872 | 7758 | 4,4% | 12,89 |
| Porcentaje población urbana (Pu/Pt) | 17,7% | 18,14% | 18,1 | 0,4% | 0,04% |
| Población rural (Pr) | 30.522 | 31.016 | 35093 | 1,6% | 13,14% |
| Porcentaje población rural (Pr/Pt) | 82,3% | 81,86% | 81,9 | 0,4% | 0,03% |
| Población hombres área Urbana | 3.157 | 3.173 | 3725 | 0,5% | 17,4% |
| Población hombres Rural | 14.659 | 14.779 | 16770 | 0,8% | 13,47% |
| Población mujeres Urbana | 3.427 | 3.699 | 4033 | 7,9% | 9% |
| Población Mujeres Rural | 15.863 | 16.237 | 18323 | 2,4% | 12,8 |
| Porcentaje de mujeres (Pmt/Pt) | 52,0% | 52,6% | | 0,6% | |

Fuente: INEC, Censos de población y vivienda 1990, 2001 y 2010

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del cantón Guano

Cuadro N°35. Dinámica poblacional del cantón Guano

| Año Censal | Población urbana | Población rural | Total |
|------------|------------------|-----------------|--------|
| 1950 | 4.924 | 32.803 | 37.727 |
| 1962 | 4.455 | 30.958 | 35.413 |
| 1974 | 5.389 | 38.097 | 43.486 |
| 1982 | 6.136 | 36.297 | 42.433 |
| 1990 | 6.584 | 30.522 | 37.106 |
| 2001 | 6.872 | 31.016 | 37.888 |
| 2010 | 7.758 | 35.093 | 42.851 |

Fuente: INEC, censos de Población y Vivienda

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del cantón Guano

Cuadro N°36. Listado de barrios y comunidades de la parroquia La Matriz

| PARROQUIAS | BARRIOS | COMUNIDADES | NUMERO |
|------------|-------------------------|----------------------------|----------------|
| LA MATRIZ | Espíritu Santo | Alacao | 12 Barrios |
| | La Dolorosa | Asaco chico | |
| | La Inmaculada | Asaco grande | 21 Comunidades |
| | La Magdalena Santa Ana | Asaco | |
| | La Matriz | Guayaquil | |
| | Miraflores | Chingazo Alto | |
| | San Pablo | Chingazo Bajo | |
| | San Pedro, | Ela | |
| | San Roque | La Carrera Ambato | |
| | Santa Ana | La Dolorosa del Cementerio | |
| | Santa Teresita. | La Merced | |
| | | Libertad la Dolorosa | |
| | Miraflores Alto. | | |
| | Pungal San Pedro | | |
| | Pungal Grande | | |
| | Pungal Santa Marianita | | |
| | San Jerónimo | | |
| | San José de Chocón | | |
| | San José de Juntus | | |
| | San Vicente de Elempata | | |
| | Santa Rosa de Guano | | |
| | Tamaute | | |

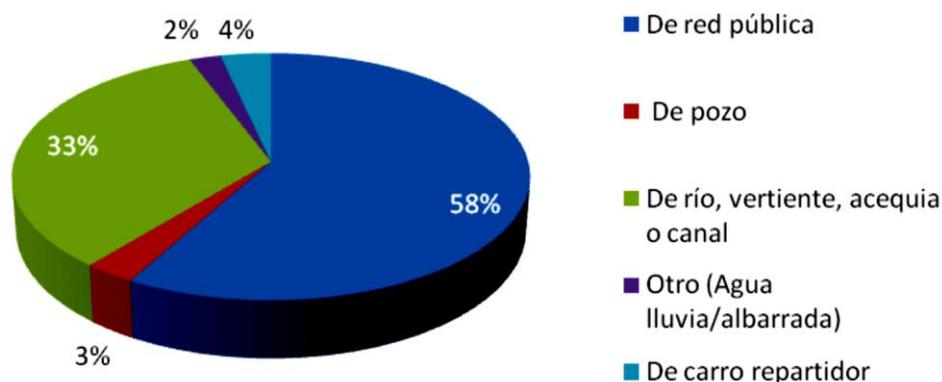
Fuente: Información disponible Municipio

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del Cantón Guano.

- Disponibilidad de servicios básicos

- Agua

Cuadro N°37. Procedencia principal del agua recibida



Fuente: INEC, censo de Población y Vivienda año 2010 y Diagnóstico Participativo en Barrios y comunidades del cantón Guano

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del cantón Guano

Como se observa en el gráfico, el mayor porcentaje de la población del cantón consume agua de red pública. Según la información facilitada por la Jefatura de Agua Potable del GADM del cantón Guano y del laboratorio de agua del mismo, la mayor parte de las redes públicas tienen problemas en su infraestructura, equipamiento y / o en su operación.

- Recolección de desechos

Este servicio municipal existe en Guano periódicamente, y es proporcionado a la población que se ubica en el sector de La Matriz y a lo largo de los dos ejes viales principales (este-oeste), es decir en las áreas consolidadas y de fácil accesibilidad.

La población que se ubica en los diferentes barrios periféricos de la ciudad y que no poseen vías afirmadas, empedradas, etc., no cuentan con el servicio de recolección de basura, por lo que la población deposita los desechos y basura en sus parcelas de terreno o en las quebradas más próximas a su vivienda, provocando problemas de contaminación ambiental.

Cuadro N°38. Recolección de basura

| Recolección de Basura | Servidos | Sin Servicio |
|------------------------------|-----------------|---------------------|
| Barrios Urbanos Periféricos | 8 | 31 |
| Barrios Urbanos | 11 | 0 |

Fuente: Diagnóstico participativo en barrios y comunidades del cantón Guano

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del Cantón Guano

- Servicio telefónico

La empresa que brinda este servicio es la Corporación Nacional de Telecomunicaciones. Esta empresa cobra por minuto USD 0.02 en llamadas locales, regionales y nacionales.

Existe cobertura celular de las empresas Claro y Movistar aunque esta última no cubre la zona de San Gerardo.

Guano y la Parroquia de Valparaíso, están constituidos por 1935 abonados, con una central de capacidad a 2064 clientes, poseen 96 puertos de internet de los cuales están en operación 82. San Isidro y San Andrés, están conformados por 1003 abonados, con una central de capacidad de 1216 clientes, tienen 64 puertos de internet de los cuales 54 están ocupados, la Parroquia de San Gerardo tiene 130 abonados, con una central de capacidad a 400 usuarios con 60 puertos de internet de los cuales 45 están en función, las demás parroquias poseen el servicio mediante vía radio que se dirige desde las centrales de la Ciudad de Riobamba.

- Seguridad

La Policía Nacional con sus distritos y delegaciones a nivel territorial, tiene como objetivo integral, defender la soberanía Nacional, garantizar el orden interno, la seguridad individual y social a través de la prevención disuasión y represión; cumpliendo y haciendo cumplir las leyes y normas jurídicas y coadyuvar al desarrollo de la Nación, seguido de algunos lineamientos como:

- Mantenimiento del orden público.
- Seguridad de las personas y de los bienes.
- Conservación de la moralidad pública.
- Prevención e investigación de los delitos.
- Apreensión de los delincuentes.
- Control del tránsito, transporte terrestre.
- Movimiento migratorio en el País.

La seguridad dentro del Cantón Guano, está conformada por tres destacamentos distribuidos uno en la cabecera cantonal con un personal de 5 cabos y un suboficial, y la logística de dos motos y un patrullero, en la Parroquia de San Andrés, con el personal de un sargento y tres cabos y con la logística de una moto y un patrullero y en la Parroquia de la Providencia en el sector de Pungal, con el personal de un sargento y un cabo más la

logística de una moto, todo el personal cuenta con equipos de comunicación Motorola Handy con el circuito de radio patrulla con frecuencias de corto y largo alcance.

Dentro de la jurisdicción cantonal se ubica una de las áreas protegidas del país como es la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, por lo que en esta zona tiene incumbencia la Unidad de Protección del Medio Ambiente de la Policía Nacional, cuya misión es la de velar por el cumplimiento de las disposiciones legales que tiendan a la conservación de la naturaleza y el ambiente y de los recursos hídricos así como la riqueza cinegética, piscícola, forestal y de cualquier otra índole relacionada con la naturaleza cumpliendo con algunas de sus funciones como es la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención de la contaminación ambiental, la recuperación de los espacios naturales degradados, el manejo sustentable de los recursos naturales.

La Unidad de Protección del Medio Ambiente, se encarga de la seguridad, ingreso, permanencia, salida de los turistas del área protegida, a más de ello controlan la tala indiscriminada de bosques, tráfico y caza ilegal de especies los cuales al ser recuperados se los ubica a buen recaudo en instituciones dedicadas a este fin como es el caso de la Quinta Aidita del Cantón Guano que acoge en su zoológico a dichas especies, controlan la explotación de los recursos naturales como es la situación del sector del Arenal vía a la provincia de Bolívar , pues en los últimos años se evidencian canteras clandestinas las mismas que están extrayendo arena para la industria de la construcción debido a su alta calidad en materiales de adhesión.

Con la coordinación del Ministerio del Ambiente se viene planificando la construcción de un centro de interpretación en el ingreso de la reserva, la misma que dispondrá de una caseta de seguridad y la infraestructura necesaria para el alojamiento del personal policial, siendo así una manera efectiva de organización.

- Salud**Cuadro N°39. Oferta de salud en Guano**

| SERVICIOS | GUANO |
|--|--------------|
| Establecimientos de salud con internación privados | 0 |
| Establecimientos de salud con internación públicos | 0 |
| Centros de salud | 0 |
| Establecimientos sin internación | 18 |
| Dispensarios médicos | 5 |
| Sub centros de salud | 5 |
| Puestos de salud | 8 |
| Personal en establecimientos de salud | 30 |
| Médicos/as establecimientos públicos | 8 |
| Médicos/as establecimientos privados | 0 |
| Camas en establecimientos de salud | 0 |
| Índice de oferta en salud | 43 |

Fuente: Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE). Versión 4 (2007)

Elaborado: Equipo Técnico GADM del cantón Guano.

Cuadro N°40. Unidades de salud del cantón Guano

| Nº. | UNIDAD DE SALUD | ESTADO DE INFRAESTRUCTURA |
|-----|--------------------------|---------------------------|
| 1 | Centro de Salud de Guano | Bueno |
| 2 | SCS de Ilapo | Bueno |
| 3 | PS de Sta. Fe de Galán | Regular |
| 4 | PS Chocaví | Regular |
| 5 | SCS San Andrés | Bueno |
| 6 | PS Balsayán | Regular |
| 7 | SCS San Isidro | Bueno |
| 8 | PS Tuntatacto | Bueno |
| 9 | PS Tatacto | Bueno |
| 10 | PS San Pablo | Bueno |
| 11 | PS La Josefina | Bueno |
| 12 | PS San Gerardo | Regular |
| 13 | PS Chingazo | Bueno |
| 14 | PS Puntal Grande | Bueno |
| 15 | PS Chazo | Bueno |
| 16 | P.S Guanando | Bueno |

Fuente: Área de Salud No. 6

Elaborado por: Equipo Técnico GADM del cantón Guano

viii. Económico – Productivo

- **Actividades económicas**

En la actualidad existen muy pocas actividades urbanas consideradas como actividades productivas generadoras de empleo y que contribuyen al desarrollo económico del cantón.

Es así que desde la antigüedad Guano se ha caracterizado por la habilidad de su gente en confeccionar artesanías dando lugar más tarde a las asociaciones que se han creado para trabajar en forma comunal encaminados al desarrollo comunitario, al fortalecimiento de la organización social, mediante su participación directa en la toma de decisiones y trabajos a realizar para mejorar la calidad de vida. Las asociaciones locales son la instancia más cercana a los ciudadanos. Por ello, son actores claves en la solución de los problemas, para

fomentar y apoyar la sensibilización sobre el turismo en este caso artesanal adaptado a las necesidades culturales de la comunidad.

La actividad principal del Cantón es básicamente la agricultura 47,3%, el comercio 8,8%, el resto de actividades están debajo del 8.8% y son: servicios y la construcción. La estabilidad laboral depende de la rama de la actividad económica, siendo la agricultura la actividad más estable ya que las familias involucradas en esta rama desempeña su trabajo por cuenta propia, la cual está ligada a la propiedad de la tierra, sin embargo las nuevas generaciones ya no desean dedicarse a esa actividad.

En el Cantón Guano existen 3 actividades que generan ingresos a sus habitantes:

- Producción Agropecuaria

Las estrategias productivas de las familias del cantón dependen, en primer instancia, de la importancia relativa de cada una de los recursos que poseen (naturales, humano, capital, tecnología, etc.), por ello su sistema de producción es diversificado, siendo sus principales actividades productivas la agricultura y ganadería.

La tierra de uso agrícola está distribuida para los cultivos prioritarios como el maíz suave-seco con el 33.37%, el maíz suave cholo con 9.63%, la papa con el 23.29% es el primer rubro de carácter comercial, la cebada con 12.49%, la cebolla colorada con un 6.34%, cada uno de ellos satisface el autoconsumo y generan ingresos familiares.

En la mayoría de parroquias rurales del Cantón Guano la economía de las familias se complementa con la producción pecuaria. La importancia que alcanza la misma depende de la zona geográfica. La producción pecuaria se orienta hacia la cría de especies menores como cuyes, conejos, aves de corral y de especies mayores como ganado bovino, porcino y ovino.

Una parte significativa de la producción se destina al autoconsumo y la otra parte a la generación de ingresos complementarios familiares, especialmente por la comercialización de la carne y la leche.

Cuadro N°41. Cabezas de especies pecuarias a nivel del cantón

| Especies pecuarias | UPAs | Cabezas | % Cabezas |
|---------------------------|---------------|----------------|------------------|
| GANADO VACUNO | 4.955 | 21.057 | 15% |
| GANADO PORCINO | 4.652 | 11.404 | 8% |
| CAPRINO | 4.652 | 11.404 | 8% |
| ALPACAS | 17 | 67 | 0% |
| LLAMAS | 41 | 419 | 0% |
| CONEJOS | 2.974 | 27.154 | 19% |
| CUYES | 4.734 | 70.670 | 50% |
| TOTAL DE CABEZAS | 22.025 | 142.175 | 100% |

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario 2000

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

- Migración

Dependiendo de la disponibilidad de los recursos para la producción agrícola el régimen ocupacional como se mencionó anteriormente se complementa con la actividad pecuaria, básicamente de subsistencia y con los flujos migratorios fuera del cantón, aspecto importante que aporta a la económica familiar.

Una de los factores que provoca la migración es el escaso ingreso que se obtienen de la producción agropecuaria, debido a la falta de apoyo directo por parte de los gobiernos de turno, en los ámbitos de gestión microempresarial, sanitarios, tecnológicos entre otros.

Cuadro N°42. Tipos de migración

| Parroquia | | | %Migración | | | |
|----------------------|------------|------------|------------|------------|-----------|------------|
| | Temporal | diaria | Temporal | periódica | Migración | permanente |
| | Estudio | trabajo | Estudio | trabajo | Estudio | trabajo |
| Ilapo | 50% | 30% | 20% | 10% | 0% | 20% |
| Santa Fe de Galán | 0% | 0% | 0% | 60% | 0% | 10% |
| San Isidro de Patulú | 60% | 70% | 0% | 2% | 0% | 50% |
| San José de Chazo | 0% | 0% | 0% | 2% | 0% | 0% |
| Valparaíso | 3% | 3% | 5% | 6% | 0% | 40% |
| La Providencia | 50% | 50% | 0% | 0% | 0% | 50% |
| San Andrés | 80% | 80% | 10% | 10% | 0% | 10% |
| Guanando | 0% | 0% | 0% | 30% | 0% | 40% |
| El Rosario | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| Guano | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% |
| San Gerardo | 70% | 60% | 10% | 30% | 0% | 10% |
| Promedio | 28% | 27% | 4% | 14% | 0% | 21% |

Fuente: INEC 2001

Elaborado por: Francisco Ordóñez.

La migración temporal diaria se refiere a la salida de una parte de la población a las ciudades cercanas, para estudiar o realizar algún tipo de trabajo, en este caso, salen de su territorio por la mañana y retornan por la noche, esto acontece en las parroquias cercanas a Riobamba como San Andrés 80%; San Gerardo 70%, San Isidro de Patulú 60%; y un 50% en Ilapo y La Providencia.

La migración Periódica se refiere a la población que se traslada a sectores distantes a vender su fuerza de trabajo en distintas actividades por un periodo mayor a un mes, este tipo de emigración se produce una vez terminada la época de siembra en sus parcelas y su retorno coincide con la época de cosecha o para la celebración de festividades; este tipo de migración se observa en Santa Fe de Galán en un 60%; en Guanando y San Gerardo un 30%.

Otro caso es el de un gran número de estudiantes que se quedan una semana, quince días y hasta un mes en la ciudad donde estudian. Las familias que adoptan esta forma migración se localizan en las parroquias; de Ilapo en un 20%, San Andrés y San Gerardo con el 10% y un 5% en Valparaíso.

La migración permanente se refiere a los emigrantes que fijan su residencia en otro lugar en forma definitiva, ya sea a nivel nacional o internacional, contagiado por la ola migratoria que se ha venido dando en nuestro país. Este hecho se presenta sobre todo en un alto porcentaje en San Isidro de Patulú y La Providencia con un 50%; San Andrés y San Gerardo 10%; seguidos por las parroquias de Valparaíso y Guanando con un 40%, la parroquia de Ilapo con el 20% y Santa fe de Galán con un 10%, estas parroquias han sido fuertemente afectadas por la caída de ceniza del Volcán Tungurahua.

Los flujos migratorios por trabajo se dirigen a determinadas ciudades o regiones del país, así tenemos que el 29% de la gente emigra a Riobamba, 25% se dirige a Quito, el 21% a Guayaquil, el 13% al Oriente, y porcentaje igual al 4% se dirige a las ciudades de Cuenca, Ambato y a la región Insular. Cuando la gente del cantón se dirige al exterior prefiere como destino de trabajo España con un 57%; Italia con 29%; y Estados Unidos con un 14%.

Las actividades desarrolladas por la gente emigrante tienen relación con sus actividades de origen y sus conocimientos adquiridos, existiendo diferencias en los trabajos realizados por hombres y mujeres; los hombres trabajan en la agricultura un 26%; en la construcción un 26%, como transportistas un 9%; el trabajo que realizan las mujeres se relacionan con los servicios domésticos en un 17% al igual que la comercialización 17% y la actividad agroindustrial es indistinta en un 4%.

- Actividad comercial

A Guano se le ha denominado la “Capital Artesanal” del Ecuador, este es uno de los aspectos que tradicionalmente ha provocado la visita de gran número de turistas, los mismos que acuden a Guano en búsqueda de artículos de cuero, de las conocidas alfombras de Guano y prendas de vestir.

Dentro de las actividades productivas del cantón, podemos mencionar al sector artesanal, como generador de ingresos económicos sobre todo en las parroquias La Matriz y El Rosario siendo el casco comercial en la zona urbana, en el mismo se concentra la planta turística considerado también un promotor de fuentes de empleo y parte de la cadena de valor turístico, ya que los turistas al llegar a Guano, no solo visitan sus atractivos sino también se divierten, se alimentan, compran recuerdos, artesanías, es decir existe un movimiento económico.

El sector alfombrero tuvo su auge en la década de los 80, actualmente existe contados telares tradicionales los mismos que exponen sus productos cada día así como también participan en ferias nacionales e internacionales. Las demás actividades artesanales como la confección de ropa y calzado se mantienen muchas de ellas seleccionan su mercado a nivel local y nacional siendo su canal de comercialización directo, otras actividades como las artesanías de cabuya se han ido convirtiendo en un recuerdo, la tecnología y el uso de fibras sintéticas como el plástico dejaron atrás el arduo proceso de transformación de la materia prima como era la cabuya, en la localidad de San Pablo, aún se mantiene la tradición artesanal en piedra y en San Gerardo el proceso artesanal de la totora.

Asimismo existen otras actividades comerciales que se dirigieron a nuevos emprendimientos como la gastronomía turística, el comercio, el transporte, o el comercio formal e informal dentro y fuera del cantón.

Cuadro N°43. Locales comerciales y artesanales del cantón Guano

| NOMBRE | ARTÍCULOS QUE OFRECE |
|----------------------------------|--|
| Alfombras Tingo | Alfombras, rodapiés |
| Alfombras Allauca | Alfombras, rodapiés, alpacas |
| Alfombras Allauca Pancho Jr. | Alfombras, rodapiés |
| Alfombras la Guaneñita | Alfombras, rodapiés, chompas y artesanías |
| Alfombras Pancho | Alfombras, chompas de cuero, alpacas |
| Almacén Ciudad de las Fuentes | Alfombras, alpacas, tapices y suéteres |
| Artesanías Bummen | Artesanías en balsa, tagua, madera dura, cuero |
| Artesanías San Pedro | Alfombras, rodapiés, chompas, artesanías |
| Calzado Belén | Calzado |
| Calzado Espinoza | Calzado |
| Calzado Guijarro | Calzado |
| Calzado Jefferson | Calzado |
| Calzado Marielita | Calzado, artículos de cuero |
| Centro Comercial Zela Altamirano | Alfombras, chompas de cuero y tela, artesanías |
| Chompas Altamirano | Chompas |
| Chompas Cespat | Chompas |
| Creaciones Jhorman Sports | Chompas |
| Creaciones Lucy's | Chompas de cuero |

| | |
|-----------------------------|------------------------------|
| Creaciones Marielita | Chompas, artículos de cuero |
| El Alce | Artículos de cuero |
| Centro Artesanal Gato Negro | Artículos de cuero |
| La Casa de las Alfombras | Alfombras, rodapiés, alpacas |
| Las mejores alfombras | Alfombras, rodapiés, alpacas |
| Tenería Romero | Artículos de cuero |

Fuente: Cámara Artesanal de Guano

Autor: Francisco Ordóñez

- Desarrollo actual de turismo en la zona

El Cantón Guano en sus parroquias urbanas El Rosario y La Matriz se constituye destino turístico por sus atractivos naturales y culturales, ofrece al turista nacional y extranjero las tradicionales alfombras, las ruinas arqueológicas, gastronomía, sitios de esparcimiento.

El componente económico productivo turístico que mayor cantidad de puestos de trabajo genera en la población urbana son bares y restaurantes. Desde hace casi 50 años Guano se convirtió de forma silenciosa y lenta en destino turístico con relativa importancia para la provincia de Chimborazo. Entre los principales atractivos turísticos se encuentran los nevados del Chimborazo y el Carihuairazo, el Altar y el mismo Tungurahua, que están equidistantes de la cabecera cantonal, que se volvió famosa por sus artesanías y atractivos culturales como la momia de Guano, las ruinas arqueológicas, y más recientemente la gastronomía local.

En la actualidad una actividad de importancia vinculada con el turismo interno, y que genera muchos puestos de trabajo, son las picanterías, panaderías, bares y restaurantes, que se encuentran asociados en gran número y, según sus propias declaraciones, son el único sector en expansión del cantón.

A Guano se le ha denominado la “capital artesanal” del Ecuador, por lo que provoca una visita de gran número de turistas, que acuden a Guano en busca de artículos de cuero y de las conocidas alfombras de Guano (producidas principalmente para la exportación). A pesar de lo señalado, hoy de eso sólo queda la fama, pues ya no hay más que contados productores de estos rubros, que han sobrevivido debido a mecanismos extraordinarios.

Entre los principales atractivos turísticos se encuentra el balneario Los Elenes, famoso por sus aguas termales, hoy en reconstrucción, y que tendrá un enorme potencial en un futuro cercano, ya que podría dinamizar toda la actividad turística; de allí que su ejecución es estratégica para el cantón.

También se pueden mencionar el Paseo de los Monolitos, que contiene figuras talladas en piedra (un pez, una vasija y la cara de un inca), y el templo de la virgen Inmaculada, visitado por un gran número de turistas nacionales y extranjeros, sobre todo en diciembre. Con la reactivación de la actividad freática y eruptiva del volcán Tungurahua se posibilitó que varios cerros de la parroquia de Ilapo sean ampliamente visitados, ya que desde los ellos se observaban las bocanadas de humo, fuego y ceniza que arroja el volcán.

De la llegada de turistas nacionales como extranjeros, solamente se ve beneficiada en gran medida la parte centro urbana del cantón, lo que no ocurre con las zonas suburbanas y peor aún con la zona rural donde la presencia de turistas es casi nula a excepción de la parroquia San Andrés, por poseer un reliquia religiosa (iglesia) y el Nevado Chimborazo. Esto debido al desconocimiento de los atractivos turísticos.

b) Evaluación del potencial turístico

i. Atractivos naturales y culturales de la parroquia La Matriz cantón Guano

Cuadro N°44. Atractivos naturales y culturales de la parroquia La Matriz cantón Guano

| NOMBRE | CATEGORÍA | TIPO | SUBTIPO | LOCALIZACIÓN Latitud - Longitud | ALTITUD | JERARQUÍA |
|-------------------------------------|----------------------------|---|------------------------|--|----------------|------------------|
| BALNEARIO LOS ELENES | SITIOS NATURALES | AGUAS SUBTERRÁNEAS | AGUAS MINERALES | LA MATRIZ 9821018 - 766064 | 2586 | II |
| MIRADOR ENTRADA DE GUANO | SITIOS NATURALES | MONTAÑAS | CORDILLERA | GUANO 9822042 - 762727 | 2834 | I |
| IGLESIA LA INMACULADA | MANIFESTACIONES CULTURALES | HISTÓRICAS | ARQUITECTURA RELIGIOSA | LA MATRIZ 9822112 - 763320 | 2676 | II |
| IGLESIA EL CARMEN | MANIFESTACIONES CULTURALES | ARQUITECTURA Y ESPACIOS URBANOS | ARQUITECTURA RELIGIOSA | LA MATRIZ 9822156 - 762030 | 2734 | II |
| MONUMENTOS | MANIFESTACIONES CULTURALES | REALIZACIONES ARTÍSTICAS CONTEMPORÁNEAS | ESCULTURAS | LA MATRIZ 9822503 - 762168 | 2758 | I |
| ARTESANÍAS EN CUERO Y TEJIDO | MANIFESTACIONES CULTURALES | ETNOGRAFÍA | TEJIDOS, CUEROS | LA MATRIZ 9822358 - 762115 | 2747 | II |

c) **Caracterización del Terreno.**

La propiedad está ubicada en la comunidad Pungal Santa Marianita, es un terreno de adquisición familiar que busca desarrollarlo ya que es un gran escenario paisajístico, donde se puede entrar en contacto con la madre tierra y todas sus bondades, proporcionando a quien la visita un ambiente de tranquilidad lejos de la bulliciosa y agitada ciudad.

El acceso a la propiedad se lo puede realizar mediante vía terrestre en cualquier tipo de transporte tomando la carretera Riobamba - Penipe, la vía se encuentra calificada como de primer orden.

2) Oferta Sustitutiva

Para la realización de la oferta sustitutiva se tomó como referencia las hosterías o establecimientos turísticos que brinden servicios de alojamiento y restaurante que se encuentren dentro de un rango de hasta 30 minutos de recorrido en automóvil, con relación al área de estudio, ya que son estratégicamente los más cercanos a la misma.

a) Nombre: Vulcano Green

Cuadro N°45. Competencia Centro Turístico Vulcano Green

| Tipo | Categoría | Tipo de Construcción | Clientes Anuales | Servicios | Capacidad Número/Plazas | Precio |
|----------------------------------|--|----------------------|--------------------------------|--------------------------|---------------------------------|----------|
| Hostería | | Hormigón | 7000 Recreación y Alimentación | - Alojamiento | - Restaurante (60 pax) | \$4.00 |
| | | Canto rodado | 1000 Hospedaje | - Alimentación | - Hotel (50 pax) | \$ 15.00 |
| | | Ladrillo-madera | | - Piscina (Sauna, turco) | - Piscina | |
| | | | | - Sala de recepciones | - Sala de recepciones (250 pax) | \$ 5.00 |
| Ubicación | Cantón Penipe, parroquia La Matriz | | | | | |
| Demanda | Nacional | | | | | |
| Forma de Comercialización | Telf: 032907215 Cel: 0995786752 volcanradio@hotmail.com | | | | | |
| Observaciones | Restaurante en construcción, no posee juegos infantiles y habitaciones simples, dobles y triples. | | | | | |
| Propietario | Ing. Gilberto Veloz | | | | | |

b) Santa Mónica

Cuadro N°46. Competencia Hostería Santa Mónica

| Tipo | Categoría | Tipo de Construcción | Clientes Anuales | Servicios | Capacidad Número/Plazas | Precio |
|----------------------------------|--|--------------------------------------|--------------------------------|---|---|-------------------------------------|
| Hostería | | Rústica Madera y piedra volcánica | 6000 Recreación y Alimentación | - Alojamiento - Alimentación - Piscina (Sauna, turco, hidromasaje) - Canchas Deportivas - Juegos Infantiles | - Restaurante (60 pax) - Hotel (25 pax) - Piscina (200 pax) | \$5.00 \$30.00 \$5.00 |
| Ubicación | Cantón Penipe, parroquia La Matriz sector el Guso | | | | | |
| Demanda | Nacional e internacional | | | | | |
| Forma de Comercialización | hoteriasantamonica.gimbo.com Redes sociales y Videos subidos al portal web a través de Youtube. | | | | | |
| Observaciones | La vía de entrada es de tercer orden, unos 2 km aproximadamente, las cabañas para hospedaje se encuentran en construcción. | | | | | |
| Propietario | Carlos Noboa | | | | | |

c) El Toril

Cuadro N°47. Competencia Hostería El Toril

| Tipo | Categoría | Tipo de Construcción | Clientes Anuales | Servicios | Capacidad Número/Plazas | Precio |
|----------------------------------|---|-------------------------------|---|---|---|---------------------------------------|
| Hostería | | Hormigón Madera y ladrillo | 6500 Recreación y Alimentación 800 Hospedaje | - Alojamiento - Alimentación - Canchas Deportivas - Juegos Infantiles - Piscina - Spa (sauna, turco e hidromasaje) | - 32 habitaciones (130 pax) -Restaurante (65 pax) -Piscina (Sauna, Turco, Hidromasaje) 100 pax | \$30.00 \$ 8.00 \$ 5.00 |
| Ubicación | Cantón Riobamba, km 1 vía Penipe-Baños | | | | | |
| Demanda | Nacional e Internacional | | | | | |
| Forma de Comercialización | Telf: 03234440 – 032372029 - 0985411624 www.hosteriatoril.com infohosteriatoril@gmail.com | | | | | |
| Observaciones | El establecimiento se encuentra compartiendo el mismo espacio físico con un Hospital | | | | | |
| Propietario | | | | | | |

d) Quinta Aidita

Cuadro N°48. Competencia Hostería Quinta Aidita

| Tipo | Categoría | Tipo de Construcción | Clientes Anuales | Servicios | Capacidad Número/Plazas | Precio |
|----------------------------------|---|----------------------|----------------------|--|-------------------------|----------|
| Hostería | Primera | Mixta | Hospedaje (810 pax) | - Alojamiento | - Hospedaje (100 pax) | \$74.00 |
| | | | Piscina 6000 pax | - Piscina | - Recepciones (620 pax) | \$ 18.00 |
| | | | Recepciones 2400 pax | - Canchas Deportivas - Karaoke - Salones de recepciones - Juegos infantiles - Gimnasio | - Piscina | \$ 5.00 |
| Ubicación | Cantón Guano, parroquia La Matriz, barrio San Roque Marcos Montalvo 919 | | | | | |
| Demanda | Nacional e internacional | | | | | |
| Forma de Comercialización | 032901727 – 032901728 - 032901724 hosteriaquintaaidita@hotmail.com | | | | | |
| Propietario | Aida Mosquera Chávez | | | | | |

e) Vista Hermosa

Cuadro N°49. Competencia Hostería Vista Hermosa

| Tipo | Categoría | Tipo de Construcción | Clientes Anuales | Servicios | Capacidad Número/Plazas | Precio |
|----------------------------------|---|------------------------------------|-----------------------------------|--|-------------------------|----------|
| Hostería | Primera | Mixta Hormigón armado madera | 2080 Recreación y Alimentación | - Alojamiento | - Hospedaje | \$ 17.00 |
| | | | 100 Hospedaje | - Alimentación - Canchas Deportivas - Piscina (Sauna, turco, hidromasaje) | - Piscina | \$ 6.00 |
| Ubicación | Cantón Guano, barrio San Roque | | | | | |
| Demanda | Nacional e internacional | | | | | |
| Forma de Comercialización | 032900143 – 0352900287 pattyaviles0303@hotmail.com www.hosteriavistahermosa.com | | | | | |
| Observaciones | El restaurante está ya casi fuera de funcionamiento y el hospedaje solo en feriados 12 pax. | | | | | |
| Propietario | Miryan Castillo Avilés | | | | | |

f) Karen Estefanía

Cuadro N°50. Competencia Hostería Karen Estefanía

| Tipo | Categoría | Tipo de Construcción | Clientes Anuales | Servicios | Capacidad Número/Plazas | Precio |
|----------------------------------|--|------------------------------------|-----------------------------------|--|-------------------------|----------|
| Hostería | Primera | Mixta Hormigón armado madera | 4500 Recreación y Alimentación | - Alojamiento | - Hospedaje (40 pax) | \$ 15.00 |
| | | | 200 Hospedaje | - Alimentación | - Restaurante | \$ 7.00 |
| | | | | - Canchas Deportivas | - Piscina | \$ 5.00 |
| | | | | - Piscina (Sauna, turco, hidromasaje) | | |
| | | | | - Salón de recepciones | | |
| Ubicación | Cantón Guano Esmeraldas 161 y Asunción | | | | | |
| Demanda | Nacional e internacional | | | | | |
| Forma de Comercialización | 03290040 Videos subidos al portal web a través de Youtube | | | | | |
| Observaciones | | | | | | |
| Propietario | Ulloa Hernández Alicia Margarita | | | | | |

g) Abraspungo

Cuadro N°51. Competencia Hostería Abraspungo

| Tipo | Categoría | Tipo de Construcción | Clientes Anuales | Servicios | Capacidad Número/Plazas | Precio |
|----------------------------------|---|---------------------------------|---|--|---|--------------------------|
| Hostería | Primera | Mixta Madera y piedra de río | 500 recreación y alimentación 7769 Hospedaje | - Alojamiento - Alimentación - Canchas Deportivas - Piscina (Sauna, turco, hidromasaje) - Salón de recepciones | - Hospedaje (37 pax) - Restaurante | \$ 60.00 \$ 12.00 |
| Ubicación | Km 3 y medio vía Riobamba – Guano | | | | | |
| Demanda | Nacional e internacional | | | | | |
| Forma de Comercialización | 032364274 – 032364277 - 0997683450 info@haciendaabrapungo.com www.haciendaabrapungo.com | | | | | |
| Propietario | César Valdivieso | | | | | |

3) Oferta Complementaria

Para la realización de la oferta complementaria se tomó como referencia los establecimientos turísticos que brinden servicios de alimentación y esparcimiento que se encuentren en el cantón Guano, ya que son estratégicamente los más cercanos del sitio de estudio.

Cuadro N°52. Oferta Complementaria

| NOMBRE | TIPO DE ACTIVIDAD | CATEGORÍA | ACTIVIDAD TURÍSTICA |
|----------------------------|--------------------------|------------------|----------------------------|
| Tu punto de encuentro | Bar | Tercera | Comidas y bebidas |
| Karaoke cositas le hacemos | Bar | Tercera | Comidas y bebidas |
| Karaoke Cali calor | Bar | Tercera | Comidas y bebidas |
| Próximo nivel | Bar | Tercera | Comidas y bebidas |
| El Edén | Bar | Tercera | Comidas y bebidas |
| Mokacchino | Fuente de soda | Tercera | Comidas y bebidas |
| La pradera | Fuente de soda | Tercera | Comidas y bebidas |
| Oasis | Fuente de soda | Tercera | Comidas y bebidas |
| La playita | Fuente de soda | Tercera | Comidas y bebidas |
| Santa Teresita | Fuente de soda | Tercera | Comidas y bebidas |
| San Juan loma | Restaurante | Segunda | Comidas y bebidas |
| La posada | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |
| Que delicia | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |
| Rica fritada | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |
| Palacio de los chorizos | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |
| Trini Pillauti | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |
| Fritadería Guijarro | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |
| Danny's | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |
| La casa de Fernando | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |

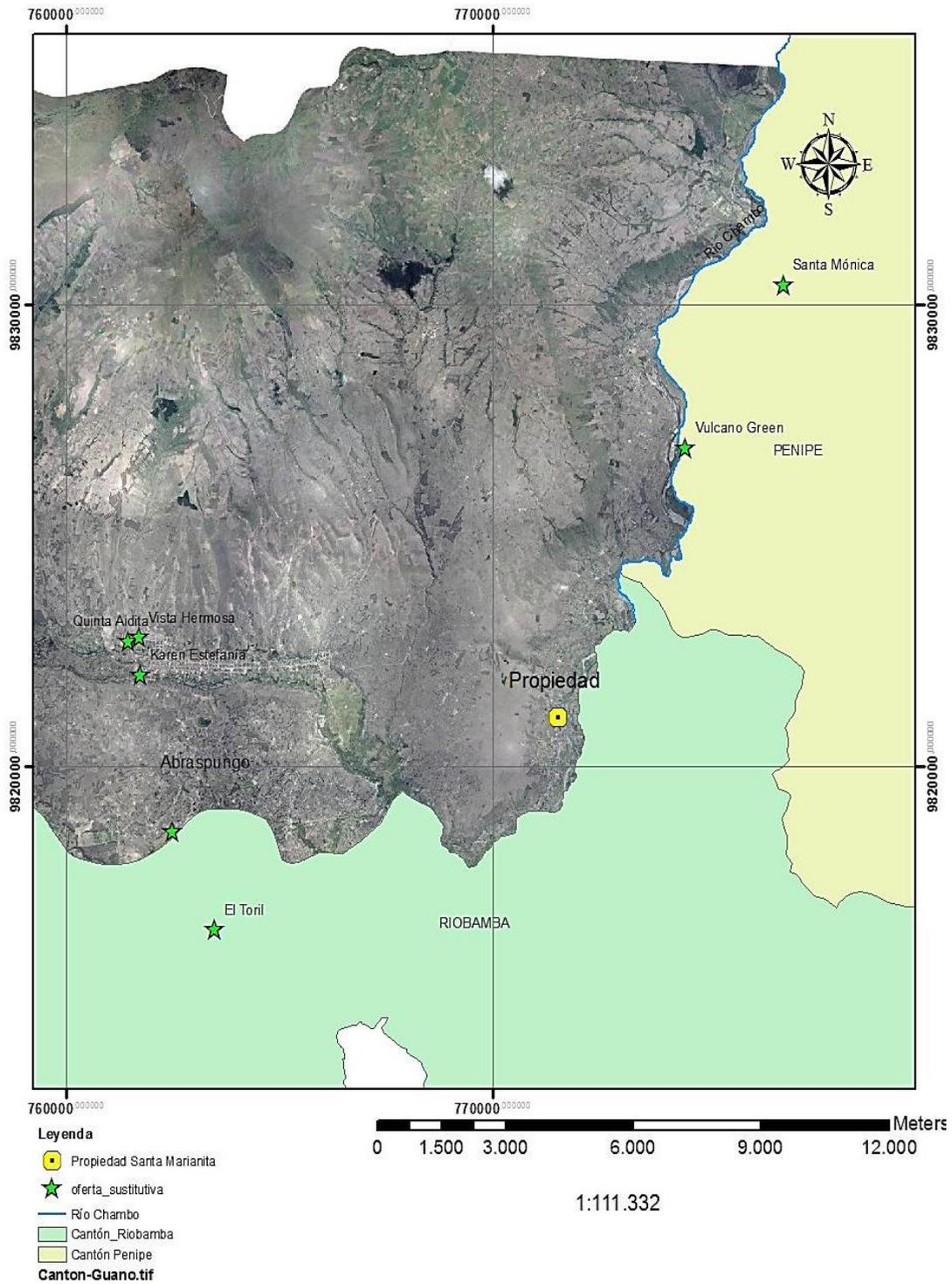
| | | | |
|---------------------|-------------|---------|--|
| Jafaima | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |
| Rico pollo | Restaurante | Tercera | Comidas y bebidas |
| Aquí me quedo | Restaurante | Cuarta | Comidas y bebidas |
| Carmita | Restaurante | Cuarta | Comidas y bebidas |
| La posada | Restaurante | Cuarta | Comidas y bebidas |
| Guaneñita 1 | Restaurante | Cuarta | Comidas y bebidas |
| Guaneñita 2 | Restaurante | Cuarta | Comidas y bebidas |
| La fuente | Restaurante | Cuarta | Comidas y bebidas |
| American Disco Club | Discoteca | Segunda | Recreación, diversión y esparcimiento. |

Fuente: Catastro de establecimientos turísticos de la provincia de Chimborazo

Elaborado Por: Ministerio de Turismo.

4) Mapa de la Oferta Turística

Gráfico N°29. Oferta Turística



4) Resultados de la oferta Turística

a) Oferta potencial para alimentación y recreación

Se proyectó la oferta potencial para la alimentación, recreación y piscina-spa mediante la fórmula del interés compuesto, se obtuvo para el año 2013, 34480 turistas cuyo resultado se obtuvo de la suma de los clientes anuales que se reportaron en las fichas establecidas en la oferta sustitutiva.

Cuadro N° 53. Oferta potencial proyectada para alimentación y recreación

| AÑO | OFERTA POTENCIAL |
|------------|-------------------------|
| 2013 | 34480 |
| 2014 | 36721 |
| 2015 | 39108 |
| 2016 | 41650 |
| 2017 | 44357 |
| 2018 | 47241 |

b) Oferta potencial para el hospedaje.

Se proyectó la oferta potencial para el hospedaje mediante la fórmula del interés compuesto, se obtuvo para el año 2013, 10079 turistas cuyo resultado se obtuvo de la suma de los datos que se reportaron en las fichas establecidas en la oferta sustitutiva.

Cuadro N°54. Oferta potencial proyectada para el hospedaje.

| AÑO | OFERTA POTENCIAL |
|------------|-------------------------|
| 2013 | 10079 |
| 2014 | 10734 |
| 2015 | 11432 |
| 2016 | 12175 |
| 2017 | 12966 |
| 2018 | 13809 |

c. Confrontación Oferta-Demanda**1) Demanda insatisfecha proyectada****Cuadro N°55. Demanda insatisfecha proyectada para alimentación y recreación**

| AÑO | DEMANDA POTENCIAL | OFERTA POTENCIAL | DEMANDA INSATISFECHA |
|------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| 2013 | 73577 | 34480 | 39097 |
| 2014 | 78360 | 36721 | 41638 |
| 2015 | 83453 | 39108 | 44345 |
| 2016 | 88877 | 41650 | 47227 |
| 2017 | 94654 | 44357 | 50297 |
| 2018 | 100807 | 47241 | 53566 |

Cuadro N°56. Demanda insatisfecha proyectada para hospedaje.

| AÑO | DEMANDA POTENCIAL | OFERTA POTENCIAL | DEMANDA INSATISFECHA |
|------------|--------------------------|-------------------------|-----------------------------|
| 2013 | 73577 | 10079 | 63498 |
| 2014 | 78360 | 10734 | 67625 |
| 2015 | 83453 | 11432 | 72021 |
| 2016 | 88877 | 12175 | 76702 |
| 2017 | 94654 | 12966 | 81688 |
| 2018 | 100807 | 13809 | 86998 |

2) Demanda objetivo proyectada

Para la demanda objetivo se tomó el 20% de la demanda insatisfecha para alimentación y recreación ya que es la expectativa generada para el funcionamiento del proyecto turístico, además se consideró el 10% para el servicio de hospedaje.

Cuadro N°57. Demanda objetivo proyectada para alimentación y recreación

| AÑO | DEMANDA INSATISFECHA | DEMANDA OBJETIVO 20% |
|------------|-----------------------------|-----------------------------|
| 2013 | 39097 | 7819 |
| 2014 | 41638 | 8328 |
| 2015 | 44345 | 8869 |
| 2016 | 47227 | 9445 |
| 2017 | 50297 | 10059 |
| 2018 | 53566 | 10713 |

Cuadro N°58. Demanda objetivo proyectada para el hospedaje.

| AÑO | DEMANDA INSATISFECHA | DEMANDA OBJETIVO 10% |
|------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 2013 | 63498 | 6350 |
| 2014 | 67625 | 6763 |
| 2015 | 72021 | 7202 |
| 2016 | 76702 | 7670 |
| 2017 | 81688 | 8169 |
| 2018 | 86998 | 8700 |

B. DETERMINAR LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

1. Planificación y diseño técnico de la infraestructura turística

a. Localización del proyecto

1) Macro localización

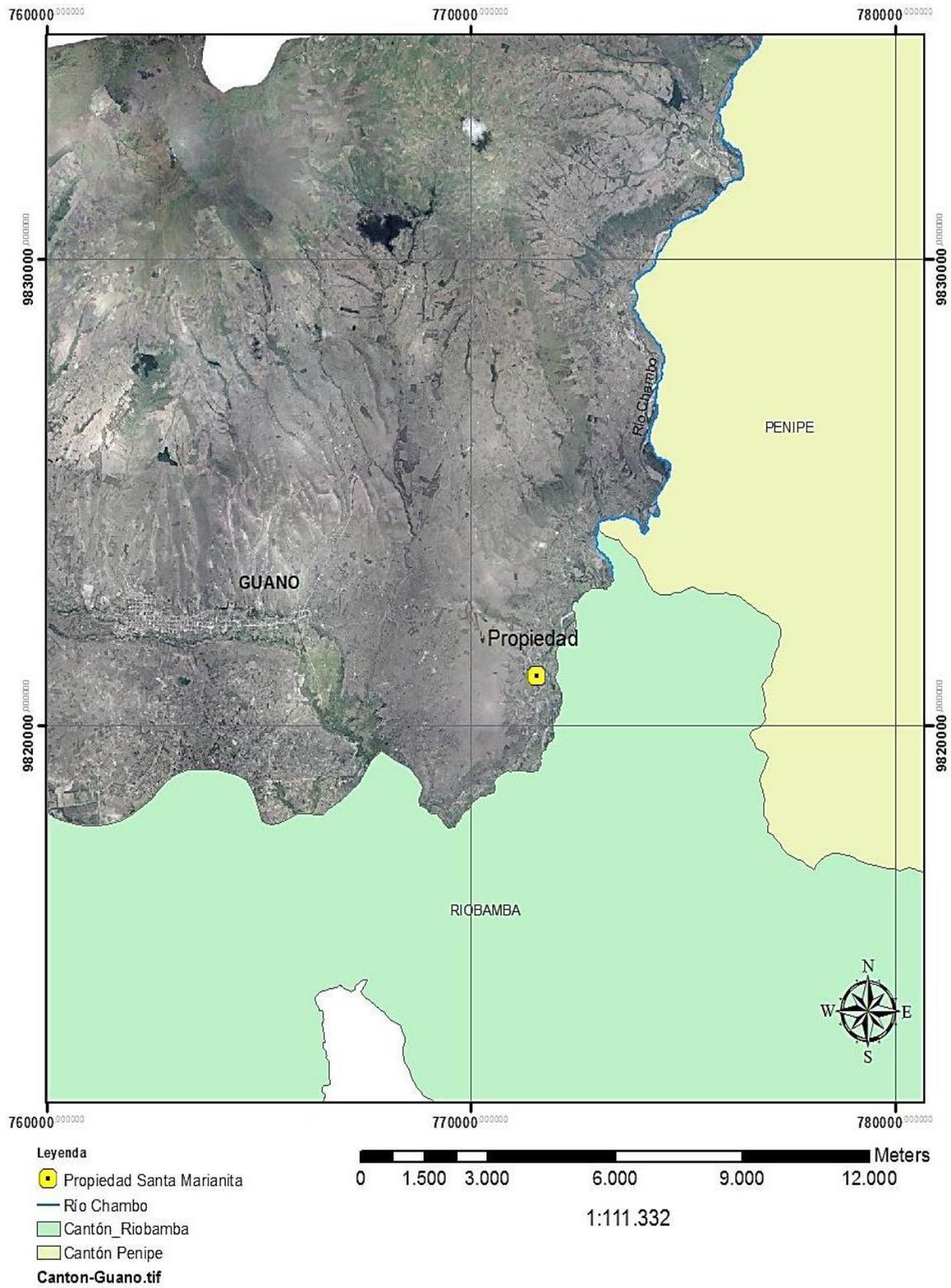
El presente proyecto se realizará en: País: Ecuador, Provincia: Chimborazo, Cantón: Guano, Parroquia: La Matriz, Comunidad: Pungal Santa Marianita a 12 km de ciudad de Riobamba.

2) Micro localización

El presente proyecto se desarrollará en la Comunidad Pungal Santa Marianita, de la parroquia urbana la Matriz del cantón Guano corresponde a las siguientes coordenadas (UTM 17) 771548 de longitud Este, (UTM 17) 9821053 de latitud Norte y 2483 m.s.n.m. de altitud; en la vía Riobamba-Penipe.

A continuación se detalla en **el mapa N° 3** la ubicación del terreno donde se pretende implementar la hostería:

Gráfico N°30. Ubicación de la propiedad



b. Tamaño del proyecto

1) Número de clientes proyectado

El tamaño de la empresa estará determinado por la demanda objetivo equivalente al 20% de la demanda insatisfecha de alimentación y recreación y el 10 % para la demanda insatisfecha del hospedaje ya que es la expectativa inicial para el funcionamiento del proyecto turístico. Se proyectó para los 5 años posteriores a la operación de la empresa dividiéndolos en cantidades anuales, mensuales, semanales y diarias.

Cuadro N°59. Número de clientes proyectados para alimentación y recreación.

| AÑO | ANUAL | DIARIO | SEMANAL | MENSUAL |
|------|-------|--------|---------|---------|
| 2013 | 7819 | 21 | 150 | 652 |
| 2014 | 8328 | 23 | 160 | 694 |
| 2015 | 8869 | 24 | 170 | 739 |
| 2016 | 9445 | 26 | 181 | 787 |
| 2017 | 10059 | 28 | 193 | 838 |
| 2018 | 10713 | 29 | 205 | 893 |

Cuadro N°60. Número de clientes proyectado para el hospedaje

| AÑO | ANUAL | DIARIO | SEMANAL | MENSUAL |
|------|-------|--------|---------|---------|
| 2013 | 6350 | 17 | 122 | 529 |
| 2014 | 6763 | 19 | 130 | 564 |
| 2015 | 7202 | 20 | 138 | 600 |

| | | | | |
|------|------|----|-----|-----|
| 2016 | 7670 | 21 | 147 | 639 |
| 2017 | 8169 | 22 | 157 | 681 |
| 2018 | 8700 | 24 | 167 | 725 |

Gracias a estos resultados podemos prever que en el primer año de funcionamiento habrá una capacidad de 23 clientes para alimentación y recreación; y para el hospedaje tendremos 19 clientes los cuales acudirán diariamente a la empresa.

2) Terreno

La adquisición del terreno será un aporte familiar, el espacio destinado para el levantamiento y puesta en marcha del presente proyecto será de una superficie de 5000m².

c. Tipología de la construcción

Para el factor constructivo se aplicó el modelo de sismo resistencia y utilizando materiales vernaculares se planteará una estructura de tipo rústica mezclando materiales como la madera y la piedra, los cuales tienen una relación directa con las características climáticas de la zona, brindando de esta manera el confort y satisfacción de nuestros clientes y procurando siempre la mantención de los materiales utilizados en dicha construcción.

Las características climáticas y materiales se describen a continuación:

1) Condiciones Ambientales

La altitud del territorio del cantón Guano varía desde los 2280 m.s.n.m. en la Comunidad Cahujá Bajo, parroquia Guanando, hasta los 6310 m.s.n.m. (nevado del Chimborazo), parroquia San Andrés. Este fenómeno permite que en el cantón se registren temperaturas que oscilan desde bajo 0°C (nevado Chimborazo) hasta los 28,3°C en los meses más calurosos.

a) Tipos de Climas

Nivel frío seco de alta montaña.- Se ubica sobre los 4 000 m de altura. La temperatura media anual es inferior a 4 °C y depende de la altitud, la precipitación anual esta sobre los 2000 mm y varía según la altitud y exposición.

Ecuatorial de alta montaña.- En las montañas la temperatura disminuye con la altitud, mientras que aumentan las precipitaciones, al menos hasta un cierto nivel altimétrico. La montaña, en este sentido, altera las características de la zona climática en la que se sitúa. Por este motivo, no se pueden establecer unos rasgos con validez universal que lo definan, aunque sus variedades climáticas son fácilmente reconocibles. Presenta una oscilación térmica inferior a los 12 °C y las precipitaciones, más abundantes en verano que en invierno, superan los 750 mm anuales. Este clima de alta montaña es el que predomina en el cantón.

Por último, tienen lugar a cambios micro climático causado por la acción antrópica. También la contaminación atmosférica de los núcleos urbanos provoca un aumento de la nubosidad media, modifica el régimen de lluvias, altera la circulación de los vientos y disminuye la radiación solar y la transparencia del aire.

Ecuatorial meso térmico semi-húmedo.- Otro clima del cantón es el meso térmico semi-húmedo. La precipitación anual es de 550 a 2.000 mm, tiene dos estaciones lluviosas que oscilan entre febrero-mayo y octubre-noviembre. Este clima se encuentra sobre los 3 000m de altura. La temperatura media oscila entre 10 y 12 °C.

Ecuatorial meso térmico seco.- El clima mesodérmico seco se presenta en el fondo de los valles. Las temperaturas y la vegetación son las mismas que las del clima semi-húmedo. Las precipitaciones son inferiores a los 550 mm anuales. Las temperaturas medias anuales fluctúan entre 12 y 22 °C.

b) Precipitaciones

Las precipitaciones de mayor intensidad en el periodo de 1963 al 2005 alcanzaron los 695.9 mm, y la menor intensidad fue de 446.6 mm. La precipitación promedio anual en el mismo período fue de 240.8 mm. Se puede manifestar que los meses de menor temperatura y mayor nubosidad corresponden a los meses de mayor evaporación con un promedio de 23.50 mm.

c) Vientos

Los vientos predominantes son los que van en dirección NORDESTE – ESTE, en los meses de julio, agosto, septiembre, los mismos que poseen mayor velocidad. En general, a los vientos que se presentan en el cantón Guano se los puede considerar moderados.

d) Humedad Atmosférica

La humedad relativa existente en la zona es de 72% anual y es casi constante a lo largo de todo el año con variaciones entre el 69% y 77%.

c) Clasificación ecológica

En el cantón Guano, existen cuatro pisos ecológicos principales, de acuerdo a la clasificación ecológica de Holdridge (1967):

- Andino (más de 3.600 msnm),
- Montano superior o zona Sub andino (3.200 a 3.600 msnm)
- Montano inferior o zona andina (2.800-3.200 msnm).
- Montano Bajo (2.280 – 2800 msnm)

2) Tipo de Materiales

El Listado de materiales que se mencionan a continuación han sido analizados detenidamente para contrarrestar en parte los impactos causados por la construcción.

- a) Madera y sus derivados.
- b) Piedra, grava, arcilla (bloques de adobe), arena.
- c) Materiales que tiene algún proceso técnico:
 - i. Cemento para los morteros.

- ii. Hormigón (mezcla de cemento, arena, grava o ripio, agua).
- iii. Ladrillo (bloques de adobe o arcilla que se calienta a elevadas temperaturas, 900°C o más).
- iv. Vidrio (mezcla de arena de sílice, carbonato de sodio y caliza por fusión a 1500 °C).
- v. Azulejo o cerámica esmaltada (la arcilla se calienta a elevadas temperaturas, 900°C o más).
- vi. Acero (es la aleación de hierro y carbono) empleado para estructuras, ya sea por sí solo o con hormigón, formando entonces el hormigón armado.
- vii. Cobre, esencialmente en instalaciones de electricidad y fontanería.
- viii. Sintéticos, se usan como: aglomerantes, sellantes, impermeabilizantes, aislantes, o también en forma de pinturas, esmaltes, barnices y lasures. Entre ellos los más utilizados tenemos:
 - PVC o policloruro de vinilo, con el que se fabrican carpinterías y redes de saneamiento.
 - Acrílicos, derivados del propileno como el Metacrilato, que es un plástico en forma transparente para sustituir al vidrio.

2. Diseño Técnico arquitectónico

1) Programación para la hostería

Cuadro N°61. Programación para la hostería

| HOSTERIA | | | | |
|-----------------|-----------------|----------------------|-----------------|------------------------|
| Área | Sub-área | Descripción | Cantidad | Superficie (m2) |
| Administrativo | Gerencia | Oficina | 1 | 16,16 |
| Comercial | Recepción | Oficina | 1 | 32,31 |
| | Parqueadero | Zona de parqueo | 1 | 674,8 |
| Productiva | Recreación | Salón de juegos | 1 | 60,8 |
| | | Juegos infantiles | 1 | 152,45 |
| | | Áreas Verdes | 1 | 1306,85 |
| | | Cancha de futbol | 1 | 244,37 |
| | Spa-piscina | Sauna | 1 | 16,5 |
| | | Turco | 1 | 16,5 |
| | | Hidromasaje | 1 | - |
| | | Piscina | 1 | 54 |
| | | Servicios Higiénicos | 1 | 55,98 |
| | | Piso del área húmeda | 1 | 173,21 |
| | Restaurante | Comedor | 1 | 150,16 |
| | | Cocina | 1 | 37,12 |
| | | Bodega | 1 | 7,23 |
| | | Cuarto frío | 1 | 7,34 |

| | | | | |
|--|-------------|------------------------|---|--------|
| | | Servicio Higiénico | 1 | 19,92 |
| | Alojamiento | Suite | 2 | 108,58 |
| | | Dormitorio matrimonial | 4 | 126,15 |
| | | Dormitorio Triple | 4 | 137,57 |
| | | Gradas | 1 | 27,68 |

2) Diseño Arquitectónico

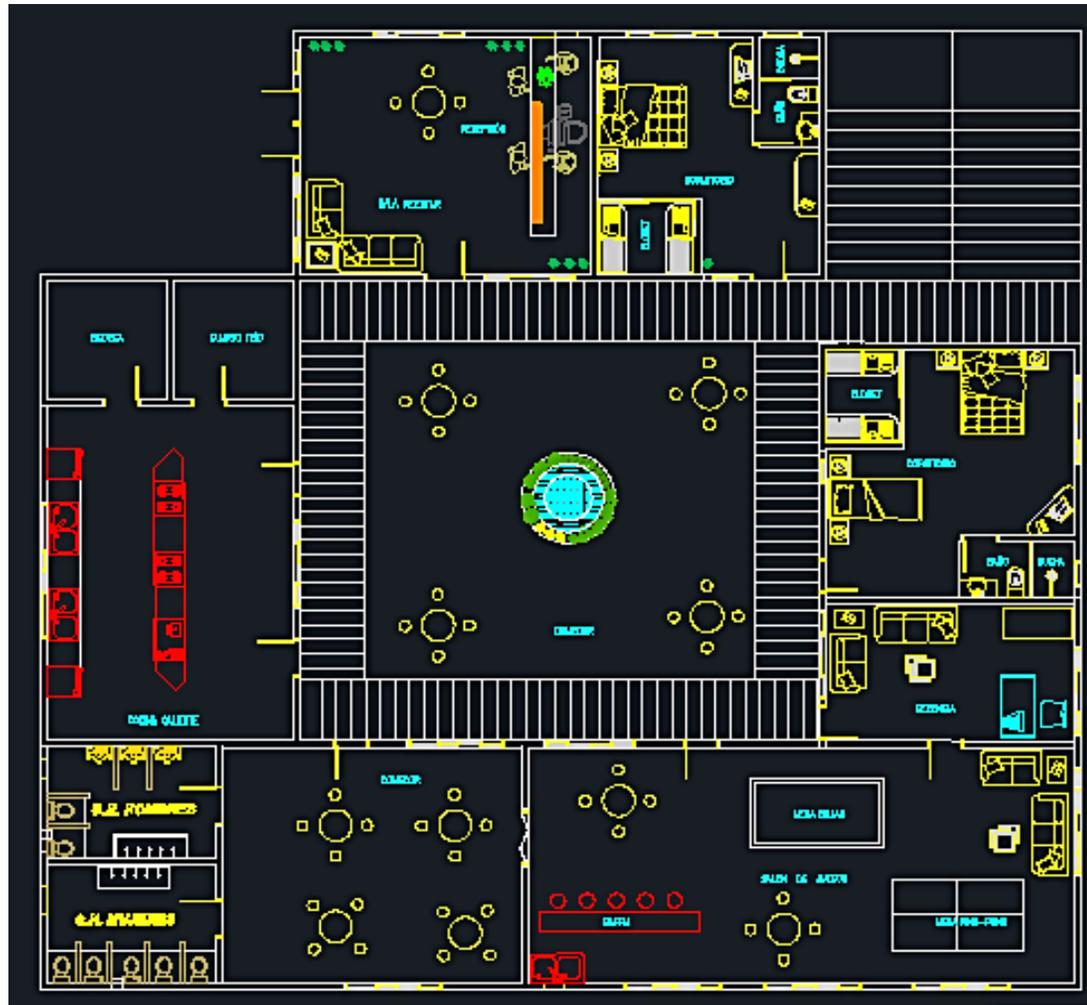
a) Planta arquitectónica

Gráfico N°31. Planta arquitectónica



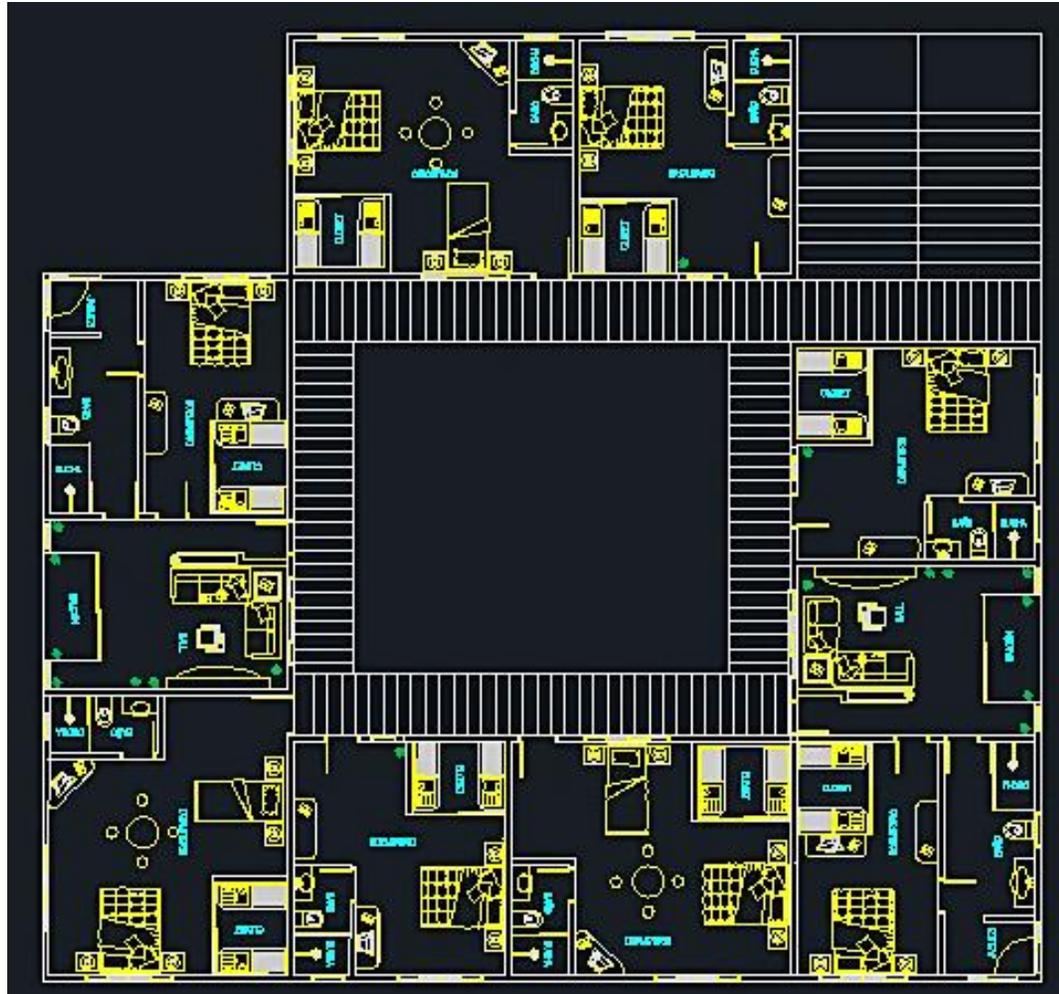
b) Primera planta

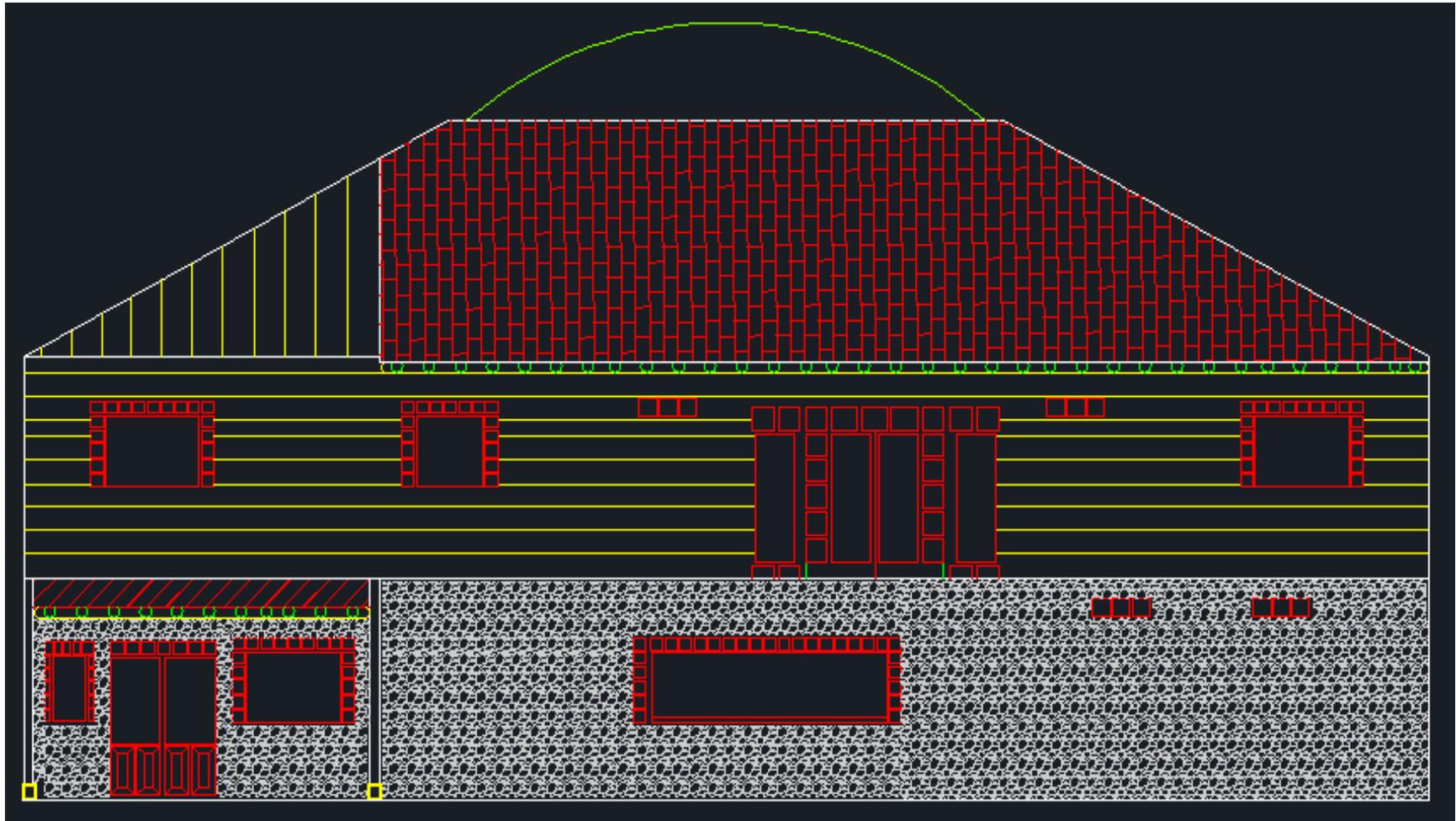
Gráfico N°32. Primera planta



c) Segunda planta

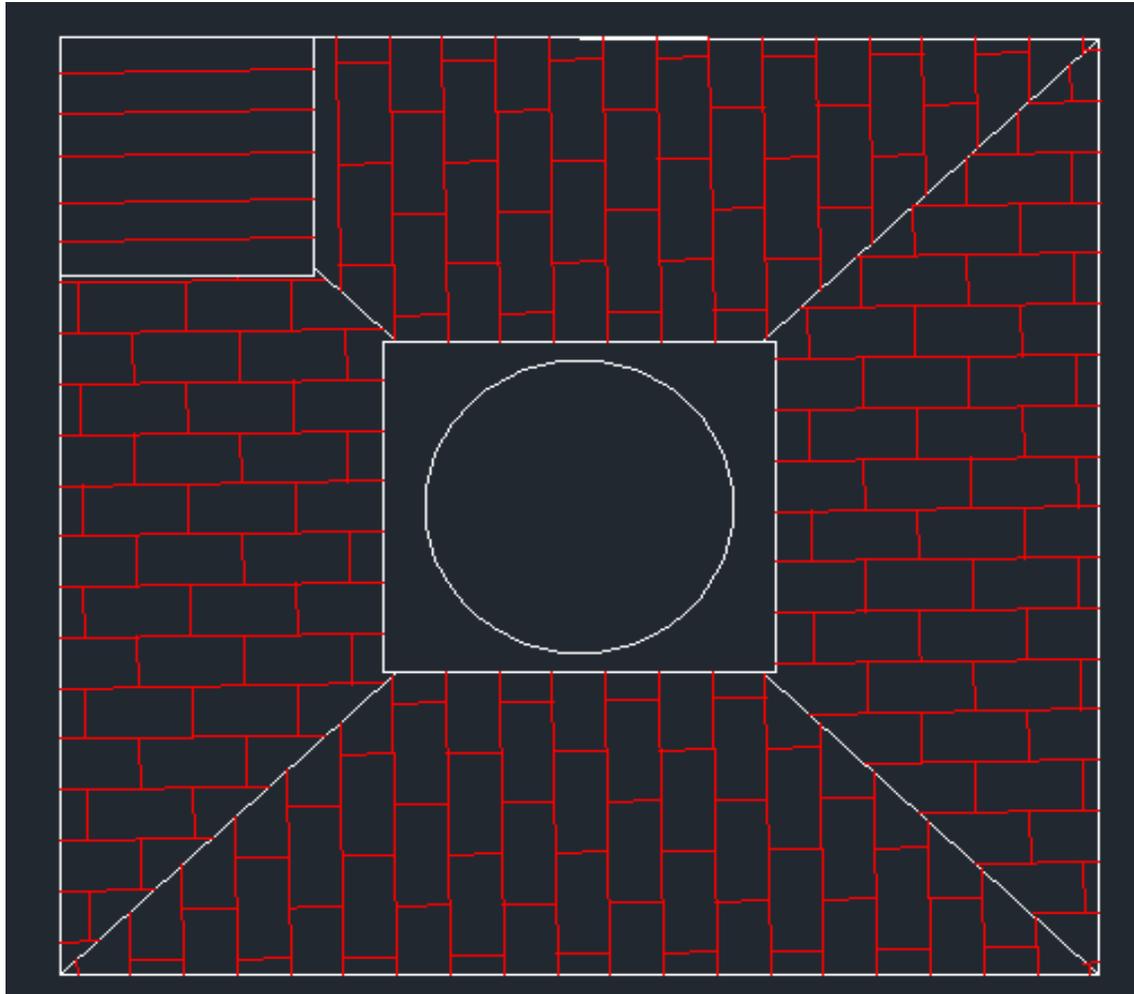
Gráfico N°33. Segunda planta



d) Fachada frontal**Gráfico N°34. Fachada frontal**

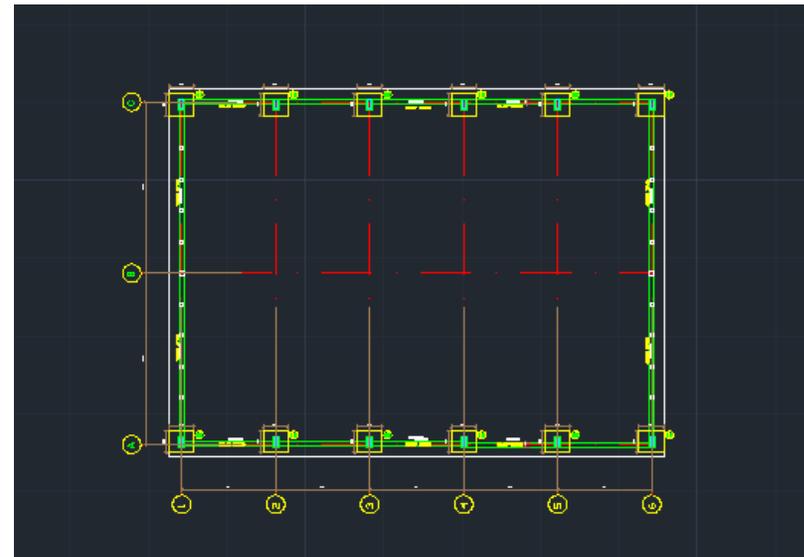
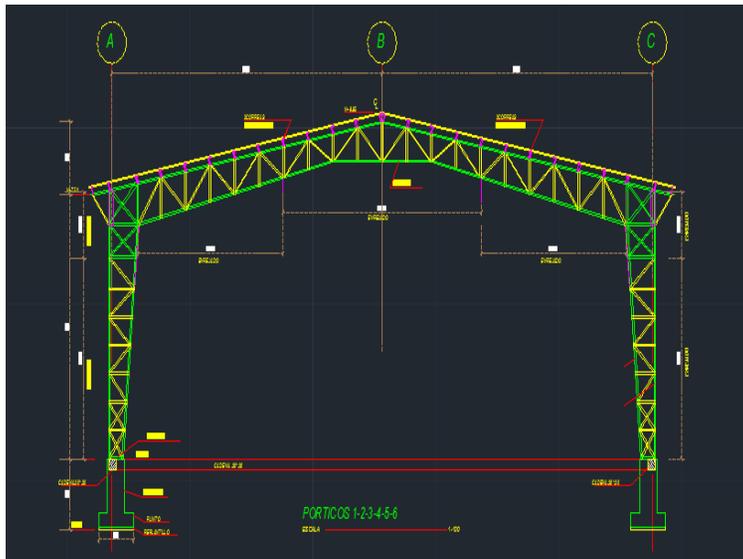
e) Vista Superior

Gráfico N°35. Vista superior



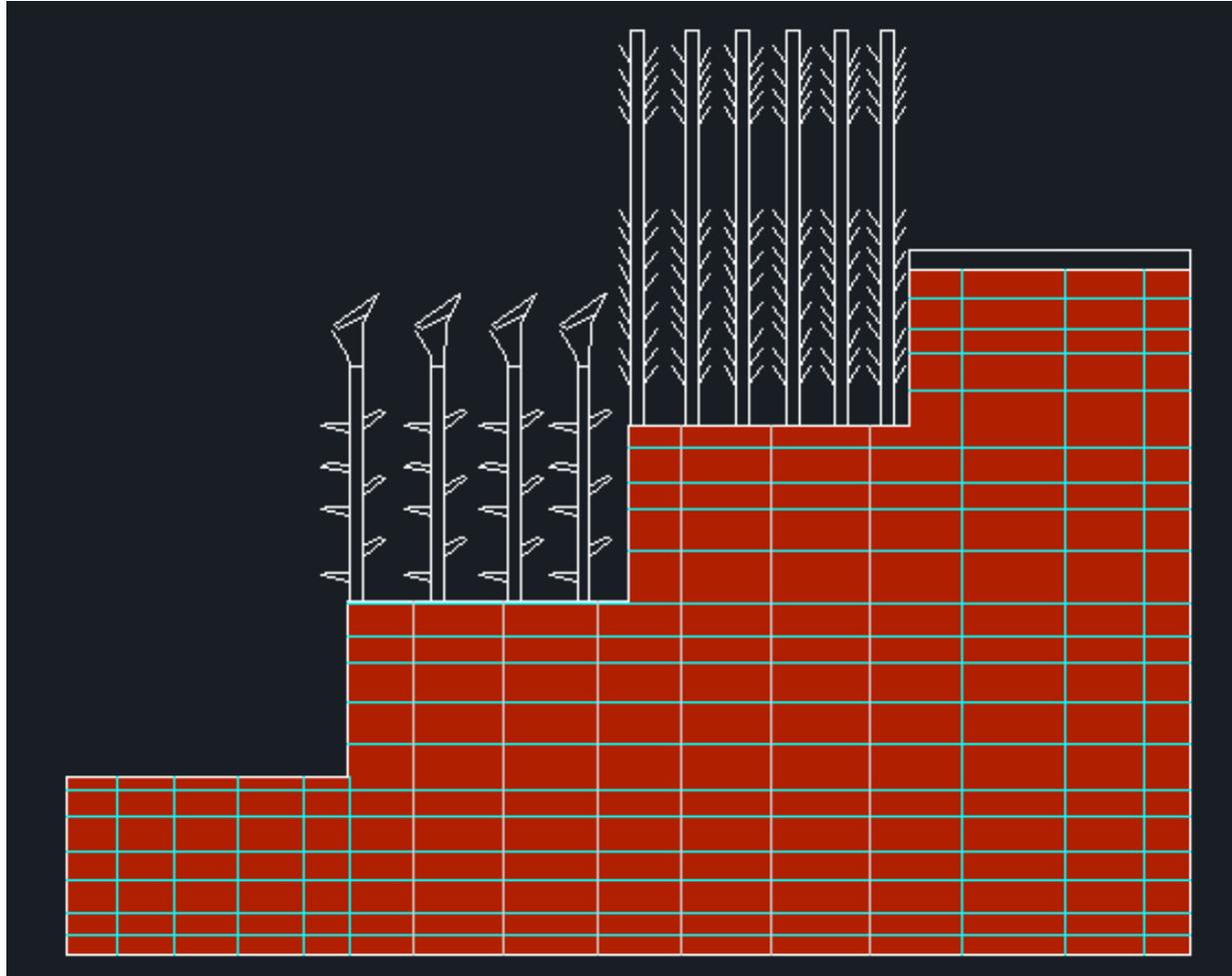
f) Detalle cubierta piscina de metal y policarbonato

Gráfico N°36. Detalle cubierta piscina de metal y policarbonato



g) Detalle de planta de tratamiento de aguas grises

Gráfico N°37. Detalle de planta de tratamiento de aguas grises



3) Distribución y características de la construcción

La hostería empleará madera y piedra en la mayoría de la obra civil, resaltando de esta manera elementos rústicos que complementarán el ambiente rural y natural del medio que se pretende obtener para nuestros turistas.

Poseen varias sub-áreas dentro de los 3432,86 m² de construcción, distribuidas uniformemente, siendo las siguientes:

a) Sub-área alojamiento: La distribución consiste en la construcción de 2 suites con dimensiones de 50,93 y 57,65 m² de superficie, su material principal es la madera, se encuentra marcada por dos ambientes, el uno que cuenta con una sala de estar y un balcón, y el segundo donde está la habitación con su respectivo closet y el baño con jacuzzi.

Son 4 habitaciones matrimoniales poseen una superficie de 31,5 m² en promedio cuentan con su closet y baño cada una.

Las habitaciones triples tienen una superficie aproximada de 34,5 m² tienen una cama matrimonial y una pequeña de plaza y media, con su closet y baño para cada una de las 4 habitaciones.

b) Sub-área restaurante: El restaurante posee 5 componentes empezando por un comedor con un área de 150,16 m² el mismo que cuenta con 8 mesas para 4 pax, la cocina con una superficie de 37,12 m² con dos lavaplatos y un mesón medio para la elaboración de los platos, la bodega con una superficie de 7,23m² y el cuarto frío 7,34 m² finalmente los servicios higiénicos tanto para damas como para caballeros con una superficie de 19,92 m².

c) **Sub-área recepción:** Construcción destinada para recibir las necesidades del cliente y apoyar a los funcionarios de la empresa, cuenta con un área de $32,31\text{m}^2$ en la que se encuentra la barra de atención al cliente y una pequeña sala de estar.

d) **Sub-área de parqueadero:** Espacio en el cual el cliente guardará los vehículos en la hostería y este contará con un área de $674,80\text{ m}^2$, el material a usar será el conocido como cascajo pómez y tendremos sitio para 22 automóviles.

e) **Sub-área de recreación:** En esta área se realizarán varias actividades en distintos ambientes los cuales a continuación se detalla:

- **Juegos de mesa:** Poseerá una mesa de billar, una mesa de pin pong, dos mesas para juegos de naipes y monopolio y una barra para la venta de cocteles, todo en un área de $60,8\text{ m}^2$.

- **Juegos infantiles:** Este espacio poseerá 2 sube y baja diseñados con madera incorruptible y acero más 3 juegos múltiples para niños, todo esto con una área de $152,45\text{m}^2$.

Áreas verdes: Esta área resaltará con la implementación de jardines cuyas plantaciones serán con especies de plantas nativas como: capulí, guarango, arrayán, quishuar, retama, romero y supirrosa, etc. Además de contar con espacio de césped mejorado y principalmente especies de rosas, que son las que le dan el nombre a la hostería. El total de esta área es de $1306,85\text{ m}^2$.

- **Cancha de futbol:** Contará con superficie de $244,37\text{ m}^2$ y será diseñada con césped natural en la que se incluye un graderío con cubierta capaz de unir a las familias para el deleite del deporte y salud de nuestros clientes.

f) Sub-área piscina spa: Este espacio constará con varios ambientes tales como sauna, turco, hidromasaje, piscina, servicios higiénicos y piso del área húmeda todo en un área de 316,19 m² protegido por una cubierta de metal y policarbonato.

g) Planta de tratamiento de aguas grises: Las aguas grises, pasarán por una planta que contiene 4 piscinas, la primera es donde se recolectan las aguas grises, las demás poseen un tipo diferente de plantas, que ayudan a limpiar y purificar el agua la misma que será reutilizada en el regadío de los jardines y áreas verdes de la hostería.

h) Sistema contra incendios: Obedeciendo a las normas y regulaciones vigentes, se contará con un extintor de incendios en cada planta.

i) Tratamiento y eliminación de basura: Se ubicarán **tachos de clasificación de basura**, sean estos con las opciones plástico, papel, desechos orgánicos y desechos inorgánicos.

Todos los desechos inorgánicos, serán llevados a Riobamba para su posterior desalojo en los basureros municipales, el plástico y papel serán entregadas a las plantas de reciclaje o a los recolectores de estos desechos, mientras que los desechos orgánicos por encontrarnos dentro de una zona ganadera se los utilizará como alabaza para la crianza de ganado porcino.

4) Rubro de la infraestructura turística.

Los siguientes rubros han sido evaluados según el metro cuadro de construcción siendo los elementos fundamentales los siguientes:

Cuadro N°62. Rubro de la infraestructura turística.

| HOSTERÍA LAS ROSAS | | | | | |
|---------------------------|--|---------------|-----------------|---------------------|---------------------|
| ITEM | DESCRIPCION | UNIDAD | CANTIDAD | PRECIO UNIT. | PRECIO TOTAL |
| 1 | Primera planta (madera y piedra) | m2 | 407,75 | 285,00 | 116208,75 |
| 2 | Segunda planta (piedra) | m2 | 350,31 | 360,00 | 126111,60 |
| 3 | Jacuzzi (2 personas) | U | 2 | 1400,00 | 2800,00 |
| 2 | Áreas verdes (plantas nativas y rosas) | m2 | 862,49 | 14,65 | 12635,48 |
| 3 | Piletas (piedra) | U | 1 | 125,3 | 125,30 |
| 4 | Parqueadero (cascajo pómez) | m2 | 674,8 | 8,45 | 5702,06 |
| 6 | Cancha de futbol (césped natural) | m2 | 196 | 22,55 | 4419,80 |
| 7 | Graderío con cubierta | m2 | 48,37 | 125,42 | 6066,57 |
| 8 | Servicios Higiénicos de la piscina | m2 | 55,98 | 365,2 | 20443,90 |
| 9 | Turco (hormigón armado) | m2 | 16,5 | 310,1 | 5116,65 |
| 10 | Sauna (hormigón armado y madera) | m2 | 16,5 | 298,12 | 4918,98 |
| 11 | Cubierta Piscina (metal y policarbonato) | m2 | 456,41 | 112,2 | 51209,20 |
| 12 | Piscina (ladrillo y poliuretano) | m2 | 54,00 | 105 | 5670,00 |
| 13 | Hidromasaje | U | 1 | 2375,00 | 2375,00 |
| 14 | Cuarto de Máquinas | m2 | 50,63 | 645 | 32656,35 |
| 15 | Piso Área húmeda (baldosa antideslizante) | m2 | 173,21 | 47,62 | 8248,26 |
| 18 | Césped (suelo mejorado) | m2 | 444,36 | 14,65 | 6509,87 |
| 22 | Sube y Baja (madera incorruptible y acero) | U | 1 | 289,00 | 289,00 |
| 24 | Juego múltiple 1 | U | 1 | 4500,00 | 4500,00 |

| | | | | | |
|----|------------------------------|----|-----|--------------|-----------|
| 25 | Juego múltiple 2 | U | 1 | 3200,00 | 3200,00 |
| 26 | Planta de Tratamiento Agua | m2 | 6,4 | 12,60 | 80,64 |
| 27 | Bomba de agua 3HP monofásico | U | 1 | 900,00 | 900,00 |
| 28 | Bomba de agua 1HP monofásico | U | 1 | 260,00 | 260,00 |
| | | | | TOTAL | 420447,41 |

3. Definición del proceso productivo.

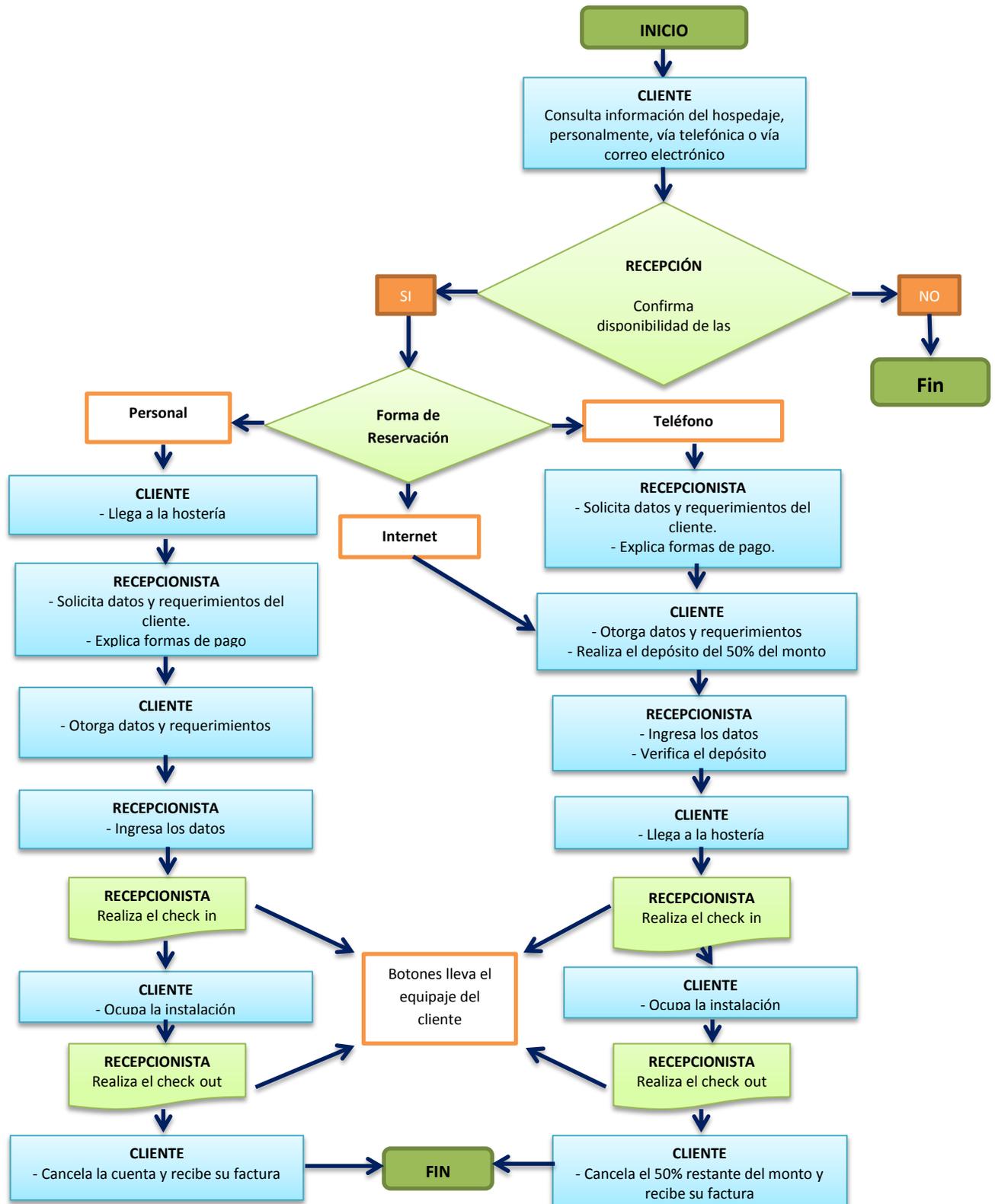
1) Flujogramas del proceso productivo.

La producción de la hostería se basará en la prestación de los servicios turísticos ofertados siendo estos de alimentación, hospedaje y recreación, dichos procesos seguirán una secuencia de etapas para cumplir con el objetivo que es el de entregar un buen servicio y de calidad.

Los procesos se dividirán según las áreas establecidas en el proyecto turístico las cuales se muestran a continuación:

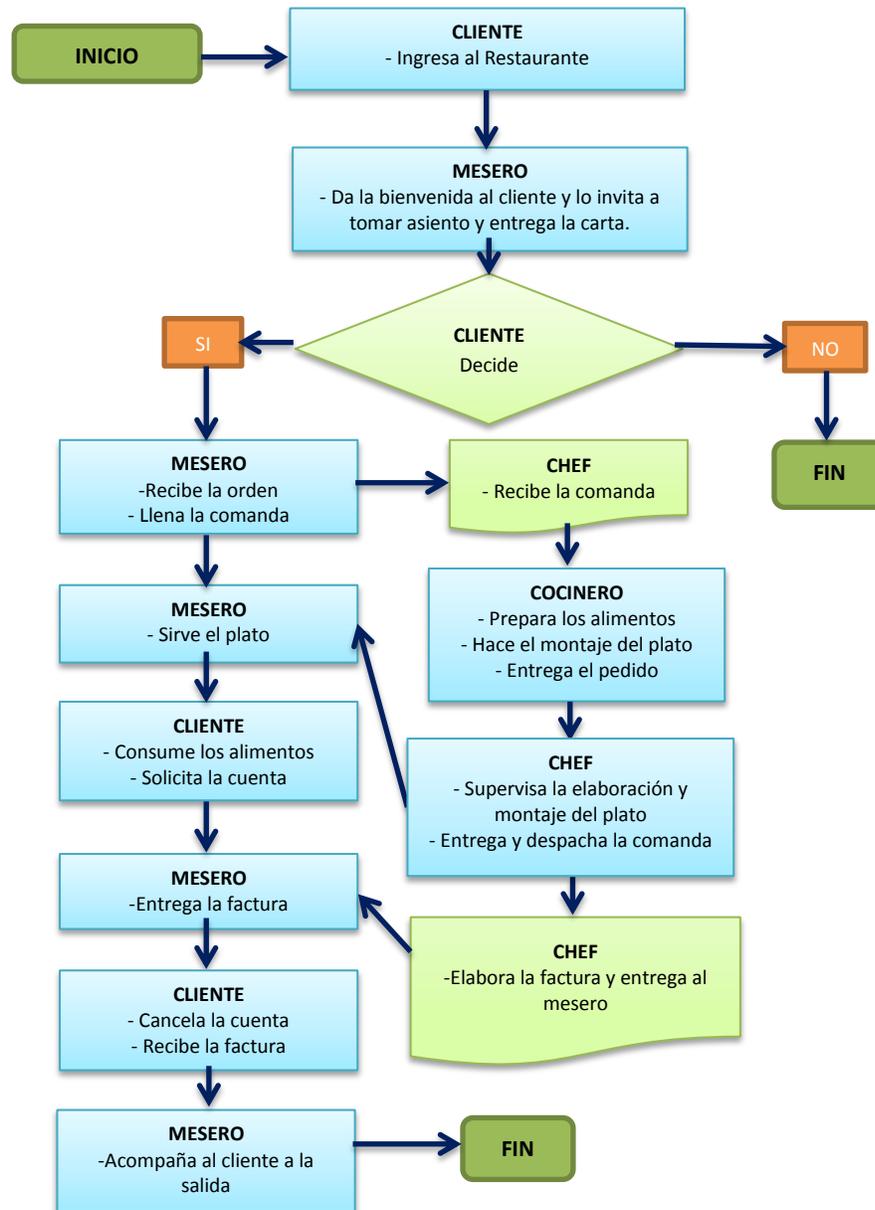
a) Servicio de hospedaje

Gráfico N°38. Flujoograma del servicio de hospedaje



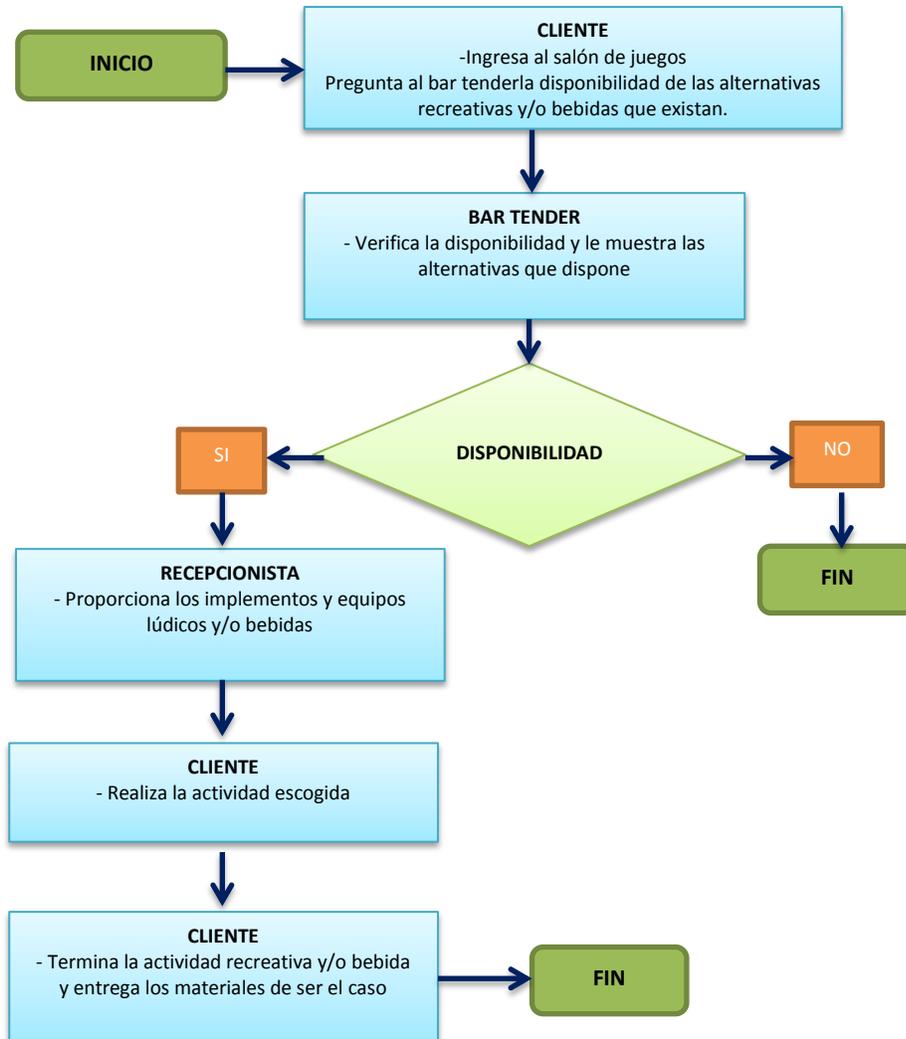
b) Servicio de alimentación.

Gráfico N°39. Flujograma del servicio de alimentación



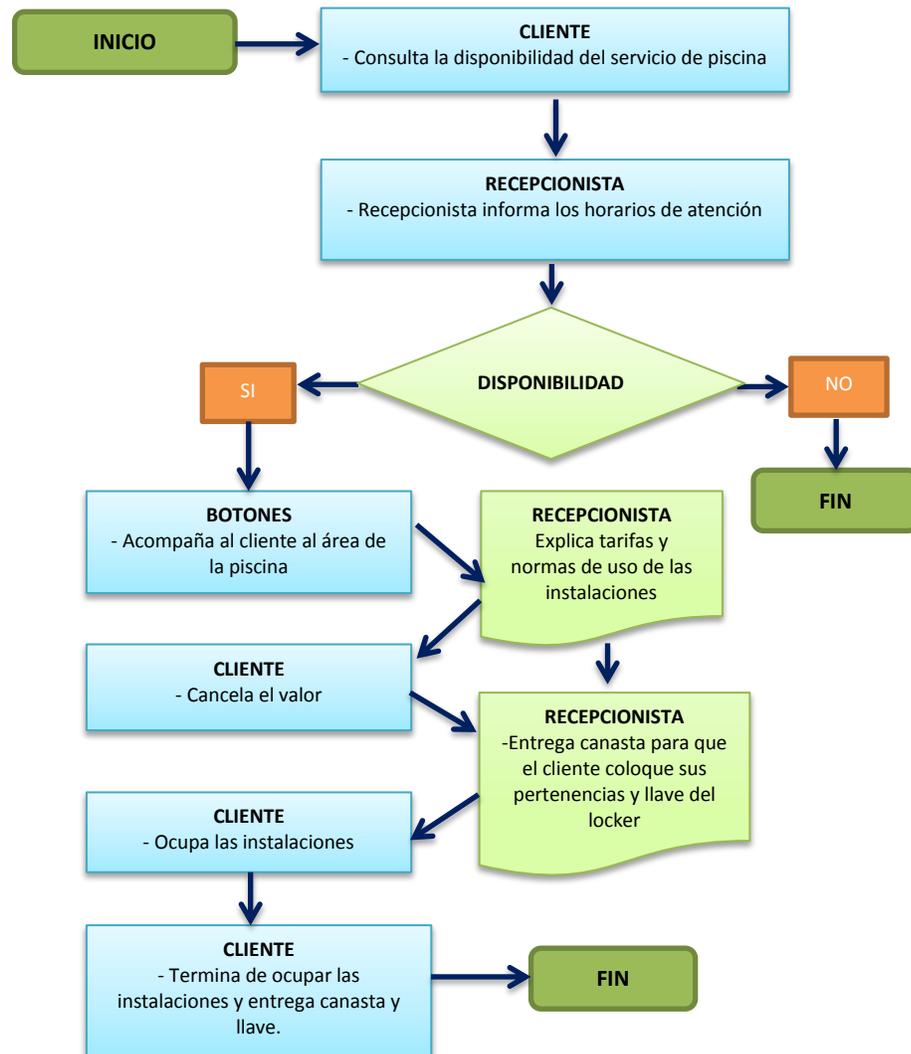
c) Servicio de recreación

Gráfico N°40. Flujograma del servicio de recreación



d) Servicio de piscina-spa

Gráfico N°41. Flujograma del servicio de piscina-spa



2) Recetas del menú y cocteles escogidos para la hostería

Las recetas han sido elaboradas previo consulta de precios de los materiales a utilizar y el asesoramiento profesional de un técnico en gastronomía.

a) Desayunos

Cuadro N°63. Desayuno americano

| RECETA 1 | | | |
|---------------------------|-----------------|---------------------|--------------|
| DESAYUNO AMERICANO | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO |
| LECHE | 1 | TAZA | 0,25 |
| CAFÉ | 1 | CUCHARA | 0,19 |
| HUEVOS | 1 | UNID | 0,19 |
| BISCOCHOS | 1 | UNID | 0,15 |
| QUESO | 1 | RODAJA | 0,67 |
| MERMELADA | 10 | GR | 0,09 |
| MANTEQUILLA | 10 | GR | 0,08 |
| AZUCAR | 1 | CUCHARA | 0,03 |
| | | SUBTOTAL | 1,65 |
| | | 12% IVA. | 0,20 |
| | | 10% UTILIDAD | 1,65 |
| | | 30% VENTAS | 0,83 |
| | | 10% ERROR | 0,17 |
| | | TOTAL | 4,5 |

Cuadro N°64. Desayuno continental

| RECETA 2 | | | |
|-----------------------------|-----------------|---------------|--------------|
| DESAYUNO CONTINENTAL | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO |
| LECHE | 1 | TAZA | 0,25 |
| CAFÉ | 1 | CUCHAR | 0,15 |
| HUEVOS | 1 | UNID | 0,18 |
| PAN | 1 | UNID | 0,12 |
| QUESO | 1 | RODAJA | 0,65 |
| MERMELADA | 10 | GR | 0,08 |

| | | | |
|---------------------|----|--------|------|
| MANTEQUILLA | 10 | GR | 0,08 |
| AZUCAR | 1 | CUCHAR | 0,02 |
| TOCINO | 1 | UNID | 0,27 |
| SUBTOTAL | | | 1,8 |
| 12% IVA. | | | 0,22 |
| 10% UTILIDAD | | | 1,80 |
| 30% VENTAS | | | 0,90 |
| 10% ERROR | | | 0,18 |
| TOTAL | | | 4,90 |

Cuadro N°65. Desayuno ecuatoriano

| RECETA 3 | | | |
|-----------------------------|-----------------|---------------|--------------|
| DESAYUNO ECUATORIANO | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO |
| LECHE | 1 | TAZA | 0,25 |
| CAFÉ | 1 | CUCHAR | 0,15 |
| HUEVOS | 1 | UNID | 0,18 |
| PAN CHOLA | 1 | UNID | 0,12 |
| MERMELADA | 10 | GR | 0,08 |
| AZUCAR | 1 | CUCHAR | 0,02 |
| SECO DE POLLO | 1 | UNID | 1 |
| SUBTOTAL | | | 1,8 |
| 12% SERV. | | | 0,22 |
| 100% UTILIDAD | | | 1,80 |
| 50% VENTAS | | | 0,90 |
| 10% ERROR | | | 0,18 |
| TOTAL | | | 4,90 |

b) Sopas

Cuadro N°66. Locro de papa

| RECETA 4 | | |
|---|----------------------|-------|
| LOCRO DE PAPA | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Papa | 100 gr | 0,26 |
| Mantequilla | 7 gr | 0,08 |
| Aceite | 7 ml | 0,04 |
| Achiote | 7 ml | 0,08 |
| Cebolla colorada | 20 gr o ¼ unid | 0,15 |
| Ajo | 20 gr o ½ unid. | 0,09 |
| Comino | 1 pizca | - |
| Leche | 12 ml | 0,07 |
| Sal | 1 pizca | - |
| Pimienta | 1 pizca | - |
| PARA LA GUARNICIÓN: | | |
| Queso fresco | 30 gr | 0,4 |
| Aguacate | 1/2 unid | 0,28 |
| Cebolla blanca | 20 gr | 0,01 |
| Preparación: Prepare un refrito para el locro de papa, caliente el aceite o la mantequilla a fuego medio en una olla, añada la cebolla picada, los ajos picados, el comino y el achiote molido. Cocine hasta que las cebollas estén suaves, aproximadamente 5 minutos. Añada las papas a la olla y mezclar bien con el refrito, continúe cocinando las papas por unos 5 minutos. Añada el agua y haga hervir, cocine las papas hasta que se ablanden. Utilice un machacador de papas para aplastar las papas, pero no las aplaste a todas, la consistencia del locro de papa debe ser cremosa pero con trocitos de papa. Reduzca la temperatura, añada la leche, mezcle bien y deje cocinar por unos 5 minutos adicionales. Puede añadir más leche o agua si la sopa está muy espesa. Añada sal al gusto, el queso rallado o desmenuzado y el cilantro. Sirva el locro de papa caliente con los aguacates, las cebollitas verdes, el queso feta desmenuzado | SUBTOTAL | 1,46 |
| | 12% IVA. | 0,18 |
| | 100% UTILIDAD | 1,46 |
| | 50% VENTAS | 0,73 |
| | 10% ERROR | 0,15 |
| | TOTAL | 4,0 |

Cuadro N°67. Yaguarlocro

| RECETA 5 | | |
|---|----------------------|--------------|
| YAGUARLOCRO | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Tripa de borrego | 100 gr | 0,52 |
| Sangre de borrego | 80 ml | 0,18 |
| Leche | 40 ml | 0,1 |
| Papa | 56 gr | 0,18 |
| Cebolla blanca | 20 gr o ¼ rama | 0,09 |
| Maní molido | 40 gr | 0,2 |
| Cebolla colorada | 20 gr o ¼ unid | 0,09 |
| Ajo | 20 gr | 0,09 |
| Orégano | 7 gr | 0,1 |
| Aceite | 15 ml | 0,06 |
| Achiote | 7 ml | 0,06 |
| Hierba buena | 2 hojas | - |
| Comino | 7 gr | 0,15 |
| Sal | 7 gr | - |
| Pimienta | 7 gr | - |
| Limón | ½ unid | 0,02 |
| Preparación: Limpiar las tripas con sal, el jugo de limón y las hojas de hierbabuena, enjuáguelas, déjelas reposar y vuelva a lavarlas. En una olla con agua y sal, cocinar las tripas hasta que estén suaves. Retírelas del fuego y córtelas, conserve el caldo en que las cocino. En otra olla, hacer el refrito con aceite y achiote, pimienta, comino y ajo. Añadir el maní disuelto en leche, el caldo del menudo, las papas, la sangre de borrego cocinada, colada y desmenuzada. Cocine por unos 30 minutos. Antes de retirar del fuego, incorpore el menudo picado. | SUBTOTAL | 1,84 |
| | 12% IVA. | 0,2208 |
| | 100% UTILIDAD | 1,84 |
| | 50% VENTAS | 0,92 |
| | 10% ERROR | 0,18 |
| | TOTAL | 5,00 |

Cuadro N°68. Locro de Cuy

| RECETA 6 | | |
|--|----------------------|--------------|
| LOCRO DE CUY | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Papa | 80 gr | 0,26 |
| Mantequilla | 7 gr | 0,08 |
| Aceite | 7 ml | 0,04 |
| Achiote | 7 ml | 0,08 |
| Cebolla colorada | 20 gr o ¼ unid | 0,15 |
| Ajo | 20 gr o ½ unid. | 0,09 |
| Comino | 1 pizca | - |
| Leche | 12 ml | 0,07 |
| Sal | 1 pizca | - |
| Pimienta | 1 pizca | - |
| PARA LA GUARNICIÓN: | | |
| Aguacate | 1/2 unid | 0,25 |
| Cebolla blanca | 20 gr | 0,01 |
| Perejil | 20 gr | - |
| Preparación: Prepare un refrito para el locro de papa, caliente el aceite o la mantequilla a fuego medio en una olla, añada la cebolla picada, los ajos picados, el comino y el achiote molido. Cocine hasta que las cebollas estén suaves, aproximadamente 5 minutos. Añada las papas a la olla y mezclar bien con el refrito, continúe cocinando las papas por unos 5 minutos. Añadir el cuy y sofreír. Añada el agua y haga hervir, cocine las papas hasta que se ablanden. Utilice un machacador de papas para aplastar las papas, pero no las aplaste a todas, la consistencia del locro de papa debe ser cremosa pero con trocitos de papa. Reduzca la temperatura, añada la leche, mezcle bien y deje cocinar por unos 5 minutos adicionales. Puede añadir más leche o agua si la sopa está muy espesa. Añada sal al gusto, el queso rallado o desmenuzado y el cilantro. Sirva el locro de papa caliente con los aguacates, las cebollitas verdes, el queso feta desmenuzado | SUBTOTAL | 1,03 |
| | 12% IVA. | 0,12 |
| | 100% UTILIDAD | 1,03 |
| | 50% VENTAS | 0,52 |
| | 10% ERROR | 0,10 |
| | TOTAL | 2,8 |

Cuadro N°69. Sopa de bolas de maíz

| RECETA 7 | | |
|---|----------------------|--------------|
| SOPA DE BOLAS DE MAIZ | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Costilla de res | 75 gr | 0,25 |
| Cebolla blanca | 30 gr | 0,14 |
| Perejil | 30 gr | - |
| Sal | 20 gr | - |
| Papas | 45 gr | 0,08 |
| Col | 40 gr | 0,05 |
| Leche | 10 ml | 0,07 |
| BOLAS DE MAIZ | | |
| Harina de Maíz | 70 gr | 0,13 |
| Manteca de cerdo | 20 gr | 0,03 |
| Huevo | 60 gr | 0,2 |
| Sal | 20 gr | - |
| caldo de verduras | 20 ml | 0,25 |
| RELLENO | | |
| queso desmenuzado | 20 gr | 0,14 |
| Preparación: | | |
| Hervir la costilla en 1 litro de agua, junto con la cebolla, el perejil y la sal, hasta que la carne este blanda. Retirar del fuego, cernir el caldo. | SUBTOTAL | 1,34 |
| PARA LAS BOLAS | 12% IVA. | 0,1608 |
| En la taza de caldo caliente disolver la mantequilla y la sal. Cernir en un tazón la harina de maíz, agregar el huevo y mezclar. Poner poco a poco el caldo hasta formar una masa suave. Hacer bolitas pequeñas, rellenar con queso y dejar reposar. | 100% UTILIDAD | 1,34 |
| PREPARACIÓN FINAL | 50% VENTAS | 0,67 |
| Poner el caldo al fuego y agregar las papas picadas y la col. Dejar hervir hasta que las papas estén a medio cocer. Agregar las bolas una por una, un poco separadas para que no se peguen. Hervir a fuego lento durante 10 minutos. Anadir un poco de leche y perejil picado. Terminar la cocción. | 10% ERROR | 0,13 |
| | TOTAL | 3,64 |

Cuadro N°70. Caldo de gallina

| RECETA 8 | | |
|--|----------------------|-------|
| CALDO DE GALLINA | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Suprema de pollo | 80 gr | 0,25 |
| Arveja | 10 gr | 0,05 |
| Zanahoria | 30 gr | 0,02 |
| Arroz | 20 gr | 0,02 |
| Cebolla blanca | 20 gr | 0,09 |
| Ajo | 15 gr | 0,05 |
| Papa nabo | 20 gr o ¼ u | 0,09 |
| Apio | 20 gr | 0,15 |
| Papa | 7 gr | 0,01 |
| Perejil | 15 ml | 0,01 |
| Mantequilla | 20 gr | 0,06 |
| BOUQUET GARNI | | |
| Sal | 7 gr | - |
| Pimienta | 7 gr | - |
| Laurel | 7 gr | - |
| clavo de olor | 1 unid | - |
| Preparación: En una olla saltear el ajo y la cebolla con la mantequilla y sofreír el pollo, un litro de agua y llevar a fuego alto. Antes de hervir sacar la espuma o clarificar, agregar todos los ingredientes con excepción de las papas cocidas, y el perejil picado. Cocinar durante 40 minutos, hasta que la pechuga este suave. Anadir el bouquet garni o combinación de especias a 15 minutos de que esté lista la preparación, salpimentar. Las papas cocidas pueden añadirse al final y tenerlas separadas para montar el plato. | SUBTOTAL | 0,8 |
| | 12% IVA. | 0,096 |
| | 100% UTILIDAD | 0,80 |
| | 50% VENTAS | 0,40 |
| | 10% ERROR | 0,08 |
| | TOTAL | 2,18 |

c) Entradas

Cuadro N°71. Ensalada de brócoli con cebolla y tocino con vinagreta

| RECETA 9 | | |
|--|----------------------|-------|
| ENSALADA DE BRÓCOLI CON CEBOLLA Y TOCINO CON VINAGRETA | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Cebolla paiteña | 10 gr | 0,01 |
| Brócoli | 83 gr | 0,42 |
| Tocino | 40 gr | 0,12 |
| Crema de leche | 15 ml | 0,1 |
| Paprika | 7 gr | 0,15 |
| Sal | 10 gr | - |
| vino blanco | 10 ml | 0,1 |
| Limón | 15 ml | 0,08 |
| Preparación: Cortar y blanquear el brócoli en agua con sal durante 5 minutos, escurrir y poner en agua con hielo para detener la cocción. Dorar el tocino y el brócoli con aceite y mantequilla, sacar de la sartén y cortar en tiras de 5 cm de largo excepto el brócoli. Cortar la cebolla colorada en cubos de 0,5 mm y mezclarlo con el brócoli y el tocino. Para la vinagreta mezclar todos los ingredientes y añadir a la preparación anterior y servir. | SUBTOTAL | 0,98 |
| | 12% IVA. | 0,12 |
| | 100% UTILIDAD | 0,98 |
| | 50% VENTAS | 0,49 |
| | 10% ERROR | 0,10 |
| | TOTAL | 2,67 |

Cuadro N°72. Ají de chochos con queso

| RECETA 10 | | |
|---|----------------------|-------|
| AJI DE CHOCHOS CON QUESO | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Chochos pelados | 60 gr | 0,65 |
| Queso fresco rallado | 30 gr | 0,21 |
| cebolla blanca | 20 gr | 0,02 |
| Cilantro | 1 pizca | - |
| ají | 7 gr | 0,02 |
| Sal | 10 gr | - |
| Preparación: Mezclar todos los ingredientes y mezclar la sal a gusto y servirlo. Se puede acompañar con papas cocidas con cáscara | SUBTOTAL | 0,9 |
| | 12% IVA. | 0,11 |
| | 100% UTILIDAD | 0,90 |
| | 50% VENTAS | 0,45 |
| | 10% ERROR | 0,09 |
| | TOTAL | 2,45 |

Cuadro N°73. Chulpi

| RECETA 11 | | |
|---|----------------------|-------------|
| CHULPI | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Maíz dulce | 60 gr | 0,26 |
| Manteca de cerdo | 40 gr | 0,06 |
| Lonja de cerdo | 40 gr | 0,2 |
| Cebolla blanca | 10 gr | 0,02 |
| Sal | 1 pizca | - |
| Pimienta | 1 pizca | - |
| Ajo | 7 gr | 0,03 |
| Preparación: Cortar la lonja en trozos pequeños. En una olla o paila poner la lonja de cerdo cortada, la manteca, la cebolla cortada en brunoise o cubos de 0,5 mm y el ajo machacado. Freír todo a fuego medio, revolviendo ocasionalmente, hasta que la lonja este completamente tostada y el maíz abierto y dorado. Escurrir la grasa y colocarlos en un recipiente metálico. Sal pimentar y revolver. | SUBTOTAL | 0,57 |
| | 12% IVA. | 0,07 |
| | 100% UTILIDAD | 0,57 |
| | 50% VENTAS | 0,29 |
| | 10% ERROR | 0,06 |
| | TOTAL | 1,55 |

Cuadro N°74. Empanadas pequeñas rellenas de queso

| RECETA 12 | | |
|--|----------------------|-------|
| EMPANADAS PEQUEÑAS RELLENAS DE QUESO | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| MASA | | |
| Harina de trigo | 70 gr | 0,07 |
| manteca de cerdo | 30 gr | 0,05 |
| Huevo | 1/2 unid. | 0,1 |
| Sal | 10 gr | - |
| RELLENO | | |
| Queso desmenuzado | 10 gr | 0,08 |
| Preparación: MASA Mezclar todos los ingredientes hasta obtener una masa uniforme, añadir agua de poco a poco para hacerla más suave. Dejar leudar la masa durante 30 minutos a 26 grados centígrados hasta que crezca la masa. Extender la masa y cortar en discos de 5 cm de diámetro, añadir el relleno de queso desmenuzado formar la empanada y freír en aceite hirviendo a 180 grados centígrados. Sacarlas cuando dejen de salir burbujas del aceite. RELLENO Desmenuzar el queso. | SUBTOTAL | 0,3 |
| | 12% IVA. | 0,04 |
| | 100% UTILIDAD | 0,30 |
| | 50% VENTAS | 0,15 |
| | 10% ERROR | 0,03 |
| | TOTAL | 0,82 |

d) Platos fuertes

Cuadro N°75. Fritada con chorizo

| RECETA 13 | | |
|---|----------------------|--------|
| FRITADA CON CHORIZO | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Cerdo | 90 gr | 0,82 |
| Ajo | 15 gr | 0,05 |
| Cebolla paiteña | 20 gr | 0,02 |
| Cebolla blanca | 20 gr | 0,02 |
| Aceite | 40 ml | 0,15 |
| Chorizo | 60 gr | 0,19 |
| PLATANO FRITO | | |
| plátano maduro | 1/4 unid | 0,42 |
| Ac. Oliva | 20 ml | 0,23 |
| Mote | 40 gr | 0,19 |
| Papa | 20 gr | 0,04 |
| TOSTADO | | |
| Maíz | 80 gr | 0,35 |
| Manteca de cerdo | 20 gr | 0,03 |
| Ajo | 15 gr | 0,05 |
| Cebolla blanca | 15 gr | 0,02 |
| PARA LA ENSALADA | | |
| Lechuga | 7 gr | 0,02 |
| Tomate riñón | 10 gr | 0,01 |
| Cebolla colorada | 10 gr | 0,01 |
| Limón | 1/2 unid | 0,12 |
| Vinagre | 10 ml | 0,05 |
| Ají | 0,7 gr | 0,02 |
| Preparación: Cocinar la carne en 4 tazas de agua, junto con las cebollas cortadas en pedazos grandes durante 30 minutos. Cuando el agua se haya secado, agregar el aceite al gusto y el ajo machacado. Dorar a baja temperatura. Salpimentar al gusto. PLATANO FRITO. Freír el plátano en manteca a 180 grados centígrados. MOTE. Remojar la cantidad de Trigo Mote Mi Tierra a utilizar, en abundante agua fría, durante toda la noche. Al día siguiente, echarle nuevamente agua, hasta que queden bien tapados y poner a cocinar. Cocer durante aproximadamente 40 minutos hasta que esté blando. Utilizar en la receta que desee. TOSTADO Freír en manteca con cebolla y ajo, mover la olla de vez en cuando para | SUBTOTAL | 2,62 |
| | 12% IVA. | 0,3144 |
| | 100% UTILIDAD | 2,62 |
| | 50% VENTAS | 1,31 |
| | 10% ERROR | 0,262 |
| | TOTAL | 7,13 |
| | | |

| | |
|---|--|
| airear y evitar que se queme. ENSALADA Para la vinagreta unir todos los ingredientes líquidos, la cebolla cortar en juliana o cortes largos y el tomate cortar en macedonia o dados de 0,5 cm. | |
|---|--|

Cuadro N°76. Carre de costillas de res con tortillas de piedra y ensalada de quinua con crocantes de perejil

| RECETA 14 | | |
|--|----------------------|--------------|
| CARRE DE COSTILLAS DE RES CON TORTILLAS DE PIEDRA Y ENSALADA DE QUINUA CON CROCANTES DE PEREJIL | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Costillas de res | 150 gr o 3 unid | 0,81 |
| Pimienta | 7 gr | - |
| Sal | 7 gr | - |
| Aceite | 30 ml | 0,1 |
| TORTILLAS DE PIEDRA | | |
| Queso | 20 gr | 0,14 |
| Harina de maíz | 70 gr | 0,12 |
| Mantequilla | 20 gr | 0,07 |
| Manteca de puerco | 30 gr | 0,05 |
| Sal | 1 pizca o 7 gr | - |
| Pimienta | 1 pizca o 7 gr | - |
| ENSALADA QUINUA CON REPOLLO | | |
| Quinua | 20 gr | 0,05 |
| Pimiento rojo | 10 gr | 0,02 |
| Cebolla blanca | 10 gr | 0,04 |
| pimiento verde | 10 gr | 0,02 |
| Berros | 7 gr | 0,03 |
| VINAGRETA | | |
| Vinagre de manzana | 10 ml | 0,07 |
| Limón | 10 ml | 0,05 |
| CROCANTE DE PEREJIL. | | |
| Perejil | 1 gr | 0,01 |
| aceite de oliva | 50 ml | 0,57 |
| Preparación: Sellar las costillas a fuego alto por cada lado y sal pimentar. TORTILLAS DE PIEDRA: Mezclar todos los ingredientes y formar una masa homogénea y dorar las tortillas en la piedra precalentada en leña previamente. ENSALADA DE QUINUA CON REPOLLO: Hervir la quinua durante 1 hora y reservar. Cortar los pimientos, la cebolla y los | SUBTOTAL | 1,45 |
| | 12% IVA. | 0,174 |
| | 100% UTILIDAD | 1,45 |
| | 50% VENTAS | 0,73 |
| | 10% ERROR | 0,145 |

| | | |
|--|--------------|------|
| berros en cubos de 0,5 cm y mezclarlos con la quinua. Para la vinagreta mezclar todos los ingredientes y unirlos a la mezcla anterior. | TOTAL | 3,94 |
| | | |

Cuadro N°77. Seco de chivo papa duquesa y arroz

| RECETA 15 | | |
|---|----------------------|--------------|
| SECO DE CHIVO PAPA DUQUESA Y ARROZ | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Borrego | 100 gr | 0,55 |
| Cebolla paiteña | 40 gr | 0,05 |
| Pimiento rojo | 20 gr | 0,04 |
| Pimiento verde | 20 gr | 0,03 |
| Tomate riñón | 100 gr | 0,2 |
| Naranjilla | 40 ml | 0,17 |
| Ajo | 15 gr | 0,05 |
| Ají | 7 gr | 0,02 |
| Achiote | 15 ml | 0,05 |
| Cilantro | 5 gr | 0,06 |
| Perejil | 5 gr | 0,01 |
| Comino | 5 gr | 0,11 |
| PAPA DUQUESA | | |
| Papa | 60 gr | 0,11 |
| Huevo | 60 gr | 0,2 |
| Achiote | 7 ml | 0,03 |
| Sal | 1 pizca | - |
| Pimienta | 1 pizca | - |
| Arroz | 60 gr | 0,02 |
| Preparación: Hacer un refrito con el aceite, la cebolla, los pimientos, el perejil, el culantro y el achiote, agregar los aliños y el ajo machacado, añadir la carne lavada y escurrida, sofreír durante 10 minutos revolviendo de vez en cuando. Licuar los tomates con la naranjilla, cernirlos, agregar jugo de carne cubriendo toda la preparación. Anadir el ají sin pepa para que no pique y de sabor, sal pimentar y dejar que reduzca. PAPA DUQUESA: Cocinar la papa y machacar con una prensa puré, mezclar con huevo, dar forma y meter al horno durante 5 minutos. El arroz cocinar durante 15 minutos. | SUBTOTAL | 1,32 |
| | 12% IVA. | 0,16 |
| | 100% UTILIDAD | 1,32 |
| | 50% VENTAS | 0,66 |
| | 10% ERROR | 0,13 |
| | TOTAL | 3,59 |

e) Bebidas

Cuadro N°78. Jugo de tomate

| RECETA 16 | | |
|---|----------------------|--------------|
| JUGO TOMATE | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Tomate de árbol | 60 gr | 0,65 |
| Azúcar | 20 gr | 0,16 |
| Agua | 100 ml | - |
| Preparación: Primeramente lavamos el tomate. Lo partimos en trozos grandes para retirar la corteza y la semilla que están en el interior luego lo cortamos en trocitos más pequeños y lo agregamos en la licuadora luego procedemos a agregar el agua y el azúcar y dejamos licuar de dos a tres minutos. Cernir y poner en vasos | SUBTOTAL | 0,81 |
| | 12% IVA. | 0,10 |
| | 100% UTILIDAD | 0,81 |
| | 50% VENTAS | 0,41 |
| | 10% ERROR | 0,08 |
| | TOTAL | 2,20 |

Cuadro N°79. Chicha huevona

| RECETA 17 | | |
|--|----------------------|--------------|
| CHICHA HUEVONA | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Harina de jora | 23 gr | 0,06 |
| Azúcar | 20 gr | 0,02 |
| Panela | 20 gr | 0,03 |
| Naranja | 30 gr | 0,13 |
| Maracuyá | 20 gr | 0,02 |
| Huevo | 1 unid | 0,2 |
| piña cascara | 30 gr | 0,02 |
| pimienta dulce | 5 gr | - |
| hoja de naranja | 1 unid | 0,01 |
| Clavo de olor | 1 unid | - |
| hierba luisa | 1 rama | - |
| Preparación: En una olla agregar el agua con todas las hierbas aromáticas, luego que hierva agregar la panela y la harina de jora disuelta en un poco de agua fría, esto es con la finalidad que se haga grumos. Mover constantemente con una cuchara de palo dejamos cocinar por 30 minutos agregar la piña, maracuyá y la naranja. Dejar reposar por 24 horas en un lugar oscuro de la casa en un pondo de barro esto ayudara a fermentar mucho más rápido. Una vez que este fermentada la chicha licuar con los huevos, gaseosa, azúcar y el licor de caña servir inmediatamente. | SUBTOTAL | 0,49 |
| | 12% IVA. | 0,06 |
| | 100% UTILIDAD | 0,49 |
| | 50% VENTAS | 0,25 |
| | 10% ERROR | 0,05 |
| | TOTAL | 1,33 |

Cuadro N°80. Champú con mote

| RECETA 18 | | |
|---|----------------------|--------------|
| CHAMPÚ CON MOTE | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Maíz quebrado | 70 gr | 0,08 |
| Panela | 45 gr | 0,07 |
| Naranja | 20 gr | 0,1 |
| Pina picada | 70 gr | 0,18 |
| Condimentos dulces | 1 funda | 0,25 |
| Mote | 20 gr | 0,09 |
| Agua | 90 ml | - |
| Preparación: Cocinar el maíz en el agua a fuego medio durante 1 hora aproximadamente. Cuando este tierno saque una taza de maíz y muélala. Reduzca el fuego al mínimo, vierta la masa nuevamente en la olla y disuélvala bien. Mezclar las especias y las hojas de naranjo con el melado y agregar esta mezcla a la preparación anterior Machaque la pulpa de las naranjillas y añádala junto con la piña a la olla. Revuelva bien, deje enfriar la preparación y retire las especias. Agregue hielo picado y sívalo bien frío. Cocinar el mote y añadir a la preparación. | SUBTOTAL | 0,77 |
| | 12% IVA. | 0,09 |
| | 100% UTILIDAD | 0,77 |
| | 50% VENTAS | 0,39 |
| | 10% ERROR | 0,08 |
| | TOTAL | 2,09 |

Cuadro N°81. Jucho

| RECETA 19 | | |
|--|----------------------|--------------|
| JUCHO | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Durazno | 1 unid. | 0,25 |
| Capulí | 45 gr | 0,03 |
| Azúcar | 20 gr | 0,02 |
| Camote | 60 gr | 0,06 |
| Canela | 1 tallo | - |
| Agua | 100 ml | - |
| Preparación: Pelar y rallar el camote. Agregar el agua y estrujarlo. Dejar reposar, cernirlos y conservar en agua debido al almidón que posee el mismo. En otra olla cocinar los duraznos en agua con azúcar hasta formar un almíbar, agregar el capulí y la canela durante 15 minutos. Agitar el agua que contiene el camote y agregarla a la mezcla anterior y seguir cocinando durante 10 minutos revolviendo constantemente. | SUBTOTAL | 0,36 |
| | 12% IVA. | 0,04 |
| | 100% UTILIDAD | 0,36 |
| | 50% VENTAS | 0,18 |
| | 10% ERROR | 0,04 |
| | TOTAL | 0,98 |

Cuadro N°82. Chaguarmishqui

| RECETA 20 | | |
|--|----------------------|--------------|
| CHAGUARMISHQUI | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Jugo de cabuya | 130 ml | 0,26 |
| Naranja | 20 gr | 0,09 |
| Panela | 10 gr | 0,02 |
| Azúcar | 20 gr | 0,02 |
| Preparación: Hervir todos los ingredientes durante treinta minutos, reducir, dejar enfriar y servir. | SUBTOTAL | 0,39 |
| | 12% IVA. | 0,05 |
| | 100% UTILIDAD | 0,39 |
| | 50% VENTAS | 0,20 |
| | 10% ERROR | 0,04 |
| | TOTAL | 1,06 |

f) Postres**Cuadro N°83. Manzanas en salsa de granadina**

| RECETA 21 | | |
|---|----------------------|--------------|
| MANZANAS EN SALSA DE GRANADINA | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Manzana | 1 unid | 0,47 |
| Azúcar | 50 gr | 0,12 |
| Licor de granadina | 62.5 ml | 0,46 |
| Preparación: En una cacerola poner el azúcar con el agua y dejar cocinar a fuego medio durante 10 minutos. Agregar el licor de granadina diluido en agua y las manzanas peladas y con los cabitos). Cocinar hasta que las manzanas estén blanditas y hayan obtenido un color rojo brillante. Retirar del fuego y dejar que las peras se enfríen en el almíbar hasta el momento de servir. | SUBTOTAL | 1,05 |
| | 12% IVA. | 0,13 |
| | 100% UTILIDAD | 1,05 |
| | 50% VENTAS | 0,53 |
| | 10% ERROR | 0,11 |
| | TOTAL | 2,86 |

Cuadro N°84. Delicia de duraznos

| RECETA 22 | | |
|---|----------------------|--------------|
| DELICIA DE DURAZNOS | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Duraznos | 3 unid o 60 gr | 0,36 |
| Leche condensada | 30 gr | 0,08 |
| Queso crema | 50 gr | 0,3 |
| Galletas dulces | 2 unid. | 0,15 |
| Limón | 1/2 unid. | 0,12 |
| Preparación: Mezclar en la licuadora la leche condensada con el queso crema y el jugo de limón. En un molde de vidrio o copa, colocar una cucharada de la crema obtenida en la licuadora y una capa de galletitas humedecidas en el almíbar de los duraznos. Colocar encima una capa de duraznos cortados en pequeños cuadraditos. Comenzar nuevamente con crema, seguir con las galletas y terminar con crema y unos cubitos de duraznos. Llevar a la heladera 2 horas como mínimo. Servir. | SUBTOTAL | 1,01 |
| | 12% IVA. | 0,12 |
| | 100% UTILIDAD | 1,01 |
| | 50% VENTAS | 0,51 |
| | 10% ERROR | 0,10 |
| | TOTAL | 2,75 |

Cuadro N°85. Helado de higos cremoso con salsa de menta

| RECETA 23 | | |
|---|-----------------|--------------|
| HELADO DE HIGOS CREMOSO CON SALSA DE MENTA | | |
| INGREDIENTES | CANTIDAD | COSTO |
| Higos | 60 gr | 0,03 |
| Panela | 100 gr | 0,15 |
| Azúcar | 20 gr | 0,02 |
| CREMA INGLESA | | |
| Leche | 100 ml | 0,08 |
| Huevos | 1 huevos | 0,2 |
| Azúcar | 10 gr | 0,02 |
| CREMA DE NATA MONTADA | | |
| Crema de leche | 40 ml | 0,26 |
| SALSA DE MENTA | | |
| Bitter de menta o licor de menta | 100 ml | 0,66 |
| Vinagre | 35 ml | 0,13 |
| Azúcar | 20 ml | 0,02 |
| Preparación: HELADO CREMOSO DE HIGOS: Cocinar los higos en | SUBTOTAL | 1,57 |
| | 12% IVA. | 0,19 |

| | | |
|--|----------------------|------|
| <p>agua. En otra olla cocinar la panela en agua hasta obtener una textura igual a la miel, en la misma olla añadir los higos hasta que suelten sus azúcares y tomen color, dejar enfriar. Una vez frío el dulce de higo mesclar con la crema inglesa previamente refrigerada y volver a refrigerar. Después de 40 minutos sacar del refrigerador y añadir la crema leche a punto de nieve y congelar.</p> <p>CREMA INGLESA: Hervir la leche y añadir los huevos batidos a punto letra con el azúcar, refrigerar.</p> <p>CREMA DE LECHE MONTADA: Batir la crema de leche hasta punto de nieve.</p> <p>SALSA DE MENTA: Poner a hervir todos los ingredientes en una olla y dejar que reduzca hasta formar un jarabe, una vez lista la salsa dejar enfriar.</p> | 100% UTILIDAD | 1,57 |
| | 50% VENTAS | 0,79 |
| | 10% ERROR | 0,16 |
| | TOTAL | 4,27 |

g) Cocteles

Cuadro N°86. Bloody Mary

| COCTEL 1 | | | | | |
|---------------------------|-----------------|---------------|-----------------------|--|--------------------|
| NOMBRE DEL COCTEL: | | BLOODY MARY | |  | |
| GENERO: | | BEBIDA | | | |
| PORCIÓN: | | 1 | | | |
| COPA: | | VASO LARGO | | | |
| INGREDIENTE | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO UNITARIO | | COSTO TOTAL |
| Zumo de tomate de carne. | 180 | ml | 4 | | 3,6 |
| Zumo de limón | 10 | ml | 0,5 | | 0,07 |
| Salsa worchester | 14 | ml | 4,56 | 0,43 | |
| Sal | 1 | pizca | 0,74 | - | |
| Pimienta | 1 | pizca | 0,5 | - | |

| | | |
|---|---------------------|------|
| Preparación: Poner 4 cubos hielo y los demás ingredientes (salvo la rama de apio) en el vaso mezclador. Remueva con una cuchara mezcladora entre 8 y 10 segundos. Cuele en el vaso largo con un gusanillo. Lave la ramita de apio y colóquela dentro del vaso. Sirva de inmediato. | Subtotal | 4,1 |
| | 12% IVA. | 0,49 |
| | 10% UTILIDAD | 0,41 |
| | TOTAL | 5,00 |
| Decoración: Tallo de apio. | | |

Cuadro N°87. Michelada

| COCTEL 2 | | | | |
|---|----------|------------|----------------------|--|
| NOMBRE DEL COCTEL: | | MICHELADA | |  |
| GENERO: | | BEBIDA | | |
| PORCIÓN: | | 1 | | |
| COPA: | | VASO LARGO | | |
| INGREDIENTE | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
| Cerveza negra o rubia | 170 | ml | 1,5 | 0,59 |
| Zumo de limón | 10 | ml | 0,5 | 0,08 |
| Salsa worchester | 14 | ml | 4,56 | 0,75 |
| Salsa tabasco | 14 | ml | 5 | 0,75 |
| Sal | 1 | pizca | 0,74 | - |
| Pimienta | 1 | pizca | 0,5 | - |
| Preparación: Poner el zumo de limón directo en el vaso, disolver la sal, la pimienta y la salsa tabasco. Completar con cerveza. | | | Subtotal | 2,17 |
| | | | 12% IVA. | 0,26 |
| | | | 100% UTILIDAD | 2,17 |
| | | | TOTAL | 4,60 |
| Decoración: Escarchar con sal | | | | |

Cuadro N°88. Parisetete

| COCTEL 3 | | | | | |
|---|-----------------|---------------|-----------------------|---|--------------------|
| NOMBRE DEL COCTEL: | | PARISETTE | |  | |
| GENERO: | | BEBIDA | | | |
| PORCIÓN: | | 1 | | | |
| COPA: | | VASO LARGO | | | |
| INGREDIENTE | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO UNITARIO | | COSTO TOTAL |
| Leche | 170 | ml | 0,8 | | 0,78 |
| Granadina | 10 | ml | 5,52 | 0,48 | |
| Kiwi | 1 | UNIDAD | 0,25 | 0,25 | |
| Preparación: Poner de 3 a 4 cubitos de hielo, la granadina, la leche en el vaso largo. Remover con una cucharilla mezcladora durante 3 o 4 segundos. Servir de inmediato. | | | Subtotal | 1,51 | |
| | | | 12% IVA. | 0,18 | |
| | | | 100% UTILIDAD | 1,51 | |
| | | | TOTAL | 3,20 | |
| Decoración: Con un rodaja de kiwi | | | | | |

Cuadro N°89. Parson's especial

| COCTEL 4 | | | | |
|--|-----------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| NOMBRE DEL COCTEL: | | PARSON'S ESPECIAL. | | |
| GENERO: | | BEBIDA | | |
| PORCIÓN: | | 1 | | |
| COPA: | | VASO LARGO | | |
| INGREDIENTE | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL |
| Zumo de naranja | 85 | ml | 1 | 0,47 |
| Zumo de limón | 15 | ml | 0,5 | 0,36 |
| Granadina | 10 | ml | 5,52 | 0,36 |
| Yema de huevo | 1 | Unid. | 0,15 | 0,26 |
| Agua con gas | 50 | ml | 0,5 | 0,2 |
| Preparación: Poner de 4 a 5 cubitos de hielo, el zumo de naranja, el zumo de limón, la granadina y la yema de huevo en la parte inferior de la coctelera. Ajustar la parte superior de la coctelera y agitar enérgicamente entre 8 y 10 segundos. Vierta el contenido de la coctelera en el vaso largo. Añada el agua con gas y remueva. Servir de inmediato. | | | Subtotal | 1,65 |
| | | | 12% IVA. | 0,20 |
| | | | 100% UTILIDAD | 1,65 |
| | | | TOTAL | 3,50 |
| Decoración: Colocar rodajas de limón en el vaso. | | | | |



Cuadro N°90. Rabbitcooler

| COCTEL 5 | | | | | |
|---|-----------------|---------------|-----------------------|--------------------|---|
| NOMBRE DEL COCTEL: | | RABBIT COOLER | | |  |
| GENERO: | | BEBIDA | | | |
| PORCIÓN: | | 1 | | | |
| COPA: | | VASO LARGO | | | |
| INGREDIENTE | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL | |
| Zumo de zanahoria | 110 | ml | 0,3 | 0,52 | |
| Agua con gas | 60 | ml | 0,5 | 0,28 | |
| Zumo de limón | 10 | ml | 0,5 | 0,28 | |
| Triple sec. | 20 | ml | 8,3 | 0,43 | |
| Preparación: Poner de 4 a 5 cubitos de hielo, el zumo de la zanahoria, el agua, el limón en el vaso largo. Remover con una cucharilla mezcladora de 8 a 10 segundos. Cortar un trozo de cascara de limón con un cuchillo mondador. Exprimir la piel sobre el vaso para extraerle la esencia y luego dejar en el vaso. Servir de inmediato. | | | Subtotal | 1,51 | |
| | | | 12% IVA. | 0,18 | |
| | | | 100% UTILIDAD | 1,51 | |
| | | | TOTAL | 3,20 | |
| Decoración: Cascara de limón en forma de espiral. | | | | | |

Cuadro N°91. Yellowbear

| COCTEL 6 | | | | | |
|--|-----------------|---------------|-----------------------|---|--------------------|
| NOMBRE DEL COCTEL: | | YELLOW BEAR | |  | |
| GENERO: | | BEBIDA | | | |
| PORCIÓN: | | 1 | | | |
| COPA: | | VASO LARGO | | | |
| INGREDIENTE | CANTIDAD | UNIDAD | COSTO UNITARIO | | COSTO TOTAL |
| Zumo de maracuyá | 70 | ml | 0,6 | | 0,48 |
| Zumo de limón | 20 | ml | 0,5 | | 0,38 |
| Triple sec. | 10 | ml | 8,3 | 0,46 | |
| Amaretto | 10 | ml | 11,21 | 0,33 | |
| Preparación: Poner el hielo y los demás ingredientes en la parte inferior de la coctelera. Ajustar la parte superior y ajustar enérgicamente entre 8 y 10 segundos. Verter el contenido en el vaso corto. Servir de inmediato. | | | Subtotal | 1,65 | |
| | | | 12% IVA. | 0,20 | |
| | | | 100% UTILIDAD | 1,65 | |
| | | | TOTAL | 3,50 | |
| Decoración: Rodaja de limón al borde del vaso. | | | | | |

3) Mobiliarios, equipos y materia prima.

a) Equipamiento y mobiliario para la sub-área de hospedaje

La información y cálculo que se menciona a continuación detalla los materiales que se han de utilizar para amoblar y/o equipar el total del servicio de hospedaje.

Cuadro N°92. Equipamiento y mobiliario para la sub-área de hospedaje

| HABITACIONES | | | |
|--|-----------------|-----------------------|--------------------|
| Muebles y enseres | | | |
| Artículo | Cantidad | Costo unitario | Costo Total |
| Juego de dormitorio (3 plazas, 2 veladores y colchón) | 2 | 800,00 | 1600,00 |
| Juego de dormitorio (2 plazas, 2 veladores y colchón) | 8 | 600,00 | 4800,00 |
| Juego de dormitorio (1 plaza y media, 2 veladores y colchón) | 4 | 400,00 | 1600,00 |
| Juego de muebles | 2 | 650,00 | 1300,00 |
| Lámpara | 16 | 20,00 | 320,00 |
| Cortina | 35 | 70,00 | 2450,00 |
| Subtotal | | | 12070,00 |
| Materiales y Equipos | | | |
| Televisor (Plasma 32") | 10 | 400,00 | 4000,00 |
| Subtotal | | | 4000,00 |
| Menaje de habitaciones | | | |
| Cubre cama (3 plazas) | 4 | 50,00 | 200,00 |
| Cubre cama (2 plazas) | 16 | 45,00 | 720,00 |
| Cubre cama (1plaza y media) | 8 | 35,00 | 280,00 |
| Conjunto de Sábanas de 2 piezas (3 plazas) | 4 | 70,00 | 280,00 |
| Conjunto de Sábanas de 2 piezas (2 plazas) | 16 | 25,00 | 400,00 |
| Conjunto de Sábanas de 2 piezas (1 plaza y media) | 8 | 22,00 | 176,00 |
| Almohada | 24 | 5,00 | 120,00 |
| Armadores (docena) | 10 | 1,50 | 15,00 |
| Cobija (2 plazas) | 24 | 15,00 | 360,00 |

| | | | |
|-----------------------------|-------|-------|----------|
| Cobija (1 plaza y media) | 32 | 10,00 | 320,00 |
| Subtotal | | | 2871,00 |
| SERVICIOS HIGIÉNICOS | | | |
| Menaje | | | |
| Toalla pequeña | 10 | 6,00 | 120,00 |
| Toalla Grande | 10 | 10,00 | 200,00 |
| Cortina de baño | 10 | 12,00 | 240,00 |
| Materiales de Aseo | | | |
| Basurero | 10 | 5,00 | 50,00 |
| Trapeador | 5 | 3,00 | 15,00 |
| Accesorios | | | |
| Espejo | 10 | 10,00 | 100,00 |
| Alfombra | 20 | 12,00 | 240,00 |
| Insumos | | | |
| Jabón y Shampoo | 10,00 | 1,00 | 10,00 |
| Papel Higiénico | 10,00 | 0,30 | 9,00 |
| Subtotal | | | 984,00 |
| TOTAL | | | 19925,00 |

b) Equipamiento para la sub-área de Recreación

Cuadro N°93. Equipamiento para la sub-área de Recreación

| Artículo | Cantidad | Costo unitario | Costo Total |
|-----------------------------|----------|----------------|-------------|
| Mesa de ping pong | 1 | 200,00 | 200,00 |
| Mesa de billar | 1 | 500,00 | 500,00 |
| Naipes | 6 | 0,50 | 3,00 |
| Raqueta Ping pong (Pares) | 6 | 8,00 | 48,00 |
| Monopolio | 1 | 50,00 | 50,00 |
| Balón de fútbol | 3 | 35,00 | 105,00 |
| Pito | 4 | 3,00 | 12,00 |
| Linternas | 5 | 60,00 | 300,00 |
| Equipo de primeros auxilios | 1 | 20,00 | 20,00 |
| Muebles y enseres | | | |
| Mesa + 4 sillas juego | 2 | 180,00 | 360,00 |
| Taburete de madera | 5 | 10 | 50,00 |

| Materiales y equipo | | | |
|----------------------------|-------------------------|----------------------|--------------------------|
| Vasos Cerveceros | 15 | 6,00 | 90,00 |
| Copas | 20 | 7,00 | 140,00 |
| Batidora | 1 | 11,00 | 11,00 |
| Licuadora | 1 | 50,00 | 50,00 |
| Coctelera | 1 | 25,00 | 25,00 |
| Plasma 46" | 2 | 1000,00 | 2000,00 |
| Insumos | | | |
| Servilletas | 52 | 1,30 | 67,60 |
| Sorbetes | 52 | 1,50 | 78,00 |
| Palillos | 52 | 0,80 | 41,60 |
| Materia prima | | | |
| Material | Cantidad | Costo Semanal | Costo Total Anual |
| Tomate de carne. | 1 caja | 12,00 | 624,00 |
| Limón | 1 funda 0 25 unid. | 0,50 | 26,00 |
| Salsa worchester | 148 ml | 4,56 | 237,12 |
| Sal | 1 funda | 1,50 | 78,00 |
| Pimienta | 454,5 gr | 0,50 | 26,00 |
| Cerveza negra o rubia | 1 litro | 1,00 | 52,00 |
| Salsa tabasco | 140 ml | 5,00 | 260,00 |
| Leche | 1 litro | 0,80 | 41,60 |
| Granadina | 750 ml | 5,52 | 287,04 |
| naranja | 25 unid. | 2,00 | 104,00 |
| Yema de huevo | 1 huevo | 0,20 | 10,40 |
| Agua con gas | 500 ml | 0,50 | 26,00 |
| Zanahoria | 1 saco | 4,00 | 208,00 |
| Triple sec. | 750 ml o una botella | 8,30 | 431,60 |
| Maracuyá | 4 unid. | 1,00 | 52,00 |
| Amaretto | 750 ml | 11,21 | 582,92 |
| | | TOTAL | 7197,88 |

c) Equipo y mobiliario para la sub-área de la piscina-spa

Cuadro N°94. Equipo y mobiliario para la sub-área de la piscina-spa

| Artículo | Cantidad | Costo unitario | Costo Total |
|--------------------------|----------|----------------|-------------|
| Muebles y enseres | | | |
| Sillas para sol | 4 | 25,00 | 100,00 |
| Sillas (docena) | 1 | 40,00 | 40,00 |
| Armario con cerraduras | 2 | 200,00 | 400,00 |
| Materiales | | | |
| Espejo | 4 | 15,00 | 60,00 |
| Dispensador de Papel | 2 | 12,00 | 24,00 |
| Canastas | 24 | 3,00 | 72,00 |
| Menaje | | | |
| Rodapiés | 4 | 10,00 | 40,00 |
| Insumos | | | |
| Papel Higiénico | 2 | 2,50 | 60,00 |
| TOTAL | | | 796,00 |

d) Equipo, mobiliario y materia prima para la sub-área de alimentación

i. Equipo, mobiliario e insumos

Cuadro N°95. Equipo, mobiliario e insumos para la sub-área de alimentación

| Artículo | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|--|----------|----------------|-------------|
| Maquinaria generadores de calor | | | |
| Horno de convección 6 bandejas 185x88x98 cm | | 1890,00 | 1890,00 |
| Cocina industrial 3 quemadores 80x260x102 cm | 1 | 785,00 | 785,00 |
| Campana extractora de olores | 1 | 4000,00 | 4000,00 |
| Cilindro de gas industrial | 3 | 50,00 | 150,00 |
| Maquinaria generadores de frio | | | |
| Refrigerador | 1 | 1500,00 | 1500,00 |
| Congelador | 1 | 1500,00 | 1500,00 |

| Pequeña maquinaria | | | |
|--|----|--------|--------|
| Estantería 280x233x48cm | 2 | 440,00 | 440,00 |
| Licuada industrial 12lt | 1 | 780,00 | 780,00 |
| Batería de cocina | | | |
| Cacerolas 34cmx30.4lt | 2 | 77,88 | 155,76 |
| Cacerolas 20cmx6.5lt | 8 | 40,00 | 320,00 |
| Cacerolas 24cmx10.5lt | 2 | 47,75 | 95,50 |
| Cacerolas 28cmx17.24lt | 2 | 59,69 | 119,38 |
| Tamalera 40lt | 2 | 55,00 | 110,00 |
| Sartén 10lt | 2 | 20,24 | 40,48 |
| Bolws 1lt | 15 | 3,40 | 51,00 |
| Bolws 5lt | 10 | 4,50 | 45,00 |
| Bolws 15lt | 4 | 8,45 | 33,80 |
| Bolws 30lt | 2 | 14,67 | 29,34 |
| Escurreidor 10lt | 2 | 9,00 | 18,00 |
| Jarra medidora 1lt | 3 | 3,22 | 9,66 |
| Sartén 5lt | 3 | 15,34 | 46,02 |
| Sartén antiadherente 18x2.5 | 2 | 22,00 | 44,00 |
| Licuada 1lt | 1 | 53,98 | 53,98 |
| Procesador 2lt | 1 | 109,00 | 109,00 |
| Balanza digital 10lb | 2 | 68,34 | 136,68 |
| Bandejas plásticas mise en place 35x45 | 80 | 3,45 | 276,00 |
| Tablas de picar rojas 35x45 | 3 | 12,00 | 36,00 |
| Tablas de picar blancas 35x45 | 3 | 12,00 | 36,00 |
| Tablas de picar verdes 35x45 | 3 | 12,00 | 36,00 |
| Rodillo pequeño 29.5cm | 2 | 11,00 | 22,00 |
| Espátulas de goma 29.5 cm | 3 | 5,00 | 15,00 |
| Mortero | 2 | 15,00 | 30,00 |
| Colador fino de tela metálica 20 cm | 2 | 3,00 | 6,00 |
| Colador chino 20 cm | 1 | 12,00 | 12,00 |
| Rallador manual | 3 | 8,00 | 24,00 |
| Sil pack silicona | 2 | 49,00 | 98,00 |
| Mandolina | 1 | 59,67 | 59,67 |
| Cucharones 18x9.5 cm | 3 | 6,78 | 20,34 |
| Manga | 1 | 5,08 | 5,08 |
| Boquillas juego | 1 | 30,00 | 30,00 |
| Juego de cortapastas redondo | 1 | 84,00 | 84,00 |
| Juego de cortapastas cuadrado | 1 | 84,00 | 84,00 |
| Espumadera 10x18 cm | 3 | 11,50 | 34,50 |
| Espátula para huevos 10x18 cm | 3 | 11,89 | 35,67 |
| Moldes un juego | 1 | 70,45 | 70,45 |

| Herramientas | | | |
|------------------------------|----|-----------------|----------|
| Cuchillo de golpe 39 cm | 2 | 7,18 | 14,36 |
| Cuchillo medio golpe 49.5 cm | 2 | 9,71 | 19,42 |
| Cuchillo cebollero 37.9 cm | 2 | 5,87 | 11,74 |
| Cuchillo para pan 39 cm | 2 | 7,18 | 14,36 |
| Deshuesadora 30 cm | 2 | 6,31 | 12,62 |
| Puntilla 16 cm | 2 | 4,21 | 8,42 |
| Abrelatas 28 cm | 2 | 3,48 | 6,96 |
| Chaira 36 cm | 2 | 4,67 | 9,34 |
| Muebles | | | |
| Mesa + 4 sillas el juego | 3 | 250,00 | 750,00 |
| Menaje | | | |
| Mantelería | 8 | 10,00 | 80,00 |
| Servilletas de tela | 32 | 3,00 | 96,00 |
| Vajilla | | | |
| Plato sopero porcelana | 58 | 2,00 | 116,00 |
| Plato tendido porcelana | 58 | 2,00 | 116,00 |
| Plato postre | 58 | 1,87 | 108,46 |
| Plato sopero metálico | 58 | 1,50 | 87,00 |
| Plato tendido metálico | 58 | 1,54 | 89,32 |
| Plato postre metálico | 58 | 1,10 | 63,80 |
| Tenedores | 58 | 0,70 | 40,60 |
| Cuchillo | 58 | 0,80 | 46,40 |
| Cuchara sopera | 58 | 0,60 | 34,80 |
| Cuchara para postre | 58 | 0,60 | 34,80 |
| Jarros metálicos café | 58 | 0,80 | 46,40 |
| Insumos | | | |
| Servilletas | 52 | 1,30 | 67,60 |
| Sorbetes | 52 | 1,50 | 78,00 |
| Palillos | 52 | 0,80 | 41,60 |
| Carta menú | 8 | 1,50 | 12,00 |
| Cristalería | | | |
| Vaso para agua | 58 | 0,70 | 70,00 |
| Copas | 58 | 0,60 | 60,00 |
| | | Subtotal | 16863,31 |
| Servicios higiénicos | | | |
| Menaje | | | |
| Toalla pequeña | 4 | 6,00 | 24,00 |
| Materiales de aseo | | | |
| Basurero | 7 | 5,00 | 35,00 |

| Accesorios | | | |
|--------------------------------------|------|------|----------|
| Espejo | 2 | 7,00 | 14,00 |
| Alfombra | 2 | 7,00 | 14,00 |
| Insumos | | | |
| Papel higiénico (paquete 6 unidades) | 1,00 | 3,00 | 36,00 |
| Subtotal | | | 123,00 |
| TOTAL | | | 16986,31 |

ii. Materia prima

Cuadro N°96. Materia prima para la sub-área de alimentación

| Material | Cantidad | Costo Semanal | Costo Total Anual |
|----------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|
| FRUTAS | | | |
| MANZANA | 1/2 CAJA | 11 | 572 |
| PIÑA | 3 UNID | 3,75 | 195 |
| NARANJILLA | 1/2 CAJA | 6,5 | 338 |
| MARACUYA | 1/4 SACO | 3,75 | 195 |
| NARANJA | 1/4 SACO | 2 | 104 |
| DURAZNO | 1/2 CAJA | 10 | 520 |
| CAPULÍ | 1/2 VALDE | 2,5 | 130 |
| HIGOS | 3 VALDES | 3,37 | 175,5 |
| DURAZNOS EN LATA | 3 | 8,08 | 420,42 |
| SUBTOTAL | | | 2649,92 |
| GRASAS | | | |
| MANTEQUILLA | 2,5 KG | 5 | 260 |
| ACEITE | 1/4 CAJA | 4,68 | 243,75 |
| ACHIOTE | 1/4 CAJA | 8,43 | 438,75 |
| AC. OLIVA | 1/4 LITRO | 2,89 | 150,54 |
| MANTECA DE CERDO | 1 KILO | 6 | 312 |
| SUBTOTAL | | | 1405,04 |
| VÍVERES SECOS | | | |
| AZÚCAR | 5 Kg | 8,8 | 457,6 |
| CAFÉ | 7,5 LIBRAS | 13,5 | 702 |
| HARINA TRIGO | 2 kg | 3,6 | 187,2 |
| ARROZ | 1 ARROBA | 12,5 | 650 |
| MANI | 3 LIBRAS | 3 | 156 |
| SAL | 2 FUNDAS | 1,1 | 57,2 |
| PIMIENTA BLANCA | 0,5 LIBRAS | 1 | 52 |
| PIMIENTA NEGRA | 200 gr | 3,4 | 176,8 |
| NUEZ MOSCADA | 200 gr | 5 | 260 |
| MOSTAZA | FRASCO PEQUEÑO | 2,5 | 130 |
| HARINA DE MAIZ | 30 LIBRAS | 16,5 | 858 |

| | | | |
|------------------------|------------|-------|----------------|
| QUINUA | 3 LIBRAS | 3,6 | 187,2 |
| COMINO | 2 LIBRAS | 2,63 | 136,76 |
| HIERBA BUENA | 1/2 ATADO | 0,12 | 6,5 |
| MAIZ | 3 KG | 4,8 | 249,6 |
| MOTE | 1,5 kg | 7,02 | 365,04 |
| VINAGRE BLANCO | 1/2 UNID. | 0,94 | 49,14 |
| VINAGRE DE MANZANA | 1/2 UNID. | 1,37 | 71,5 |
| HARINA DE JORA | 2 kg | 8 | 416 |
| PANELA | 3 unid. | 4,5 | 234 |
| GALLETAS DULCES | 4 FUNDAS | 4,4 | 228,8 |
| BISCOTELAS | 7,5 CAJAS | 21 | 1092 |
| COCOA | 4 LIBRAS | 7,36 | 382,72 |
| ESENCIA DE VAINILLA | 1/4 FRASCO | 0,29 | 15,28 |
| HARINA DE TRIGO | 7 KG | 7 | 364 |
| SALSA DE TOMATE | 3 FRASCOS | 8,19 | 425,88 |
| SUBTOTAL | | | 7911,22 |
| LÁCTEOS | | | |
| LECHE | 30 UNID | 21 | 1092 |
| HUEVOS | 3 CUBETAS | 9 | 468 |
| QUESO FRESCO | 4 UNID | 9,2 | 478,4 |
| LECHE EVAPOR. | 4 LATAS | 8,6 | 447,2 |
| CREMA DE LECHE | 2 FUNDAS | 10,5 | 546 |
| LECHE CONDENSADA | 4 LATAS | 6,4 | 332,8 |
| QUESO CREMA | 4 UNID | 10,8 | 561,6 |
| SUBTOTAL | | | 3926,00 |
| EMBUTIDOS | | | |
| TOCINO | 1 kg | 13,14 | 683,3 |
| SUBTOTAL | | | 683,3 |
| VÍVERES FRESCOS | | | |
| APIO | 1 ATADO | 0,5 | 26,0 |
| CEBOLLA COLORADA | 1/2 SACO | 7 | 364 |
| PAPA | 3 SACOS | 20 | 1040 |
| PEREJIL | 1 ATADO | 0,5 | 26 |
| ZANAHORIA | 1/2 SACO | 1 | 52 |
| AGUACATE | 1 CAJA | 13,5 | 702 |
| CEBOLLA BLANCA | 3 ATADO | 1,5 | 78 |
| HIERBA BUENA | 1 ATADO | 0,5 | 26 |
| LIMÓN SUTIL | 100 UNID | 1,25 | 65 |
| TOMATE RIÑON | 1 CAJA | 6 | 312 |
| ALBAHACA | 1 PORCIÓN | 0,5 | 26 |
| TOMATE DE ARBOL | 1 CAJA | 6,5 | 338 |
| PIMIENTO ROJO | 1/2 CAJA | 5,6 | 291,2 |
| CILANTRO | 1 ATADO | 0,5 | 26 |
| ORÉGANO | 500 GR | 3 | 156 |
| LECHUGA | 1/2 SACO | 1,5 | 78 |
| CHOCLO | 1 SACO | 7 | 364 |
| PIMIENTO VERDE | 1/2 SACO | 4,25 | 221 |
| COL | 7 UNID | 1,75 | 91 |
| ARVEJA | 3 FUNDAS | 1,5 | 78 |
| AJO | 3 LIBRAS | 2,59 | 134,94 |
| PAPANABO | 3 ATADOS | 0,5 | 26 |
| BROCOLI | 10 UNID. | 1,6 | 83,2 |
| AJÍ | 1 LIBRA | 1,4 | 72,8 |
| PLATANO | 4 RACIMOS | 12 | 624 |

| | | | |
|---------------------------|----------|-------|-----------------|
| BERROS | 100 GR | 0,5 | 26 |
| HOJA DE NARANJA | 100 GR | 0,5 | 26 |
| CAMOTE | 1/2 SACO | 4,5 | 234 |
| CHOCHO | 3 KILOS | 3 | 156 |
| SUBTOTAL | | | 5743,14 |
| CARNES | | | |
| POLLO | 3 UNID | 13,5 | 702 |
| CARNE DE RES (SOPAS) | 4 KG | 8 | 416 |
| TRIPA Y SANGRE DE BORREGO | 1,3 KG | 8,11 | 421,824 |
| CUY | 7 UNID | 49 | 2548 |
| COSTILLA DE RES | 1,5 KG | 8,11 | 421,98 |
| CERDO PULPA | 1,5 KG | 7,5 | 390 |
| BORREGO | 1,5 KG | 7,5 | 390 |
| CHORISO | 1,5 KG | 4,5 | 234 |
| SUBTOTAL | | | 5523,804 |
| CONDIMENTOS | | | |
| PIMIENTA DULCE | 300 GR | 8,6 | 103,2 |
| CLAVO DE OLOR | 1 LIBRA | 4,5 | 54 |
| CANELA TALLOS | 300 GR | 15 | 180 |
| LAUREL | 100 GR | 1 | 12 |
| PAPRIKA | 100 GR | 1 | 12 |
| SUBTOTAL | | | 361,2 |
| LICORES | | | |
| CERVEZA | 1/2 JABA | 6,4 | 332,8 |
| LICOR DE MENTA | 2 UNID | 10 | 520 |
| VINO BLANCO | 2 UNID | 7,36 | 382,72 |
| CUBUYA JUGO | 3 LITROS | 6 | 312 |
| LICOR DE GRANADINA | 1,5 UNID | 8,28 | 430,56 |
| AMARETTO | 1,5 UNID | 16,81 | 874,38 |
| SUBTOTAL | | | 2852,46 |
| TOTAL | | | 31056,07 |

e) Equipo y mobiliario para la sub-área de recepción y gerencia

Cuadro N°97. Equipo y mobiliario para la sub-área de recepción y gerencia

| Artículo | Cantidad | Costo Unitario | Costo Total |
|--|----------|----------------|-------------|
| Oficina Recepción, Gerencia y Sala de Estar | | | |
| Muebles y enseres | | | |
| Counter | 1 | 400,00 | 400,00 |
| Archivador aéreo | 2 | 60,00 | 120,00 |
| Archivador 4 gabinetes | 2 | 60,00 | 120,00 |
| Escritorio | 1 | 300,00 | 300,00 |
| Silla giratoria | 2 | 20,00 | 40,00 |
| Mesa + 4 sillas el juego | 1 | 250,00 | 250,00 |
| Juego de muebles | 1 | 400,00 | 400,00 |
| Equipos de Computación | | | |
| Computador | 2 | 650,00 | 1300,00 |
| Impresora | 1 | 120,00 | 120,00 |
| Máquinas y Equipos | | | |
| Calculadora | 2 | 10,00 | 20,00 |
| Teléfono/fax | 2 | 150,00 | 300,00 |
| Botiquín | 1 | 50,00 | 50,00 |
| Materiales de Oficina | | | |
| Resmas de Papel | 12 | 3,50 | 504,00 |
| Esferos (caja) | 5 | 2,50 | 12,5 |
| Lápices (caja) | 2 | 2,00 | 4 |
| Borradores (caja) | 2 | 1,75 | 3,5 |
| Resaltadores | 4 | 0,75 | 3 |
| Corrector (caja) | 2 | 2,25 | 4,5 |
| Grapadora | 3 | 2,50 | 7,5 |
| Caja de grapas | 15 | 0,50 | 7,5 |
| | | TOTAL | 3966,50 |

4) Servicios básicos

Por encontrarse el proyecto dentro de los límites de propiedad privada, los servicios de agua potable, alcantarillado, energía eléctrica y teléfono se encuentran hábiles, por lo que el requerimiento necesario de servicio sería el Internet cuyo rubro de instalación se menciona a continuación:

Cuadro N°98. Servicios básicos

| Servicio | Proveedor | Costo Instalación | Costo Mensual | Costo Anual |
|----------|---|----------------------|---------------|----------------|
| LUZ | EERSA | - | 40,00 | 480,00 |
| AGUA | Jefatura de Agua potable del cantón Guano | - | 20,00 | 240,00 |
| TELEFONO | CNT | - | 30,00 | 360,00 |
| INTERNET | CNT | 35,00 | 25,00 | 335,00 |
| | | | TOTAL | 1415,00 |

4. Estudio de mercadotecnia

a. Identificación del nicho de mercado

Gracias al estudio de mercado se identificó a los futuros clientes quienes a su vez han aceptado recibir servicios de hospedaje, alimentación y recreación en un lugar que se encuentre fuera del núcleo urbano.

A partir del perfil del turista local y nacional se identificaron los siguientes targets:

1) Target Local

Turistas de la ciudad de Riobamba de entre 26 a 35 años (59%), sean de nivel de educación superior.

2) Target Nacional

Turistas de ciudades como: Quito (30%), con edades de 15 a 25 años (48%) y el grupo de personas de 26 a 35 años (31%) y cursan el nivel académico superior.

b. Marketing Mix

1) Producto

a) Nombre: La Hostería ha sido denominada “Hostería Las Rosas”, debido a que en la decoración de los jardines dentro de las instalaciones se va a sembrar este tipo de plantas, además el ornato en las habitaciones y áreas comunes se las realizará con rosas.

b) Slogan: “Hostería Las Rosas, donde descansar es un placer”, el slogan ha sido creado, ya que se brindará a nuestros clientes el máximo confort, con atención personalizada y las instalaciones adecuadas para hacer de su vista el mejor descanso y relajación.

c) Isologo de la empresa:

El isologo se lo realizó pensando en la satisfacción de los clientes al entrar a un lugar mágico, donde las flores en este caso las rosas, figuren en su mente como un ícono de relajación y descanso que no encuentren en la ciudad.

Gráfico N°42. Isologo de la empresa**d) Colores de identificación de la empresa**

Rosado: Es el color de uno de los componentes con los cuales se ha de realizar la decoración de la hostería.

Negro: Representa la tierra, base en la cual se levantará el proyecto y cimiento donde se plasmarán múltiples experiencias.

e) Identidad corporativa

Se ha elaborado tarjetas de presentación con los números y direcciones donde se puede el cliente contactar para poder informarnos las inquietudes o a su vez realizar las reservaciones.

Gráfico N°43. Tarjeta de presentación



2) Precio

a) Precio final de los productos

Se estableció el precio en relación al precio de la competencia, a la disposición de gasto de los turistas locales y nacionales, y se determinó el costo de producción mediante análisis de costos mensuales de la habitación.

Cuadro N°99. Precio final del servicio de hospedaje

| Servicio | Competencia | Precio Competencia (\$) | | Precio de la demanda | Precio producción |
|-------------|-----------------|-------------------------|-------|----------------------------------|---|
| Alojamiento | Vulcano Green | Por persona | 15,00 | Turistas locales de \$15 a 25 | USD 42,00 por persona USD 168,00 por Suite |
| | Santa Mónica | Por persona | 30,00 | Turistas nacionales de \$26 a 35 | |
| | El Toril | Por persona | 30,00 | | |
| | Quinta Aidita | Por persona | 74,00 | | |
| | Vista Hermosa | Por persona | 17,00 | | |
| | Karen Estefanía | Por persona | 15,00 | | |
| | Abraspungo | Por persona | 60,00 | | |

Cuadro N°100. Precio final de los productos restaurante

| Producto | Especificación | Precio de producción | Precio Oficial |
|-----------------------|---|-----------------------------|-----------------------|
| Desayunos | Americano | 1,65 | 4,5 |
| | Continental | 1,8 | 4,9 |
| | Ecuatoriano | 1,8 | 4,9 |
| Sopas | Locro de papas | 1,46 | 4,00 |
| | Yaguarlocro | 1,84 | 5,00 |
| | Locro de cuy | 1,03 | 2,80 |
| | Sopa de bolas de maíz | 1,34 | 3,64 |
| | Caldo de gallina | 0,80 | 2,18 |
| Entradas | Ensalada de brócoli con cebolla y tocino con vinagreta | 0,98 | 2,67 |
| | Ají de chochos con queso | 0,97 | 2,45 |
| | Chulpi | 0,57 | 1,55 |
| | Empanadas pequeñas rellenas de queso | 0,30 | 0,82 |
| Platos fuertes | Fritada con chorizo | 2,62 | 7,13 |
| | Carre de costillas de res con tortillas de piedra y ensalada de quinua con crocantes de perejil | 1,45 | 3,94 |
| | Seco de chivo papa duquesa y arroz | 1,32 | 3,59 |
| Bebidas | Jugo de Tomate | 0,81 | 2,20 |
| | Chicha Huevona | 0,49 | 1,33 |

| | | | |
|----------------|--|------|------|
| | Champú con mote | 0,77 | 2,09 |
| | Jucho | 0,36 | 0,98 |
| | Chaguarmishqui | 0,39 | 1,06 |
| Postres | Manzanas en salsa de granadina | 1,05 | 2,86 |
| | Delicia de duraznos | 1,01 | 2,75 |
| | Helado de higos cremoso con salsa de menta | 1,57 | 4,27 |

Cuadro N°101. Precio final de los productos del bar

| Producto | Especificación | Precio de producción | Precio Oficial |
|-----------------|-----------------------|-----------------------------|-----------------------|
| COCTELES | Bloodymary | 4,10 | 5,00 |
| | Michelada | 2,17 | 4,60 |
| | Parisette | 1,51 | 3,20 |
| | Parson's especial | 1,65 | 3,50 |
| | Rabbitcooler | 1,51 | 3,20 |
| | Yellowbear | 1,65 | 3,50 |

b) Formas de Pago

Los pagos por la recepción de los servicios turísticos para nuestros clientes se los realizará de la siguiente manera:

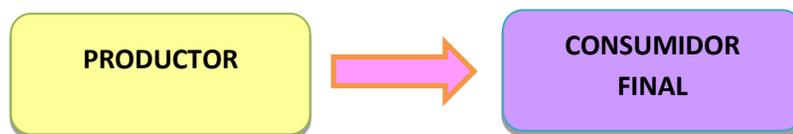
- i. Se abonará el 100% del monto cuando el cliente visite las instalaciones de forma directa.
- ii. En el caso de las reservaciones vía telefónica o a través de nuestra página web, se solicitará los datos correspondientes del cliente y de la tarjeta de crédito donde se abonará el 50% con tarjeta de crédito de cualquier entidad bancaria y el otro 50% se abonará en efectivo una vez concluido el servicio solicitado.
- iii. Se cobrará el 100% del servicio consumido con tarjeta de crédito de cualquier entidad bancaria, los montos a partir de 60 dólares o más se podrá diferir a tres meses sin interés.

3) Plaza

a) Canal de distribución

Debido a que los encuestados utilizan de forma eventual los servicios de agencias de viajes, la Hostería “Las Rosas” usará el canal de distribución directo el cual vinculará a la empresa directamente con el mercado sin intermediarios.

Gráfico N°44. Canal de distribución directo



b) Plan de comercialización

Cuadro N°102. Plan de comercialización

| PLAN DE COMERCIALIZACIÓN | | | | | | |
|---|----------------|--|--|-----------------|------------------------|---------------------|
| Target | Canal | Táctica | Medios publicitarios | Cantidad | Precio Unitario | Precio Total |
| Turistas de la ciudad de Riobamba de entre 25 a 35 años (59%), sean de nivel de educación superior. | Directo | Venta directa de los servicios y actividades a los turistas locales. | Multimedia web site | 1 | 440 | 440 |
| | | Visitas a establecimientos educativos superiores o empresas públicas y privadas de la ciudad de Riobamba para realizar charlas de promoción. | Tarjetas de presentación y Presentación Power Point. | 1000 | 0,06 | 60 |
| Venta de servicios y actividades de Hostería Las Rosas mediante vía telefónica y página Web | | Multimedia web site | - | - | - | |
| Intervención en feria y eventos de turismo como: FITE, BITE, AME, entre otras. | | Tarjetas de presentación y Presentación Power Point | 1500 | 0,06 | 90 | |
| Turistas de ciudades como: Quito (30%), con edades de 15 a 25 años (54%) y el grupo de personas de 26 a 35 años (31%) y cursan en su mayoría por el nivel de educación superior | | | | | | |
| | | | | | Total | 590 |

4) Promoción

i. Medios publicitarios

- **Página web**

El principal medio de comunicación a utilizar será el internet, ya que es la preferencia actual en la población, de fácil utilización y se lo puede encontrar en cualquier rincón del mundo.

Se diseñará la página Web de la Hostería, la cual mostrará los servicios, actividades y beneficios turísticos ofertados, el dominio y el host que entrega el servidor web el costo es de 140 dólares y la elaboración de la página web tiene un monto de \$300.

Gráfico N°45. Página web



INICIO **SERVICIOS** **RESERVACIONES** **CONTACTOS** **ACTIVIDADES**

MISIÓN

Ser la mejor opción para satisfacer las necesidades de los turistas locales y nacionales en servicios de alojamiento, alimentación y recreación brindando servicios con la máxima calidad siempre bajo la responsabilidad ambiental; contribuyendo de manera importante al desarrollo de la economía local y generar en nuestros clientes un recuerdo mágico de su visita.

VISIÓN

Ser una empresa reconocida, distinguida, renombrada e innovadora en el mundo del hospedaje, alimentación y recreación enfocada siempre a satisfacer las necesidades de nuestros clientes con un trato distinguido, personalizado y de excelencia.

www.hosteriasrosas.com.ec

ii. Descuentos y promociones

Los descuentos y promociones serán figados por tarifas especiales que se describen a continuación:

- Para grupos mayores de 12 personas que ocupen el servicio de alojamiento gratis un pax.
- Para estudiantes descuentos del 15% del monto en servicios de recreación solicitados bajo reservación, en grupos mayores a 20 pax.
- Para visitas de clientes que sean fuera de la provincia de Chimborazo, mostrando su cédula de identidad tendrán un descuento del 5% en todos nuestros servicios.

iii. Gastos y costos del área comercial.

Cuadro N°103. Gastos y costos del área comercial

| Rubro | Costo |
|---------------------------------------|---------------|
| Medios publicitarios | 590,00 |
| Talento humano/ferias | 100,00 |
| Visita de establecimientos educativos | 60,00 |
| TOTAL | 750,00 |

C. DETERMINAR LA VIABILIDAD ADMINISTRATIVA LEGAL

1. Plan Estratégico de la empresa

a. Análisis FODA de la zona de estudio

Cuadro N°104. Análisis FODA

| ANÁLISIS FODA | |
|--|---|
| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Vía de acceso de primer orden. 2. Vista panorámica del río Chambo 3. Ubicación cercana al río Chambo 4. Cercanía a la ciudad de Riobamba (Transporte liviano 20 min y transportación pesado 40 min). 5. Existe comunicación de telefonía fija y móvil. 6. Existen cooperativas de buses, adicional existen taxis que hacen carreras sin ningún problema por el buen estado de la vía. 7. Lugar de tranquilidad y relajación libre de congestión vehicular. 8. En la parroquia La Matriz existe un centro de información turística. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Afluencia ocasional de turistas nacionales e internacionales. 2. Escasa oferta turística en la comunidad 3. Falta de personal capacitado para brindar un servicio óptimo. 4. Poco apoyo a la producción turística en la comunidad. 5. En la comunidad no existen servicios de categoría primera de establecimientos de alimentos y de alojamiento. 6. Falta de personal capacitado para brindar un servicio óptimo. 7. Falta de confianza en los proyectos turísticos. 8. La entrada a la propiedad (1km) es vía de tercer orden. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Cercanía de la UPC (Unidad de Policía Comunitaria). 2. Parroquia cuenta con su propio | <ol style="list-style-type: none"> 1. Alto grado de migración por estudios y trabajo a ciudades como Riobamba, Ambato y Quito. |

| | |
|---|--|
| <p>presupuesto para la ejecución de proyectos de desarrollo local.</p> <p>4. Oferta académica por parte de la ESPOCH y UNACH en carreras relacionadas al Turismo en la ciudad de Riobamba.</p> <p>5. El factor vial es una política de estado.</p> <p>6. Presencia en la ciudad de Riobamba de los Ministerios de Cultura, Turismo e INPC.</p> <p>7. Existe el Plandetur 2020 y dentro de éste, existe un eje exclusivo a desarrollo de destinos.</p> <p>8. Constitución con derechos a la naturaleza y el derecho al buen vivir, a la recreación y el esparcimiento de las personas.</p> <p>9. El ministerio de Turismo presenta facilidades de crédito para emprendimientos de turismo.</p> <p>10. Se ha elaborado PDOT de la parroquia La Matriz del cantón Guano.</p> | <p>2. Avance de la frontera agrícola.</p> <p>3. Falta de estudios históricos que permitan revitalizar el lugar.</p> <p>4. Escasez de entidades bancarias de ámbito nacional e internacional.</p> <p>5. Pérdida de la identidad cultural.</p> <p>6. Poco interés por el ámbito turístico en la comunidad.</p> <p>7. Bajo nivel de recursos económicos para el presupuesto anual de los Gobiernos seccionales, del Municipio de Riobamba, de los Ministerios del Ambiente, de Turismo y de Cultura; para ejecución de planes de conservación y desarrollo.</p> |
|---|--|

b. Formulación filosófica y estratégica

1) Misión

Ser la mejor opción para satisfacer las necesidades de los turistas locales y nacionales en servicios de alojamiento, alimentación y recreación brindando servicios con la máxima calidad siempre bajo la responsabilidad ambiental; contribuyendo de manera importante al desarrollo de la economía local y generar en nuestros clientes un recuerdo mágico de su visita.

2) Visión

Ser una empresa reconocida, distinguida, renombrada e innovadora en el mundo del hospedaje, alimentación y recreación enfocada siempre a satisfacer las necesidades de nuestros clientes con un trato distinguido, personalizado y de excelencia.

3) Objetivos

- Brindar servicios de hospedaje, alimentación y recreación, en una hostería que dinamice la economía mediante el desarrollo turístico de la zona, procurando siempre generar fuentes de empleo locales.
- Atraer la atención de los más exigentes clientes, lograr una buena acreditación y reconocimiento a nivel **zona** principalmente.

4) Estrategias

Las estrategias se han definido de acuerdo a la realidad de la zona, con los conceptos encontrados en la matriz FODA, a continuación detallamos las siguientes:

- Contactar y contratar a profesionales en el área de atención al cliente mientras se capacita a la población del sector.
- Establecer un sistema de promociones y descuentos, de acuerdo con los requerimientos y condiciones de cada cliente.
- Desarrollar e implementar un plan de marketing turístico (marketing mix).
- Implementar un establecimiento turístico que cuente con servicios de alojamiento, alimentación y recreación capaz de aumentar la oferta turística del cantón Guano.

- Generar políticas estratégicas en nuestro sistema empresarial a fin de lograr una satisfacción total del cliente, y su deseo de volver a utilizar nuestras instalaciones.
- Se destinará un rubro específico mensual por conceptos de publicidad, misma que será renovada de acuerdo a las actualizaciones y requerimientos de la empresa.
- Atención oportuna, eficiente y personalizada para todos los clientes que visiten la hostería. Realizar convenios con operadoras de turismo y agencias de viaje.
- Fijar un sistema flexible en las condiciones de pago a fin de proporcionar mayores beneficios a los clientes.

5) Políticas

a) Ventas

- i)** Se establece un sistema de reservaciones sistematizado.
- ii)** Las reservaciones para todo tipo de eventos se realizan al menos con 15 días de anticipación, en la que se detallan las actividades a realizarse y las características **del evento.**
- iii)** La forma de pago se efectúa en dólares americanas y de las siguientes maneras:
 - Efectivo.
 - Cheque.
 - Tarjetas de Crédito.
 - El pago en cualquiera de las modalidades se puede realizar, el 100% al momento del ingreso al establecimiento o 50% por anticipado el día de la reserva y el restante 50% el día de salida de la hostería.
- iv)** Los clientes deben sujetarse a las condiciones establecidas por la Hostería.

b) Calidad

- i) Todo el Personal de la empresa debe estar uniformado de acuerdo a las áreas de trabajo correspondientes.
- ii) El personal **de** se presentará siempre y en todo momento con un trato cordial al cliente y visitantes.
- iii) Las instalaciones a utilizarse deben ser revisadas antes y después de la visita del cliente, por el personal autorizado.
- iv) Las instalaciones de la empresa deben estar en perfectas condiciones de limpieza todo el tiempo.

c) Alimentación

- i) Condiciones de menaje impecables.
- ii) Lista de requerimientos de materia prima actualizada al final de la jornada.
- iii) Atención personalizada, oportuna y eficiente.
- iv) Brindar facilidades de pago a los clientes.
- v) Proporcionar alimentos con sellos de calidad.
- vi) Manejo adecuado de los desechos orgánicos y aguas grises.

d) Hospedaje

- i) Revisión periódica de los suministros de las habitaciones.
- ii) Limpieza diaria de las habitaciones.
- iii) Cambio regular de la lencería de cada habitación.
- iv) Verificar diariamente el abastecimiento adecuado de los servicios básicos.
- v) Inspeccionar el funcionamiento correcto del equipamiento en todas las habitaciones.

e) Recreación

- i)** Ofrecer al cliente la información actualizada y verídica de la situación de la zona.
- ii)** Proporcionar al cliente las restricciones correspondientes.
- iii)** Velar siempre por la estabilidad físico-emocional del cliente
- iv)** Ofrecer un espacio de diálogo abierto con el cliente.
- v)** Brindar todas las seguridades para que el cliente se sienta en un lugar de confianza.
- vi)** Fomentar el espíritu de conservación.
- vii)** Dar mantenimiento regular a los jardines y áreas verdes de la hostería.
- viii)** Mantener la señalética y senderos en buen estado.

f) Personal

- i)** Los puestos de trabajo en la empresa están reglamentados en el manual de funciones, por lo que ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad especificada.
- ii)** La remuneración al personal será cancelada con puntualidad y de acuerdo con los salarios establecidos en las leyes laborales vigentes.
- iii)** El personal a contratar deberá tener experiencia en el área requerida.
- iv)** El personal nuevo recibirá capacitación en cuanto a calidad del servicio.
- v)** La comunicación dentro del staff de la empresa se desarrollará en un ambiente de confianza.
- vi)** Se inculcará al personal valores como honestidad, puntualidad, buen trato.
- vii)** El personal deberá conocer las metas y objetivos de la empresa para que contribuyan a cumplirlos.
- viii)** El personal tratará al cliente con educación y cordialidad. Si un cliente recibe mala atención, el gerente afrontará y solucionará el problema.
- ix)** Todos quienes forman parte del personal participarán en las reuniones de planificación de las actividades.

g) Generales

- i)** No existirá exclusión para ningún cliente todos tendrán un buen trato.
- ii)** La atención al cliente será por orden de llegada o reservación telefónica.
- iii)** Los reclamos y sugerencias de los clientes serán tomados en cuenta para la mejora continua del servicio.
- iv)** Se deberán realizar evaluaciones periódicas a todos los procesos de producción y prestación del servicio.

6) Valores

a) De la empresa

- i. Transparencia:** Manejo de personal, recursos, materiales e información de forma transparente.
- ii. Igualdad:** Garantizar a todos los actores un tratamiento equitativo por parte de la empresa en todas sus actuaciones sin discriminación alguna.
- iii. Imparcialidad:** Se refleja en las actuaciones de la empresa y sus funcionarios en asuntos bajo su responsabilidad para que sus clientes tengan un tratamiento objetivo e independiente
- iv. Innovación:** Reconocer a los clientes como nuestros principales actores de la empresa y comprometidos con su satisfacción, desarrollar conjuntamente servicios de alta calidad.
- v. Eficiencia:** La máxima productividad de los recursos asignados y confiados para el logro de los propósitos, en procura de la generación de valor y la utilidad de los servicios entregados a la comunidad.

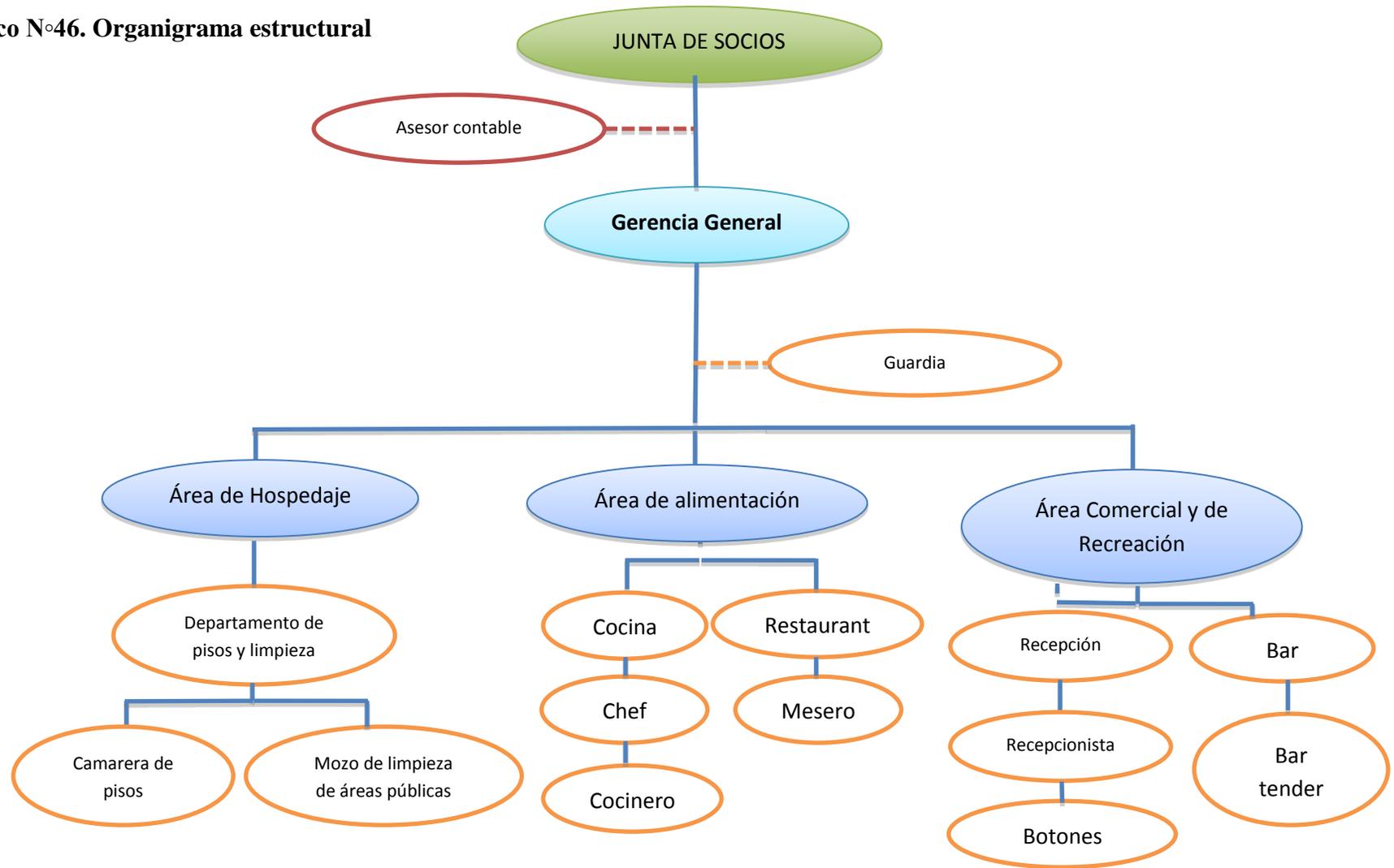
b) De la Persona:

- i. Puntualidad:** Cumplir con el horario y requerimientos establecidos por la empresa.
- ii. Moralidad:** Actuar bajo las normas de la empresa contribuyendo al bienestar de todos y al logro de los objetivos de la misma.
- iii. Justicia:** Tratar a todos de forma equitativa, de acuerdo a las normas y reglas establecidas en la empresa.
- iv. Respeto:** Tratar siempre a cada uno, a ti mismo y a los demás con el respeto que le corresponde por su dignidad y valor como persona.
- v. Solidaridad:** Consideración del conjunto de aspectos que relacionan o unen a las personas, colaboración y ayuda mutua.
- vi. Paciencia:** Solucionar cualquier contratiempo y/o dificultad con una actitud serena, evitando conflictos con los clientes y compañeros de trabajo.
- vii. Honradez:** Actitud recta e integra con las personas y los materiales de trabajo.

2. Estructura organizativa de la empresa

a. Organigrama estructural

Gráfico N°46. Organigrama estructural



b. Organigrama funcional

Cuadro N°105. Organigrama funcional

| CARGO | FUNCIÓN |
|------------------------|--|
| GERENTE GENERAL | <ul style="list-style-type: none"> • Designar funciones al personal. • Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas. • Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo para el cumplimiento de los objetivos planteados al inicio. • Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos, proveedores y clientes para mantener el buen funcionamiento de la empresa. • Velar por el cumplimiento de las funciones de todo el personal del área. • Liderar el proceso de ventas de la Empresa, brindando apoyo a todas las áreas. • Supervisar y apoyar la correcta ejecución de los procesos de la empresa. |
| GUARDIA | <ul style="list-style-type: none"> • La función de un guardia de seguridad es proteger la integridad física de las personas y los bienes materiales de “Hostería Las Rosas”. |
| RECEPCIONISTA | <ul style="list-style-type: none"> • Atender al cliente. • Realizar reservaciones. • Realizar facturas. • Entregar información de todos los servicios. • Verificar la disponibilidad de los servicios. • Cerrar caja chica. • Crear informes de las actividades diarias al gerente general. |
| CHEF | <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y orientar las funciones del mesero y cocinero • Atención al cliente. • Coordinar acciones que permitan cumplir con las necesidades de los clientes. • Mantener el restaurant con un ambiente confortable. • Crear estrategias gastronómicas que generen la buena presentación de los alimentos. • Generar informes y necesidades de la materia prima de los alimentos. • Controlar la entrada y salida de la bodega (cocina). • Elaboración y cotización e menús. |
| MESERO | <ul style="list-style-type: none"> • La función del mesero es llevar ya sea alimentos o bebidas a las mesas del salón, de la misma manera retirar la vajilla cuando el cliente ha acabado de servirse los alimentos. • Estar al pendiente de los requerimientos de los clientes. |

| | |
|---|--|
| COCINERO | <ul style="list-style-type: none">• Preparar los platillos que el cliente solicite de manera ágil y en perfectas condiciones de limpieza.• Brindar su apoyo en otras áreas en caso de así requerirlo.• Mantener limpios los utensilios y herramientas de trabajo.• Realizar las lista de insumos, materiales e ingredientes requeridos. |
| CAMARERA DE PISOS | <ul style="list-style-type: none">• La camarera de pisos será la encargada del cuidado, mantenimiento y limpieza de las habitaciones que posee la empresa |
| MOZO DE LIMPIEZA DE ÁREAS PÚBLICAS | <ul style="list-style-type: none">• El mozo de pisos será el encargado del cuidado, mantenimiento y limpieza de las instalaciones de la empresa. |
| BOTONES | <ul style="list-style-type: none">• Trasladar el equipaje de los clientes.• Mostrar la habitación correspondiente del cliente.• Atención al cliente. |
| BAR TENDER | <ul style="list-style-type: none">• Atender los pedidos de los clientes.• Preparar bebidas frías y calientes.• Entregar y recibir los materiales para los juegos. |

c. Manual de cargos

Gerente General

Cuadro N°106. Manual de cargo del gerente general

| Datos de Identificación | |
|-----------------------------------|------------------|
| Localización | Gerencia General |
| Nivel de reporte inmediato | Junta de Socios |

| Misión del Cargo | | | |
|---|--|---|--------------------|
| “Administrar eficaz y eficientemente los recursos de la Compañía. Velar por el cumplimiento de la misión organizacional y alcanzar la visión”. | | | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos | |
| Recepción Personal a cargo de todas las áreas productivas del proyecto | Todos los departamentos de la Compañía | Clientes Proveedores locales Cámara de Comercio y otros gremios importantes. | |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios |
| | Ingeniero en Ecoturismo | Utilitarios informáticos: Microsoft Office. Conocimientos contables. Conocimiento tributario laboral. Conocimiento de administración de empresas. | Inglés Nivel: Alto |
| Responsabilidades del cargo | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Atender al cliente. • Realizar reservaciones. • Realizar facturas. • Entregar información de todos los servicios. • Verificar la disponibilidad de los servicios. | | | |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Cerrar caja chica. • Crear informes de las actividades diarias al gerente general. | |
| Condiciones de trabajo | |
| “Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en oficina con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse”. | |
| Perfil de Competencias | |
| Competencias Estructurales | |
| 1. Compromiso | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de pertenencia | Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad. |
| Lealtad | Confidencialidad de información de la empresa. |
| Respeto | Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones. |
| Sinergia | Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas. |
| Integración Organizacional | Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso. |
| Profesionalismo | Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo |

| | |
|--|---|
| | y cumple con todos los requerimientos impuestos. |
| Respeto a la institucionalidad | Respeto las normas y reglas internas de la empresa. |
| Competencias Gerenciales | |
| 4. Orientación al cliente y mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Énfasis en el servicio y cliente | Atiende al cliente y cumple con sus expectativas. |
| Cumplimiento de compromisos | Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria. |
| 5. Liderazgo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Desarrollo de personas | Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal. |
| Conducción efectiva de equipos | Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados |
| Visión de largo plazo | Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción. |
| 6. Orientación a resultados | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Definición de objetivos | Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo. |
| Cumplimiento de metas | Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro. |
| Administración de riesgos | Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados. |
| Generación de valor | Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su |

| | |
|--|--|
| | actuar diario. |
| Competencias Técnicas | |
| 7. Sentido de competitividad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creación de diferencial competitivo | Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo. |
| Valor percibido por el cliente | Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos). |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo. |
| 8. Conocimiento del mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Inteligencia de mercado | Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen. |
| Exploración y curiosidad | Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos. |
| Implementación de acciones y estrategias | Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes |
| Mejora continua | Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente |
| Enfoque de calidad | Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta |

| | |
|--|--|
| | en sus actividades, productos y/o servicios. |
| Competencias Técnico Funcionales | |
| 1. Habilidad numérica | Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas. |
| 2. Capacidad de análisis | Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos. |
| 3. Manejo de información estadística | Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas. |
| 4. Manejo del sistema de remuneración | Conocimiento del sistema de remuneración utilizado por la empresa, evaluándolo y sugiriendo modificaciones en el mismo para alinearlos a la estrategia de la empresa y a las tendencias del mercado. |
| 5. Atención al cliente | Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos. |
| 6. Atención Telefónica | Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad. |
| 7. Manejo de Correspondencia | Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente. |
| 8. Control de Efectivo | Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad, realiza conciliaciones bancarias y contables, así como control de libros diarios. |

Guardia

Cuadro N°107. Manual de cargo del guardia

| Datos de Identificación | | | |
|---|---|---|-------------------------|
| Localización | Caseta | | |
| Nivel de reporte inmediato | Gerente General | | |
| Misión del Cargo | | | |
| “Destinado a proteger, mantener el orden, cuidar los bienes e integridad del cliente y del personal de la empresa” | | | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | | Contactos externos |
| Gerente General | Recepcionista Gerente General | | Clientes Proveedores |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios |
| | Bachiller | Cursos en Defensa Personal Utilización y manejo de armas | Inglés Nivel: Básico |
| Responsabilidades del cargo | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Controla y vigila el local. Crea planes de seguridad. Revisa documentos para el ingreso y salida de los clientes. Lleva el control del personal. | | | |
| Condiciones de trabajo | | | |
| Desarrolla la totalidad de sus tareas en un ambiente agradable, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización. | | | |
| Perfil de Competencias | | | |
| Competencias Estructurales | | | |
| 1. Compromiso | | | |
| Atributo | Nivel ideal requerido | | |
| Sentido de pertenencia | Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de | | |

| | |
|--|--|
| | seguridad. |
| Lealtad | Confidencialidad de información de la empresa. |
| Respeto | Respetar horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones. |
| Sinergia | Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas. |
| Integración Organizacional | Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso. |
| Profesionalismo | Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos. |
| Respeto a la institucionalidad | Respetar las normas y reglas internas de la empresa. |
| Competencias Gerenciales | |
| 4. Orientación al cliente y mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Énfasis en el servicio y cliente | Atiende al cliente y cumple con sus expectativas. |
| Cumplimiento de compromisos | Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria. |
| Identificación de oportunidades de negocio | Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar. |

| 5. Liderazgo | |
|-------------------------------------|--|
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Desarrollo de personas | Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal. |
| Visión de largo plazo | Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. |
| 6. Orientación a resultados | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Definición de objetivos | Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo. |
| Cumplimiento de metas | Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro. |
| Administración de riesgos | Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados. |
| Generación de valor | Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario. |
| Competencias Técnicas | |
| 7. Sentido de competitividad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creación de diferencial competitivo | Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo. |
| Valor percibido por el cliente | Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos). |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo. |

| 8. Conocimiento del mercado | |
|---|---|
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Exploración y curiosidad | Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos. |
| Implementación de acciones y estrategias | Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes |
| Mejora continua | Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente |
| Enfoque de calidad | Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios. |
| Competencias Técnico Funcionales | |
| 1. Capacidad de análisis | Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos. |
| 2. Manejo de información estadística | Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas. |
| 3. Atención al cliente | Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos. |
| 4. Atención Telefónica | Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad. |
| 5. Manejo de Correspondencia | Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente. |

Recepcionista

Cuadro N°108. Manual de cargo del recepcionista

| Datos de Identificación | | | |
|--|--|---|--------------------|
| Localización | Recepción | | |
| Nivel de reporte inmediato | Gerente General | | |
| Misión del Cargo | | | |
| “Llevar un ordenado control de las actividades y servicios que oferta la empresa con una atención de calidad a los clientes”. | | | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos | |
| Gerente General | Todos los departamentos de la Compañía | Clientes Proveedores locales | |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios |
| | Bachiller | Utilitarios informáticos: Microsoft Office. Conocimientos contables. Conocimiento tributario laboral. Conocimiento de administración de empresas. | Inglés Nivel: Alto |
| Responsabilidades del cargo | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Fijar las metas y presupuestos de la Compañía, de manera que sean coherentes con las necesidades de la empresa buscando su rentabilidad. • Liderar el proceso de ventas de la Compañía, brindando apoyo a todas las áreas comerciales de la Compañía. • Controlar el cumplimiento de la planificación estratégica de la compañía, supervisando su correcta ejecución. • Mantener las relaciones de primer nivel con socios estratégicos (principales clientes y principales proveedores). • Asegurar y velar por la obtención de la rentabilidad que se haya definido y presupuestado en la Organización. • Buscar la innovación tecnológica y mantener el liderazgo del negocio. | | | |

| | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Liderar procesos de cambio y mejora de la compañía en recursos materiales y humanos. • Autorizar cambios de presupuestos de obras y proyectos de la Compañía. • Determinar los precios de venta y descuentos de los diferentes proyectos presupuestados y las condiciones de crédito. • Aprobar las liquidaciones de comisiones de ventas. • Manejar el flujo de caja de la Compañía y aprobar los ingresos y egresos de efectivo dentro de los lineamientos estratégicos de la Empresa. • Brindar capacitación y mantener preocupación por el desarrollo propio y de los miembros de su equipo de trabajo. • Manejar los recursos económicos, flujo de caja, ingresos y egresos de la Compañía • Alcanzar eficiencia y eficacia con los recursos humanos disponibles. • Crear, mantener y desarrollar un contingente de recursos humanos, con habilidad y motivación. | |
| Condiciones de trabajo | |
| <p>“Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en oficina con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”.</p> | |
| Perfil de Competencias | |
| Competencias Estructurales | |
| 1. Compromiso | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de pertenencia | Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad. |
| Lealtad | Confidencialidad de información de la empresa. |
| Respeto | Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones. |
| Sinergia | Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas. |

| | |
|--|--|
| Integración Organizacional | Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso. |
| Profesionalismo | Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos. |
| Respeto a la institucionalidad | Respeto las normas y reglas internas de la empresa. |
| Competencias Gerenciales | |
| 4. Orientación al cliente y mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Énfasis en el servicio y cliente | Atiende al cliente y cumple con sus expectativas. |
| Cumplimiento de compromisos | Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria. |
| Identificación de oportunidades de negocio | Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar. |
| 5. Liderazgo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Desarrollo de personas | Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal. |
| Conducción efectiva de equipos | Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados |
| Delegación / empoderamiento | Sabe escoger a las personas más preparadas para la contratación o asignación de tareas. |
| Visión de largo plazo | Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción. |

| 6. Orientación a resultados | |
|-------------------------------------|--|
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Definición de objetivos | Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo. |
| Cumplimiento de metas | Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro. |
| Administración de riesgos | Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados. |
| Generación de valor | Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario. |
| Competencias Técnicas | |
| 7. Sentido de competitividad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creación de diferencial competitivo | Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo. |
| Valor percibido por el cliente | Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos). |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo. |
| 8. Conocimiento del mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Inteligencia de mercado | Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen. |
| Exploración y curiosidad | Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos. |

| | |
|--|---|
| Implementación de acciones y estrategias | Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes |
| Mejora continua | Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente |
| Enfoque de calidad | Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios. |
| Competencias Técnico Funcionales | |
| 1. Habilidad numérica | Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas. |
| 2. Capacidad de análisis | Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos. |
| 3. Manejo de información estadística | Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas. |
| 4. Manejo del sistema de remuneración | Conocimiento del sistema de remuneración utilizado por la empresa, evaluándolo y sugiriendo modificaciones en el mismo para alinearlo a la estrategia de la empresa y a las tendencias del mercado. |
| 5. Atención al cliente | Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos. |
| 6. Atención Telefónica | Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad. |
| 7. Manejo de Correspondencia | Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente. |
| 8. Control de Efectivo | Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad, realiza conciliaciones bancarias y contables, así como control de libros diarios. |

Bar-Tender

Cuadro N°109. Manual de cargo del bar-tender

| Datos de Identificación | | | |
|---|----------------------|---|----------------------|
| Localización | Bar | | |
| Nivel de reporte inmediato | Gerente General | | |
| Misión del Cargo | | | |
| “Brindar un servicio de calidad con la mejor atención y pertinencia para satisfacer las necesidades exigidas por el cliente | | | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos | |
| Gerente General | Recepción Guardia | Clientes | |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios |
| | Secundaria o más | Cursos de Dj y mezclas de música. Curso de ambiente e iluminación. Curso de atención al cliente | Inglés Nivel: Básico |
| Responsabilidades del cargo | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Controla y regula el sonido y la música. • Creativo e Innovador • Pertinente. • Toma de pedidos • Entregar y recibir los materiales de la sala de juegos • Preparar las bebidas del bar. | | | |
| Condiciones de trabajo | | | |
| Desarrolla la totalidad de sus tareas en un ambiente agradable, con adecuada ventilación e iluminación, sin mayor probabilidad de sufrir un accidente, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización. | | | |
| Perfil de Competencias | | | |
| Competencias Estructurales | | | |

| 1. Compromiso | |
|--|--|
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de pertenencia | Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad. |
| Lealtad | Confidencialidad de información de la empresa. |
| Respeto | Respetar horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones. |
| Sinergia | Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas. |
| Integración Organizacional | Capacidad de organizar y q promulgue una buena relación laboral entre el personal. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso. |
| Profesionalismo | Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos. |
| Respeto a la institucionalidad | Respetar las normas y reglas internas de la empresa. |
| Competencias Gerenciales | |
| 4. Orientación al cliente y mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Énfasis en el servicio y cliente | Atiende al cliente y cumple con sus expectativas. |

| | |
|--|---|
| Cumplimiento de compromisos | Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria. |
| Identificación de oportunidades de negocio | Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar. |
| 5. Liderazgo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Desarrollo de personas | Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal. |
| Conducción efectiva de equipos | Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados |
| Visión de largo plazo | Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción. |
| 6. Orientación a resultados | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Definición de objetivos | Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo. |
| Cumplimiento de metas | Realiza un estudio de las metas que se han o no realizado y presenta un informe claro. |
| Administración de riesgos | Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados. |
| Generación de valor | Es consciente y transmite a sus colaboradores y pares la idea que las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario. |
| Competencias Técnicas | |
| 7. Sentido de competitividad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creación de diferencial competitivo | Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las |

| | |
|--|--|
| | actividades diarias de su trabajo. |
| Valor percibido por el cliente | Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos). |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo. |
| 8. Conocimiento del mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Inteligencia de mercado | Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen. |
| Exploración y curiosidad | Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos. |
| Implementación de acciones y estrategias | Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes |
| Mejora continua | Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente |
| Enfoque de calidad | Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios. |
| Competencias Técnico Funcionales | |
| 1. Atención al cliente | Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos. |
| 2. Atención Telefónica | Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad. |

| | |
|-------------------------------------|--|
| 3. Manejo de Correspondencia | Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente. |
| 4. Control de Efectivo | Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad. |

Botones

Cuadro N°110. Manual de cargo botones

| Datos de Identificación | | | |
|---|---------------------|------------------------------|----------------------|
| Localización | Cabañas | | |
| Nivel de reporte inmediato | Recepción | | |
| Misión del Cargo | | | |
| “Brindar una atención de calidad, dirigir y transportar el equipaje al cliente”. | | | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos | |
| Recepción | Recepción | Clientes | |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios |
| | Secundaria o más | Curso de atención al cliente | Inglés Nivel: Básico |
| Responsabilidades del cargo | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Atender los pedidos de los clientes. • Preparar bebidas frías y calientes. • Manejar el equipo de karaoke. | | | |
| Condiciones de trabajo | | | |
| Desarrolla la totalidad de sus tareas en un ambiente agradable, con adecuada ventilación e iluminación, sin mayor probabilidad de sufrir un accidente, en condiciones normales. Las actividades que desarrolla el cargo son ejecutadas dentro de la organización. | | | |
| Perfil de Competencias | | | |
| Competencias Estructurales | | | |

| 1. Compromiso | |
|--|--|
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de pertenencia | Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad. |
| Lealtad | Confidencialidad de información de la empresa. |
| Respeto | Respetar horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones. |
| Sinergia | Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas. |
| Integración Organizacional | Capacidad de organizar y q promulgue una buena relación laboral entre el personal. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso. |
| Profesionalismo | Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos. |
| Respeto a la institucionalidad | Respetar las normas y reglas internas de la empresa. |
| Competencias Gerenciales | |
| 4. Orientación al cliente y mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Énfasis en el servicio y cliente | Atiende al cliente y cumple con sus expectativas. |

| | |
|--|---|
| Cumplimiento de compromisos | Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria. |
| Identificación de oportunidades de negocio | Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar. |
| 5. Liderazgo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Desarrollo de personas | Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal. |
| 6. Orientación a resultados | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Definición de objetivos | Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo. |
| Cumplimiento de metas | Realiza un estudio de las metas que se han o no realizado y presenta un informe claro. |
| Administración de riesgos | Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados. |
| Generación de valor | Es consciente y transmite a sus colaboradores y pares la idea que las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario. |
| Competencias Técnicas | |
| 7. Sentido de competitividad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creación de diferencial competitivo | Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo. |
| Valor percibido por el cliente | Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos). |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, |

| | |
|--|---|
| | concebido iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo. |
| 8. Conocimiento del mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Implementación de acciones y estrategias | Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes |
| Mejora continua | Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente |
| Enfoque de calidad | Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios. |
| Competencias Técnico Funcionales | |
| 1. Atención al cliente | Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos. |
| 2. Manejo de Correspondencia | Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente. |

Chef

Cuadro N°111. Manual de cargo del chef

| Datos de Identificación | | | |
|--|---------------------------|---|---|
| Localización | Restaurante | | |
| Nivel de reporte inmediato | Gerente General | | |
| Misión del Cargo | | | |
| “Atender al cliente de una manera eficaz verificando siempre que los procesos gastronómicos sean de calidad y generar la satisfacción alimenticia completa del cliente”. | | | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos | |
| Mesero Cocinero | Recepción | Clientes Proveedores locales | |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios |
| | Licenciado en gastronomía | Utilitarios informáticos: Microsoft Office. Conocimientos contables. Conocimiento tributario laboral. Conocimiento de administración de empresas. | Inglés Nivel: Medio Francés Nivel: Medio |
| Responsabilidades del cargo | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y orientar las funciones del mesero y cocinero • Atención al cliente. • Coordinar acciones que permitan cumplir con las necesidades de los clientes. • Mantener el restaurant con un ambiente confortable. • Crear estrategias gastronómicas que generen la buena presentación de los alimentos. • Generar informes y necesidades de la materia prima de los alimentos. • Controlar la entrada y salida de la bodega (cocina). • Elaboración y cotización de menús. | | | |
| Condiciones de trabajo | | | |
| “Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en un restaurante con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del | | | |

| | |
|--|--|
| cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”. | |
| Perfil de Competencias | |
| Competencias Estructurales | |
| 1. Compromiso | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de pertenencia | Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad. |
| Lealtad | Confidencialidad de información de la empresa. |
| Respeto | Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones. |
| Sinergia | Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas. |
| Integración Organizacional | Capacidad de organizar y que promulgue una buena relación laboral entre el personal. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso. |
| Profesionalismo | Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos. |
| Respeto a la institucionalidad | Respeto las normas y reglas internas de la empresa. |
| Competencias Gerenciales | |

| 4. Orientación al cliente y mercado | |
|--|--|
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Énfasis en el servicio y cliente | Atiende al cliente y cumple con sus expectativas. |
| Cumplimiento de compromisos | Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria. |
| Identificación de oportunidades de negocio | Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar. |
| 5. Liderazgo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Desarrollo de personas | Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal. |
| Conducción efectiva de equipos | Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados |
| Delegación / empoderamiento | Sabe escoger a las personas más preparadas para la contratación o asignación de tareas. |
| Visión de largo plazo | Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción. |
| 6. Orientación a resultados | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Definición de objetivos | Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo. |
| Cumplimiento de metas | Realiza un estudio de las metas que se han logrado y las que no, realiza y presenta un informe claro. |
| Administración de riesgos | Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados. |
| Generación de valor | Es consciente y transmite a sus colaboradores la idea de las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario. |

| Competencias Técnicas | |
|--|--|
| 7. Sentido de competitividad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creación de diferencial competitivo | Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo. |
| Valor percibido por el cliente | Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos). |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo. |
| 8. Conocimiento del mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Inteligencia de mercado | Conoce y entiende el mercado, sus segmentos, así como los competidores, clientes y productos / servicios que se ofrecen. |
| Exploración y curiosidad | Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos. |
| Implementación de acciones y estrategias | Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes |
| Mejora continua | Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente |
| Enfoque de calidad | Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios. |

| Competencias Técnico Funcionales | |
|--|---|
| 1. Habilidad numérica | Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas. |
| 2. Capacidad de análisis | Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos. |
| 3. Manejo de información estadística | Capacidad de analizar e interpretar datos a través de la aplicación de herramientas estadísticas. |
| 4. Manejo del sistema de remuneración | Conocimiento del sistema de remuneración utilizado por la empresa, evaluándolo y sugiriendo modificaciones en el mismo para alinearlo a la estrategia de la empresa y a las tendencias del mercado. |
| 5. Atención al cliente | Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos. |
| 6. Atención Telefónica | Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad. |
| 7. Manejo de Correspondencia | Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente. |
| 8. Control de Efectivo | Capacidad de manejar efectivo y controlar los saldos fijos de caja y de las cuentas bajo su responsabilidad, realiza conciliaciones bancarias y contables, así como control de libros diarios. |

Mesero

Cuadro N°112. Manual de cargo del mesero

| Datos de Identificación | | | |
|---|---------------------|------------------------------|---------------------|
| Localización | Restaurante | | |
| Nivel de reporte inmediato | Chef | | |
| Misión del Cargo | | | |
| “Vela por la atención rápida y amable al cliente” | | | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos | |
| Chef Cocinero | Recepción | Clientes | |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios |
| | Bachiller | Curso de Atención al cliente | Inglés Nivel: Medio |
| Responsabilidades del cargo | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Es el responsable directo de dar servicio a la mesa. • Está obligado a dar un servicio amable, eficiente y cortés. • Mantiene en práctica las normas de limpieza. • Es responsable del correcto desempeño de los trabajadores especiales o rotativos durante la preparación previa al servicio. • Es responsable de errores y omisiones en el cobro de cuentas. • Es el encargado de resolver en primera instancia las quejas del cliente, o bien reportarlas a su superior. • Da a los clientes información de interés general. • Participa en sesiones de capacitación y adiestramiento. | | | |
| Condiciones de trabajo | | | |
| “Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en un restaurante con adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”. | | | |
| Perfil de Competencias | | | |
| Competencias Estructurales | | | |

| 1. Compromiso | |
|--|--|
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de pertenencia | Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad. |
| Lealtad | Confidencialidad de información de la empresa. |
| Respeto | Respetar horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones. |
| Sinergia | Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas. |
| Integración Organizacional | Capacidad de organizar y q promulgue una buena relación laboral entre el personal. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso. |
| Profesionalismo | Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos. |
| Respeto a la institucionalidad | Respetar las normas y reglas internas de la empresa. |
| Competencias Gerenciales | |
| 4. Orientación al cliente y mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Énfasis en el servicio y cliente | Atiende al cliente y cumple con sus expectativas. |

| | |
|--|---|
| Cumplimiento de compromisos | Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria. |
| Identificación de oportunidades de negocio | Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar. |
| 5. Liderazgo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Desarrollo de personas | Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal. |
| Conducción efectiva de equipos | Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados |
| Visión de largo plazo | Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción. |
| 6. Orientación a resultados | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Definición de objetivos | Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo. |
| Cumplimiento de metas | Realiza un estudio de las metas que se han o no, realiza y presenta un informe claro. |
| Administración de riesgos | Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados. |
| Generación de valor | Es consciente y transmite a sus colaboradores y pares la idea que las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario. |
| Competencias Técnicas | |
| 7. Sentido de competitividad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creación de diferencial competitivo | Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las |

| | |
|--|--|
| | actividades diarias de su trabajo. |
| Valor percibido por el cliente | Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos). |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo. |
| 8. Conocimiento del mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Exploración y curiosidad | Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos. |
| Implementación de acciones y estrategias | Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes |
| Mejora continua | Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente |
| Enfoque de calidad | Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios. |
| Competencias Técnico Funcionales | |
| 1. Habilidad numérica | Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y precisa para el análisis de diversas situaciones operativas. |
| 2. Capacidad de análisis | Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos. |
| 3. Atención al cliente | Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos. |

| | |
|-------------------------------------|---|
| 4. Atención Telefónica | Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad. |
| 5. Manejo de Correspondencia | Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente. |

Cocinero

Cuadro N°113. Manual de cargo del cocinero

| Datos de Identificación | | | |
|---|----------------------------|----------------------------------|---------------------------|
| Localización | Restaurante | | |
| Nivel de reporte inmediato | Chef | | |
| Misión del Cargo | | | |
| “Preparar alimentos en alto grado de salubridad y entregar un producto de calidad que satisfaga las necesidades del cliente” | | | |
| Colaboradores directos | Contactos Internos | Contactos externos | |
| Chef Mesero | Recepción | Proveedores | |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios |
| | Bachiller | Curso de alta gastronomía | No es necesario |
| Responsabilidades del cargo | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Preparar los platillos que el cliente solicite de manera ágil y en perfectas condiciones de limpieza. • Brindar su apoyo en otras áreas en caso de así requerirlo. • Mantener limpios los utensilios y herramientas de trabajo. • Realizar las lista de insumos, materiales e ingredientes requeridos. | | | |
| Condiciones de trabajo | | | |
| “Desarrolla la mayor parte de sus tareas en condiciones agradables, en un restaurante con | | | |

| | |
|---|--|
| adecuada ventilación e iluminación, con pocas posibilidades de accidentarse. Las funciones del cargo requieren de desplazamientos y movilizaciones fuera de la organización”. | |
| Perfil de Competencias | |
| Competencias Estructurales | |
| 1. Compromiso | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de pertenencia | Cuál es su relación con el personal, practica y transmite la visión, misión y principios organizacionales, Da un sentido de seguridad. |
| Lealtad | Confidencialidad de información de la empresa. |
| Respeto | Respeto horarios, los reglamentos y normas internas de la empresa así también para el personal. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Funcionamiento en actividades grupales, apoya en las actividades ajenas a sus funciones. |
| Sinergia | Muestra habilidad para trabajar en equipo por un objetivo en común, participa y apoya direccionando sus esfuerzos y el de sus colaboradores o pares hacia la consecución de objetivos y metas. |
| Integración Organizacional | Capacidad de organizar y q promulgue una buena relación laboral entre el personal. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable y transmite fundamentos morales y de respetabilidad a su equipo de trabajo. No realiza ningún movimiento o transacción sin previo aviso. |
| Profesionalismo | Realiza su trabajo de una manera responsable, con entusiasmo y cumple con todos los requerimientos impuestos. |
| Respeto a la institucionalidad | Respeto las normas y reglas internas de la empresa. |

| Competencias Gerenciales | |
|--|---|
| 4. Orientación al cliente y mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Énfasis en el servicio y cliente | Atiende al cliente y cumple con sus expectativas. |
| Cumplimiento de compromisos | Verifica que todas las exigencias puestas por el cliente se cumplan de manera inmediata y satisfactoria. |
| Identificación de oportunidades de negocio | Realiza un seguimiento profundo del mercado para encontrar opciones de negocios reales y que se pueda aprovechar. |
| 5. Liderazgo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Desarrollo de personas | Da a conocer sobre su interés de desarrollo para con la empresa al personal. |
| Conducción efectiva de equipos | Sabe conducir de una manera adecuada a su equipo de trabajo y colaboradores para la toma de decisiones según los resultados |
| Visión de largo plazo | Tiene ingenio para solucionar inconvenientes o imprevistos de una manera rápida y efectiva. Sabe de planes y estrategias para aumentar la producción. |
| 6. Orientación a resultados | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Definición de objetivos | Se asegura del cumplimiento de los objetivos propuestos en su área de trabajo. |
| Cumplimiento de metas | Realiza un estudio de las metas que se han o no, realiza y presenta un informe claro. |
| Administración de riesgos | Realiza un control de los riesgos existentes en su área de trabajo haciendo que estos riesgos sean medidos y estudiados. |
| Generación de valor | Es consciente y transmite a sus colaboradores y pares la idea que las actividades del equipo de trabajo impactan en la rentabilidad de la empresa y generación de valor para el cliente. Tiene interiorizado los estándares y metas que se deben cumplir en su actuar diario. |

| Competencias Técnicas | |
|--|--|
| 7. Sentido de competitividad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creación de diferencial competitivo | Tiene conciencia de la optimización de recursos y disminución de costos, promueve y aplica dichos conceptos en las actividades diarias de su trabajo. |
| Valor percibido por el cliente | Entrega de manera oportuna soluciones inmediatas y eficientes a las necesidades de los clientes (internos y externos). |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas originales para la capitalización de oportunidades o la solución de problemas, concibiendo iniciativas innovadoras y sugiriendo alternativas de mejora en su trabajo. |
| 8. Conocimiento del mercado | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Exploración y curiosidad | Investiga y se mantiene actualizado de la información de los productos y/o servicios de la Organización, busca nuevas tecnologías, métodos de trabajo y conceptos. |
| Implementación de acciones y estrategias | Entiende la interacción de sus actividades con la consecución de la estrategia organizacional. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Cumple y vela por el cumplimiento de los estándares de calidad y se preocupa en mejorar sus actividades y los servicios realizados para los colaboradores y/o clientes |
| Mejora continua | Busca el mantenimiento de resultados positivos en su trabajo y mejora continuamente las actividades consciente de su impacto en el cliente |
| Enfoque de calidad | Hace bien sus actividades desde la primera vez, no requiere de supervisión ni control para la generación de la calidad correcta en sus actividades, productos y/o servicios. |
| Competencias Técnico Funcionales | |
| 1. Habilidad numérica | Capacidad para aplicar cálculos matemáticos de forma ágil y |

| | |
|-------------------------------------|---|
| | precisa para el análisis de diversas situaciones operativas. |
| 2. Capacidad de análisis | Habilidad de recolectar e interpretar información en base a un análisis de hechos y datos. |
| 3. Atención al cliente | Capacidad para atender solicitudes de los clientes con cortesía, eficacia y rapidez, proponiendo alternativas, previendo necesidades y anticipándose en la soluciones para satisfacerlos. |
| 4. Atención Telefónica | Capacidad de atender las llamadas telefónicas de clientes internos y externos con cordialidad y agilidad. |
| 5. Manejo de Correspondencia | Habilidad de manejar adecuadamente la correspondencia de la Compañía de forma ágil, oportuna y eficiente. |

Camarera de pisos

Cuadro N°114. Manual de cargo de la camarera de pisos

| Datos de Identificación | | | | |
|---|---------------------|--------------------------------|--------------------|--|
| Localización | Cabañas | | | |
| Nivel de reporte inmediato | Gerente General | | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Mantener en condiciones de perfecta limpieza las instalaciones de las cabañas de la empresa según las normas establecidas y las instrucciones que le otorgue su superior. | | | | |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Bachiller | Mantenimiento de Instalaciones | Ninguno | Mínimo 3 años en posiciones o responsabilidades similares. |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Controlar el estado de todos los bienes con los que cuenta la empresa y realizar reparos en caso de ser necesario. • Realizar mantenimiento continuo de las cabañas de la empresa. | | | | |

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Mostrar cordialidad en caso de que el personal de la empresa o clientes necesiten de su contingente. • Solicitar las herramientas necesarias para realizar un mantenimiento de calidad • Cumplir con el aseo de las instalaciones de manera que el cliente se lleve la mejor imagen de la empresa. | |
| Indicadores de medición | |
| Condiciones de trabajo | |
| Desarrollar sus tareas la mayor parte del tiempo en las instalaciones de hospedaje de la empresa. | |
| Perfil de Competencias | |
| Competencias Estructurales | |
| 1. Compromiso | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Lealtad | Mantener buenos vínculos con todos los integrantes de la empresa y cumplir con las promesas y compromisos establecidos en el inicio de las relaciones laborales, procurando siempre el beneficio mutuo. |
| Respeto | Promueve la tolerancia, apertura y respeto en su equipo de trabajo, da cumplimiento a las normas y principios establecidos. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Presta su contingente incondicional, para poder alcanzar los resultados esperados y brindar siempre servicios de calidad a los clientes. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable, promoviendo sólidos fundamentos morales y de respetabilidad dentro de su equipo de trabajo con fin de lograr el bienestar de la organización. |
| Respeto a la institucionalidad | Es ejemplo de cumplimiento de las normas y políticas de la compañía, establece propuestas de mejora a las mismas. |
| Competencias Técnicas | |

| 4. Sentido de competitividad | |
|--|--|
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas inmediatas cuando ocurren daños en la estructura de la construcción, ya sean instalaciones sanitarias, eléctricas, de agua es decir soluciona problemas de esta índole en forma oportuna o reporta los daños en caso de no lograr repararlos. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Eleva el nivel de calidad para maximizar los beneficios de la empresa, mejorando cada vez más sus habilidades. |
| Mejora continua | Mejoramiento continuo con miras a la perfección a través de replanteamientos en los procesos preestablecidos en caso de ser necesario. |
| Enfoque de calidad | Logra calidad en la prevención y no en la corrección de imperfecciones, no requiere de supervisión ni control para la generación de calidad. |
| Competencias Técnico Funcionales | |
| 1. Conocimiento de Producto | Demuestra conocimiento y dominio de las diversas características de un evento y de las actividades que le competen. |
| 2. Trabajo Bajo Presión | Capacidad de controlar el descontento o irritación en ambientes desfavorables, facilidad en establecer prioridades y dar soluciones a problemas suscitados en el lugar de trabajo. |
| 3. Manejo de relaciones con clientes | Habilidad para lograr un buen relacionamiento con el cliente, en caso de ser requerido, demostrando capacidad para atender sus necesidades de manera eficiente y adecuada. |
| 4. Capacidad de Planeación y Organización | Capacidad de establecer un plan de trabajo diario, a fin de maximizar recursos y minimizar riesgos, accidentes o percances que alteren nuestra oferta de servicios de calidad. |
| 5. Conocimiento de Procesos | Capacidad de entender las secuencias del proceso en la ejecución de eventos, para conocer cuándo debe actuar. |
| 6. Elaboración de Informes | Capacidad de generar informes con datos relevantes para la toma de decisiones, demostrando capacidad analítica y de síntesis. |

Mozo de limpieza de áreas públicas

Cuadro N°115. Manual de cargo del mozo de limpieza de áreas públicas

| Datos de Identificación | | | | |
|---|---------------------|--------------------------------|--------------------|--|
| Localización | | Todas las áreas | | |
| Nivel de reporte inmediato | | Gerente General | | |
| Misión del Cargo | | | | |
| Mantener en condiciones de perfecta limpieza las instalaciones de la empresa según las normas establecidas y las instrucciones que le otorgue su superior. | | | | |
| Perfil | Formación Académica | Conocimientos adicionales | Idiomas necesarios | Nivel de Experiencia |
| | Bachiller | Mantenimiento de Instalaciones | Ninguno | Mínimo 3 años en posiciones o responsabilidades similares. |
| Responsabilidades del cargo | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> Controlar el estado de todos los bienes con los que cuenta la empresa y realizar reparos en caso de ser necesario. Realizar mantenimiento continuo de las áreas de la empresa. Mostrar cordialidad en caso de que el personal de la empresa o clientes necesiten de su contingente. Solicitar las herramientas necesarias para realizar un mantenimiento de calidad Cumplir con el aseo de las instalaciones de manera que el cliente se lleve la mejor imagen de la empresa. | | | | |
| Indicadores de medición | | | | |
| Condiciones de trabajo | | | | |
| Desarrollar sus tareas la mayor parte del tiempo en las instalaciones de hospedaje de la empresa. | | | | |
| Perfil de Competencias | | | | |
| Competencias Estructurales | | | | |

| 1. Compromiso | |
|-------------------------------------|--|
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Lealtad | Mantener buenos vínculos con todos los integrantes de la empresa y cumplir con las promesas y compromisos establecidos en el inicio de las relaciones laborales, procurando siempre el beneficio mutuo. |
| Respeto | Promueve la tolerancia, apertura y respeto en su equipo de trabajo, da cumplimiento a las normas y principios establecidos. |
| 2. Trabajo en equipo | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Cooperación | Presta su contingente incondicional, para poder alcanzar los resultados esperados y brindar siempre servicios de calidad a los clientes. |
| 3. Integridad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Ética | Actúa con una conducta intachable, promoviendo sólidos fundamentos morales y de respetabilidad dentro de su equipo de trabajo con fin de lograr el bienestar de la organización. |
| Respeto a la institucionalidad | Es ejemplo de cumplimiento de las normas y políticas de la compañía, establece propuestas de mejora a las mismas. |
| Competencias Técnicas | |
| 4. Sentido de competitividad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Creatividad e innovación | Presenta contribuciones y respuestas inmediatas cuando ocurren daños en la estructura de la construcción, ya sean instalaciones sanitarias, eléctricas, de agua es decir soluciona problemas de esta índole en forma oportuna o reporta los daños en caso de no lograr repararlos. |
| 9. Orientación a la calidad | |
| Atributo | Nivel ideal requerido |
| Sentido de excelencia | Eleva el nivel de calidad para maximizar los beneficios de la empresa, mejorando cada vez más sus habilidades. |

| | |
|--|--|
| Mejora continua | Mejoramiento continuo con miras a la perfección a través de replanteamientos en los procesos preestablecidos en caso de ser necesario. |
| Enfoque de calidad | Logra calidad en la prevención y no en la corrección de imperfecciones, no requiere de supervisión ni control para la generación de calidad. |
| Competencias Técnico Funcionales | |
| 1. Conocimiento de Producto | Demuestra conocimiento y dominio de las diversas características de un evento y de las actividades que le competen. |
| 2. Trabajo Bajo Presión | Capacidad de controlar el descontento o irritación en ambientes desfavorables, facilidad en establecer prioridades y dar soluciones a problemas suscitados en el lugar de trabajo. |
| 3. Manejo de relaciones con clientes | Habilidad para lograr un buen relacionamiento con el cliente, en caso de ser requerido, demostrando capacidad para atender sus necesidades de manera eficiente y adecuada. |
| 4. Capacidad de Planeación y Organización | Capacidad de establecer un plan de trabajo diario, a fin de maximizar recursos y minimizar riesgos, accidentes o percances que alteren nuestra oferta de servicios de calidad. |
| 5. Conocimiento de Procesos | Capacidad de entender las secuencias del proceso en la ejecución de eventos, para conocer cuándo debe actuar. |
| 6. Elaboración de Informes | Capacidad de generar informes con datos relevantes para la toma de decisiones, demostrando capacidad analítica y de síntesis. |

d. Reglamento interno para clientes y funcionarios

1) Reglamento interno para funcionarios

a) Horarios De Trabajo

PRIMERA.- Se conviene expresamente que el horario es de lunes a domingo dependiendo del servicio en dos horarios de 8:00 a 17:00 horas, y de 17:00 a 02:00 horas.; en el primer horario contarán con una hora para tomar sus alimentos en el horario de 14:00 a 15:00 horas y en el segundo horario su hora de cena de 21:00 a 22:00 horas y cualquier modificación deberá ser pre-autorizado por la administración.

SEGUNDA.- Los horarios señalados podrán ser modificados por la empresa según las necesidades de la misma siendo obligación de esta dar aviso a él o los trabajadores.

TERCERA.- La empresa concede como máximo tres tolerancias a la quincena de quince minutos cada una, al incurrir en el tercer retardo de quince minutos a la quincena a la hora de entrada exclusivamente, automáticamente se le descontará medio día de salario.

CUARTA.- Cada trabajador deberá firmar su asistencia diaria en las listas correspondientes ubicadas en la recepción y acentuar en la misma sus horarios de comida y salida de la compañía.

QUINTA.- El trabajador se compromete a hacer efectivo el tiempo laboral respetando sus horarios de lo contrario le será descontado de su salario el tiempo faltante o se considerará como media falta o falta completa según sea el caso.

SEXTA.- Está estrictamente prohibido registrar la asistencia de algún otro compañero de trabajo, el que incurra en este hecho será acreedor a una sanción en la que existe la posibilidad de baja definitiva.

SÉPTIMA.- Ningún trabajador podrá ausentarse de la empresa antes de terminar su jornada diaria sin la previa autorización de la administración.

b) Permisos y Faltas

OCTAVA.- Los permisos deben ser forzosamente solicitados por escrito y con 72 horas de anticipación, el permiso que no cumpla con dichos requisitos automáticamente se considerará nulo.

NOVENA.- La gerencia estará facultada a autorizar el permiso y las condiciones bajo el que este se autorice. Todos los permisos serán sin goce de sueldo en el caso de que sea día completo salvo que el funcionario del área antes mencionada autorice lo contrario.

DECIMA.- El único comprobante que justifica una incapacidad es el que expide el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), cabe hacer mención que no será válido ningún otro documento.

DECIMA PRIMERA.- Los trabajadores que falten a sus labores por cualquiera que sea la causa, tendrán que dar aviso inmediato a la gerencia, este aviso debe ser telefónico o por escrito y en caso de ser incapacidad tendrá que hacer llegar el comprobante el día que inicia la misma en caso contrario se aplicará como falta injustificada.

DECIMA SEGUNDA.- Al momento de acumular tres faltas injustificadas la empresa tendrá la facultad de dar la baja inmediata.

c) Restricciones

DECIMA TERCERA.- El personal de la compañía deberá portar a su entrada y en todo momento durante su estancia en la empresa la credencial.

DECIMA CUARTA.- La política de uniformes será aplicada de martes a sábado (Para aquellas personas que previamente se haya convenido su utilización), la falta y cumplimiento de su utilización podrá ser causa de las sanciones correspondientes.

DECIMA QUINTA.- Se establecen los días domingos la vestimenta CASUAL.

DECIMA SEXTA.- Queda prohibido a los trabajadores:

- Ejecutar cualquier acto que pueda poner en peligro su seguridad, la de sus compañeros de trabajo o la de terceras personas así como al establecimiento o en el lugar en que el trabajo se desempeñe.
- Sustraer de la empresa, útiles de trabajo, herramientas o materias primas, sin el permiso de la persona facultada para ello.
- Provocar en el interior del centro de trabajo, escándalos, riñas o cometer actos que alteren la disciplina así como distraer y quitar el tiempo a otro compañero sin causa justificada.
- Suspendar y ausentarse de sus labores sin autorización de la administración del área responsable.
- Distraerse en cualquier actividad ajena al trabajo.

d) Días de descanso

DECIMA SÉPTIMA

Los establecidos por el calendario cívico y festivo de la República del Ecuador o días que la empresa establezca.

e) Juntas y reuniones laborales

DECIMA NOVENA.- En caso de que algún Socio o el Gerente necesite convocar a junta, se registrará en correo electrónico con 3 días de anticipación y se mencionará en dicha solicitud:

- Motivo de la junta.
- Moderador y/o responsable de la reunión
- Plan de trabajo.
- Quienes participarán en ésta.
- Duración de la junta (el moderador deberá hacer cumplir el tiempo estimado y concretar acuerdos)
- Orden del día y Fecha.

Las juntas no pueden ser fuera de las instalaciones (estacionamiento, accesos, etc.) o en áreas comunes en general (comedor, pasillos, baños, archivo, papelería, etc.).

Se deberá observar disciplina y productividad a través de alcanzar acuerdos que promuevan la productividad y cumplimiento de objetivos.

Será responsabilidad de cada participante la probidad y participación en las reuniones, a través de la asistencia puntual y la oportuna preparación sobre los temas a tratar.

Con la finalidad de dar seguimiento al éxito de cada reunión, será obligatoria la preparación y publicación entre los participantes, de la MINUTA correspondiente, misma que deberá observar acuerdos y compromisos que conlleven al éxito mencionado. El moderador será quien vigile este ordenamiento.

f) Actas Administrativas

VIGÉSIMA.- Las actas administrativas, se aplican cuando alguien a pesar de estar enterado y saber de los reglamentos, políticas y responsabilidades de la empresa no cumple con las mismas.

El único que puede autorizar levantar un acta administrativa es el Socio o en ausencia del mismo el Gerente.

Al juntar la tercera Acta administrativa, la empresa tiene la facultad de rescindir el contrato y la baja definitiva del mismo.

g) Sanciones Disciplinarias

VIGÉSIMA PRIMERA.- La empresa podrá aplicar a los trabajadores que descaten cualquiera de los puntos mencionados en este reglamento alguna de las sanciones que a continuación se señalan según la gravedad:

- Rescisión de contrato
 - Por la primera falta injustificada, suspensión de un día sin goce de sueldo
 - Por la segunda falta injustificada, suspensión de dos días sin goce de sueldo
 - Por la tercera falta injustificada, suspensión de tres días sin goce de sueldo
 - Por la cuarta falta injustificada procederá la rescisión de contrato sin responsabilidad para la empresa.

- Cabe hacer mención que es obligación del trabajador
 - Comunicar al gerente o al superior a cargo las deficiencias que adviertan en el trabajo a fin de evitar daños y perjuicios y cuando esté en riesgo la seguridad de la misma.

- Guardar escrupulosamente los secretos e información confidencial que conozcan, así como de los asuntos administrativos cuya divulgación pueda causar perjuicios a la empresa.
- Poner en conocimiento al gerente o al superior a cargo las enfermedades contagiosas que padezcan tan pronto como tengan conocimiento de las mismas

h) Normativa para la prestación de servicios (Prestador-cliente)

- El cliente por encima de todo. Es el cliente a quien debemos tener presente antes de nada.
- No hay imposibles, a veces los clientes solicitarán cosas casi imposibles que con un poco de esfuerzo y ganas, se logrará cumplir lo que desea.
- Cumplir todo lo prometido al cliente.
- Satisfacer al cliente a medida de entregar un servicio que cumpla lo pedido y mucho más de lo que espera. ¿Cómo lograrlo? Conociendo muy bien a nuestros clientes enfocándonos en sus necesidades y deseos.
- Para el cliente usted marca la diferencia. Las personas que tendrán contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, dependerá del trato amable y cordial que brinde además de una calurosa bienvenida pueden hacer que un cliente regrese o que jamás quiera volver. Eso hace la diferencia.
- Fallar en un punto significa fallar en todo. Puede que todo funcione a la perfección, que tengamos controlado todo, pero que pasa si fallamos en el tiempo de entrega, si la mercancía llega accidentada se perderá absolutamente todo.
- El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente. La única verdad es que los clientes son quienes, en su mente y su sentir lo califican, si es bueno vuelven y de lo contrario no regresan.
- Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo. Todas las personas de la organización deben estar dispuestas a trabajar en pro de la satisfacción del cliente, trátase de una queja, de una petición o de cualquier otro asunto.

2) Reglamento para clientes

Según el código de ética mundial de la OMT se ha elaborado este reglamento para lograr de esta manera salvaguardar los recursos privados y naturales del presente proyecto

a) Para aumentar el sentido de sus viajes, recabe información con anterioridad a su salida, sobre las características de la región a visitar, su geografía, costumbres y cultura.

b) Respete la fragilidad cultural, social y medio ambiental de la parroquia, adoptando los paquetes elaborados para esta zona.

c) Respete la soledad y dignidad de los pobladores locales y demás visitantes de la zona.

d) No compre productos de especies de flora y fauna amenazadas, en lo posible filme o tome fotografías.

e) Camine siempre por los senderos definidos y señalizados para el uso turístico.

f) Apoye los programas diseñados en la comunidad para mejorar el medio ambiente y revalorizar la cultura local.

g) En lo posible, use medios de transporte ambientalmente sanos, la propuesta de este proyecto es que usted camine hacia los atractivos más cercanos. Aporte con criterios constructivistas los servicios que se oferta en el libro que registra los cometarios de los visitantes.

h) Ayude a fomentar con su proceder a la conservación de energía y del medio ambiente, a la protección del agua y el aire, al reciclaje de materiales, al manejo de desechos y materiales tóxicos al control del ruido.

e. Talento humano y remuneración

Cuadro N°116. Talento humano y remuneración de la empresa

| Cargo | Núm. | Salario | Décimo cuarto | Décimo tercero | Remuneración anual Total |
|----------------------|------|---------|---------------|----------------|--------------------------|
| Recepcionista | 1 | 500 | 340 | 500 | 6840,00 |
| Botones | 1 | 340 | 340 | 340 | 4760,00 |
| Bar-tender | 1 | 340 | 340 | 340 | 4760,00 |
| Chef | 1 | 500 | 340 | 500 | 6840,00 |
| Mesero | 1 | 340 | 340 | 340 | 4760,00 |
| Cocinero | 1 | 340 | 340 | 340 | 4760,00 |
| Personal de Limpieza | 2 | 340 | 340 | 340 | 9520,00 |
| Gerente | 1 | 700 | 340 | 700 | 9440,00 |
| | | | | TOTAL | 51680,00 |

Cuadro N°117. Talento humano y remuneración empresas contratadas

| Cargo | Núm. | Salario | Remuneración anual Total |
|------------|------|--------------|--------------------------|
| Guardianía | 1 | 800,00 | 9600,00 |
| Contador | 1 | 150,00 | 1800,00 |
| | | TOTAL | 11400,00 |

3. Estudio Legal

a. Tipo de Empresa

Hostería Las Rosas se constituirá como una empresa privada de responsabilidad limitada fundamentada en las leyes vigentes de la república del Ecuador.

b. Constitución Política de la República del Ecuador

Considerando la Constitución Política de la república del Ecuador vigente, aprobada el 28 de septiembre de 2008 se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas,

- a) Numeral 13.- El derecho a asociarse, reunirse y manifestarse en forma libre y voluntaria.
- b) Numeral 15.- El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.

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

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

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

4) Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

c. Ley de Turismo

En lo estipulado en la Ley de Turismo suscrita en el Decreto Ejecutivo 1424, Registro Oficial 309 el 19 de abril del 2001, se tomarán como referencia los siguientes artículos que permitirán la constitución legal del proyecto turístico a emprender.

1) Art. 5.-Se consideran actividades **turísticas las** desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a) Alojamiento

b) Servicio de alimentos y bebidas;

c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f) Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

2) Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

3) Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta ley. En el registro se establecerá la clasificación y la categoría que le corresponda.

4) Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos la Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

a) Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b) Dar publicidad a su categoría;

c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

d. Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo

En Decreto Ejecutivo 1186, publicado en el Registro Oficial 244 el 5 de enero del 2004 se expide el Reglamento general de aplicación de la Ley de Turismo, dentro del cual se toma como referencia los siguientes artículos para el fundamento legal del proyecto turístico:

1) Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica, a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje;

2) Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.-El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

3) Del registro único de turismo

a) Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la

inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

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

4) De la licencia única anual de funcionamiento

a) Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

b) Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento: A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

c) Art. 60.- Pago de la licencia: El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro. En los municipios descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

e. Reglamento general de Actividades Turísticas

Haciendo uso del Reglamento general de Actividades Turísticas decretado en el Decreto Ejecutivo 3400 y publicado en el Registro Oficial 726 el 17 de diciembre del 2002; los siguientes artículos son importantes en la constitución legal del proyecto.

1) Art. 1.- Alojamientos.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios. El Ministerio de Turismo autorizará la apertura, funcionamiento y clausura de los alojamientos.

2) Art. 3.- Clasificación.- Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

a) Grupo 1.- Alojamientos Hoteleros.

i. Subgrupo 1.1. Hoteles.

- Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas).
- Hotel Residencia (de 4 a 1 estrellas doradas).
- Hotel Apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas).

ii. Subgrupo 1.2. Hostales y Pensiones.

- Hostales (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Hostales Residencias (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Pensiones (de 3 a 1 estrellas plateadas).

iii. Subgrupo 1.3. Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas.

- Hosterías (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Moteles (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Refugios (de 3 a 1 estrellas plateadas).
- Cabañas (de 3 a 1 estrellas plateadas).

b) Grupo 2.- Alojamientos Extrahoteleros.**i. Subgrupo 2.1. Complejos vacacionales (de 3 a 1 estrellas plateadas).****ii. Subgrupo 2.2. Campamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).****iii. Subgrupo 2.3. Apartamentos (de 3 a 1 estrellas plateadas).**

En la publicidad, correspondencia, facturas y demás documentación de los establecimientos, deberá indicarse en forma que no induzca a confusión el grupo, subgrupo y categoría en que están clasificados.

3) Hostería, Refugios, Moteles y Cabañas

a) Art. 26.- Cabañas²².-Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en centros vacacionales, en los que mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

b) Art. 27.- Hostería, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas.-Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas, deberán contar con los siguientes servicios:

- i. De recepción las veinticuatro horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá, además del español, el idioma inglés. Existirá un mozo de equipaje o mensajero que dependerá de la recepción.
- ii. Central telefónica para llamadas locales e interprovinciales, en los lugares donde hubiere este servicio, y para comunicación con las habitaciones. Este servicio podrá estar atendido por el mismo personal de la recepción;
- iii. En los refugios y moteles, servicio de cafetería las veinticuatro horas del día; y,
- iv. Botiquín de primeros auxilios.

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

f. Requisitos legales

Para poder constituir la empresa turística se necesita realizar los siguientes trámites:

1) Registro único de contribuyentes

Para la obtención del RUC (registro único de contribuyentes) de personas jurídicas se requiere:

- a) Formulario 01A y 01B suscritos por el representante legal

- b) Original y copia de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil

- c) Original y copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención

- d) Original y copia del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.

- e) Original y copia, de la escritura pública o del contrato social otorgado ante notario o juez.
- f) Original y copia del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

- g) Original y copia del nombramiento del representante legal, notariado y con reconocimiento de firmas.

- h) Original y copia del nombramiento del representante legal avalado por el organismo ante el cual la organización no gubernamental sin fin de lucro se encuentra registrada: Ministerios o TSE

- i) Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Súper Intendencia de Compañías.

2) Patente municipal:

- a) Formulario de solicitud de patente. El formulario de solicitud será adquirido en la Tesorería Municipal y llenado por el interesado o por el personal de Rentas, con los siguientes datos:

- i. Fecha de presentación.**
- ii.** Nombres completos de propietarios de la actividad económica o representante legal de la misma.
- iii.** Numero de cedula.
- iv.** Papeleta de votación
- v.** Numero de RUC
- vi.** Nacionalidad
- vii.** Dirección domiciliaria del propietario o representante legal
- viii.** Actividad económica a la que se dedica
- ix.** Razón social con que opere
- x.** Capital en operación (total activos menos pasivos corrientes)
- xi.** Ubicación del establecimiento
- xii.** Firma autorizada del declarante
- xiii.** Copia de Acta de Constitución cuando la actividad tiene personería jurídica
- xiv.** Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal
- xv.** Copia de RUC
- xvi.** Permiso del Cuerpo de Bomberos

3) Permisos sanitarios

Para obtenerlo, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud lo siguiente:

- a)** Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- b)** Comprobante de pago de patente del año.
- c)** Permiso sanitario de funcionamiento.
- d)** Certificado(s) de salud.
- e)** Informe de control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.

f) Copia de cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

4) Registro Actividad Turística

Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la corporación, acompañado de los siguientes documentos:

a) Copia certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.

b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante en la oficina de Registro Mercantil.

c) Copia del RUC

d) Copia de la cedula de identidad

e) Copia de la papeleta de votación

f) Certificado de instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud

g) Registro único de contribuyentes o cedula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante

h) Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado

i) Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia)

j) Declaración juramentada de activos fijos para cancelación de 1 por mil

Una vez recibida la solicitud, el departamento correspondiente verificará si esta ha sido presentada en debida forma y dispondrá la visita de inspección previa a la clasificación

5) Licencia Anual de Funcionamiento

Para obtener la licencia anual de funcionamiento los requerimientos son:

- a) Solicitud de Registro de Catastro Turístico dirigida al Señor Alcalde
- b) Certificado de registro conferido por el Ministerio de Turismo
- c) Patente municipal actualizada
- d) Certificado actualizado de afiliación a la Cámara de Turismo Provincial (tramite opcional)
- e) Copia certificada del RUC
- f) Lista de precios del establecimiento turístico
- g) Fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento.

6) Afiliación a la Cámara de Turismo Provincial

Para la afiliación a la Cámara de Turismo Provincial se debe recalcar que su afiliación es opcional y se necesita los siguientes requisitos:

- a) Copia de cedula de identidad del representante legal de la empresa.
- b) Copia del certificado de votación.

c) RUC

d) Patente municipal.

e) Registro del Ministerio de Turismo.

f) Dos fotos tamaño carnet.

g) Costos de trámites pertinentes.

g. Gastos de constitución

Cuadro N°118. Gastos de constitución

| Gastos | Descripción | Valor |
|--|--|----------------|
| De constitución | Estatutos Constitución | 250 |
| | Elevación escritura de registro | 500 |
| | Registro nombramiento legal | 150 |
| | Apertura de cuenta Banco Nacional de Fomento | 800 |
| | IEPI | 100 |
| | Otras instituciones | 200 |
| De permisos, patentes y licencias | Registro del Mintur | 210 |
| | Permiso sanitario | 204 |
| | Licencia de funcionamiento | 139,62 |
| | Otras instituciones | 30 |
| TOTAL | | 2583,62 |

D. DETERMINAR LA VIABILIDAD SOCIO AMBIENTAL

La Matriz de Lázaro Lagos es una "Metodología general para la evaluación de impacto ambiental de proyectos" en la que se explica la evaluación matricial de impactos y "Línea Base Ambiental para Proyectos de Obra o Actividad" que da detalles generales de este proceso.

1. Identificación de acciones que pueden causar impacto.

a. Fase de instalación

1) Movimiento de tierra

Debido a la construcción de la obra se deberá realizar movimientos de tierra como excavaciones, desbroces, nivelaciones y deforestación. Siendo estas acciones inevitables por lo cual en el futuro se deberá realizar medidas que recompensen dicha acción.

2) Montaje de la obra

Esta fase se refiere al levantamiento constructivo de la planta turística. Resultado de este proceso encontraremos varios impactos, por lo que su análisis detallado es de gran relevancia para el proyecto.

3) Reutilización de aguas grises

Etapa importante en la planificación de la infraestructura turística para obtener la reutilización de agua.

4) Reforestación con especies nativas

Actividad de gran importancia para compensar los impactos causados por la fase de instalación.

b. Fase de Operación

1) Operación turística

La operación turística es producida directamente por personas, los mismos que en el desarrollo de dicha actividad son generadores de impactos, motivo por el cual se encuentra involucrada dentro del presente proyecto.

2) Actividades turísticas y recreacionales

La visita de los turistas a la hostería representará la realización de las actividades recreacionales es importante señalarlas ya que generaran impactos sociales y ambientales en el proyecto.

3) Educación ambiental

Actividad que explica la importancia de la flora y fauna del lugar, además de la sensibilización a los visitantes acerca de la importancia de proteger el medioambiente.

4) Eliminación de desechos

La operación turística en la zona supone la generación de desechos orgánicos e inorgánicos, el problema se genera a partir de su eliminación, porque en la recolección y eliminación de basura no existe un procedimiento adecuado de tratamiento para el efecto.

5) Generación de fuentes de trabajo

Efectivamente este factor será el que más beneficie a la localidad pues se pretende que el personal que labore en la Hostería sea quienes forman parte de la localidad. Todas las acciones del proyecto generan fuentes temporales o permanentes de empleo, además, los negocios locales serán beneficiados por ser proveedores de los recursos que se necesite para la operación.

2. Identificación de factores ambientales y sociales del entorno, susceptibles a recibir impactos

a. Aire

Es uno de los factores más susceptibles a sufrir impactos por las actividades turísticas realizadas en un determinado lugar, al ser un elemento vital para el ser humano, se debe

hacer un estudio responsable del mismo. La utilización de maquinarias y equipos tanto en la fase de construcción y de operación produce un efecto negativo sobre este elemento. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

- 1) Partículas en suspensión
- 2) Oxigenación del ambiente

b. Suelo

La utilización de la Hostería y más aún la construcción de la planta turística causarán sin duda impactos ambientales centrados principalmente en la compactación y la contaminación por desechos sólidos. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

- 1) Compactación
- 2) Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos

c. Agua

Dentro de la planta turística, la utilización del agua es indispensable, por lo que es importante dar una buena utilización de este recurso tan imprescindible para la humanidad. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

- 1) Uso excesivo del agua.
- 2) Reutilización de aguas grises.

d. Flora y Fauna

La presencia de turistas en el sector de influencia del proyecto, puede causar impactos negativos tanto en flora como en fauna, aún más en la etapa de construcción mediante la modificación del hábitat.

En flora la pérdida de especies en la etapa de construcción, lo cual es necesario reforestar con plantas vernaculares para recompensar el daño causado.

En fauna la alteración del hábitat y comportamiento de las especies dará como resultado el alejamiento de especies.

La implementación de la señalética favorece para que no se originen efectos mayores en estos elementos, brindando una educación ambiental que reduce los posibles impactos negativos. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

- 1) Modificación del hábitat
- 2) Alejamiento de especies de fauna
- 3) Pérdida de flora
- 4) Reforestación de especies nativas

e. Socio económico

El turismo contribuye a crear un encuentro cultural, el cual debe manejarse en términos de respeto a la cultura local, como resultado de un intercambio de costumbres. Otro factor del

presente proyecto es que contribuirá con la economía de la comunidad generando fuentes de empleo.

El proyecto generara una cultura de una vida más sana mediante el fomento de deportes y esparcimiento, además, tendrá como resultado principal el amor a la naturaleza y a una vida sin estrés. Los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental son:

- 1) Aumento de turismo en la zona.
- 2) Sensibilización de turistas.
- 3) Intercambio cultural.
- 4) Aporte a la economía local.
- 5) Fomento de deportes y esparcimiento.

f. Paisaje

La modificación del entorno depende mucho de la intervención del ser humano siendo factores relevantes la construcción, operación, la generación de basura y la perturbación por ruido. Siendo los principales impactos a ser evaluados en este factor ambiental los siguientes:

- 1) Generación y eliminación de Basura
- 2) Perturbación por ruido
- 3) Modificación del Entorno

3. Matriz Lázaró Lagos

Cuadro N°119. Matriz Lázaró Lagos

| COMPONENTES AMBIENTALES | ACTIVIDADES | | | | | | | | | IMPACTOS | CRITERIOS DE EVALUACIÓN | | | | | | | | | |
|-------------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------|--|------------------------|----------------------------|-------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------|--|-------------------------|-------------|----------------|------------|---------|-------------------|-------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------|
| | 1) Movimiento de tierra | 2) Montaje de la obra | 3) Operación turística | 4) Actividades turísticas y recreacionales | 5) Educación ambiental | 6) Eliminación de desechos | 7) Generación de fuentes de trabajo | 8) Reutilización de aguas grises | 9) Reforestación con plantas nativas | | 1. Naturaleza | 2. Magnitud | 3. Importancia | 4. Certeza | 5. Tipo | 6. Reversibilidad | 7. Duración | 8. Tiempo en aparecer | 9. Considerado en el proyecto | 10. Ponderación |
| A. AIRE | X | X | X | | | | | | | Partículas en suspensión | (-) | 1 | 1 | C | Pr | 2 | 3 | C | S | 6 |
| | | | | | | | | | X | Oxigenación del ambiente | (+) | 1 | 2 | C | Pr | 1 | 3 | C | S | 8 |
| B. SUELO | X | X | X | X | | | | | | Compactación | (-) | 1 | 2 | D | Pr | 2 | 2 | C | S | 6 |
| | | X | X | X | | X | | | | Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos | (-) | 1 | 2 | C | Pr | 2 | 3 | C | S | 7 |
| C. AGUA | | X | X | X | | | | | | Uso intensivo del agua | (-) | 1 | 2 | C | Pr | 2 | 3 | C | S | 7 |
| | | | | | | X | | X | | Disminución del consumo del agua | (+) | 1 | 2 | C | Pr | 2 | 3 | C | S | 9 |
| D. FLORA Y FAUNA | X | X | | | | X | | | | Modificación del hábitat | (-) | 1 | 2 | C | Pr | 2 | 1 | C | S | 5 |
| | X | X | | X | | | | | | Alejamiento de especies de fauna | (-) | 1 | 2 | C | Pr | 2 | 1 | C | S | 5 |
| | X | X | | X | | | | | | Pérdida de flora | (-) | 1 | 2 | C | Pr | 2 | 1 | C | S | 5 |
| | | | | | | X | | X | X | Conservación de las especies de flora y fauna | (+) | 1 | 2 | C | Pr | 2 | 3 | M | S | 9 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|--|--|--------------------------------------|-----|---|---|---|----|---|---|---|---|----|
| E. SOCIO ECONÓMICO | | | X | X | X | | | | | Aumento de turismo en la zona. | (+) | 1 | 3 | D | Sc | 2 | 3 | L | S | 10 |
| | | | | | X | | | | | Sensibilización de turistas. | (+) | 1 | 3 | D | Sc | 2 | 3 | M | S | 10 |
| | | | X | X | X | | | | | Intercambio cultural. | (+) | 1 | 1 | C | Pr | 2 | 3 | M | S | 8 |
| | X | X | X | X | | | X | | | Aporte a la economía local. | (+) | 1 | 2 | D | Pr | 2 | 3 | M | S | 9 |
| | | | | X | | | | | | Fomento de deportes y esparcimiento. | (+) | 1 | 2 | D | Pr | 2 | 3 | M | S | 9 |
| F. PAISAJE | X | X | X | X | | | | | | Generación y eliminación de Basura | (-) | 1 | 3 | D | Pr | 1 | 3 | L | S | 9 |
| | X | X | | X | | | | | | Perturbación por ruido | (-) | 1 | 1 | D | Pr | 1 | 2 | C | S | 4 |
| | X | X | | | | X | | | | Modificación del Entorno | (-) | 1 | 2 | C | Pr | 1 | 3 | L | S | 6 |

4. Matriz evaluación Lázaro Lagos

Cuadro N°120. Matriz evaluación Lázaro Lagos

| COMPONENTES AMBIENTALES | ACTIVIDADES | | | | | | | | | TOTAL (+) | TOTAL(-) | TOTAL |
|----------------------------|---------------|---------------|----------------|--------------------|-----------------|-----------|----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | | | |
| A | -6 | -6 | -6 | | | | | | +8 | 8 | 18 | 26 |
| B | -6 | -6, -7 | -6,-7 | -6,-7 | | -7 | | | | - | 52 | 52 |
| C | | -7 | -7 | -7 | +9 | | | +9 | | 18 | 21 | 39 |
| D | -5, -5, -5 | -5, -5, -5 | | -5, -5 | +9 | -5 | | +9 | +9 | 27 | 45 | 72 |
| E | +9 | +9 | +10, +8, +9 | +10, +8, +9, +9 | +10, +10, +8 | | +9 | | | 118 | - | 118 |
| F | -9, -4, -6 | -9, -4, -6 | -9 | -9, -4 | | -6 | | | | - | 66 | 66 |
| TOTAL (+) | 9 | 9 | 27 | 36 | 46 | - | 9 | 18 | 17 | 171 | | |
| TOTAL (-) | 46 | 60 | 35 | 43 | - | 18 | - | - | - | | 202 | |
| TOTAL | 55 | 69 | 62 | 79 | 46 | 18 | 9 | 18 | 17 | | | 373 |

5. Evaluación de la Matriz de Lázaro Lagos.

En general, los resultados obtenidos son equilibrados, ya que los datos obtenidos con valores positivos son de 171 frente a una variable negativa de 202, es decir que tendremos un porcentaje de 14.35% lo que demuestra que el proyecto tendrá un impacto socio-ambiental no significativo.

a. Actividades

Se determinó que las acciones más beneficiosas del proyecto son la educación ambiental y las actividades turísticas y recreacionales ambas con un valor positivo de 46 y 36 respectivamente, seguido por la operación turística 27, la reutilización de aguas grises 18, la reforestación con plantas nativas 17 y las 3 últimas restantes con un valor de 9, que corresponden a movimiento de tierra, montaje de la obra y generación de fuentes de trabajo.

Sin duda el montaje de obra es la actividad que causa mayor impacto en el ambiente con un valor de 60, seguido por el movimiento de tierra con 46, realizar las actividades turísticas recreacionales 43 y la operación turística 35 causan impactos sean estos de generación de desechos, generación de gases contaminantes, etc. Sin duda otro de los mayores problemas que se detectan en la actualidad es la eliminación de desechos, y en nuestro proyecto se percibe una puntuación de 18.

b. Componentes Ambientales

El mayor beneficiario dentro del rango de los componentes es el socio-económico que alcanzó una puntuación de 118 ya que sin duda la creación de fuentes de trabajo, el intercambio cultural y la sensibilización con el medio ambiente son factores muy importantes para la armonía ambiental.

El agua, la flora y la fauna son componentes que se benefician con la intervención de las actividades de reforestación, adecuada utilización y reutilización de las aguas grises. El componente agua obtuvo un valor de 18, en cambio la flora y fauna con 45, el aire es un componente que también se ve beneficiado en un rango menor que los anteriores, ya que su puntuación alcanzó a 8.

Encabezando los componentes que resultan afectados tenemos el paisaje con 75, sin duda la modificación del entorno y la eliminación de los desechos son actividades relevantes, continúa el componente suelo (52), la flora y fauna obtuvieron una puntuación negativa de 45 que básicamente se debe a la modificación del hábitat, además el agua con 21 y el aire con 18 son valores negativos mínimos gracias a las actividades de mitigación de impactos que se detalla en el plan de manejo ambiental.

6. Plan de manejo ambiental.

Cuadro N°121. Plan de manejo ambiental

| COMPONENTE | IMPACTOS | MEDIDAS | Responsable | | Cuando | | REQUERIMIENTO | COSTO |
|--------------|--|--|--------------|-----------------|---------------------------------|---------|--|-------|
| | | | Realiza | Control | Realiza | Control | | |
| AIRE | Partículas en suspensión | Instalación de extractor de olores en la cocina. | Técnico | Gerente General | Montaje de equipos en la cocina | Anual | Extractor de olores | 450 |
| | | Controlar el avance de obra | Fiscalizador | Gerente General | Inicio de la obra civil | Diario | - | - |
| SUELO | Compactación | Implementación jardines con rosas. | Arquitecto | Gerente General | Inicio de la obra civil | Diario | Semilla de rosas | 20 |
| | | Reforestación del terreno con especies de plantas nativas. | Arquitecto | Gerente General | Finalizada de la obra civil | Semanal | - | - |
| | Contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos | Manejo de desechos. | Arquitecto | Gerente General | Finalizada de la obra civil | Semanal | 12 unidades de punto limpio para separación de plástico, cartón, desechos orgánicos e inorgánicos. | 360 |

| | | | | | | | | |
|----------------------|--|--|----------------------|-----------------|-------------------------------------|-----------|---|-----|
| AGUA | Revalorizar la naturaleza (utilización agua) | Implementación de señalética de concienciación | Personal de limpieza | Gerente General | Finalizada de la obra civil | Anual | 27 letreros pegables | 216 |
| | | Implementación de planta de tratamiento de aguas grises para regadío | Arquitecto | Gerente General | En la etapa de construcción | Semestral | La elaboración de planta de tratamiento de aguas grises se encuentra en las planimetrías del proyecto. | - |
| FLORA Y FAUNA | Modificación del hábitat | Reforestación del terreno con especies de plantas nativas. | Arquitecto | Gerente General | En la etapa de construcción | Semestral | Colocación de plantas como: Prunus serótina, Caesalpina spinosa, Eugenia halli, Buddleja incana, Spartium junseum, Rosmarinus officindis, Lantana rugulosa. | - |
| | Alejamiento de especies de fauna | | | | | | | |
| | Perdida de flora | | | | | | | |
| | Protección de especies de flora y fauna | | | | | | | |
| | Aumento de turismo en la zona | Capacitación al personal y a la comunidad sobre turismo sostenible. | Técnico en Turismo | Gerente General | Al inicio de la operación turística | Anual | 2 Capacitaciones al personal y a la comunidad. | 100 |
| | Sensibilización de turistas | | | | | | | |
| | Intercambio cultural | Implementar | | | | Anual | 10 letreros de | 200 |

| | | | | | | | | |
|----------------------------|-------------------------------------|---|----------------------|-----------------|--|---------|--|----|
| SOCIO ECONÓMICO | Aporte a la economía local | señalética con mensajes de conservación, incentivo al deporte y placas de información de las plantas nativas. | Personal de limpieza | Gerente General | Al terminar la instalación de las áreas verdes | | incentivo al deporte y 10 letreros de información de las plantas nativas. | |
| | Fomento de deportes y esparcimiento | | | | | | | |
| PAISAJE | Generación y eliminación de basura | Todos los desechos inorgánicos, serán llevados a Riobamba para su posterior desalojo en los basureros municipales, el plástico y papel serán entregadas a las plantas de reciclaje o a los recolectores de estos desechos, mientras que los desechos orgánicos por encontrarnos dentro de una zona ganadera se los utilizará como alabaza para la crianza de ganado | Arquitecto | Gerente General | Finalizada de la obra civil | Semanal | Unidades de punto limpio para separación de plástico, cartón, desechos orgánicos y desechos inorgánicos. | - |
| | | | Personal de limpieza | Gerente General | Al terminar la instalación de los basureros | Anual | 6 letreros con información de colocar la basura en su lugar. | 48 |

| | | | | | | | | |
|--|--------------------------|--|------------|-----------------|-----------------------------|-----------|---|---|
| | | porcino. | | | | | | |
| | Perturbación por ruido | Se solicitará y verificará el adecuado aprovechamiento del tiempo que se ocupará para la realización de la obra civil. | Arquitecto | Gerente General | Inicio de la obra civil | Diario | Control de avance de obra civil. | - |
| | Modificación del entorno | Reforestación del terreno con especies de plantas nativas. | Arquitecto | Gerente | En la etapa de construcción | Semestral | Colocación de plantas como: Prunus serótina, Caesalpina spinosa, Eugenia halli, Buddleja incana, Spartium junceum, Rosmarinus officindis, Lantana rugulosa. | - |

E. REALIZAR LA EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA DEL PROYECTO

1. Viabilidad económica

a. Inversiones del proyecto

Cuadro N°122. Inversiones del proyecto.

| RUBROS | INVERSION REALIZADA | INVERSION POR REALIZAR | TOTAL INVERSION |
|--|---------------------|------------------------|------------------|
| INVERSIONES FIJAS | | 466702,42 | 466702,42 |
| Edificaciones y construcciones | | 420447,41 | 420447,41 |
| Maquinaria y equipos | | 22412,11 | 22412,11 |
| Muebles y enseres | | 16650 | 16650 |
| Equipos de computación | | 1420 | 1420 |
| Menaje | | 3451 | 3451 |
| Imprevistos | | 2321,90 | 2321,90 |
| INVERSIONES DIFERIDAS | | 36422,00 | 36422,001 |
| Gastos de constitución legal de la empresa | | 2583,62 | 2583,62 |
| Estudios (mitigación impactos) | | 1304 | 1304 |
| Promoción y publicidad | | 590 | 590 |
| Capacitación a personal | | 210 | 210 |
| Intereses antes del funcionamiento | | 30000 | 30000 |
| Imprevistos | | 1734,38 | 1734,38 |
| CAPITAL DE TRABAJO | | 99014,65 | 99014,65 |
| Materia prima (víveres-otros) | | 34102,75 | 34102,75 |
| Insumos | | 1331,90 | 1331,9 |
| Mano de obra directa | | 25880,00 | 25880 |
| Mano de obra indirecta | | 37200,00 | 37200 |
| Contingencias | | 500 | 500 |
| TOTAL | | 602139,07 | 602139,07 |

b. Fuentes y usos del proyecto

Cuadro N°123. Fuentes y usos del proyecto.

| TOTAL | Uso de fondos | Fuentes de financiamiento | | |
|--|------------------|---------------------------|---------------|-------------|
| | | Rec. propios | Banco | Proveedores |
| INVERSIONES FIJAS | 466702,42 | | | |
| Edificaciones y construcciones | 420447,41 | 120447,41 | 300000 | |
| Maquinaria y equipos | 22412,11 | 22412,11 | | |
| Muebles y enseres | 16650 | 16650 | | |
| Equipos de computación | 1420 | 1420 | | |
| Menaje | 3451 | 3451 | | |
| Imprevistos | 2321,90 | 2321,903 | | |
| INVERSIONES DIFERIDAS | 36422,00 | | | |
| Gastos de constitución legal de la empresa | 2583,62 | 2583,62 | | |
| Estudios (mitigación impactos) | 1304 | 1304 | | |
| Promoción y publicidad | 590 | 590 | | |
| Capacitación a personal | 210 | 210 | | |
| Intereses durante la construcción | 30000 | 30000 | | |
| Imprevistos | 1734,38 | 1734,38 | | |
| CAPITAL DE TRABAJO | 99014,65 | | | |
| Materia prima (víveres-otros) | 34102,75 | 34102,75 | | |
| Insumos | 1331,9 | 1331,9 | | |
| Mano de obra directa | 25880 | 25880 | | |
| Mano de obra indirecta | 37200 | 37200 | | |
| Contingencias | 500 | 500 | | |
| TOTAL | 602139,07 | 302139,07 | 300000 | 0 |

c. Clasificación de las inversiones

Cuadro N° 124. Clasificación de las inversiones.

| INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS | |
|--|------------------|
| DETALLE | VALOR |
| Edificaciones y construcciones | 420447,41 |
| Maquinaria y equipo | 22412,11 |
| Muebles y enseres | 16650 |
| Equipos de computación | 1420 |
| Menaje | 3451 |
| Imprevistos | 2321,90 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | 466702,42 |
| INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS | |
| DETALLE | VALOR |
| Gastos de constitución legal de la empresa | 2583,62 |
| Estudios | 1304 |
| Promoción y publicidad | 590 |
| Capacitación a personal | 210 |
| Intereses antes del funcionamiento | 30000 |
| Imprevistos | 1734,38 |
| TOTAL CARGOS DIFERIDOS | 36422,00 |
| CAPITAL DE TRABAJO | |
| DETALLE | VALOR |
| Materia prima (víveres-otros) | 34102,75 |
| Materiales e Insumos | 1331,9 |
| Mano de obra directa | 25880 |
| Mano de obra indirecta | 37200 |
| Contingencias | 500 |
| TOTAL CAPITAL DE TRABAJO | 99014,65 |
| TOTAL DE LA INVERSION | |
| DETALLE | VALOR |
| Inversiones fijas | 466702,42 |
| Inversiones diferidas | 36422,00 |
| Capital de trabajo | 99014,65 |
| TOTAL | 602139,07 |

d. Financiamiento del proyecto

Cuadro N° 125. Financiamiento del proyecto.

| FINANCIAMIENTO | |
|-----------------------------------|------------------|
| PRESTAMO | 300000 |
| APORTACION SOCIO A | 75534,77 |
| APORTACION SOCIO B | 75534,77 |
| APORTACION SOCIO C | 75534,77 |
| APORTACION SOCIO D | 75534,77 |
| TOTAL FINANCIAMIENTO | 602139,07 |
| TOTAL APORTE DE LOS SOCIOS | 302139,07 |

El Ministerio de Turismo con su programa “Negocios Turísticos Productivos”, conjuntamente con el Banco del Fomento otorgan préstamos, que van de \$701,00 hasta \$300000,00 con un plazo máximo de pago de 10 años y una tasa de interés del 10%.

e. Depreciación de los activos fijos

Cuadro N°126. Depreciación de los activos fijos.

| DETALLE | VALOR DEL BIEN | DEPR. ANUAL | VALOR SALVAMEN. | VALOR DE DEPRECIACION | DURACION DEL PROYECTO | % DEPR. | AÑOS LEY |
|--------------------------------|-----------------------|--------------------|------------------------|------------------------------|------------------------------|----------------|-----------------|
| Edificaciones y construcciones | 420447,41 | 21022,3705 | 315335,5575 | 105111,8525 | 5 | 5% | 20 |
| Maquinaria y equipos | 22412,11 | 2241,211 | 11206,055 | 11206,06 | 5 | 10% | 10 |
| Muebles y enseres | 16650 | 1665 | 8325 | 8325 | 5 | 10% | 10 |
| Equipos de computación | 1420 | 473,33 | 0 | 2366,67 | 5 | 33% | 3 |
| Menaje | 3451 | 345,1 | 1725,5 | 1725,5 | 5 | 10% | 10 |
| TOTAL | | 25747,01 | 336592,11 | 128735,07 | | | |

f. Amortización de activos diferidos

Cuadro N°127. Amortización de activos diferidos.

| DIFERIDO | VALOR | AÑO 2014 | AÑO 2015 | AÑO 2016 | AÑO 2017 | AÑO 2018 |
|--|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| TOTAL | 34687,62 | 6937,524 | 6937,524 | 6937,524 | 6937,524 | 6937,524 |
| Gastos de constitución legal de la empresa | 2583,62 | 516,724 | 516,724 | 516,724 | 516,724 | 516,724 |
| Estudios | 1304 | 260,8 | 260,8 | 260,8 | 260,8 | 260,8 |
| Promoción y publicidad | 590 | 118 | 118 | 118 | 118 | 118 |
| Capacitación a personal | 210 | 42 | 42 | 42 | 42 | 42 |
| Intereses antes del funcionamiento | 30000 | 6000 | 6000 | 6000 | 6000 | 6000 |

g. Cálculo del pago de la deuda o amortización del préstamo

El cálculo del pago de la deuda se realizó con los siguientes datos:

- Préstamo \$300.000
- Plazo 5 años
- Capitalizable anual
- Interés 10%

Cuadro N°128. Cálculo del pago de la deuda.

| PERIODO | CAPITAL PREST. | INTERES | CAPITAL PAGADO | CUOTA PAGO | SALDO |
|--------------|-------------------|--------------|-------------------|---------------|--------|
| 1 | 300000 | 30000 | 60000 | 90000 | 240000 |
| 2 | 240000 | 24000 | 60000 | 84000 | 180000 |
| 3 | 180000 | 18000 | 60000 | 78000 | 120000 |
| 4 | 120000 | 12000 | 60000 | 72000 | 60000 |
| 5 | 60000 | 6000 | 60000 | 66000 | 0 |
| TOTAL | | 90000 | 300000 | 390000 | |

h. Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto

Cuadro N° 129. Estructura de gastos y costos para la vida útil del proyecto.

| RUBROS | AÑOS | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 1. COSTOS DE PRODUCCION | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Materia prima | 34.102,75 | 35.756,73 | 37.490,93 | 39.309,25 | 41.215,74 | 43.214,71 |
| Materiales e Insumos | 1.331,90 | 1.396,50 | 1.464,23 | 1.535,24 | 1.609,70 | 1.687,77 |
| Mano de obra directa | 25.880,00 | 28.209,20 | 30.748,03 | 33.515,35 | 36.531,73 | 39.819,59 |
| Mano de obra indirecta | 37.200,00 | 40.548,00 | 44.197,32 | 48.175,08 | 52.510,84 | 57.236,81 |
| Subtotal | 98.514,65 | 105.910,43 | 113.900,51 | 122.534,92 | 131.868,01 | 141.958,88 |
| 2. COSTOS DE ADMINISTRACION | | | | | | |
| Servicios básicos | 1139 | 1194,24 | 1252,162 | 1312,89 | 1376,57 | 1443,33 |
| Depreciaciones Ac. Fijos | 25747,01 | 26995,75 | 28305,039 | 29677,83 | 31117,21 | 32626,39 |
| Gastos de constitución legal de la empresa | 2583,62 | 2708,93 | 2840,308 | 2978,06 | 3122,50 | 3273,94 |
| Subtotal | 29.469,63 | 30.898,91 | 32.397,51 | 33.968,79 | 35.616,27 | 37.343,66 |
| 3. GASTOS DE VENTAS | | | | | | |
| Promoción y publicidad | 590 | 590 | 590 | 590 | 590 | 590 |
| Subtotal | 590,00 | 590,00 | 590,00 | 590,00 | 590,00 | 590,00 |
| 4. COSTOS FINANCIEROS | | | | | | |
| Intereses bancarios | | 30.000,00 | 24.000,00 | 18.000,00 | 12.000,00 | 6.000,00 |
| Subtotal | 0,00 | 30.000,00 | 24.000,00 | 18.000,00 | 12.000,00 | 6.000,00 |
| TOTAL | 128.574,28 | 167.399,34 | 170.888,02 | 175.093,71 | 180.074,29 | 185.892,54 |

i. Estructura de ingresos

Cuadro N°130. Estructura ingresos totales.

| CONCEPTO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|-----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Hospedaje | 323.128,07 | 349.524,98 | 384.613,12 | 432.884,47 | 502.913,37 |
| Restaurante | 26.735,58 | 28.473,39 | 30.324,16 | 32.295,23 | 34.394,42 |
| Bar | 15.961,35 | 16998,84 | 18103,76 | 19280,51 | 20533,74 |
| Piscina-Spa | 41.638,31 | 44.344,79 | 47.227,21 | 50.296,97 | 53.566,28 |
| TOTAL INGRESOS | 407.463,31 | 439.342,01 | 480.268,24 | 534.757,18 | 611.407,81 |

j. Estado proforma de resultados

Cuadro N° 131. Estado proforma de resultados.

| RUBROS | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ventas netas | 407.463,31 | 439.342,01 | 480.268,24 | 534.757,18 | 611.407,81 |
| - Costos de producción | 105.910,43 | 113.900,51 | 122.534,92 | 131.868,01 | 141.958,88 |
| Utilidad Bruta | 301.552,88 | 325.441,50 | 357.733,33 | 402.889,17 | 469.448,93 |
| -Costos de administración | 30.898,91 | 32.397,51 | 33.968,79 | 35.616,27 | 37.343,66 |
| -Costos de ventas | 590,00 | 590,00 | 590,00 | 590,00 | 590,00 |
| Utilidad operativa | 270.063,96 | 292.453,99 | 323.174,54 | 366.682,89 | 431.515,26 |
| -Costo financiero | 30.000,00 | 24.000,00 | 18.000,00 | 12.000,00 | 6.000,00 |
| Utilidad neta antes de rep de utilidades | 240.063,96 | 268.453,99 | 305.174,54 | 354.682,89 | 425.515,26 |
| - Reparto de utilidades 15% | 36.009,59 | 40.268,10 | 45.776,18 | 53.202,43 | 63.827,29 |
| Utilidad neta antes de impuestos | 204.054,37 | 228.185,89 | 259.398,36 | 301.480,46 | 361.687,97 |
| - Impuestos 25% | 51.013,59 | 57.046,47 | 64.849,59 | 75.370,11 | 90.421,99 |
| Utilidad neta | 153.040,78 | 171.139,42 | 194.548,77 | 226.110,34 | 271.265,98 |

k. Balance general

Cuadro N°132. Balance general.

| DETALLE | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|---------------------|
| Activo corriente (capital de trabajo) | 99.014,65 | 103.816,86 | 108.851,98 | 114.131,30 | 119.666,67 | 125.470,50 |
| Activo fijo | 466.702,42 | 466.702,42 | 466.702,42 | 466.702,42 | 466.702,42 | 466.702,42 |
| Depreciación acumulada | | 25.747,01 | 51.494,03 | 77.241,04 | 102.514,73 | 512.100,30 |
| Ac. diferi (valor anual de amort) | 36.422,00 | 29.137,60 | 21.853,20 | 14.568,80 | 7.284,40 | 0,00 |
| TOTAL DE ACTIVOS | 602.139,07 | 625.403,90 | 648.901,63 | 672.643,57 | 696.168,22 | 1.104.273,22 |
| Pasiv. corr (intereses) | | 30.000,00 | 24.000,00 | 18.000,00 | 12.000,00 | 6.000,00 |
| Pasiv. Largo p. (préstamo) | | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 |
| TOTAL PASIVO | 0,00 | 90.000,00 | 84.000,00 | 78.000,00 | 72.000,00 | 66.000,00 |
| Patrimonio | 602.139,07 | 602.139,07 | 602.139,07 | 602.139,07 | 602.139,07 | 602.139,07 |
| UTILID.EJERCICIO (Utilidad neta) | | -66.735,17 | -37.237,44 | -7.495,51 | 22.029,14 | 436.134,15 |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | 602.139,07 | 692.139,07 | 686.139,07 | 680.139,07 | 674.139,07 | 668.139,07 |

I. Cálculo del flujo de caja del proyecto (cash flow)

Cuadro N°133. Cálculo del flujo de caja del proyecto (cash flow)

| | RUBROS | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
|---|----------------------------------|------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| + | VENTAS | | 407.463,31 | 439.342,01 | 480.268,24 | 534.757,18 | 611.407,81 | |
| + | VALOR SALVAMENTO | | | | | | 336592,11 | |
| - | COST. PRODUCC. | | 105.910,43 | 113.900,51 | 122.534,92 | 131.868,01 | 141.958,88 | |
| - | COSTOS. ADMINIS. | | 30.898,91 | 32.397,51 | 33.968,79 | 35.616,27 | 37.343,66 | |
| - | COSTOS VENTAS | | 590,00 | 590,00 | 590,00 | 590,00 | 590,00 | |
| - | COSTOS FINANCIEROS | | 30.000,00 | 24.000,00 | 18.000,00 | 12.000,00 | 6.000,00 | |
| - | AMORT. ACT. DIFE.(5 AÑ) | | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 | |
| = | UTILID. ANTES DE REP. UT. E IMP. | | 180.063,96 | 208.453,99 | 245.174,54 | 294.682,89 | 702.107,38 | |
| - | REPARTO UTILIDADES | | 27.009,59 | 31.268,10 | 36.776,18 | 44.202,43 | 105.316,11 | |
| = | UTILIDADES ANTES DE IMP. | | 153.054,37 | 177.185,89 | 208.398,36 | 250.480,46 | 596.791,27 | |
| - | IMPUESTO | | 38.263,59 | 44.296,47 | 52.099,59 | 62.620,11 | 149.197,82 | |
| = | UTILIDAD NETA | | 114.790,78 | 132.889,42 | 156.298,77 | 187.860,34 | 447.593,45 | |
| + | DEPRECIACIONES | | 25.747,01 | 25.747,01 | 25.747,01 | 25.747,01 | 25.747,01 | |
| + | AMORT. ACT. NOMINAL | | 7.284,40 | 7.284,40 | 7.284,40 | 7.284,40 | 7.284,40 | |
| - | INVERSIONEN MAQ. Y EQ. | 23.832,11 | | | | | | |
| - | INV. TERRENO Y OBRA FISICA | 420.447,41 | | | | | | |
| - | INVERSION OTROS | 22.422,90 | | | | | | |
| - | INV. ACT. NOMINAL | 36.422,00 | | | | | | |
| - | INV. CAPITAL DE TRABAJO | 99.014,65 | | | | | | |
| + | RECUP. CAPITAL TRABAJO | | | | | | | |
| - | AMORT. PRESTAMO | | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 | 60.000,00 | |
| | FLUJO DE CAJA | - | 602.139,07 | 87.822,19 | 105.920,83 | 129.330,18 | 160.891,76 | 420.624,87 |

m. Costos y gastos

Cuadro N° 134. Costos y gastos

| RUBROS | AÑOS | | | | | | | | | | | | | | |
|--|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| | 1 | | | 2 | | | 3 | | | 4 | | | 5 | | |
| | CV | CF | CT |
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | | | | | | | | | | | | | | | |
| Materia prima | 35756,73 | | 35756,73 | 37490,93 | | 37490,93 | 39309,25 | | 39309,25 | 41215,74 | | 41215,74 | 43214,71 | | 43214,71 |
| Mano de obra directa | | 28209,2 | 28209,20 | | 30748,03 | 30748,03 | | 33515,35 | 33515,35 | | 36531,73 | 36531,73 | | 39819,59 | 39819,59 |
| Mano de obra indirecta | | 40548 | 40548,00 | | 44197,32 | 44197,32 | | 48175,08 | 48175,08 | | 52510,84 | 52510,84 | | 57236,81 | 57236,81 |
| Materiales e Insumos | | 1396,50 | 1396,50 | | 1464,23 | 1464,23 | | 1535,24 | 1535,24 | | 1609,70 | 1609,70 | | 1687,77 | 1687,77 |
| | 35756,73 | 70153,70 | 105910,43 | 37490,93 | 76409,58 | 113900,51 | 39309,25 | 83225,67 | 122534,92 | 41215,74 | 90652,27 | 131868,01 | 43214,71 | 98744,17 | 141958,88 |
| COSOTS DE ADMINISTRACION | | | | | | | | | | | | | | | |
| Servicios básicos | 1194,24 | | 1194,24 | 1252,16 | | 1252,16 | 1312,89 | | 1312,89 | 1376,57 | | 1376,57 | 1443,33 | | 1443,33 |
| Depreciaciones Act. Fijos | | 26995,75 | 26995,75 | | 28305,04 | 28305,04 | | 29677,83 | 29677,83 | | 31117,21 | 31117,21 | | 32626,39 | 32626,39 |
| Gastos de constitución legal de la empresa | | 2708,93 | 2708,93 | | 2840,31 | 2840,31 | | 2978,06 | 2978,06 | | 3122,50 | 3122,50 | | 3273,94 | 3273,94 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|
| | 1194,24 | 29704,67 | 30898,91 | 1252,16 | 31145,35 | 32397,51 | 1312,89 | 32655,90 | 33968,79 | 1376,57 | 34239,71 | 35616,27 | 1443,33 | 35900,33 | 37343,66 |
| GASTOS DE VENTAS | | | | | | | | | | | | | | | |
| Promoción y publicidad | | 590,00 | 590,00 | | 590,00 | 590,00 | | 590,00 | 590,00 | | 590,00 | 590,00 | | 590,00 | 590,00 |
| | | 590,00 | 590,00 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | | | | | | | | | | | |
| Intereses bancarios | | 30000,00 | 30000,00 | | 24000,00 | 24000,00 | | 18000,00 | 18000,00 | | 12000,00 | 12000,00 | | 6000,00 | 6000,00 |
| | | 30000,00 | 30000,00 | | 24000,00 | 24000,00 | | 18000,00 | 18000,00 | | 12000,00 | 12000,00 | | 6000,00 | 6000,00 |
| TOTAL | 36950,97 | 130448,37 | 167399,34 | 38743,10 | 132144,92 | 170888,02 | 40622,14 | 134471,57 | 175093,71 | 42592,31 | 137481,98 | 180074,29 | 44658,04 | 141234,50 | 185892,54 |

n. Resumen costos y gastos

Cuadro N° 135. Resumen de los costos y gastos

| RUBROS | AÑOS | | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|------------------|------------------|
| | 1 | | | 2 | | | 3 | | | 4 | | | 5 | | |
| | CV | CF | CT |
| COSTOS DE PRODUCCIÓN | 35756,73 | 70153,70 | 105910,43 | 37490,93 | 76409,58 | 113900,51 | 39309,25 | 83225,67 | 122534,92 | 41215,74 | 90652,27 | 131868,01 | 43214,71 | 98744,17 | 141958,88 |
| GASTOS ADMINISTRATIVOS | 1194,24 | 29704,67 | 30898,91 | 1252,16 | 31145,35 | 32397,51 | 1312,89 | 32655,90 | 33968,79 | 1376,57 | 34239,71 | 35616,27 | 1443,33 | 35900,33 | 37343,66 |
| GASTOS DE VENTAS | | 590,00 | 590,00 | | 590,00 | 590,00 | | 590,00 | 590,00 | | 590,00 | 590,00 | | 590,00 | 590,00 |
| GASTOS FINANCIEROS | | 30000,00 | 30000,00 | | 24000,00 | 24000,00 | | 18000,00 | 18000,00 | | 12000,00 | 12000,00 | | 6000,00 | 6000,00 |
| TOTAL | 36950,97 | 130448,37 | 167399,34 | 38743,10 | 132144,92 | 170888,02 | 40622,14 | 134471,57 | 175093,71 | 42592,31 | 137481,98 | 180074,29 | 44658,04 | 141234,50 | 185892,54 |

o. Punto de equilibrio

Cuadro N° 136. Punto de Equilibrio

| Rubro | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Ingresos Totales | 407.463,31 | 439.342,01 | 480.268,24 | 534.757,18 | 611.407,81 |
| Costos fijos totales | 130448,37 | 132144,92 | 134471,57 | 137481,98 | 141234,50 |
| Costos variables totales | 36950,97 | 38743,10 | 40622,14 | 42592,31 | 44658,04 |
| Unidades a producir | 16994 | 18183 | 19456 | 20818 | 22275 |
| Precio de mercado | 87,8 | 87,8 | 87,8 | 87,8 | 87,8 |
| CVU= Costo Variable Unitario | 6,5 | 6,5 | 6,5 | 6,5 | 6,5 |
| QE= Punto de equilibrio para las unidades producidas | 1604 | 1624 | 1653 | 1690 | 1736 |
| YE= Punto de equilibrio para los ingresos | 130446 | 132143 | 134469 | 137480 | 141232 |
| PE= Precio de equilibrio | 14,2 | 13,7 | 13,4 | 13,1 | 12,8 |
| MG= Margen de Error | 73,7 | 74,1 | 74,4 | 74,7 | 75,0 |
| U= Porcentaje de producción | 0,33 | 0,31 | 0,29 | 0,26 | 0,24 |

2. Evaluación financiera

Cuadro N° 137. Evaluación financiera.

| | |
|---------------------------------|--------------|
| VAN | \$ 30.428,21 |
| TIR | 11,67% |
| PERIODO DE RECUPERACIÓN | 4,4 años |
| RELACIÓN BENEFICIO/COSTO | \$ 1,50 |

El valor actual neto se calculó con el 10% que es el interés del préstamo a obtener con el Banco de Fomento y se obtuvo un VAN positivo de \$30.428,21 resultado favorable por la generación de ingresos.

La tasa interna de retorno es del 11,67% en relación con el 5% de tasa pasiva de los bancos, es decir que el proyecto generará ganancias de 6,67% en relación con la ganancia del banco.

La relación beneficio costo es de \$1,50 es decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,50 centavos.

El periodo de recuperación del capital será de 4 años y 4 meses.

IX. CONCLUSIONES

A. La viabilidad comercial determinó que se captarán de 7819 clientes anuales para el servicio de alimentación, recreación y piscina y un total de 6350 clientes potenciales para los servicios de hospedaje, datos obtenidos a través del porcentaje de aceptación que para turistas locales es 97% y 99% para turistas nacionales.

B. Técnicamente el proyecto es viable ya que contamos con el espacio adecuado para captar una capacidad de 23 clientes diarios para servicios de alimentación, recreación y piscina y 19 clientes por día para los servicios de hospedaje. Además se determinaron los precios de los productos y servicios que se ofertarán.

C. La viabilidad administrativo legal estableció la necesidad de contratar a 10 personas, de quienes 8 serán dependientes y 2 serán no dependientes de la empresa, se determinó que la empresa es privada de tipo responsabilidad limitada, además se establecieron los derechos y obligaciones turísticas.

D. El proyecto es socio-ambientalmente factible debido a que el impacto negativo es no significativo ya que sin duda la construcción modificará el entorno pero el aporte a la socioeconomía compensará los impactos negativos ocasionados.

E. Se determinó que el proyecto es económica y financieramente viable por los siguientes indicadores: Valor Actual Neto (VAN)= \$30.428,21 tasa interna de retorno (TIR)= 11.67%, la relación beneficio/costo= \$ 1,50 es decir que por cada dólar invertido se obtiene una ganancia de 0,50 ctvs y la recuperación del capital será en 4 años y 4 meses.

X. RECOMENDACIONES

A. Se recomienda actualizar el estudio de mercado a partir del quinto año ya que los valores y tasas de crecimiento están en constante cambio.

B. Considerar las especificaciones técnicas para poner en marcha la construcción de la infraestructura turística.

C. Tomar en consideración prioritaria las medidas propuestas en el plan de manejo para minimizar los impactos negativos causados por el proyecto durante su ejecución y operación turística.

D. Para la contratación del personal tener en cuenta el manual de funciones y guiarse en las competencias laborales estandarizadas. Tener toda la documentación en regla y con la normativa vigente para evitar inconvenientes futuros.

E. Se recomienda realizar el préstamo con el Banco Nacional de Fomento a través del aval del Ministerio de Turismo, apoyando de esta manera la idea de realizar proyectos productivos que el país solicita.

XI. RESUMEN

La presente investigación propone: realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una hostería en la comunidad Pungal Santa Marianita, parroquia La Matriz, cantón Guano, provincia de Chimborazo; se realizó mediante trabajo de campo e información primaria y secundaria; ejecutando el estudio de mercado mediante encuestas se determinando el perfil de los turistas y sus necesidades. Se analizó la oferta sustitutiva y complementaria, en los cantones de Riobamba, Guano y Penipe; se estableció como potenciales clientes a los profesionales técnicos y trabajadores asimilados, directores y funcionarios públicos superiores, personal administrativo y trabajadores asimilados y finalmente trabajadores de los servicios, además de turistas que visitan la Reserva de Producción Faunística El Chimborazo. En el estudio técnico se definió la localización del proyecto, la planificación y diseño técnico de la infraestructura adquiriendo para el primer año una capacidad mínima de 23 personas para los servicios de alimentación, recreación y piscina-spa por otra parte para los servicios de hospedaje se obtuvo un total de 19 clientes diarios, se definieron flujogramas por procesos, las recetas y preparaciones para los servicios de alimentación y bar, calculando costos y gastos del mobiliario, equipos y materia prima para el primer año, necesarios para la operación turística, se realizó el estudio de mercadotecnia. Se estructuró el funcionamiento organizativo de la empresa con su manual de funciones y reglamentos; el extracto legal del proyecto se encuentra sustentado por las leyes ecuatorianas vigentes. En el estudio ambiental se aplicó la matriz de Lázaro Lagos y se elaboró un plan de mitigación. El estudio económico determinó la inversión total del proyecto de \$ 602139,07, se calcularon los siguientes procesos: costos e ingresos, estado proforma de resultados, balance general, flujo de caja y el punto de equilibrio. En la evaluación financiera se calculó el VAN: \$30.428,21, la relación B/C: \$1,50, el PRC: 4,4 y el TIR: 11,67%. Por todas estas razones se concluye que el proyecto es ambiental, social y económicamente factible.



XII. SUMMARY

The present research is aimed to carry out a feasibility study in order to implement a hosting place in Pungal Santa Marianita community, La Matriz parish, Guano canton, Chimborazo province; it was performed through in situ work and primary and secondary information, executing the market study by means of surveys and determining tourists profile and their needs. Substitute and complementary offering was analyzed in Riobamba, Guano and Penipe cantons; it was established like potential clients professional technicians and related workers, directors and high level public employees, administrative staff and assimilated workers as well as service workers and tourists that visit the “Reserva de Producción Faunística El Chimborazo”. The technical study led to define: project localization, planning and technical design of the infrastructure for the first year with a minimal capacity for 23 people including food service, recreational places and spa-swimming pool, on the other hand for hostage service it was defined a total of 19 clients per day. Following aspects were also defined: flowing charts by processes, recipes and preparations for food and bar services, calculating costs and expenses on furniture, equipment and raw material to be used during the first year, which are necessary for tourism operation and marketing study. Enterprise organizational functioning was structures by means of its law and function handbook, legal basement of the project is sustained by in force Ecuadorian laws. In that related to environmental study, Lázaro Lagos matrix was applied and a mitigation plan was also elaborated. The economic study determined \$ 602.139,07 as the total investment, next processes were also calculated: costs and incomes, results pre forma, general balance, cashier’s desk flow and the equilibrium point. Based on financial evaluation VAN was calculated: \$ 30.428,21; B/C relation: \$1,50; PRC: 4,4 and TIR: 11,67%.

On the basis of all these noted reasons, it is concluded that the project is environmental, social and economically feasible.



XIII. BIBLIOGRAFÍA

1. ADMINISTRADORA BOLIVIANA DE CARRETERAS, 2008. Programas De Prevención Y Mitigación. Consultado (en línea) el 07 de Junio del 2013. Disponible en: www.abc.gob.bo/IMG/pdf/Cap_7-_SBX_PPM_DSCT.pdf

2. ALFARO, A. 2009. Concepto Hostería. Consultado (en línea) el 3 de Julio del 2013. Disponible en: www.wikipedia.org/wiki/Hosteler%C3%ADa

3. ANZIL, F. 2004. Textos de Análisis Económico. Consultado (en línea) el 28 de junio del 2012. Disponible en: www.econlink.com.ar/economia/criterios/tir.shtml

4. CABALLERO Verónica, Practicas Pre-profesionales II, Diagnostico Ambiental de las Lagunas del Centro de Recursos Tecnológicos “Fátima” Provincia de Pastaza, Riobamba Ecuador, 2006.

5. CARRILLO, R. 2007. “Turismo y actividad”. Consultado (en línea) el 8 de junio del 2012. Disponible en: www.angelfire.com/magic/rosacarrillo/turismo.html

6. COMMONS. 2012. Estudio Ambiental. Consultado (en línea) el 15 de julio del 2012. Disponible en: www.wikipedia.org/wiki/Evaluaci%C3%B3n_de_impacto_ambiental

7. DRUMM, A. 2002. Estación Turística. Consultado (en línea) el 12 de junio del 2012. Disponible en www.wikipedia.org/wiki/Estaci%C3%B3n_tur%C3%ADstica

8. GASCÓN, J. y CAÑADA, E. 2005. “Viajar a todo tren: Turismo, desarrollo y sostenibilidad”, Barcelona. Consultado (en línea) el 11 de marzo del 2011. Disponible en: www.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible#Seg.C3.BA_n_la_Organizaci.C3.B3_n_Mundial_del_Turismo_.28OMT.29.

9. GOMEZ, A. 2008. Estudio de Técnico UNAM. Consultado (en línea) el 18 de Octubre del 2011. Disponible en: www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf

10. IVANET, D. 2007. “Definición turismo”. Consultado (en línea) el 8 de junio, 2012. Disponible en: www.definicion.de/turismo/.

11. MARTÍNEZ, M. y PONCE, M. 2009. “Estructuración de productos turísticos comunitarios para la parroquia San Juan de Pastocalle, provincia de Cotopaxi”. Tesis Ing. Ecoturismo. Riobamba – Ecuador. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

12. MERCADO, S. (2005). Administración de la pequeña y mediana empresa. Consultado (en línea) el 18 de Octubre del 2011. Disponible en: www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf

13. MINTUR 2004. Metodología para la inventariación de Atractivo Turísticos.

14. NÁJERA, Eusebio. 2003. “Desarrollo local y educación. Hacia las pedagogías de la nueva ciudadanía. Consultado (en línea) el 12 de abril del 2010, Disponible en: www.pedagogiasocial.cl/textos/Diagnosituacion.pdf

15. OCAMPO, Eliseo J. 2003. “Costos y evaluación de Proyectos”. Primera edición. México. Organización Panamericana de la Salud, 2006. Plan de mitigación. Consultado (en línea) el 24 de julio del 2012. Disponible en: www.wikipedia.org/wiki/Plan_de_manejo_ambiental

16. RODRÍGUEZ, J. (2006). Cómo administrar pequeñas y medianas empresas. Consultado (en línea) el 18 de Octubre del 2011. Disponible en: www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf

17. SAPAG, N. (2007). Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación. México: Pearson. Consultado (en línea) el 18 de Octubre del 2011. Disponible en: www.es.scribd.com/doc/116249503/Proyectos-de-Inversion-Formulacion-y-Evaluacion-de-Nassir-Sapag-Chain

18. UCT, 2011. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD. Consultado (en línea) el 12/10/2011. Disponible en Web: www.uct.edu.ec/files/investigacion/pregrado/ESTUDIO_FACTIBILIDAD_PARA_CREACION_HOTEL_CHUQUITOS.pdf

19. YUCTA, P. 2003. Documento “Ciclo de Proyectos Turísticos”. Riobamba - Ecuador

XIV. ANEXOS

A. ANEXO 1: Turistas nacionales que han visitado la Reserva de Producción Faunística El Chimborazo.

Cuadro N°138. Turistas nacionales que han visitado la Reserva de Producción Faunística El Chimborazo.

| AÑO | NUMERO DE VISITANTES NACIONALES |
|----------------------|--|
| 2011 | 41363 |
| 2012 | 53895 |
| Hasta junio del 2013 | 2891 |

B. ANEXO 2: Encuestas

1. Encuesta turistas locales

La presente encuesta tiene como objetivo conocer la factibilidad y aceptación en la ejecución de una hostería en la parroquia La Matriz, del cantón Guano, apoyando de esta manera a los emprendimientos que necesita nuestro país.

1. Edad

26-35 años ()

36-45 años ()

46 años o más ()

2. Género

Masculino ()

Femenino ()

3. ¿Cuál es su Nivel de Educación?

Secundaria ()

Superior ()

Post-grado ()

4. ¿Con cuántas personas suele realizar su viaje?

Solo ()

Entre 2 personas ()

Entre 3 a 5 personas ()

Más de 5 personas ()

5. ¿Cuál es su motivación para realizar el viaje?

Vacaciones ()

Visitas a familiares/ amigos ()

Congreso/convención ()

Viajes familiares ()

6. ¿Cuántos días por lo general permanece en los lugares de visita?

1 día ()

2 días ()

3 días ()

Más de 3 días ()

7. ¿Conoce la parroquia La Matriz, cantón Guano?

Si ()

No ()

8. ¿Le gustaría pasar en un lugar de relajación fuera de la ciudad, en un establecimiento que le ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje en contacto con la naturaleza?

Si () No ()

9. Si su respuesta es Sí. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en la hostería?

Parqueadero () Juegos infantiles ()

Piscina () Spa (sauna, turco, hidromasaje) ()

Canchas deportivas () Juegos de mesa ()

Área de hospedaje () Servicios de alimentación ()

Área de Internet () Todas las anteriores ()

Otros ()

10. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en la hostería?

Trekking (caminatas) () Cabalgatas ()

Observación del paisaje () Fotografía ()

Campamentación () Todas las anteriores ()

11. ¿Si el lugar le brinda alojamiento, alimentación y las actividades turísticas-recreacionales, usted cuánto gasta diariamente por persona en este tipo de servicios?

\$15 - \$25 () \$26 - \$35 ()

\$36- \$45 () \$46 - \$55 ()

Más de \$55 ()

12. ¿Cómo acostumbra hacer sus pagos?

Efectivo () Tarjeta de crédito ()

13. ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes lugares turísticos?

Agencia de viajes () Amigos, familiares ()

Prensa escrita () Radio, Televisión ()

Guías turísticas () Internet () Otros ()

2. Encuesta turistas nacionales

Por favor lea y responda con total sinceridad y ayúdenos de esta manera a entender y conocer los gustos y preferencias que poseen ustedes los turistas, nuestros clientes en potencia.

Esta encuesta está elaborada para personas que su ciudad de origen no sea Riobamba

1. Ciudad de Origen**2. Edad**

15-25 años () 26-35 años ()

36-45 años () 46 años o más ()

3. Género

Masculino () Femenino ()

4. ¿Cuál es su Nivel de Educación?

Primario ()

Secundario ()

Superior ()

Post-grado ()

5. ¿Con cuántas personas suele realizar su viaje?

Solo ()

Entre 2 personas ()

Entre 3 a 5 personas ()

Más de 5 personas ()

6. ¿Cuál es su motivación para realizar el viaje?

Vacaciones ()

Visitas a familiares/ amigos ()

Congreso/convención ()

Viajes familiares ()

7. ¿Cuántos días por lo general permanece en los lugares de visita?

1 día ()

2 días ()

3 días ()

Más de 3 días ()

8. ¿Conoce la parroquia La Matriz, cantón Guano?

Si ()

No ()

9. ¿Le gustaría pasar en un lugar de relajación fuera de la ciudad, en un establecimiento que le ofrezca actividades recreacionales, de alimentación y hospedaje en contacto con la naturaleza?

Si ()

No ()

10. Si su respuesta es Sí. ¿Qué servicios le gustaría encontrar en la hostería?

Parqueadero ()

Juegos infantiles ()

Piscina ()

Spa (sauna, turco, hidromasaje) ()

Canchas deportivas ()

Juegos de mesa ()

Área de hospedaje ()

Servicios de alimentación ()

Área de Internet ()

Todas las anteriores ()

Otros ()

11. ¿Qué actividades turísticas le gustaría realizar en la hostería?

Trekking (caminatas) ()

Cabalgatas ()

Observación del paisaje ()

Fotografía ()

Campamentación ()

Todas las anteriores ()

12. ¿Si el lugar le brinda alojamiento, alimentación y las actividades turísticas-recreacionales, usted cuánto gasta diariamente por persona en este tipo de servicios?

\$15 - \$25 () \$26 - \$35 ()

\$36- \$45 () \$46 - \$55 ()

Más de \$55 ()

13. ¿Cómo acostumbra hacer sus pagos?

Efectivo () Tarjeta de crédito ()

14. ¿Cómo obtiene información acerca de los diferentes lugares turísticos?

Agencia de viajes () Amigos, familiares () Prensa escrita ()

Radio, Televisión () Guías turísticas () Internet () Otros ()

C. ANEXO 3: Cuadros de tabulación

1. Turistas locales

1. Edad

Cuadro N°3. Edad de los turistas locales

| EDAD | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| 26-35 años | 70 | 70 | 70 | 70 |
| 36-45 años | 21 | 91 | 21 | 91 |
| 46 o más | 27 | 118 | 27 | 118 |

2. Género

Cuadro N°4. Género de los turistas locales

| Género | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Masculino | 62 | 62 | 62 | 62 |
| Femenino | 56 | 118 | 56 | 118 |

3. Nivel de Educación

Cuadro N°5. Nivel de educación de los turistas locales

| Nivel de Educación | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Secundaria | 15 | 15 | 15 | 15 |
| Superior | 92 | 107 | 92 | 107 |
| Post grado | 11 | 118 | 11 | 118 |

4. Acompañantes de viaje

Cuadro N°6. Acompañantes de viaje del turista local

| Acompañantes de viaje | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|------------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|--------------------------------------|
| Solo | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Entre 2 personas | 20 | 25 | 20 | 25 |
| Entre 3 a 5 personas | 71 | 96 | 71 | 96 |
| Más de 5 personas | 22 | 118 | 22 | 118 |

5. Motivación del viaje

Cuadro N°7. Motivación del viaje del turista local

| Motivación del viaje | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|------------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Vacaciones | 54 | 54 | 54 | 54 |
| Visita a familiares / amigos | 23 | 77 | 23 | 77 |
| Viajes familiares | 27 | 104 | 27 | 104 |
| Congresos / convenciones | 5 | 109 | 5 | 109 |
| Negocios / Trabajo | 9 | 118 | 9 | 118 |

6. Días de permanencia

Cuadro N°8. Días de permanencia del turista local

| Días de permanencia | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| 1 DÍA | 13 | 13 | 13 | 13 |
| 2 DÍAS | 34 | 47 | 34 | 47 |
| 3 DÍAS | 49 | 96 | 49 | 96 |
| MÁS DE 3 DÍAS | 22 | 118 | 22 | 118 |

7. ¿Conoce la parroquia La Matriz, cantón Guano?

Cuadro N°9. Turistas locales que conocen la parroquia La Matriz, cantón Guano

| Conoce la parroquia La Matriz, cantón Guano | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 68 | 68 | 68 | 68 |
| NO | 50 | 118 | 50 | 118 |

8. Aceptación del servicio

Cuadro N°10. Aceptación del servicio por parte del turista local

| Aceptación del servicio | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|-------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 114 | 114 | 114 | 114 |
| NO | 4 | 118 | 4 | 118 |

9. Servicios turísticos que les gustarían a los turistas locales.

Cuadro N°11. Servicios turísticos que les gustarían a los turistas locales

| Servicios | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|----------------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Parqueadero | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Juegos infantiles | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Piscina | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Spa (Sauna, Turco e Hidromasaje) | 10 | 15 | 10 | 15 |
| Canchas deportivas | 2 | 17 | 2 | 17 |
| Juegos de mesa | 0 | 17 | 0 | 17 |
| Servicio de Hospedaje | 4 | 21 | 4 | 21 |
| Servicio de Alimentación | 4 | 25 | 4 | 25 |
| Área de internet | 3 | 28 | 3 | 28 |
| Todas las anteriores | 85 | 113 | 85 | 113 |
| Otros | 1 | 114 | 1 | 114 |

10. Actividades

Cuadro N°12. Actividades turísticas que les gustarían a los turistas locales

| ACTIVIDADES | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|-------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Trekking (caminatas) | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Cabalgatas | 17 | 22 | 17 | 22 |
| Observación del paisaje | 6 | 28 | 6 | 28 |
| Fotografía | 13 | 41 | 13 | 41 |
| Campamentación | 11 | 52 | 11 | 52 |
| Todas las anteriores | 62 | 114 | 62 | 114 |

11. Gasto diario

Cuadro N°13. Gasto diario de los turistas locales

| Gasto diario | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| \$15-\$25 | 38 | 38 | 38 | 38 |
| \$26-\$35 | 42 | 80 | 42 | 80 |
| \$36-\$ 45 | 15 | 95 | 15 | 95 |
| \$46-\$55 | 9 | 104 | 9 | 104 |
| Más de \$55 | 10 | 114 | 10 | 114 |

12. Forma de pago

Cuadro N°14. Formas de pago de los turistas locales

| Forma de pago | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Efectivo | 79 | 79 | 79 | 79 |
| Tarjeta de crédito | 35 | 114 | 35 | 114 |

13. Obtención de información

Cuadro N°15. Obtención de información de los turistas locales

| Información | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Agencias de viajes | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Amigos, familiares | 57 | 62 | 57 | 62 |
| Guías turísticas | 2 | 64 | 2 | 64 |
| Internet | 42 | 106 | 42 | 106 |
| Prensa escrita | 2 | 108 | 2 | 108 |
| Radio, televisión | 5 | 113 | 5 | 113 |
| Otros | 1 | 114 | 1 | 114 |

2. Turistas nacionales

1. Ciudad de Origen

Cuadro N°16. Ciudad de origen de los turistas nacionales

| Ciudad de Origen | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| QUITO | 40 | 40 | 40 | 40 |
| AMBATO | 12 | 52 | 12 | 52 |
| CUENCA | 6 | 58 | 6 | 58 |
| SAN MIGUEL DE LOS BANCOS | 3 | 61 | 3 | 61 |
| TENA | 1 | 62 | 1 | 62 |
| SAN GABRIEL | 8 | 70 | 8 | 70 |
| TULCAN | 2 | 72 | 2 | 72 |
| SACHA | 4 | 76 | 4 | 76 |
| SANTO DOMINGO | 3 | 79 | 3 | 79 |
| SALCEDO | 4 | 83 | 4 | 83 |
| MACHALA | 2 | 85 | 2 | 85 |
| PUYO | 3 | 88 | 3 | 88 |
| IBARRA | 3 | 91 | 3 | 91 |
| GUAYAQUIL | 14 | 105 | 14 | 105 |
| OTAVALO | 5 | 110 | 5 | 110 |
| LOJA | 3 | 113 | 3 | 113 |
| ESMERALDAS | 3 | 116 | 3 | 116 |
| RUMIÑAHUI | 2 | 118 | 2 | 118 |

2. Edad

Cuadro N°17. Edad de los turistas nacionales

| Rango de Edad | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| 15-25 años | 55 | 59 | 55 | 59 |
| 26-35 años | 35 | 94 | 35 | 94 |
| 36-45 años | 15 | 109 | 15 | 109 |
| 46 o más | 9 | 118 | 9 | 118 |

3. Género

Cuadro N°18. Género de los turistas nacionales

| Género | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|-----------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Masculino | 45 | 45 | 45 | 45 |
| Femenino | 73 | 118 | 73 | 118 |

4. Nivel de Educación

Cuadro N°19. Nivel de educación de los turistas nacionales

| Nivel de Educación | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Primaria | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Secundaria | 13 | 13 | 13 | 13 |
| Superior | 97 | 110 | 97 | 110 |
| Post grado | 8 | 118 | 8 | 118 |

5. Acompañantes de viaje

Cuadro N°20. Acompañantes de viaje de los turistas nacionales

| Acompañantes de viaje | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|-----------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Solo | 22 | 22 | 22 | 22 |
| Entre 2 personas | 22 | 44 | 22 | 44 |
| Entre 3 a 5 personas | 52 | 96 | 52 | 96 |
| Más de 5 personas | 22 | 118 | 22 | 118 |

6. Motivación de viaje

Cuadro N°21. Motivación de viaje de los turistas nacionales

| Motivación del viaje | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|------------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Vacaciones | 48 | 48 | 48 | 48 |
| Visita a familiares / amigos | 23 | 71 | 23 | 71 |
| Viajes familiares | 28 | 99 | 28 | 99 |
| Congresos / convenciones | 8 | 107 | 8 | 107 |
| Negocios / Trabajo | 11 | 118 | 11 | 118 |

7. Días de permanencia

Cuadro N°22. Días de permanencia de los turistas nacionales

| Días | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| 1 DÍA | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 2 DÍAS | 33 | 41 | 33 | 41 |
| 3 DÍAS | 45 | 86 | 45 | 86 |
| MÁS DE 3 DÍAS | 32 | 118 | 32 | 118 |

8. Conoce la parroquia La Matriz, del cantón Guano?

Cuadro N°23. Turistas nacionales que conocen la parroquia La Matriz

| Conoce la parroquia La Matriz, cantón Guano | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 52 | 52 | 52 | 52 |
| NO | 66 | 118 | 66 | 118 |

9. Aceptación

Cuadro N°24. Turistas nacionales que les gustaría pasar en un lugar de relajación

| Desearía pasa en un lugar de relajación | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|---|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| SI | 117 | 117 | 117 | 117 |
| NO | 1 | 118 | 1 | 118 |

10. Servicios turísticos

Cuadro N°25. Servicios turísticos que les gustaría a los turistas nacionales

| Servicios | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|----------------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Parqueadero | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Juegos infantiles | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Piscina | 9 | 12 | 9 | 12 |
| Spa (Sauna, Turco e Hidromasaje) | 15 | 27 | 15 | 27 |
| Canchas deportivas | 4 | 31 | 4 | 31 |
| Juegos de mesa | 2 | 33 | 2 | 33 |
| Servicio de Hospedaje | 4 | 37 | 4 | 37 |
| Servicio de Alimentación | 6 | 43 | 6 | 43 |
| Área de internet | 0 | 43 | 0 | 43 |
| Todas las anteriores | 70 | 113 | 70 | 113 |
| Otros | 5 | 118 | 5 | 118 |

11. Actividades

Cuadro N°26. Actividades turísticas que les gustaría a los turistas nacionales

| ACTIVIDADES | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|-------------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Trekking (caminatas) | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Cabalgatas | 11 | 16 | 11 | 16 |
| Observación del paisaje | 14 | 30 | 14 | 30 |
| Fotografía | 11 | 41 | 11 | 41 |
| Campamentación | 8 | 49 | 8 | 49 |
| Todas las anteriores | 68 | 117 | 68 | 117 |

12. Gasto Diario

Cuadro N°27. Gasto diario de los turistas nacionales

| Gasto Diario | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| \$15-\$25 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| \$26-\$35 | 39 | 69 | 39 | 69 |
| \$36-\$ 45 | 26 | 95 | 26 | 95 |
| \$46-\$55 | 10 | 105 | 10 | 105 |
| Más de \$55 | 12 | 117 | 12 | 117 |

13. Forma de pago

Cuadro N°28. Formas de pago de los turistas nacionales

| Forma de pago | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Efectivo | 85 | 85 | 85 | 85 |
| Tarjeta de crédito | 32 | 117 | 32 | 117 |

14. Obtención de información

Cuadro N°29. Obtención de información de los turistas nacionales

| Información | FRECUENCIA ABSOLUTA | FRECUENCIA ACUMULADA | FRECUENCIA RELATIVA | FRECUENCIA RELATIVA ACUMULADA |
|--------------------|---------------------|----------------------|---------------------|-------------------------------|
| Agencias de viajes | 11 | 11 | 11 | 11 |
| Amigos, familiares | 37 | 48 | 37 | 48 |
| Guías turísticas | 8 | 56 | 8 | 56 |
| Internet | 53 | 109 | 53 | 109 |
| Prensa escrita | 8 | 117 | 8 | 117 |
| Radio, televisión | 0 | 117 | 0 | 117 |

D. ANEXO 4: Estructura de costos de la habitación**Cuadro N°139. Estructura de costos habitación por persona**

| RUBRO | Valor Mensual | Valor de Contribución |
|---------------------------------------|----------------------|------------------------------|
| Sueldos y salarios | 4350,00 | 18,13 |
| Contribuciones | 50,00 | 0,21 |
| Servicios básicos | 115,00 | 0,48 |
| Servicios de internet | 25,00 | 0,10 |
| Servicios varios | 50,00 | 0,21 |
| Gasto uniformes | 100,00 | 0,42 |
| Suministros de limpieza de habitación | 40,00 | 0,17 |
| Suministros de huésped | 180,00 | 0,75 |
| Materiales de oficina | 15,75 | 0,07 |
| % Gastos de depreciación (5) | | 20,52 |
| % Gastos administrativos (10) | | 21,60 |
| % Utilidad (precio neto) (30) | | 24,00 |
| % Gross (comisión al 10%) | | 34,29 |
| Iva 12% | | 37,72 |
| PVP | | 42,00 |

Cuadro N°140. Estructura de costos suite

| RUBRO | Valor Mensual | Valor de Contribución |
|---------------------------------------|----------------------|------------------------------|
| Sueldos y salarios | 4350,00 | 72,50 |
| Contribuciones | 50,00 | 0,83 |
| Servicios básicos | 115,00 | 1,92 |
| Servicios de internet | 25,00 | 0,42 |
| Servicios varios | 50,00 | 0,83 |
| Gasto uniformes | 100,00 | 1,67 |
| Suministros de limpieza de habitación | 40,00 | 0,67 |
| Suministros de huésped | 180,00 | 3,00 |
| Materiales de oficina | 15,75 | 0,26 |
| % Gastos de depreciación (5) | | 82,10 |
| % Gastos administrativos (10) | | 86,42 |
| % Utilidad (precio neto) (30) | | 96,02 |
| % Gross (comisión al 10%) | | 137,17 |
| Iva 12% | | 150,89 |
| PVP | | 168,00 |

