



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA
ECOLÓGICA EN LA PARROQUIA DE PACTO, PROVINCIA DE PICHINCHA**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Ingeniero Comercial mención en Administración de Empresas

Profesor Guía:
Ing. Patricio Durán Almeida M.A.D.E.

Autor:
Edisson Alejandro Pinto Pérez

Año
2013

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Patricio Durán Almeida

Ingeniero M.A.D.E.

C.I.: 170073170-4

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

Edisson Alejandro Pinto Pérez

C.I.: 171793880-5

AGRADECIMIENTO

A mis queridos padres, por su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios.

A mi hermano, por su tiempo y paciencia.

A mi querida Maritza Picón, por creer en mí y darme la fuerzas para seguir avanzando.

A mi profesor guía: Patricio Rafael Duran, por su dedicación orientación y ayuda.

DEDICATORIA

A Dios, por las bendiciones que me ha brindado y por permitirme llegar a cumplir una meta más.

A mis padres Alicia Pérez y Angel Pinto, mi hermano Diego Javier por todo su apoyo, valores, enseñanzas y tiempo que invirtieron en mí.

A Maritza Picón y Angelito Gabriel por la espera de un futuro mejor.

RESUMEN

El plan de negocios está orientado a la conformación de una empresa turística dedicada a brindar servicio de hospedaje, restaurante y recreación, estará ubicada en la parroquia de Pacto, provincia de Pichincha, generará empleo al desarrollar una actividad comercial, tendrá el nombre “La Molienda”.

La oportunidad se presenta porque la parroquia, siendo un hermoso sitio turístico, no cuenta con proyectos de este género. Con la creación de la hostería “La Molienda” se cubrirá dicha necesidad, con la visión de constituirse en una empresa con una gran imagen y prestigio en los mercados turísticos nacionales e internacionales, como modelo para otros proyectos similares en la zona.

Se planea construir una hostería ecológica, con el fin de innovarse y a su vez generar un cuidado del medio ambiente, por ende, valorar todo el entorno natural, creando así una estrategia de diferenciación; además, se aplicará otra estrategia para ingresar al mercado, la cual será de enfoque a un nicho de mercado que estará constituido por turistas nacionales y extranjeros, a quienes les agrade el clima cálido húmedo.

Existen varios factores externos favorables para la puesta en marcha del proyecto, tales como: los feriados unificados, alta inversión en carreteras, promociones para el desarrollo del sector turístico, apertura de fronteras, entre otras.

El monto de inversión requerido es de USD 241.758, donde se incluye la construcción de inmuebles, equipamiento y capital de trabajo. Para valorar la bondad de proyecto, se han preparado varios escenarios financieros; así por ejemplo, uno de valoración, un optimista y un pesimista, con inversión propia y con crédito de una entidad financiera, obteniendo los siguientes resultados.

RESUMEN	DESAPALCANDO		APALANCADO	
	VAN	TIR	VAN	TIR
VALORACIÓN	365.173	74%	377.560	125%
OPTIMISTA	512.818	91%	525.204	153%
PESIMISTA	287.506	62%	299.892	114%

En todos ellos se tiene resultados ventajosos, siendo lo mejor optar por el crédito, dado que la tasa activa es inferior al costo de oportunidad. Permitiendo así que el plan de negocios sea factible financieramente.

ABSTRACT

The business plan heads towards the creation of a tourism company dedicated to provide hosting service, restaurant and recreation, it will be located in the province of Pichincha, in Pacto, setting up this place will help to employ people contributing to the development of that area, and it will have the name "La Molienda".

The opportunity of creating this place arises because the area is considered a beautiful tourist site and has no projects of this kind. With the creation of the inn "La Molienda" this need will be covered, the vision is to become a company with a great image and prestige in the local and international tourism markets and it will be a model for similar projects in the area.

The plan is to build an eco-lodge in order to innovate and generate environmental care, therefore appreciate the entire natural environment, creating a differentiation strategy. Also, this will help to apply another strategy to enter the tourism market that will be focused on a niche made up of local and foreign tourists that may like warm humid weather.

There are several factors that help with the implementation of the project, such as holidays, high investment in roads, promotions for the development of tourism, open borders, and others.

The required investment amount is \$ 241,758, which includes the construction, equipment and working capital. It is a projection so in order to evaluate the setting up of the project several financial scenarios have been developed, so for example, one of valuation, an optimist and a pessimist, with own investment and credit from a financial institution, with the following results.

SUMMARY	DELEVERAGED		LEVERAGED	
	VPN	IRR	VPN	IRR
VALUATION	365.173	74%	377.560	125%
OPTIMISTIC	512.818	91%	525.204	153%
PESSIMISTIC	287.506	62%	299.892	114%

All of them have advantageous results, being the best option the credit, as the lending rate is lower than the opportunity cost. This will allow the business plan to be financially feasible.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1 CAPITULO I: ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	3
1.1 IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR Y LA INDUSTRIA.....	3
1.2 ESTUDIO DEL ENTORNO PEST	3
1.2.1 Factores Políticos	3
1.2.2 Factores Económicos	5
1.2.3 Factores Sociales	8
1.2.4 Factores Tecnológicos.....	9
1.3 LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y SUS PRODUCTOS O SERVICIOS.....	11
1.3.1 La Industria	11
1.3.1.1 Estructura de la Industria	12
1.3.2 La Compañía y el Concepto	13
1.3.2.1 Definición del Negocio	13
1.3.2.2 Nombre, Logo, Slogan	14
1.3.2.3 Visión	14
1.3.2.4 Misión.....	15
1.4 LOS PRODUCTOS O SERVICIOS ACTUALES Y PROYECTADOS.....	15
1.5 LAS ESTRATEGIAS DE ENTRADA Y CRECIMIENTO	16
1.6 LOS CONCEPTOS DE DIFERENCIACIÓN	18
1.7 ANÁLISIS FODA	18
2 CAPITULO II: ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	21
2.1 CONSUMIDORES.....	21
2.1.1 Tipo de Consumidor.....	21
2.1.2 Segmentación	21
2.1.3 Investigación de Mercados y sus Resultados	22
2.1.3.1 Problemas de Investigación de Mercados.....	22
2.1.3.2 Preguntas, Hipótesis y Objetivos de la Investigación de Mercados.....	22
2.1.3.3 Investigación Cualitativa	23
2.1.3.3.1 Entrevistas con Expertos.....	23
2.1.3.3.2 Grupo Focal.....	26
2.1.3.4 Investigación Cuantitativa	27
2.1.4 Conclusiones de la Investigación de Mercados	37
2.2 EL TAMAÑO DEL MERCADO Y SU TENDENCIA.....	40
2.3 FUERZAS DE LA COMPETENCIA DE PORTER	41
2.4 LA EVALUACIÓN DEL MERCADO EN DESARROLLO	42

3	CAPITULO III: PLAN DE MARKETING	43
3.1	OBJETIVOS Y METAS.....	43
3.2	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	44
3.2.1	Condición General del Mercado.....	44
3.2.2	Condición de la Competencia	44
3.2.3	Condición de la Empresa, su Posición y Posicionamiento.....	46
3.3	PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES.....	47
3.4	ESTRATEGIAS DE MARKETING GLOBAL.....	48
3.5	ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO	48
3.6	ESTRATEGIAS DE PRECIOS	49
3.7	ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS Y PROMOCIONALES.....	50
3.8	DISTRIBUCIÓN.....	51
3.9	TÁCTICAS DE VENTAS	51
3.10	POLÍTICAS DE SERVICIO Y GARANTÍAS	52
3.11	EJECUCIÓN	52
3.12	CONTROL	53
4	CAPITULO IV: PLAN DE FABRICACIÓN Y OPERACIÓN.....	54
4.1	CADENA DE VALOR	54
4.2	ESCALA ESTRATÉGICA	55
4.3	EL CICLO OPERATIVO	56
4.4	EL PERSONAL OPERATIVO.....	57
4.4.1	Guardias de seguridad.....	57
4.4.2	Guías turísticos.....	57
4.4.3	Chef o jefe de cocina	58
4.4.4	Meseros	58
4.4.5	Recepcionista	58
4.5	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA PLANTA.....	58
4.6	UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	59
4.6.1	Macro Localización	59
4.6.2	Micro Localización	61
4.7	FACILIDADES Y MEJORAS	62
4.8	PLANES Y ESTRATEGIAS OPERATIVAS	63
4.9	CONTROL MEDIOAMBIENTAL	63
4.9.1	Situación Actual, Situación Futura y Medidas Preventivas para evitar la Contaminación.....	64
4.10	DISPOSICIONES LEGALES Y REGULACIONES	68
5	CAPITULO V: EL EQUIPO DE ADMINISTRACIÓN.....	72
5.1	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	73
5.2	PERSONAL CLAVE DE ADMINISTRACIÓN	74
5.2.1	Gerente General	74
5.3	PERSONAL ADMINISTRATIVO.....	79

5.3.1	Asistente Gerencial.....	79
5.3.2	Jefe de RR.HH.....	81
5.4	PERSONAL OPERATIVO	84
5.4.1	Chef o Jefe de Cocina	84
5.4.2	Ayudante de Cocina.....	88
5.4.3	Mesero.....	90
5.4.4	Recepcionista	93
5.4.5	Camarera.....	96
5.4.6	Guía Turístico	99
5.5	PLANES DE EMPLEO	102
5.6	PLAN DE REMUNERACIÓN Y BENEFICIO	102
5.7	ASESORAMIENTO PROFESIONAL Y SERVICIOS.....	103
6	CAPITULO VI: LA ECONOMÍA DE LOS NEGOCIOS.....	104
6.1	COSTOS FIJOS, VARIABLES Y SEMI VARIABLES	104
6.2	GASTOS	104
6.3	MAXIMIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD EN BASE A COSTOS	104
6.4	MÁRGENES DE RENTA BRUTA Y DE OPERACIÓN	104
6.5	POTENCIAL DE RENTABILIDAD Y DURACIÓN.....	105
6.6	PUNTO DE EQUILIBRIO	105
7	CAPITULO VII: PLAN FINANCIERO	106
7.1	PRESUPUESTOS.....	106
7.1.1	Proforma de Inversiones.....	106
7.1.2	Proforma de Capital de Trabajo.....	106
7.1.3	Proforma de Ingresos	106
7.1.4	Proforma de Costos.....	107
7.1.5	Proforma de Gastos.....	107
7.2	FLUJOS DE CAJA Y SU ANÁLISIS	107
7.3	ANÁLISIS DE RIESGO	108
7.4	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	108
7.5	VALUACIÓN.....	108
7.6	ESTADOS FINANCIEROS.....	109
7.6.1	Proforma de Balance General.....	109
7.6.2	Proforma de Estado de Resultados	109
7.7	ÍNDICES.....	109
7.7.1	Índices de Rentabilidad.....	109
7.7.2	Índices de Liquidez	110
7.8	LOS PUNTOS MÁS SOBRESALIENTES	111
8	CAPITULO VIII: OFERTAS PROPUESTAS POR LA COMPAÑÍA	112
8.1	FINANCIAMIENTO DESEADO	112

8.1.1	Oferta.....	112
8.1.2	Capitalización.....	112
8.1.3	Uso de Fondos.....	112
8.1.4	Reinversión.....	113
9	CAPITULO IX: ASPECTOS GENERALES.....	114
9.1	RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPOSICIONES.....	114
9.1.1	Riesgos Críticos.....	114
9.1.2	Problemas.....	115
9.1.3	Suposiciones.....	116
9.2	CRONOGRAMA.....	117
10	CAPÍTULO X: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	118
10.1	CONCLUSIONES.....	118
10.2	RECOMENDACIONES.....	119
	Referencias.....	121
	Anexos.....	123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Nivel de inflación en el año 2010 hasta el 2012	6
Figura 2	Variación de la tasa activa del Ecuador desde el año 2011 hasta el año 2012.....	6
Figura 3	Variación de la tasa pasiva del Ecuador desde el año 2011 hasta el año 2012.....	7
Figura 4	Tasa de pobreza, coeficiente de Gini y tasa de desempleo en el mes de marzo de 2008 – el mes de marzo de 2011.....	8
Figura 5	Variación del PIB nacional desde el año 2005 hasta el 2012.....	11
Figura 6	Variación del PIB de la industria (hoteles y restaurantes), desde el año 2005 hasta el 2011	11
Figura 7	Logo	14
Figura 8	Fuerzas de la Competencia de Porter	41
Figura 9	Cadena de valor	54
Figura 10	Escala estratégica	55
Figura 11	Flujo grama del proceso de la hostería	56
Figura 12	Mapa del Ecuador	60
Figura 13	Mapa de Pichincha.....	61
Figura 14	División parroquial del Distrito Metropolitano de Quito.....	62
Figura 15	Estructura organizacional	73

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Clasificación sectorial	3
Tabla 2	Porcentaje de aportación del PIB de la industria (hoteles y restaurantes, al PIB nacional desde el año 2005 hasta el año 2012 en millones de dólares.....	12
Tabla 3	Números de establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) desde el año 2004 hasta el 2008	12
Tabla 4	Preguntas, hipótesis y objetivos de la investigación de mercados.....	23
Tabla 5	Distribución de personas a encuestar	29
Tabla 6	Hostería Arasha.....	45
Tabla 7	Hostería El Carmelo	45
Tabla 8	Hostería Kaony Lodge.....	45
Tabla 9	Bellavista Cloud Forest Reserve	46
Tabla 10	Productos	49
Tabla 11	Márgenes de renta bruta	105
Tabla 12	Márgenes de renta bruta	105
Tabla 13	Cuadro comparativo del VAN y TIR.....	109
Tabla 14	Índice ROI	110
Tabla 15	Índice ROE	110
Tabla 16	Índice ROA.....	110
Tabla 17	Índices de liquidez.....	111
Tabla 18	Cronograma	117

INTRODUCCIÓN

La idea del plan de negocio nace debido a que la parroquia de Pacto es un lugar inolvidable por su paisaje y su gente, posee un clima acogedor templado húmedo, cascadas, ríos, diversidad de animales y vegetación. Además, cuenta con un patrimonio tangible como petroglifos, tolas, piscinas arqueológicas de la antigua cultura Yumba, es un paraíso natural por descubrir, sin embargo, carece de infraestructura hotelera, solamente existen unas casas de alojamiento la cuales no proporcionan alimentación ni servicios adicionales, dando lugar a que exista solamente un turismo de paso, por eso es necesario la creación de una hostería en donde el turista pueda tener un sitio de alojamiento y servicios de calidad.

Mediante la creación de la hostería ecológica en la parroquia de Pacto se tratará de resolver este problema, rescatando las costumbre, tradiciones y bellezas que posee el lugar, siendo un beneficio tanto para el proyecto como para la comunidad pues al promocionar una buena infraestructura se atraerá a los turistas y se generarán fuentes de empleo, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de sus pobladores.

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un plan de negocios que estudie la posibilidad de crear una hostería ecológica en la parroquia de Pacto, provincia de Pichincha.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Analizar la industria y el entorno donde se desarrollará el proyecto, evaluando las condiciones relevantes del macro y micro entorno, y determinar las potenciales oportunidades y amenazas.

- Realizar un estudio de mercado para recolectar información acerca de los posibles clientes, con herramientas cualitativas y cuantitativas.
- Diseñar un plan de estratégico de mercadeo para promocionar el servicio en el mercado.
- Establecer la factibilidad técnica operacional y de producción del plan de negocios.
- Diseñar una estructura organizacional optima para el equipo de trabajo.
- Desarrollar un análisis financiero de proyecto, para conocer la viabilidad financiera del posible negocio.

HIPÓTESIS

La creación de una hostería ecológica en la parroquia de Pacto, provincia de Pichincha es técnica, comercial y financieramente viable.

1 CAPITULO I: ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

En este capítulo se determina el sector y la industria, así como su comportamiento, en las que se encuentra ubicado el negocio dentro de la clasificación de CIIU3, aportaciones al PIB nacional, número de establecimientos en la provincia de Pichincha y sus factores económicos con el fin de explorar las expectativas de crecimiento y desarrollo de la empresa.

1.1 IDENTIFICACIÓN DEL SECTOR Y LA INDUSTRIA

De acuerdo a la clasificación del CIIU3, la actividad de la empresa se encuentra en el sector de hoteles y restaurantes, industria de hoteles y restaurantes – hospedaje en hosterías, como se indica en la tabla 1.1.

Tabla 1. Clasificación sectorial

CÓDIGO	SECTOR/ INDUSTRIA
H	Hoteles y Restaurantes
H.5510	Hoteles, Campamentos y otros tipos de hospedaje temporal.
H.5510.03	Servicios de hospedaje en hosterías.

Adaptado de: SRI- CIIU3, 2012.

1.2 ESTUDIO DEL ENTORNO PEST

1.2.1 Factores Políticos

Riesgo País

“En la información que proporciona el Banco Central del Ecuador, en lo que va del mes de junio del 2012 el índice de riesgo país (EMBI) se ubicó entre 793 puntos y 951 puntos”; lo que resulta cuando el riesgo es alto que habrán menos inversionistas dispuestos a asumirlo y por ende va a existir poca inversión extranjera, lo que se muestra como una oportunidad ya que se podrá invertir

sin esperar encontrarse con competencias con alto capital o competencia desleal. (Banco Central del Ecuador, 2012)

Altos precios de petróleo

“Según cifras del Banco Central y de Petroecuador, el promedio del crudo ecuatoriano en los cuatro primeros meses del 2012 fue de USD 106, una cifra récord y las exportaciones de crudo de Petroecuador en el mes de abril del 2012 generaron USD 1.033,9 millones de ingresos”. Lo que resulta muy importante para la empresa ya que va a existir más circulación de dinero en el país y como una empresa de servicios se beneficiará directamente de esta circulación activa. (El Comercio, 2012)

Efecto de feriados

“El Presidente de la República, firmó el 3 de mayo del 2012 el Decreto Ejecutivo No. 1162, mediante el cual se define los días de descanso obligatorio en el Ecuador hasta el año 2015”. “El Ministro de Turismo, expresó su satisfacción ya que este decreto permitirá estimular la actividad turística y la planificación oportuna de los empresarios del sector, para brindar a sus visitantes atractivos paquetes turísticos y servicios de calidad”. (Proecuador, 2012).

Se puede afirmar que es una excelente oportunidad para la empresa dicho decreto, debido a que se podría preparar con anterioridad publicidad y promoción en alguno de estos feriados, con el fin de darse a conocer ante los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Apertura de fronteras ecuatorianas a extranjeros

En junio del 2008 el Ecuador eliminó el requisito de visas para todos los extranjeros; se dice que generó mayor delincuencia al país y ocuparon plazas

de empleos de ecuatorianos a menores costos; sin embargo, al sector turístico le mejora por contar con más visitantes extranjeros.

Niveles de inseguridad

“El 29.1% de tres mil ecuatorianos que respondieron a un sondeo de opinión realizado en el primer trimestre del 2010, aseguraron haber sido víctimas de un robo, hurto, agresión, fraude, chantaje, extorsión, amenazas o algún otro tipo de acto delincencial”.(Buró de análisis informativo, 2011).

La inseguridad en el país es una amenaza para la empresa, ya que si por un lado se cuenta con mayores visitantes extranjeros al país, cuántos de estos serán víctimas de la delincuencia, lo que da como resultado una mala imagen como país turístico.

Alta inversión en vías en el Ecuador

Se investigó que más de USD 5. 000 millones han sido invertidos durante el actual Gobierno, para el desarrollo y la transformación productiva, principalmente, en infraestructura física, carreteras, puertos y aeropuertos, lo cual es favorable para el proyecto, ya que con excelentes carreteras se abren los polos del Ecuador para visitar sitios turísticos y contar con mayor número de turistas nacionales del sur del país.

1.2.2 Factores Económicos

Inflación

“La inflación es un indicador económico que muestra la variación de precios que existen en el mercado”, es importante conocer, ya que esta variable causa que las personas como los turistas pierdan su poder adquisitivo y disminuyan sus desplazamientos a lugares turísticos. (Larraín, y Sachs, 2002)

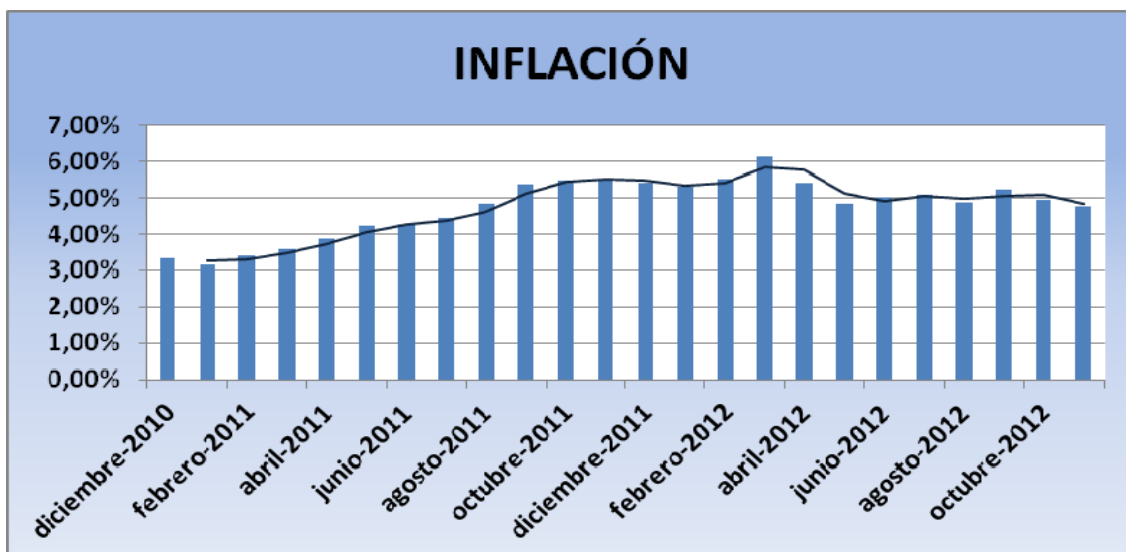


Figura 1. Nivel de inflación en el año 2010 hasta el 2012.
Tomado de: Banco Central del Ecuador, 2012.

La inflación se mantiene en un promedio de 4.75% en los años del 2010 hasta el año del 2012 con una ligera tendencia a la baja, lo que indica un panorama favorable tanto para consumidores como para proveedores, lo que permite tener una expectativa de tranquilidad, siendo beneficioso para el posible negocio.

Tasas de interés

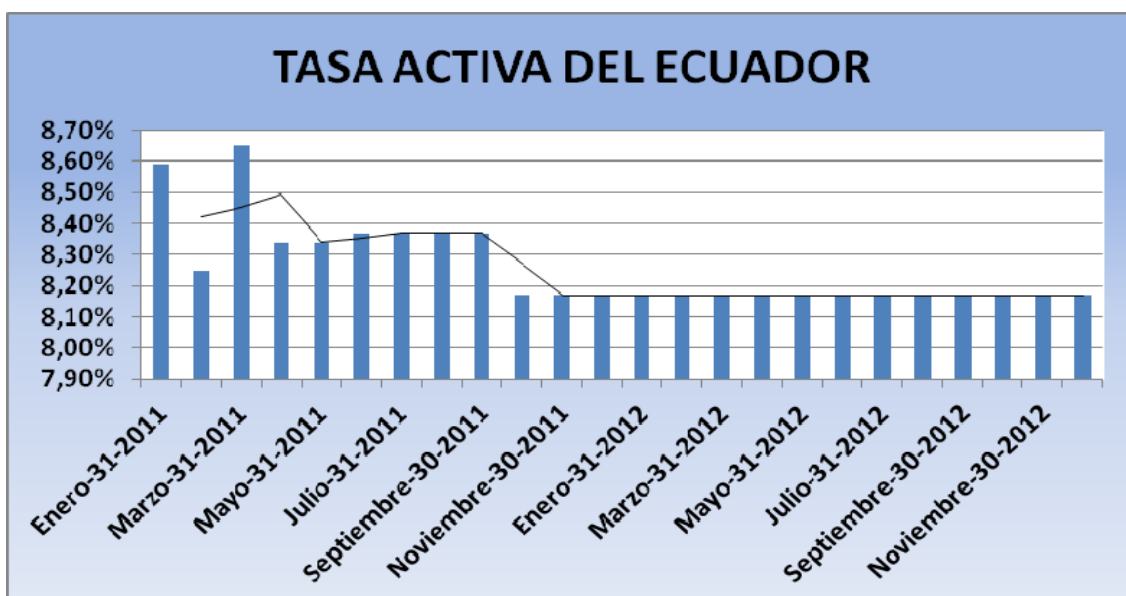


Figura 2. Variación de la tasa activa del Ecuador desde el año 2011 hasta el año 2012.
Tomado de: Banco Central del Ecuador, 2012.

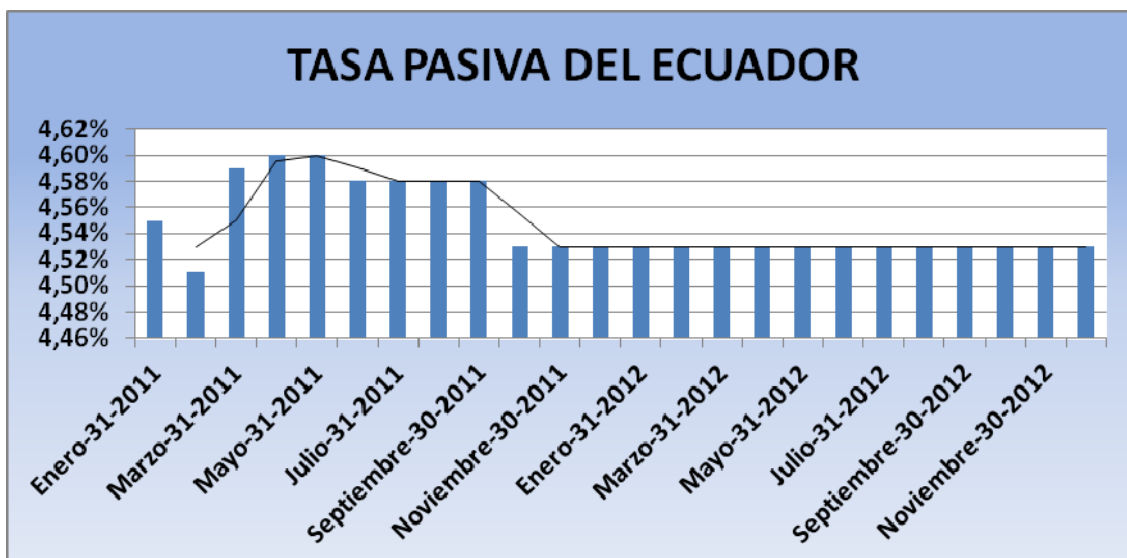


Figura 3. Variación de la tasa pasiva del Ecuador desde el año 2011 hasta el año 2012.
Tomado de: Banco Central del Ecuador, 2012.

La tasa de interés pasiva se mantiene en 4.53% desde el mes de octubre del 2011 hasta el mes de diciembre del 2012, de igual manera la tasa de interés activa se ha mantenido en 8.17% desde el mes de noviembre del 2011 hasta el mes de diciembre del 2012, favoreciendo a las inversiones al momento de financiar la inversión o el capital de trabajo, con crédito.

Renta Per Cápita

“Según la información del Banco Central del Ecuador, se analizó que a finales de enero de 2008, la renta per cápita por ecuatoriano era de USD 3.927 y a finales de enero de 2012, la renta per cápita es de USD 4.905”. Por lo que se dice que existe una mayor riqueza económica en el país y se puede decir que los ecuatorianos poseen mayor capacidad para salir de paseo en feriados a sitios o lugares turísticos. (Banco Central del Ecuador, 2012)

1.2.3 Factores Sociales

Población económicamente activa

“Según el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC), ascendió la PEA (Población Económicamente Activa), pues mientras a inicios del 2012 fue más de 4,6 millones de personas, a finales del 2011 estaba en 4,5 millones”.

La PEA en el Ecuador se considera a “la población de 12 años y más que normalmente está ocupada o que, estando desocupada, busca activamente empleo” según destaca el INEC en su informe.

Lo que resulta beneficioso tanto para el país como para la empresa debido a que se generará mayor empleo y se favorece al aumento de este factor social. (Ecuador Inmediato, 2012)

Tasa de desempleo

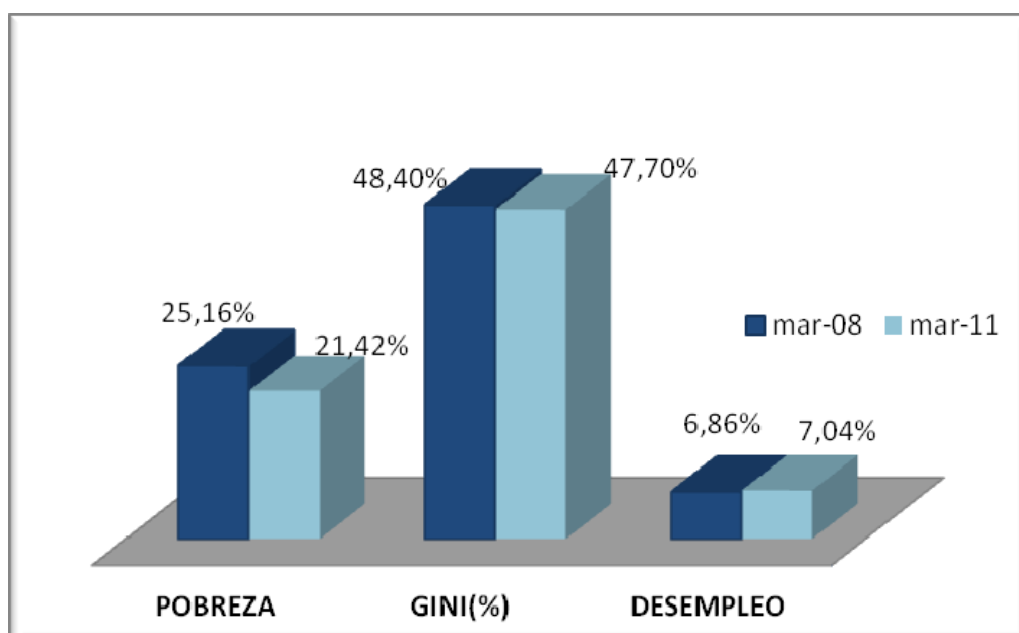


Figura 4. Tasa de pobreza, coeficiente de Gini y tasa de desempleo en el mes de marzo de 2008 – el mes de marzo de 2011.

Adaptado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2012.

En el Ecuador la tasa de desempleo se ubica en un 7.04%, mientras que el coeficiente de GINI en porcentaje es de 47.70%, la variación es mínima comparada con el mes de marzo de 2008 y la tasa de la pobreza se ubica en un 21.42%, la cual si ha decrecido en casi cuatro punto comparado con la del año 2008, lo que es beneficioso para la empresa que las personas aumente su nivel de vida y cuenten con la capacidad de realizar actividades turísticas, ya sea en feriados o fines de semana.

Si bien el desempleo ha tenido un aumento en el año 2011, en la actualidad en el mes de marzo de 2012 se ubica en el 4.88%, pues desde el año 2011 se encuentra en proceso descendiente, por lo tanto se generará como empresa más plazas de trabajo y será beneficioso tanto para la parroquia como para el país. (INEC, 2012)

Reducción de remesas

“Desde 2007, el Banco Central del Ecuador registró que habían ingresado al país USD 3.087,6 millones de envío de remesas, para el 2010, las remesas se redujeron a USD 2.324,0 millones, sin duda, se puede relacionar con la crisis internacional, ya que la eventualidad en 2011, parecería que se mantiene el descenso”. Como efecto las personas también reducen su poder adquisitivo y por ende no van a contar con capital para realizar actividades turísticas por que las remesas constituyen un importante sustento de la economía tanto del Ecuador como de otros países de América Latina. (El Comercio, 2012)

1.2.4 Factores Tecnológicos

Introducción de nuevas tecnologías

En la actualidad, el uso de tecnología, es realmente importante para las empresas, ya que se abren oportunidades de crecimiento a nivel mundial, tecnología como el uso de internet, publicitar por medio de directv, nuevas tecnologías de información como ejemplo el twitter, etc.

Por otra parte, para la empresa, el uso de internet será una herramienta muy útil, debido a que se podrá hacer comercio electrónico a través de transacciones comerciales como reservas o venta de plazas de una manera rápida y directa, lo que resultan menores costos comparados con los de medios tradicionales. Se podrá incorporar en la página web la función de reservas y pagos online, con el objeto de facilitar la gestión al turista, tanto nacional como extranjero.

Impacto de las redes sociales

Las redes sociales, hoy en día, dan campo abierto a promover la imagen y fortalecer la marca de la empresa, debido a que están permitiendo a las personas estar en contacto, comunicarse y compartir información con facilidad y en tiempo real alrededor del mundo entero, sin restricción alguna, lo que conlleva a preocuparse de que imagen se quiere mostrar en las redes sociales; así como, un complemento de recursos humanos, revisando perfiles de posibles empleados y reaccionando no como moda actual sino como un cambio en la realidad laboral.

El manejo de software

El software es una herramienta de gran utilidad para las empresas, brindando planificación, manejo y control, asignación de recursos, colaboración, manejo de calidad, contables, etc.

En la empresa turística se utilizará un software para el control de inventarios, contable y base de datos de clientes, con el objetivo de brindarles un mejor servicio y control a las ventas.

1.3 LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y SUS PRODUCTOS O SERVICIOS

1.3.1 La Industria



Figura 5. Variación del PIB nacional desde el año 2005 hasta el 2012.
Tomado de: Banco Central del Ecuador, 2012.

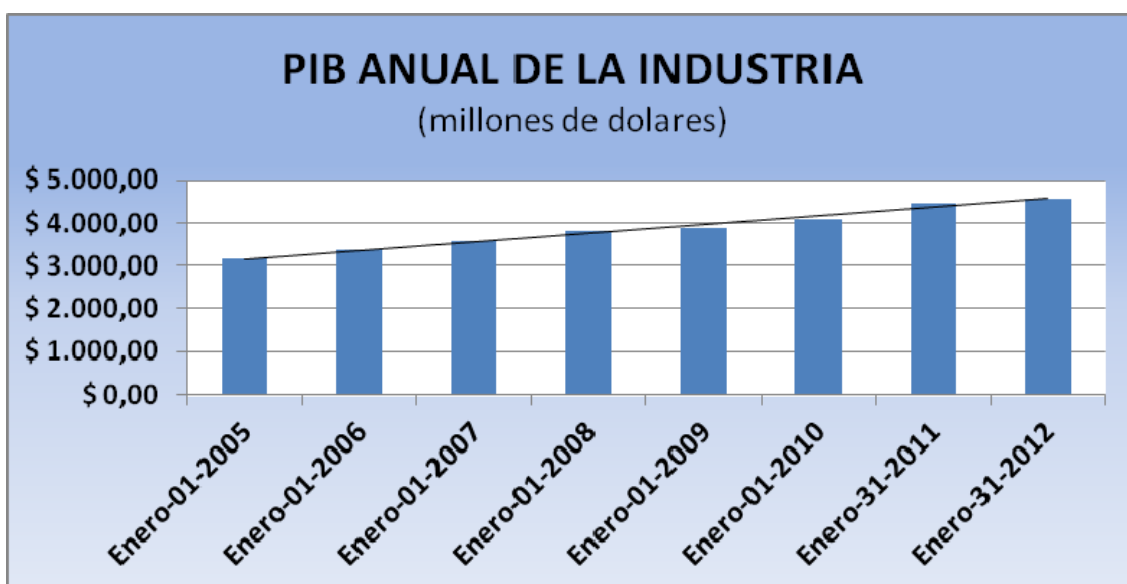


Figura 6. Variación del PIB de la industria (hoteles y restaurantes), desde el año 2005 hasta el 2011.
Tomado de: Banco Central del Ecuador, 2012.

Tabla 2. Porcentaje de aportación del PIB de la industria (hoteles y restaurantes, al PIB nacional desde el año 2005 hasta el año 2012 en millones de dólares.

AÑO	PIB NACIONAL	PIB INDUSTRIA	% DE APORTACIÓN
2005	20.965,93	3.172,02	15,13%
2006	21.962,13	3.354,83	15,28%
2007	22.409,65	3.555,41	15,87%
2008	24.032,49	3.808,93	15,85%
2009	24.119,46	3.873,95	16,06%
2010	24.983,32	4.082,69	16,34%
2011	26.928,19	4.463,47	16,58%
2012	27.291,44	4.565,70	16,73%

Adaptado de: Banco Central del Ecuador, 2012.

La industria de hoteles y restaurantes aportó al PIB con USD 4.082.686,08 millones en el año 2011, representando un 16,58% del total. El año 2010 aportó USD 3.873.947,21 millones al PIB nacional, por lo que se puede afirmar que la industria está en constante crecimiento y desarrollo.

En la tabla 2, se puede observar claramente como el PIB nacional ha ido evolucionando año tras año junto con la industria de hoteles y restaurantes, lo que resulta favorable para la puesta en marcha del negocio y por lo tanto la etapa de vida de la industria está en crecimiento.

1.3.1.1 Estructura de la Industria

Tabla 3. Números de establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) desde el año 2004 hasta el 2008.

ACTIVIDAD	CLASE/TIPO	2004	2005	2006	2007	2008
Alojamiento	Alojamientos hoteleros	2.686	3.077	3.058	3.213	3.399
Servicios de alimentos y bebidas.	Restaurantes	7.005	8.109	8.120	8.898	10.299
	TOTAL	9.691	11.186	11.178	12.111	13.698

Tomado de: Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), 2012.

En la tabla 3, se puede observar que existe un gran aumento de establecimientos tanto de alojamiento como de servicios de alimentos y bebidas; en el año 2008, se registraron un total de 13.698 establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo, en todo el Ecuador; se calcula que existe un gran número de establecimientos no registrados en dicho ministerio y solo cuentan con permiso de funcionamiento.

1.3.2 La Compañía y el Concepto

1.3.2.1 Definición del Negocio

La idea del negocio es para brindar un mejor servicio al turista con hospedaje, alimentación y recreación, cubriendo una necesidad, que es la falta de un lugar turístico en esta zona, siendo el principal problema, la inexistencia de lugares en los cuales los turistas puedan permanecer y descansar por el tiempo que han destinado para su visita, al construir una Hostería se tratará de resolver este problema.

En la parroquia donde va a funcionar la hostería hay una gran demanda turística, por lo que ésta ayudaría a que la población participe en cuanto a la difusión de su cultura y sus costumbres y para la atención a los turistas.

A más de la construcción del proyecto, se estima que la gente de la parroquia pueda brindar un buen trato al turista y también obtener beneficios por la estancia de los mismos en el sector; esto sería, por los pequeños negocios que puedan interesar al turista, generando esto un ingreso económico para la población.

La zona de Pacto posee un clima cálido – húmedo, lo cual tiene múltiples ventajas tales como: Disponer de una extensa variedad de productos tanto de la región costa, como de la sierra; frutas como la pitahaya, cacao, café, guabas, cítricos, maíz, maní, plátano, yuca. Además, la caña de azúcar con la que realizan la panela.

1.3.2.2 Nombre, Logo, Slogan

Nombre:

LA MOLIENDA Cía. Ltda.

Logo:



Figura 7. Logo

Slogan:

EL PLACER DE CONVIVIR ARMÓNICAMENTE CON LA NATURALEZA

1.3.2.3 Visión

Para el 2017, constituirse como una empresa turista con una gran imagen y prestigio en los mercados turísticos nacionales, con el objetivo de servir de modelo para otros proyectos turísticos de la zona.

1.3.2.4 Misión

Ofrecer la mejor calidad en servicio de hospedaje, alimentación y recreación, a los turistas que visiten la parroquia de Pacto y difundir los encantos propios del lugar.

1.4 LOS PRODUCTOS O SERVICIOS ACTUALES Y PROYECTADOS

Alojamiento

El proyecto contará con 11 cabañas con las siguientes características:

- 3 cabañas matrimoniales de una sola habitación. Capacidad para 2 personas.
- 3 cabañas con dos habitaciones, una cama matrimonial y en la otra con dos camas. Capacidad para 4 personas.
- 3 cabañas con tres habitaciones, dos camas en cada habitación. Capacidad para 6 personas.
- 2 cabañas con cuatro habitaciones, dos camas en cada habitación. Capacidad para 8 personas.

La capacidad hotelera total que poseerá la hostería “La Molienda” será de 52 personas.

Alimentación

El proyecto contará con Bar – Restaurante con las siguientes características:

- 9 mesas cuadradas de 4 personas cada una.

- 3 mesas rectangulares de 8 personas cada una.
- 8 sillas altas particulares situadas en la barra.

La capacidad total del área de restaurante será de 68 personas

En el Bar – Restaurante se ofrecerá comida típica de la zona, bebidas alcohólicas y no alcohólicas y servicio a la habitación.

Recreación

La hostería contará con tres diferentes paquetes tales como:

- ECOLÓGICO (Recorrido con observación de cascadas, fauna, flora, se visitará el museo y sitios arqueológicos).
- AVENTURA (Visita a la cascada para realización de Cayoning, nadar en el río y paseo en los cuadrones).
- DEPORTIVO (Se realizará pesca deportiva, cabalgata y ciclismo de montaña por senderos).

Se brindará en las instalaciones el servicio de multicancha (cancha de fútbol, vóley, básquet, en una sola), amplios espacios verdes, zona de acampar, parqueadero, piscina natural, zona de hamacas y cabaña de juegos.

1.5 LAS ESTRATEGIAS DE ENTRADA Y CRECIMIENTO

Estrategias de entrada

- Para la inauguración de la hostería, contar con la presencia del actual ministro de deportes del Ecuador.

- Contar con una promoción de ventas agresiva, para identificar al turista nacional como al extranjero.
- Organizar eventos tanto culturales como conciertos musicales, se invitará artistas nacionales del momento.
- Compartir publicidad con el museo más reconocido de la zona, el museo de de Tulipe.
- Crear alianzas con agencias turísticas, y premiar a guías de turismo de la zona por recomendar la hostería.
- Ofrecer paquetes turísticos a todo tipo de instituciones.
- Realizar convenios con empresas para la realización de paseos de integración.

Estrategia de crecimiento

- Lanzar promociones en terapias matrimoniales para que cuenten con una segunda luna de miel en la hostería, esto sería enfocarse a nuevos segmentos de mercado que no han sido tomados en cuenta.
- La organización de eventos en la hostería, para que estos vayan convirtiéndose en tradicionales en la parroquia de Pacto.
- A lo largo de cinco años, contar con la mayoría de servicios que puede ofrecer una hostería, como spa, gimnasio, piscinas de lodo, etc.
- Desarrollar un nuevo proyecto para lanzar otra hostería ecológica, ubicada en el barrio de Masphí, en la misma parroquia de Pacto,

promocionando un concepto de tributo a la naturaleza, convivencia y de experiencias únicas que ofrece la misma.

1.6 LOS CONCEPTOS DE DIFERENCIACIÓN

Como concepto de diferenciación, se construirá una hostería ecológica, con el objeto de generar en las personas el convivir con la naturaleza; es decir, se brindará, a más de los servicios mencionados, una conciencia de cuidado del medio ambiente, ya que en la actualidad el ecoturismo y los productos orgánicos son muy valorados. Se construirá un huerto de productos orgánicos, los mismos que serán utilizados en el restaurante, generando también un valor agregado.

1.7 ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Se contará con una alta variedad de servicios al momento de ofrecer a los posibles clientes como cabalgata, excursiones en bosque primario y otros.
- Se cuenta con una excelente ubicación, junto al río más conocido de la zona.
- Se contará con recurso humano capacitado.
- Las cabañas cuentan con una infraestructura natural y ecológica.
- Comodidad, amplitud y diseño de las cabañas.
- Se brindará servicio de calidad.
- Se cuenta con recursos naturales alrededor de las cabañas.

- Se podrá disfrutar de la tranquilidad que ofrece la naturaleza.
- Seguridad al huésped y al cliente particular.
- Se organizará festivales culturales y eventos.

Oportunidades

- No existe otro establecimiento turístico de primera calidad en el sector.
- Se cuenta con excelente ubicación geográfica.
- El gobierno actual apoya a las empresas turísticas mediante créditos, publicidad y ferias internacionales.
- La coordinación de feriados por parte del gobierno, brinda la oportunidad de organizarse y promocionar la empresa.
- Excelentes vías permitiendo el transportarse del sur del país al norte.
- Los posibles clientes prefieren estar más alejados de la ciudad y del ruido.
- El clima es muy agradable en cualquier época del año.
- Turistas que disfrutan de caminar por medio de la naturaleza.
- Existe oferta de profesionales en el área turística.
- Internet es un servicio que permite acceder a información y permite la comunicación mundial.
- Incentivar la protección del medio ambiente.

- La competencia no satisface los requerimientos de tranquilidad y bienestar espiritual para el turista.

Debilidades

- No hay las comodidades que existe en la ciudad como proveedores.
- La capacidad de alojamiento reducida.
- La parroquia de Pacto no es muy conocida por las personas.

Amenazas

- Proveedores no cumplan con la entrega a tiempo.
- La vía Calacalí – la independencia, se caracteriza por ser zona de derrumbos.
- No existe el debido apoyo de la junta parroquial.
- Se está introduciendo la minería con fuerza en la zona.
- La cooperativa de transporte que tiene la ruta Quito – Pacto / Pacto – Quito, no tiene los horarios suficientes para satisfacer la demanda de turistas diariamente.
- Los posibles clientes tengan preferencia por la competencia que se encuentra más cercana a la ciudad o en zonas más conocidas como Mindo.

2 CAPITULO II: ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

La investigación a realizar busca estudiar la respuesta del mercado y por lo tanto del consumidor, con relación a la construcción de una hostería ecológica en la parroquia de Pacto.

Con el análisis de la demanda, constituido en base a las encuestas, grupo focal y entrevistas a expertos se determinará el mercado objetivo; además, se estudiará variables relacionadas con la competencia, precio, tipo de consumidor, segmentación a quien se dirigirá la investigación y tendencias de consumo. (Malhotra., 2004, p. 78 a)

2.1 CONSUMIDORES

2.1.1 Tipo de Consumidor

El tipo de consumidor al cual se dirige el proyecto, son las personas del país y extranjeros que acostumbran a realizar actividades turísticas en fines de semana, feriados y vacaciones. Quienes tengan gusto por la naturaleza, hermosos paisaje, cascadas, observación de flora, fauna y conservación de la misma, preferencia por el clima cálido – húmedo, personas que busquen calidad en el servicio y excelente diseños en las cabañas.

2.1.2 Segmentación

- Segmentación geográfica

País: Ecuador

Ciudad: Quito

Densidad: Urbana

- Segmentación demográfica

Edad: Entre 20 a 70 años

Sexo: Masculino y femenino

- Segmentación psicográfica

Clase social: Clase media y media alta

Estilo de vida: Gusto por la naturaleza

- Segmentación por conducta

Costumbre de realizar actividades turísticas en fines de semana, feriados o vacaciones.

Preferencia por el clima cálido – húmedo.

2.1.3 Investigación de Mercados y sus Resultados

2.1.3.1 Problemas de Investigación de Mercados

No existe información de los gustos y preferencia de los turistas que visitan la parroquia de Pacto; tampoco del comportamiento de la competencia a nivel de hostería, o cual será el mayor competidor en el sector.

2.1.3.2 Preguntas, Hipótesis y Objetivos de la Investigación de Mercados

En la tabla 4, se puede observar la pregunta, la hipótesis sobre la cual se trabaja, y el objetivo que guiará las acciones de la investigación.

Tabla 4. Preguntas, hipótesis y objetivos de la investigación de mercados

Pregunta	Hipótesis	Objetivo
¿Qué porcentaje de personas de la ciudad de Quito conocen el noroccidente?	De cada 10 encuestados al menos 6 conocen el noroccidente.	Conocer qué cantidad de personas de Quito realmente conocen el noroccidente de Pichincha
¿Qué tipo de turistas frecuenta el sector de Pacto?	La mayoría de turistas que frecuentan la zona es de clase media y media alta	Identificar a qué nivel socio económico debemos enfocarnos para la creación
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un día de hospedaje?	El precio por persona está entre 20 a 40 dólares	Conocer cuál es el precio más aceptado por los turistas.
¿Cuáles son las principales actividades a realizarse en la hostería	La cabalgata y natación en ríos son las principales actividades.	Saber las actividades primordiales para el turista del sector.
¿Cuáles son las prioridades al momento de escoger el hospedaje?	El precio y la calidad son las prioridades del turista al escoger su hospedaje.	Identificar cuáles son las prioridades para que el turista nos elija
¿Cuáles son los mejores medios para dar a conocer la hostería?	Los medios más utilizados son el internet y las revistas	Conocer los canales infamativos para promocionar a la hostería.

2.1.3.3 Investigación Cualitativa

La investigación cualitativa proporciona conocimiento y entendimiento del problema, ejecutando la información a fuentes primarias, tanto como entrevistas a expertos, como un grupo focal para obtener datos específicos del mercado, así como de la competencia y para entender las características de los consumidores. (Malhotra., 2004: # 85 b)

2.1.3.3.1 Entrevistas con Expertos

Las entrevistas con expertos son de gran ayuda para conocer las pautas y los lineamientos por los cuales el negocio debe crearse y manejarse.

ENTREVISTA 1: Lic. Lorena Dávalos, coordinadora y docente de la escuela de hotelería y turismo en la Universidad de las Américas. **Ver anexo 1.**

Resultados:

- Los elementos necesarios para llegar correctamente el turista son principalmente segmentar el mercado, definir el servicio, definir las canales de información, contar con página web propia y participar en redes sociales.
- Las partes buenas del turismo ecológico son que las personas actualmente se preocupan más por el medio ambiente y se hacen más responsables.
- El turismo en el noroccidente ha ido creciendo y actualmente comunidades de la zona viven y se desarrollan en base al turismo y cuentan con mucho potencial para explotar, como hermosos paisajes.
- Las comunidades más cercanas son realmente las beneficiadas al momento de implantarse una nueva hostería debido a que aumenta el ciclo económico.
- El éxito para la hostería es estar constantemente innovando y no ser uno más del montón.

ENTREVISTA 2: Sra. Andrea Jiménez, propietaria de la hostería Yumbo Spa and resort ubicada en la parroquia de Gualea. **Ver anexo 2.**

Resultados:

- La hostería Yumbo Spa cuenta con una experiencia de 2 años en el mercado, actualmente posee 7 empleados en nómina, en caso de temporadas altas contratan más personal.

- Los servicios que presta son: restaurante, área de spa, área de entretenimiento como juegos, sala de cine, bar karaoke, piscina, una cascada natural propia del lugar y el servicio de hospedaje con suite junior, suite máster y suite presidencial.
- Presta servicios complementarios como transporte, niñeras y talleres con niños.
- El tipo de comida que ofrece el Yumbo Spa se incluye en platos a la carta con diferentes tipos de menú, de una fusión andina, brindando realce a la comida ecuatoriana y platos personalizados.
- Actualmente, se enfoca en turismo de parejas con paquetes de luna de miel, armonización en pareja y reanimación de votos de amor.
- De los turistas que visitan la hostería, un 70% son nacionales y 30% extranjeros. El turista nacional tiene un nivel socio económico medio alto y alto.
- Las temporadas altas en la hostería son los meses de agosto, septiembre, noviembre, febrero y mayo, con su capacidad al máximo de 50 personas, con una estadía de 4 días y 3 noches.
- Se maneja con publicidad en internet, por medios masivos, cuenta con canjes con restaurantes y publicaciones en revistas. En el extranjero, solo con publicidad en internet.
- Sus precios, actualmente, son: por la suite junior USD 165 incluido impuestos, en la suite máster USD 265 incluido impuestos y la suite presidencial USD 315 incluido impuestos, todos los precios son por pareja.

2.1.3.3.2 Grupo Focal

El grupo focal estuvo integrado por 8 personas, incluido un guía de la zona, fue guiado por un moderador, quien hizo las preguntas referentes al hospedaje en la zona, indagando a profundidad cada punto para contar con la mayor información. **Ver anexo 3**

Duración 45 minutos

Resultados

- El proyecto es interesante, ya que en la parroquia no cuenta con inversión hotelera a pesar de contar con un gran potencial turístico tanto ecológico, agroturismo y turismo de aventura. En la actualidad solo se cuenta con un turismo de paso el cual no satisface a quién visita Pacto.
- Contar con unas cabañas ecológicas es una gran idea debido a que esa es la nueva tendencia en el mercado turístico y tener un muelle para sacarle provecho al río que se tiene cerca.
- El proyecto se debe enfocar a un nivel socioeconómico medio y medio alto, debido a que este es el nivel que llega con mayor frecuencia a la parroquia.
- El crear una hostería nueva en el sector resulta muy beneficioso para las personas que residen ahí, ya que son personas que ayudarán en la hostería con su mano de obra y se intenta que la parroquia viva del turismo y no de la minería como es actualmente.
- Los medios publicitarios que se deben utilizar son el internet, contar con una página web y estar en redes sociales ya que no es costoso y es el medio en la que más se llega a las personas.

- Otro servicio que debe prestar la hostería es paquetes a colegios para que tengan una relación con familias de la comunidad y que compartan su experiencia y de esta manera crear un valor social.
- El éxito del proyecto está en comprometerse con lo que se va a realizar y hacer todo lo posible para satisfacer al cliente, ya que un cliente satisfecho trae otros clientes y de esa manera se convierte en una cadena.

2.1.3.4 Investigación Cuantitativa

Universo a investigar

Basados en la segmentación del mercado con sus principales variables como: geográficas, demográficas, psicográficas y de comportamiento, se ha definido el segmento del mercado exclusivo a personas entre los 20 años hasta los 70 años de edad, nivel socio económico medio y medio alto, residentes en el Cantón Quito, Provincia de Pichincha y turistas extranjeros que llegan a la ciudad y que prefieren las zonas naturales.

Cálculo de la muestra

Se investigó que el total de personas entre los 20 años y 70 años de edad en el cantón de Quito, “según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), es de 1,327.205 personas, entre mujeres y hombres, de los cuales el 11.2% pertenece al nivel socio económico medio y el 22.8% pertenece al nivel socio económico medio alto”, como resultado se tiene un total de 451.249 personas. (INEC, 2012)

Para completar la investigación de mercados se requiere la opinión de extranjeros; por lo tanto, se investigó que la llegada de extranjeros al país, “según el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), es de un total de

1,140.978 personas en el año 2010, de los cuales, 460.872 extranjeros llegan a la ciudad de Quito y solo el 22.2% visitan las áreas naturales, por lo que, 102.313 son turistas extranjeros". (MINTUR, 2012)

Para calcular el universo de la investigación, se sumó 451.249 personas del cantón Quito y los 102.313 turistas extranjeros, con un resultado de 553.562 personas a investigar.

Para obtener el tamaño de la muestra, se aplicó la siguiente fórmula:

(Ecuación 1)

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

Donde:

- n = tamaño de la muestra
- N= universo = 553.562
- z = nivel de confianza = 1.96
- p = probabilidad de éxito = 50%
- q = probabilidad de fracaso = 50%
- e = margen de error = 5%

$$n = \frac{1.96^2 * 553.562 * 0.5 * 0.5}{[0.05^2 (553.562 - 1)] + [1.96^2 * (0.5 * 0.5)]}$$

n = 383.97

Total de encuestas = 384

Distribución:

Tabla 5. Distribución de personas a encuestar

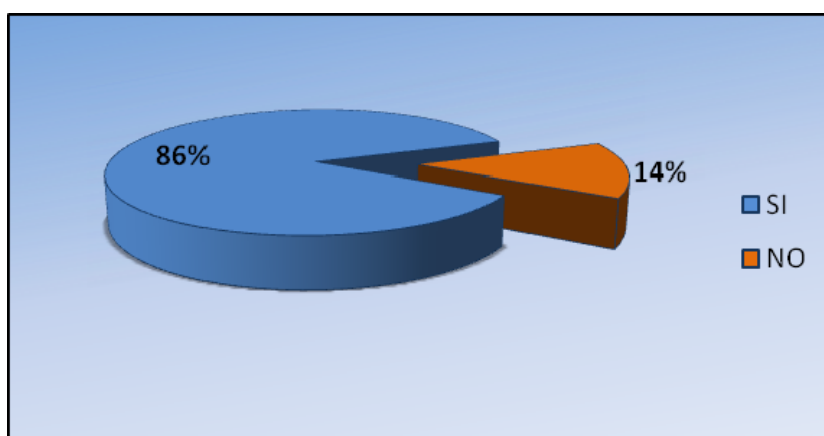
	TOTAL	PERSONAS CANTÓN QUITO	TURISTAS EXTRANJEROS
UNIVERSO	553.562	451.249	102.313
PORCENTAJE	100%	81,52%	18,48%
ENCUESTAS	384	313	71

Encuestas personales

Para obtener una investigación de mercados correcta, en la encuesta se realizan preguntas de tipo cerradas y opción múltiple con la cual se podrá transformar la información cualitativa a cuantitativa. **Ver Anexo 4.**

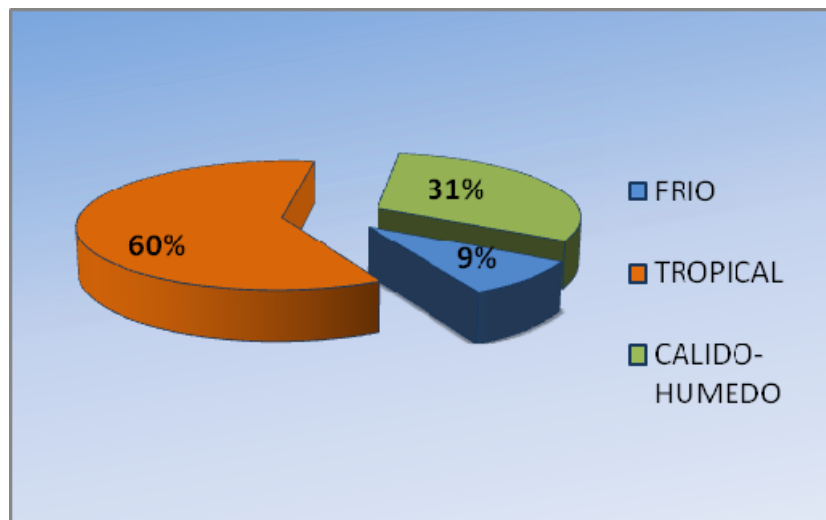
Resultados

1. ¿Realiza actividades turísticas en feriados, fines de semana o vacaciones?



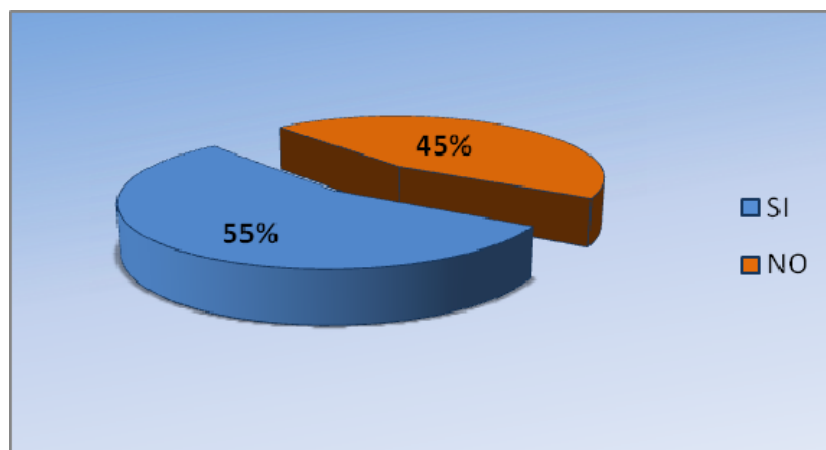
De 10 encuestados 8 realizan actividades turísticas, lo que es interesante para el proyecto, ya que las personas buscan cambiar de ambiente en feriados, fines de semana o vacaciones.

2. ¿Cuál es el clima que más le gusta?



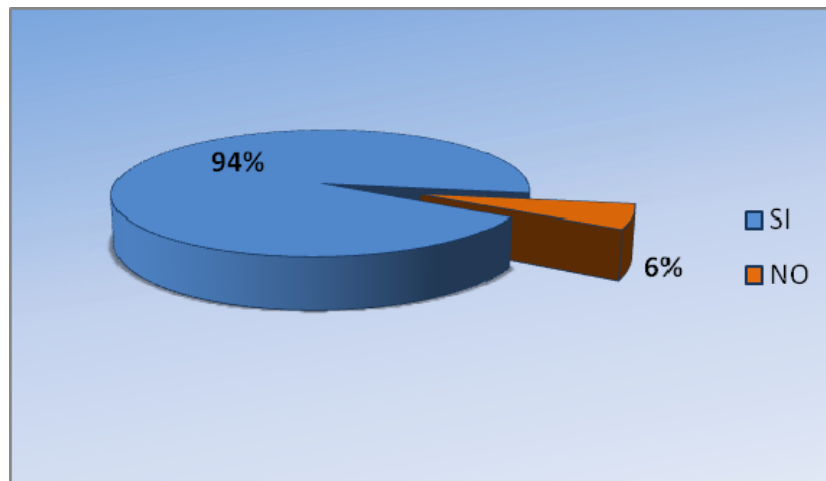
El 91% de los encuestados tienen preferencia por el clima tropical y cálido húmedo, lo que es semejante al clima donde se ubicará la hostería.

3. ¿Conoce usted el noroccidente de Quito, provincia de Pichincha?



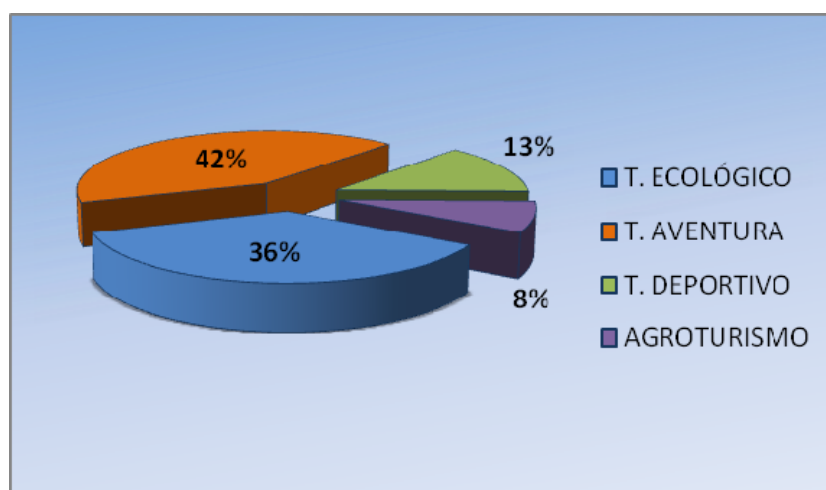
El 55% de los encuestados conoce el noroccidente, debido a que posee bellezas naturales.

4. ¿Le gustaría conocer el sector de Pacto, ubicado al noroccidente de Quito?



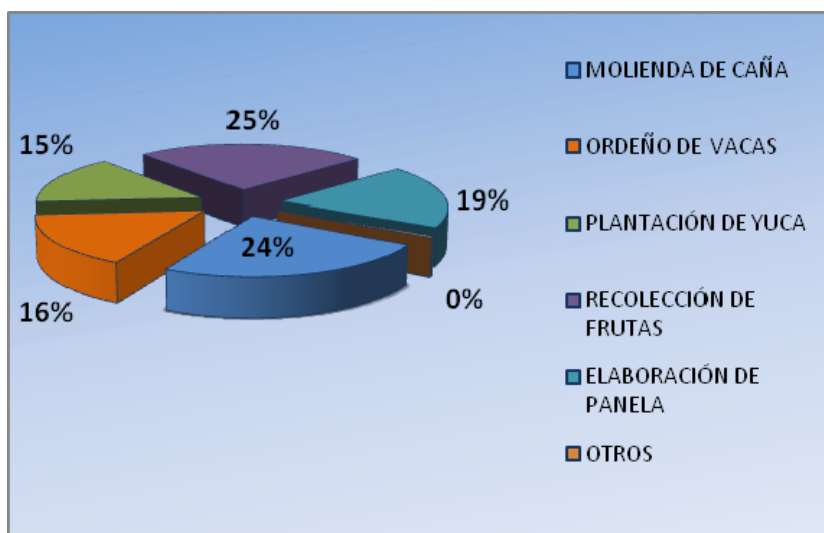
De 10 personas encuestadas 9 personas estarían dispuestas a conocer la parroquia de Pacto, lo que se observa que las personas se muestran abiertas a conocer diferentes lugares turísticos de país.

5. ¿Qué tipo de turismo prefiere de la siguiente variedad?



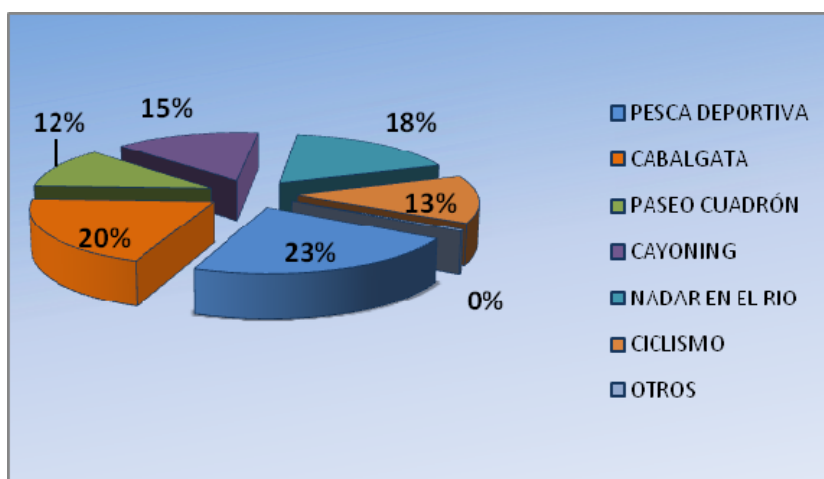
De los encuestados el 78% prefieren el turismo de aventura como el ecológico; sin embargo, entre más actividades mejor para el turista.

6. De estas actividades, escoja 2 que más le llamen la atención



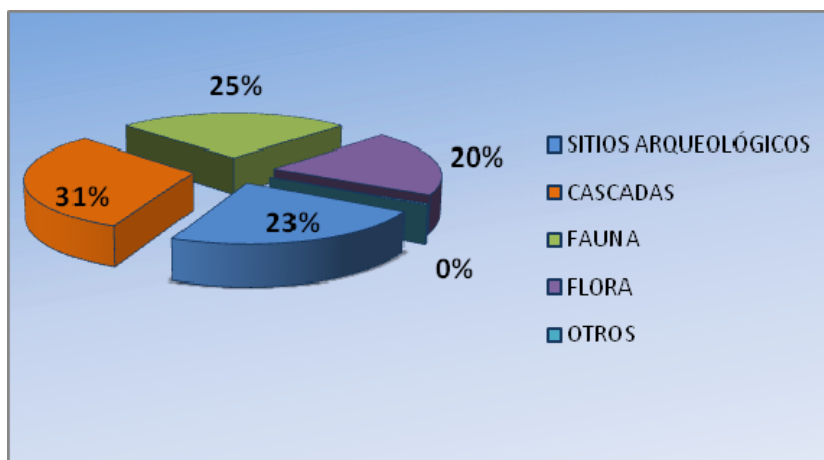
Las dos actividades que más prefieren las personas con un 49% son la recolección de frutas y la molienda de caña.

7. De estas actividades turísticas deportivas, escoja 2 que le llamen la atención



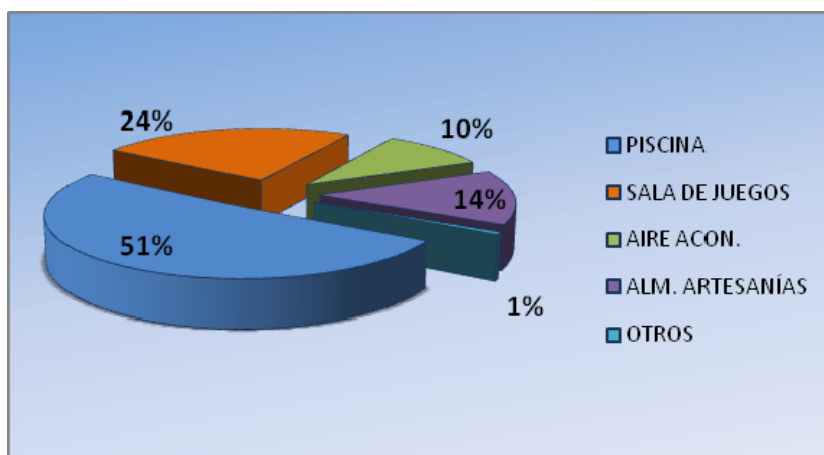
Las de más agrado son la pesca deportiva 23%, paseos a caballo 20% y nadar en el río 18%.

8. De estas actividades eco turísticas, escoja 2 que le llamen la atención



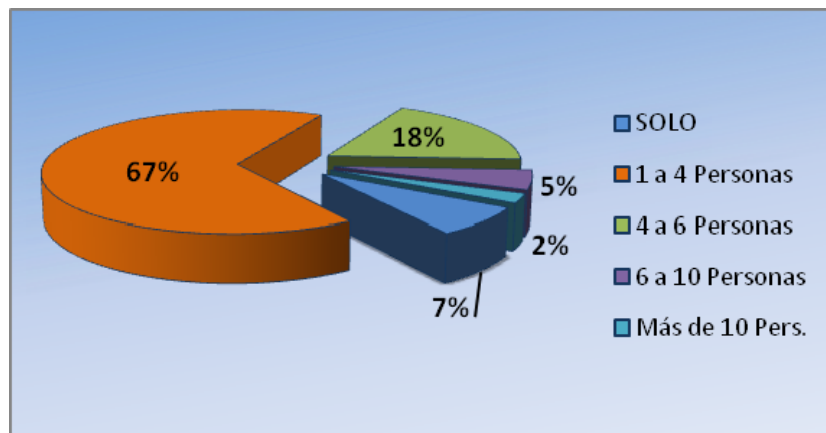
De las actividades eco turísticas la de más agrado son la observación de cascadas 31%, las observación de fauna 25% y la observación de sitios arqueológicos 23%.

9. ¿Qué servicios adicionales le gustaría que tenga una hostería?



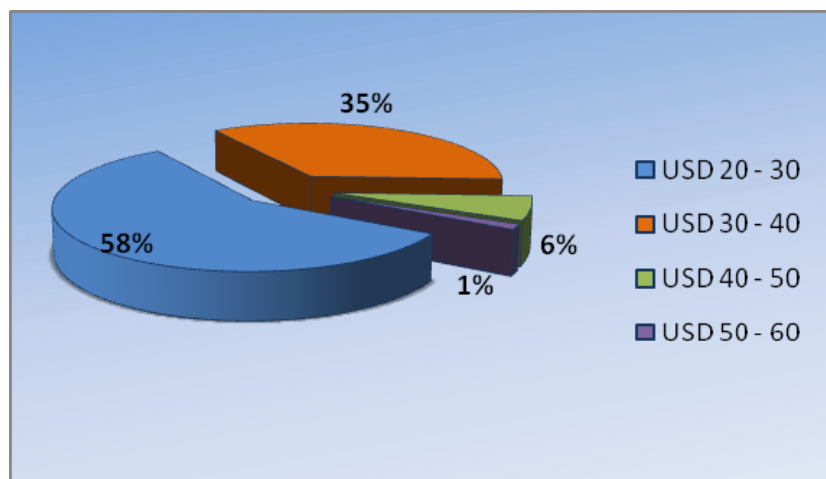
Servicios adicionales que prefiere la mayoría de los encuestados, que se cuente con una piscina 51% y una sala de juegos 24%.

10. ¿Seleccione el número de personas con las que viaja frecuentemente?



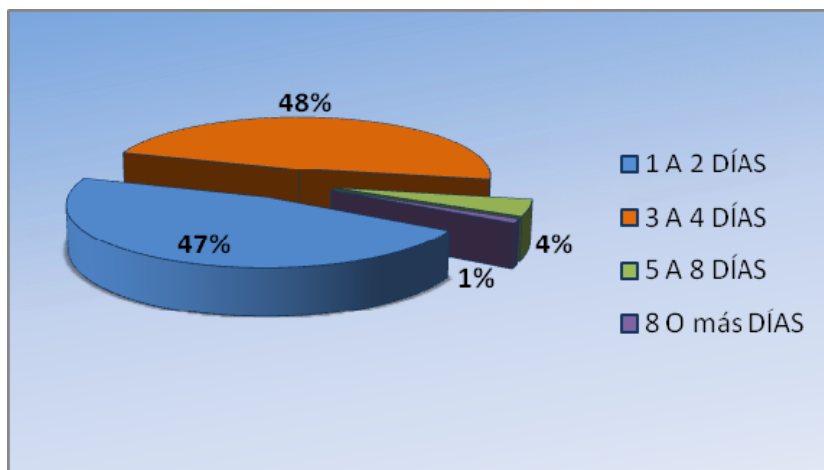
El 67% de los encuestados por lo general viaja acompañado de una 1 a 4 personas.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona en una cabaña ecológica en la zona de Pacto?



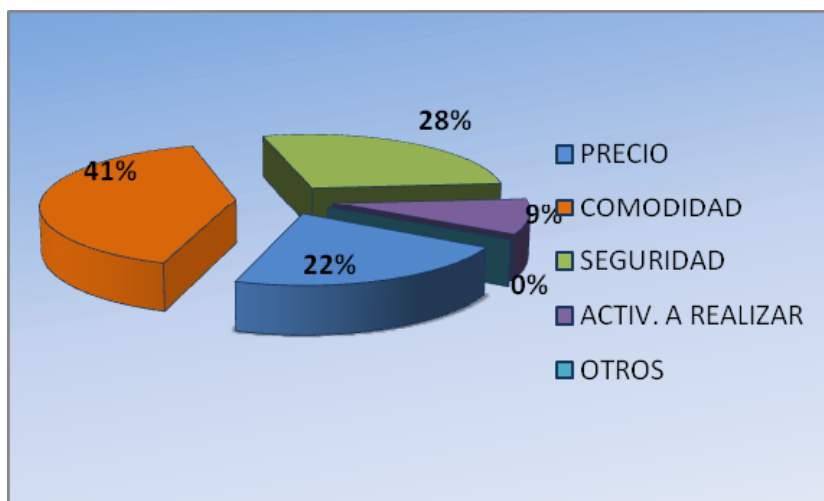
De 10 encuestados 8 están dispuestos a pagar de 20 a 40 dólares por una noche de alojamiento por persona.

12. ¿Cuántos días se hospedaría si todos los días tiene diferentes actividades por hacer?



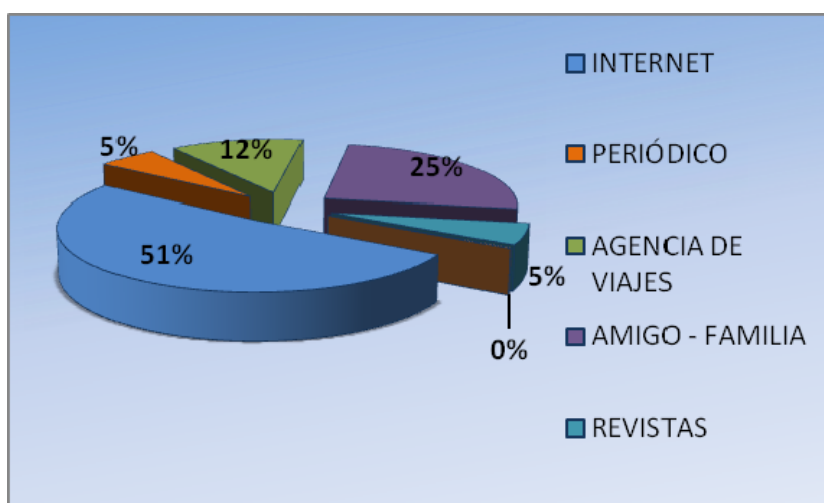
Las personas están dispuestas a hospedarse con un 95% de 1 a 4 días si se tiene diferentes actividades por hacer.

13. ¿Qué aspectos toma en cuenta al entrar en una hostería?



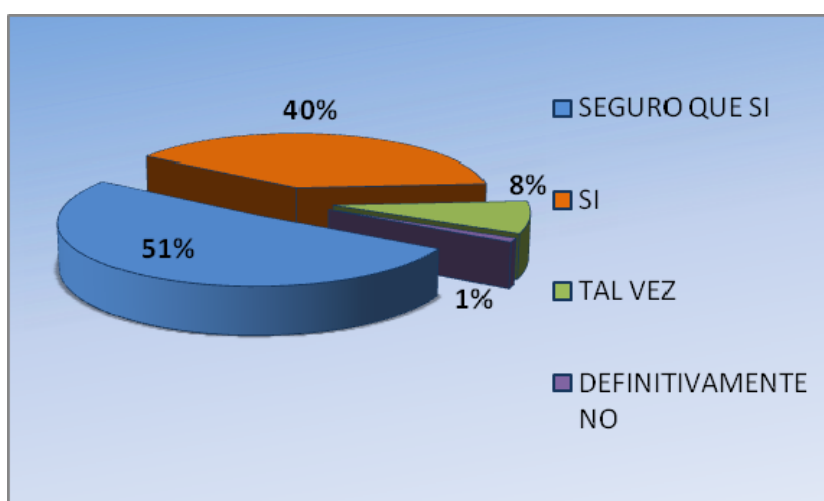
El 69% de las personas toma en cuenta que lo más importante al entrar a una hostería es la comodidad y la seguridad.

14. ¿Donde encuentra la información de su lugar de visita?



Por lo habitual el 76% de los encuestados se informan a través del internet, de un amigo o familiar

15. ¿Estaría dispuesto a ir a una hostería que le ofrezca agroturismo, turismo de deportes, ecoturismo, paquetes con las tres comidas y un excelente hospedaje?



Las personas si estarán dispuestas con un 91% a ir a la hostería si se le ofrece todo tipo de turismo como el turismo de aventura, ecológico, deportivo y agroturismo.

2.1.4 Conclusiones de la Investigación de Mercados

Conclusiones de la investigación cualitativa

- Para poder llegar de forma clara y para que la hostería tenga un excelente funcionamiento, es importante conocer y tener claro cuál es el posible cliente; es decir, segmentar, tener bien definido cual es el servicio que se va a prestar, estar en redes sociales y tener una página web interactiva propia.
- Al enfocarse al turismo ecológico, se estará asegurando parte del éxito de la hostería, ya que ahora las personas son más responsables con el medio ambiente y valoran la naturaleza.
- Existe un gran potencial en la zona del noroccidente que se puede explotar y hacer que las comunidades vivan del turismo, con la creación de más hostería y sitios artesanales para servir al turista.
- El éxito, actualmente de una hostería, es no hacer lo que todos hacen o han venido haciendo, sino que la innovación es primordial es este tipo de negocios.
- Al comenzar el proyecto no es necesario contratar una cantidad excesiva de personal, debido a que en temporadas altas es fácil contratar servicios profesionales.
- Los turistas, tanto nacionales como extranjeros, prefieren la comida típica ecuatoriana, pero con una excelente presentación.
- En todo momento se tiene que estar preparado para brindar servicios complementarios como son: transporte, servicio de niñeras y talleres para niños.

- En la zona existe más turistas nacionales que extranjeros, por lo tanto, se debe ver al extranjero como un nicho a explotar.
- La publicidad que se utiliza es la de internet por medios masivos, alianzas estratégicas con sitios turísticos ubicados en Quito y revistas.
- La idea resulta innovadora, debido a que no existen hosterías en la parroquia y de esta manera se puede ir explotando un potencial altamente turístico que posee el sector.
- La mayoría de turistas que llegan a Pacto son de clase media y media alta. Por el hecho de que no hay un turismo explotado en la zona para una clase socio económica alta, en el futuro se puede servir también a ese nivel.
- Para crear valor social en estudiantes de colegios, en el grupo focal se sugiere que ellos participen e investiguen en la comunidad; proyecto en el cual podría participar la hostería, para beneficiar a los tres sectores preparando paquetes especiales para los investigadores.

Conclusiones de la investigación cuantitativa

- La mayoría de encuestados realiza actividades turísticas en feriados o fines de semana de los cuales de 10 encuestados 9 prefieren el clima entre tropical y cálido húmedo que es el clima de la zona de Pacto.
- El tipo de turismo que prefieren las personas son turismo ecológico y de aventura, sin embargo existe preferencia por hacer de todo, las actividades que prefieren son la molienda de caña de azúcar, la elaboración de panela, nadar en el río, cabalgata, observación de cascadas y observación de sitios arqueológicos.

- Servicios adicionales que prefiere la mayoría es que cuente con una piscina y una sala de juegos.
- Por lo general las personas encuestadas viajan acompañados entre dos y cuatro personas y están dispuestas a pagar entre 20 a 40 dólares por una noche en la hostería por persona, se hospedarán entre 1 a 4 días con la condición de que cada día disfruten de actividades diferentes.
- Los aspectos más importantes que debe contar la hostería es la comodidad y seguridad, por lo habitual se informan a través de un amigo o un familiar y por supuesto por el internet también.
- Las personas si estarán dispuestas a ir a la hostería si se le ofrece todo tipo de turismo como el turismo de aventura, ecológico, deportivo y agroturismo.

CONCLUSIONES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Es muy importante para el proyecto segmentar al cliente y tener en cuenta a donde se quiere llegar.
- La mejor manera de hacer publicidad para la hostería es mediante el internet con las redes sociales, pagina web interactiva y por medio de la publicidad boca a boca, lo que se exige mayor calidad en el servicio.
- Para una excelente atención al cliente es necesario ofrecer paquetes turísticos de diferentes actividades con la que se cuenta en la zona y de esta manera mostrar el noroccidente al 45% de las personas que todavía no conoce.
- Se analizará la construcción de una piscina como un servicio adicional de la hostería.

- Se evaluará al momento de construir las cabañas ecológicas que sean cómodas y seguras, que son aspectos importantes para los clientes.

2.2 EL TAMAÑO DEL MERCADO Y SU TENDENCIA

Demanda

Las personas de clase media y media alta son alrededor de 451.249, en el cantón Quito, por lo general, son las que usualmente buscan lugares de recreación y relajación los fines de semana, feriados y vacaciones, por lo que, actualmente, ya no buscan solo playas sino relacionarse más con la naturaleza, mediante observación de cascadas, sitios arqueológicos, la molienda de caña de azúcar y estar en contacto con las comunidades del noroccidente, conceptos compartidos por los turistas extranjeros que prefieren las áreas naturales y que llegan a la ciudad de Quito que, como se dijo, fueron alrededor de 102.313 en el 2010.

Competencia

Actualmente, en la parroquia de Pacto, no existe competencia directa como hosterías, pero si existen personas que albergan gente en sus casas, debido a que existe una gran demanda de turistas tanto nacionales como extranjeros que suelen llegar a esa parroquia, por lo que, se puede afirmar que en la zona solo existe un turismo de paso. Esto se puede ver como una gran oportunidad para el proyecto.

Participación de mercado, ventas y tendencia.

La forma en la que se captará el mercado, será el trabajo constante y estratégico en la mente del consumidor por medio de las estrategias de marketing, ya que así se logrará que el consumidor se fije en la hostería y sus actividades de recreación y servicios, aprovechando que en la actualidad no existe competencia, lograr un posicionamiento importante en la parroquia.

Con el posicionamiento, se pretende que la hostería sea un referente de la zona y alcanzar un 20% de participación del mercado en Quito, combinado con el extranjero. Se espera llegar a un nivel de ventas mínimo de USD 15.000 al mes, de tal forma que alcance a cubrir los gastos fijos y variables y el porcentaje de utilidad de los accionistas.

2.3 FUERZAS DE LA COMPETENCIA DE PORTER

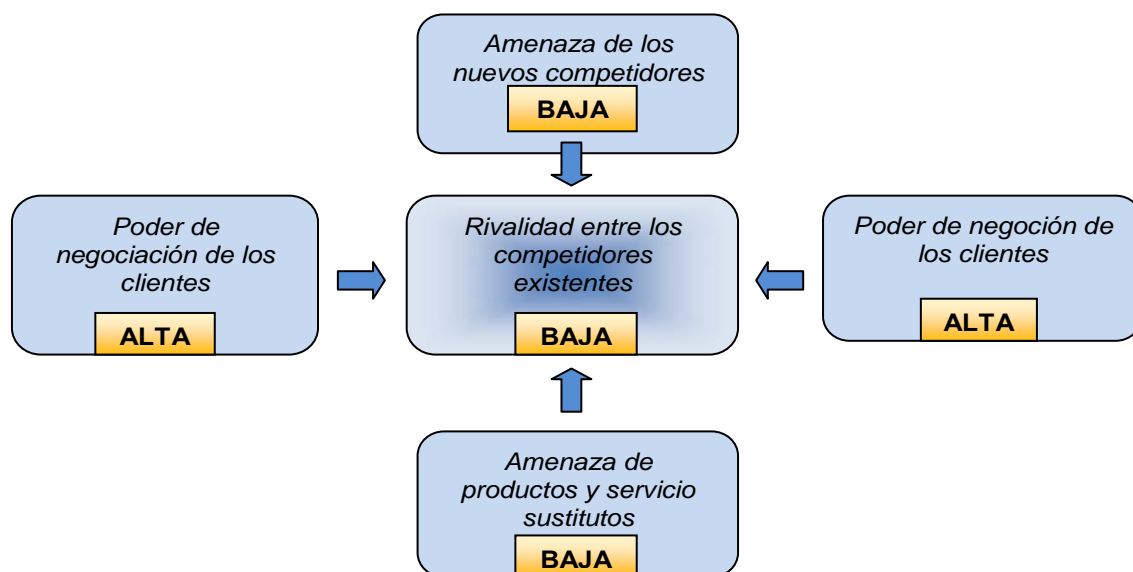


Figura 8. Fuerzas de la Competencia de Porter
Tomada de: Michael Porter., 1985, p. 4.

La amenaza de entradas a nuevos competidores

Es baja, al ser un negocio manejando lo ecológico requiere de mantener una armonía con la naturaleza, por otro lado la inversión inicial es costosa y el retorno del dinero es de una forma lenta debido a que es un proceso lograr fidelidad en los clientes; es decir, las barreras de entrada a este negocio son altas.

La amenaza de productos sustitutos

Es baja, debido que no existen la forma de brindar un servicio de cabalgata, recorrido por la montaña, hospedaje y restaurante en el mismo lugar, al menos

en la zona donde estará ubicada no hay la posibilidad de que exista ese tipo de productos sustitutos.

El poder de negociación de los compradores

Es alta, debido a que dada la cercanía de la parroquia de Pacto, a la ciudad de Quito los posibles clientes tienen la posibilidad de regresar a sus hogares el mismo día, por otro lado, existen cerca de la zona hosterías con renombre internacional como lo es Arasha.

La rivalidad entre competidores existentes

Es baja, como se menciona anteriormente en el contorno de la zona existen hosterías de una gran participación en el mercado, pero la parroquia de Pacto cuenta con un clima privilegiado y además con una historia cultural alta como es la cultura de los yumbos lo que se generará una gran ventaja sobre la competencia.

El poder de negociación de los proveedores

Es alta, debido a que al estar alejados de la zona urbana no existen muchos proveedores en la zona, lo que les da ventaja al momento de negociar precios de los productos; sin embargo, a corto plazo se contará huerto propio de productos orgánicos.

2.4 LA EVALUACIÓN DEL MERCADO EN DESARROLLO

A través de encuestas de satisfacción, se analizará y controlará el comportamiento del mercado, para ver el resultado de las estrategias implantadas y encontrar oportunidades de mejora en pos de alcanzar un posicionamiento en el mercado.

3 CAPITULO III: PLAN DE MARKETING

El plan de marketing comprende todas las estrategias o tácticas que se utilizarán para tener un posicionamiento óptimo dentro del mercado, comprende el análisis del mercado, determinar qué es lo que se quiere lograr, como satisfacer las necesidades de los usuarios, el aplicar técnicas de relaciones públicas, la difusión del plan y la ejecución y control del mismo.

3.1 OBJETIVOS Y METAS

- Dar a conocer la hostería “La Molienda” con los productos y servicios que se ofrece, determinando así el éxito que pueda tener.
- Analizar a los clientes para que los productos y servicios se adapten a ellos y se venda por sí mismo.
- Desarrollar estrategias y tácticas para que la hostería pueda ingresar de manera exitosa al mercado.
- Incrementar las visitas a la hostería no solo fines de semana sino también durante la misma, ofreciendo diferentes actividades.
- Incentivar la visita de turistas extranjeros, tanto a la parroquia, como a la hostería.
- Obtener un reconocimiento por parte del mercado entre las diez mejores hosterías de la zona.

3.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

3.2.1 Condición General del Mercado

El turismo en el Ecuador se encuentra en crecimiento, “según las noticias que publica la pagina web de Ministerio de Turismo, el país experimentó un resultado positivo en el primer semestre de 2012 al registrar un crecimiento del 14,10% en las llegadas de turistas con relación a igual período del 2011. No obstante, junio con 118.293 llegadas de turistas extranjeros muestra un crecimiento del 18.36% frente a junio del 2011 que recibió a 99.944 viajeros”. (Ministerio de Turismo, 2012).

Estos resultados son buenos para el proyecto, ya que se puede apreciar que el turismo se está convirtiendo en un sector importante de ingresos para el país, por ende va existir más apoyo por parte del gobierno tanto financieramente como publicitariamente. Por ejemplo, como se mencionó en el capítulo de industria, la tasa de interés activa se encuentra en 8.17% lo que beneficia a las inversiones al momento de financiar la inversión de trabajo, con crédito, también decretos de feriados por parte del Presidente de la Republica hasta el 2015, la apertura de fronteras a extranjeros, la alta inversión en vías del país, todos estos son muy beneficiosos para el proyecto a desarrollarse en la parroquia de Pacto.

Por otro estudio que se realizó en la investigación de mercados, se puede afirmar que el 91% del mercado meta estaría dispuesto a contratar los servicios que se ofrecerán en la hostería con múltiples actividades por hacer.

3.2.2 Condición de la Competencia

Como se menciona en el capítulo de investigación de mercados, la competencia directa en la parroquia de Pacto es nula, debido a que por el momento solo existe turismo de paso; sin embargo, por el sector del

noroccidente si existe competencia ya que brindan servicios iguales o semejantes a los del proyecto, se ha tomado entre los más representativos a cuatro hosterías. Para esta investigación se recurrió a fuentes de información como son los Registros de Catastros Turísticos, sitios web y vía telefónica.

Tabla 6. Hostería Arasha

CATEGORÍA	PRIMERA
CAPACIDAD	30 CABAÑAS 160 PAX
ACTIVIDADES	Centro de negocios, canchas deportivas, juegos infantiles, servicio médico, caja fuerte, boutique, Spa, restaurante, bar, piscina.
PUBLICIDAD	Internet, agencia de viajes, medios de comunicación, presencia en centros comerciales.
UBICACIÓN	Pedro Vicente Maldonado.

Tabla 7. Hostería El Carmelo

CATEGORÍA	PRIMERA
CAPACIDAD	10 CABAÑAS 60 PAX
ACTIVIDADES	Cabañas ecológicas, Bar, Restaurante, Piscina, Pesca Deportiva, Guías Turísticos.
PUBLICIDAD	Internet, agencia de viajes, medios de comunicación.
UBICACIÓN	Mindo

Tabla 8. Hostería Kaony Lodge

CATEGORÍA	PRIMERA
CAPACIDAD	10 CABAÑAS 45 PAX
ACTIVIDADES	Rafting, paseos a caballo, avestruces, cascadas, granja agrícola, columpios Gigantes, karaoke, cine en casa, juegos de mesa, restaurante, piscina.
PUBLICIDAD	Internet, agencia de viajes, medios de comunicación.
UBICACIÓN	Puerto Quito

Tabla 9. Bellavista Cloud Forest Reserve

CATEGORÍA	PRIMERA
CAPACIDAD	15 HABITACIONES 35 PAX
ACTIVIDADES	Caminatas 10 km senderos, Cascadas escondidas, Paseos a caballo, Miles de colibríes.
PUBLICIDAD	Internet, agencia de viajes, medios de comunicación, directa con el cliente.
UBICACIÓN	Nanegalito

Las hosterías mencionadas cuentan con un alto posicionamiento en el mercado; sin embargo, la industria se encuentra de forma fragmentada, debido a la gran cantidad de turistas tanto nacionales como extranjeros que se encuentran en el país.

3.2.3 Condición de la Empresa, su Posición y Posicionamiento

La empresa se dedicará a ofrecer servicio de hospedaje, alimentación y recreación, mediante la construcción de una hostería ecológica en la parroquia de Pacto, por el momento ya se encuentra construido el restaurante, ofreciendo comida nacional y típica de la zona, el cual ha obtenido gran aceptación por parte de los turistas que visitan la parroquia.

Se cuenta con una ubicación privilegiada, ya que el terreno donde se va a construir la hostería se encuentra junto al río Chirapí, muy conocido por los turistas y es el principal atractivo de la zona, por el momento, también se posee una fábrica de panela artesanal la cual servirá para observación y elaboración de la misma, una de las actividades preferida por los encuestados en el capítulo de investigación de mercados. Además de las múltiples bellezas naturales que posee la parroquia de Pacto.

3.3 PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES

En la elaboración de este plan de negocios, se ha mencionado varias oportunidades y problemas; sin embargo, las oportunidades de mayor relevancia serían:

Actualmente no existe inversión turística a nivel de infraestructura por lo que se podría captar a la mayoría de turistas que visitan la parroquia.

Existen varios nichos de mercados que no han sido explotados, como ejemplo, el turismo extranjero que es el que menos ha visitado la parroquia.

El país se encuentra con alto crecimiento en el sector turístico, por lo tanto existe alta demanda en realizar actividades turísticas.

Las cabañas que se van a construir van a ser ecológicas, es decir, se va a tener una relación armónica con la naturaleza y se construirá con materiales de la zona, lo que reducirá los costos de construcción.

Por otro lado, los problemas de mayor relevancia serían:

Un alto poder de negociación de parte de los posibles clientes, debido a que la parroquia se encuentra cerca de la ciudad de Quito y pueden optar por regresar a sus hogares o visitar hosterías con mayor renombre en el mercado.

Que se pierdan reservaciones, debido al alto grado de derrumbes que tiene la vía Calacalí – La Independencia.

Los transportes que cubren la ruta Quito – Pacto y viceversa, cuentan con horarios limitados.

3.4 ESTRATEGIAS DE MARKETING GLOBAL

Las estrategias básicas a utilizar son la de diferenciación y la de enfoque de nicho de mercado, basados en la ventaja competitiva para la empresa. (Michael Porter., 2001: 245.)

- a) La hostería “La Molienda” estará enfocada en la diferenciación ya que se manejará un concepto ecológico y de conservación del medio ambiente utilizando recursos naturales de la zona y que sea una hostería eco sostenible; es decir, cabañas con paneles solares para generar luz propia, se conservará el agua lluvia en tanques de reserva para ser utilizada en los inodoros y riego de las plantas, se construirá un huerto con vegetales orgánicos y se mejorará la ubicación cercana al río, lo que como resultado será una hostería difícil de imitar.

- b) Otras de la estrategia a utilizar será la de enfoque en nichos de mercado que no conocen la parroquia de Pacto, tanto turistas nacionales como extranjeros, promocionando la cultura de los yumbos y los paisajes naturales de la zona.

3.5 ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

El producto tiene una diferenciación clara con el resto de la competencia por sus propios atributos de ubicación, objetivos y filosofía conservacionista; por la diferenciación de servicios, con convicción empresarial y ambiental, lo cual facilitará el posicionamiento frente a la competencia de la zona.

Tabla 10. Productos

ALOJAMIENTO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RECREACIÓN
3 Cabañas de 6 pax 3 Cabañas de 12 pax 3 Cabañas de 18 pax 2 Cabañas de 16 pax	Bar – Restaurante (68 pax) Servicio a la habitación	Turismo Deportivo Turismo de Aventura Turismo Ecológico

Se han definido cuatro estrategias sobre el Producto:

1. Cabañas seguras y confortables, que es lo que más interesa al turista, con un diseño ecológico de primer orden.
2. Atención y servicio personalizado las 24 horas, lo que permitirá satisfacer las necesidades y expectativas de los huéspedes.
3. El área de alimentos y bebidas ofrecerá diversidad de platos nacionales y típicos de la zona y una variedad de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, con un servicio rápido.
4. El área de recreación contará con turismo ecológico, de aventura y deportivo.

La hostería “La Molienda” será un lugar innovador y ecológico donde la comodidad y el buen servicio, harán la diferencia de la competencia.

3.6 ESTRATEGIAS DE PRECIOS

La Hostería se manejará con un ambiente ecológico, por lo que se busca una excelente calificación por parte del Ministerio de Turismo (MINTUR); sin embargo, la estrategia de precios que se utilizará será de penetración a un mercado medio y medio alto; es decir, precios iguales o relativamente más altos que los de la competencia directa, con el fin de darse a conocer en el mercado y captar la mayoría de turista que visitan la zona con un criterio de

status, no se podrá reducir mucho los precios ya que puede dar una imagen de un mal servicio.

Los precios fijados brindan flexibilidad para evaluar la reacción que pueda tener el mercado y, a su vez, se espera que provea los márgenes de utilidad necesarios para ir recuperando la inversión, para luego generar rentabilidad.

A medida que la empresa turística vaya creciendo y se vuelva más eficiente, se puede considerar un aumento de precios y con ello expandir la gama de productos y servicios.

3.7 ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS Y PROMOCIONALES

La hostería “La Molienda” en su primer año va a necesitar alta inversión en publicidad, debido a que va ser una hostería nueva y una parroquia no muy conocida por los turistas tanto nacionales como extranjeros.

Se han formulado las siguientes estrategias:

1. Difusión del concepto mediante un acto de inauguración con invitados especiales.
2. Captar la atención de las personas que recorren en sus vehículos por la carretera Calacalí – La Independencia, con vallas publicitarias que generen curiosidad y den información de sus servicios.
3. Precios corporativos; es decir con rebajas a grandes grupos de personas e instituciones.
4. Marketing directo como redes sociales a todo nivel, pagina Web, correo, teléfono, fax y se asistirá a ferias turísticas a nivel nacional e internacional.

3.8 DISTRIBUCIÓN

Para la distribución de servicios de la hostería ecológica se van a utilizar cuatro canales de distribución con los cuales se puede llegar a los posibles clientes y estos son:

- Representante de ventas (El gerente)
- Página web interactiva (el cliente o huésped tenga la opción de reservar)
- Agencias de viajes (el cliente o huésped tenga la opción de reservar)
- Oficina de marketing (ubicada en la ciudad de Quito para inquietudes y reservas)

3.9 TÁCTICAS DE VENTAS

La hostería La Molienda se manejará con una táctica de ventas directa, ya que como herramienta principal se tendrá a la página web interactiva, donde se podrá preguntar y saber todo acerca de la hostería para finalizar con la reserva. Como herramientas secundarias, sería el representante de ventas, quien estará a cargo de ofrecer los servicios a los turistas que llegan a la parroquia, así se terminaría el turismo de paso. Las agencias de viaje serán centro de información y de reserva y trabajará mediante comisión; y por último, la oficina de marketing en la ciudad de Quito, la cual se encargará de ventas especiales; es decir, a nivel corporativo para ofrecer servicios adicionales con precios especiales.

Todas las herramientas mencionadas anteriormente, tendrán el objeto de convencer al cliente que la hostería “La Molienda” maneja un concepto de diferenciación, ser eco sostenible y que serán parte del cuidado del medio ambiente, además de su calidad y excelencia en el servicio.

3.10 POLÍTICAS DE SERVICIO Y GARANTÍAS

Dada la naturaleza del plan de negocios y los servicios que se va ofrecer, las políticas de servicios y garantías serian las siguientes:

- Se contará con todos los servicios y comodidades que los canales de distribución indicarán para su promoción; es decir, no se ofrecerá un tipo de servicio y se dará uno diferente.
- Los diferentes tipos de materia prima que vayan a ser utilizados en el restaurante, contarán con registros sanitarios y normas, por ende tendrán que contar con un manejo higiénico por parte de la Hostería.
- Se contará con caja fuerte, para objetos de valor de los huéspedes.
- Se ofrecerá un amplio y seguro parqueadero para vehículos, motos y bicicletas.
- En la parroquia de Pacto se encuentra un subcentro medico en caso de alguna emergencia y en caso de que sea grave, se contará con vehículo para el traslado al hospital de Nanegalito.
- Los guías turísticos, serán personas profesionales y deberán tener su carnet actualizado.

3.11 EJECUCIÓN

La ejecución del plan de marketing se la realizará al momento en que se pueda contar con las políticas y garantías de servicio antes mencionadas; es decir, cumplir puntualmente lo que se ofrece, con el objetivo de brindar un servicio de calidad y de esta manera se fomentará una publicidad de boca a boca. Una

vez que se haya cumplido lo primero, la ejecución del plan de marketing será por parte del gerente general, para que el mismo tenga su debido control.

3.12 CONTROL

El control del plan de marketing se lo hará mediante dos maneras: la primera será un control financiero, para cálculo de balances, cuentas de pérdidas y ganancias, la previsión del flujo de efectivo.

La segunda será un control del punto de equilibrio, para verificar el mínimo de unidades de ventas en el cual la empresa podría cubrir sus costos fijos y variables.

4 CAPITULO IV: PLAN DE FABRICACIÓN Y OPERACIÓN

En este plan de operación se analiza de forma específica el proceso de producción y las condiciones que este debe cumplir para garantizar calidad a los clientes, además analiza las condiciones físicas que debe tener la hostería para ofrecer los diferentes productos y servicios, finalizando con controles y disposiciones legales y regulaciones.

4.1 CADENA DE VALOR

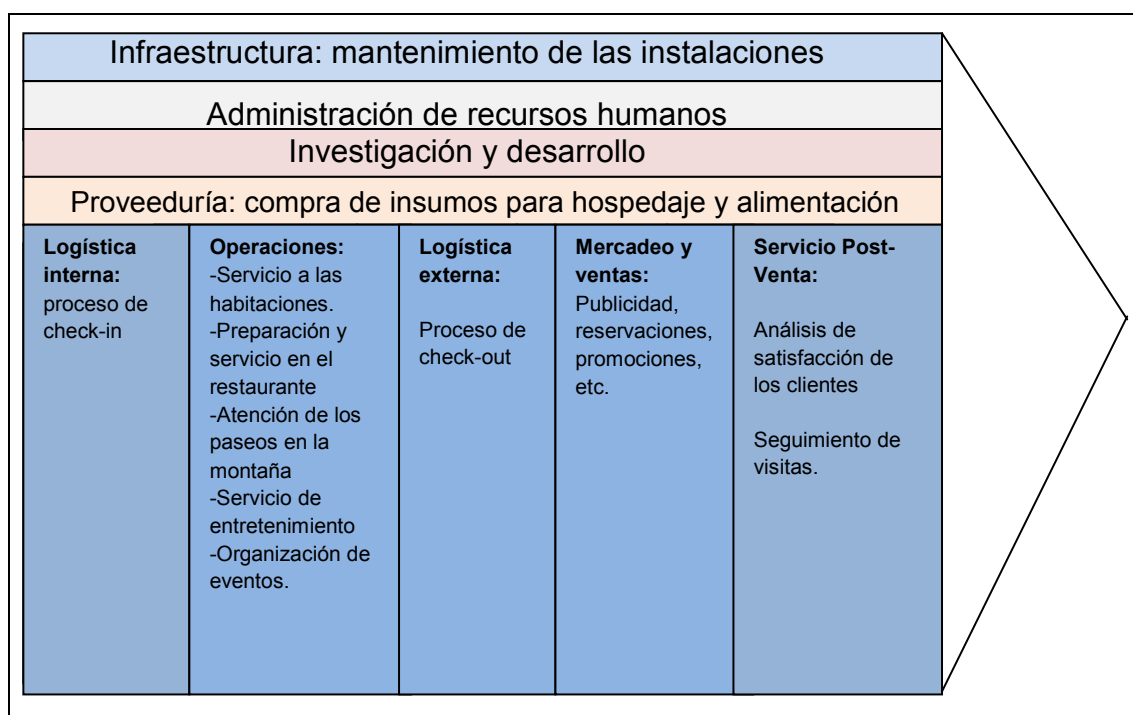


Figura 9. Cadena de valor

Tomada de: Porter M., 1987: 51p

Como actividades primarias en esta cadena de valor es la logística interna donde tanto la infraestructura como el personal tiene que ser de calidad igual que las operaciones tanto en la hostería como en el restaurante, la logística externa, mercadeo y ventas, también el servicio post-venta donde hay que analizar la satisfacción de los clientes.

Como actividades secundarias es el mantenimiento de la infraestructura, la administración de recursos humanos, la investigación y desarrollo; sobre todo, de la cultura Yumba con todas las reliquias de la misma; y la proveeduría tanto de insumos para el restaurante como para la hostería.

4.2 ESCALA ESTRATÉGICA

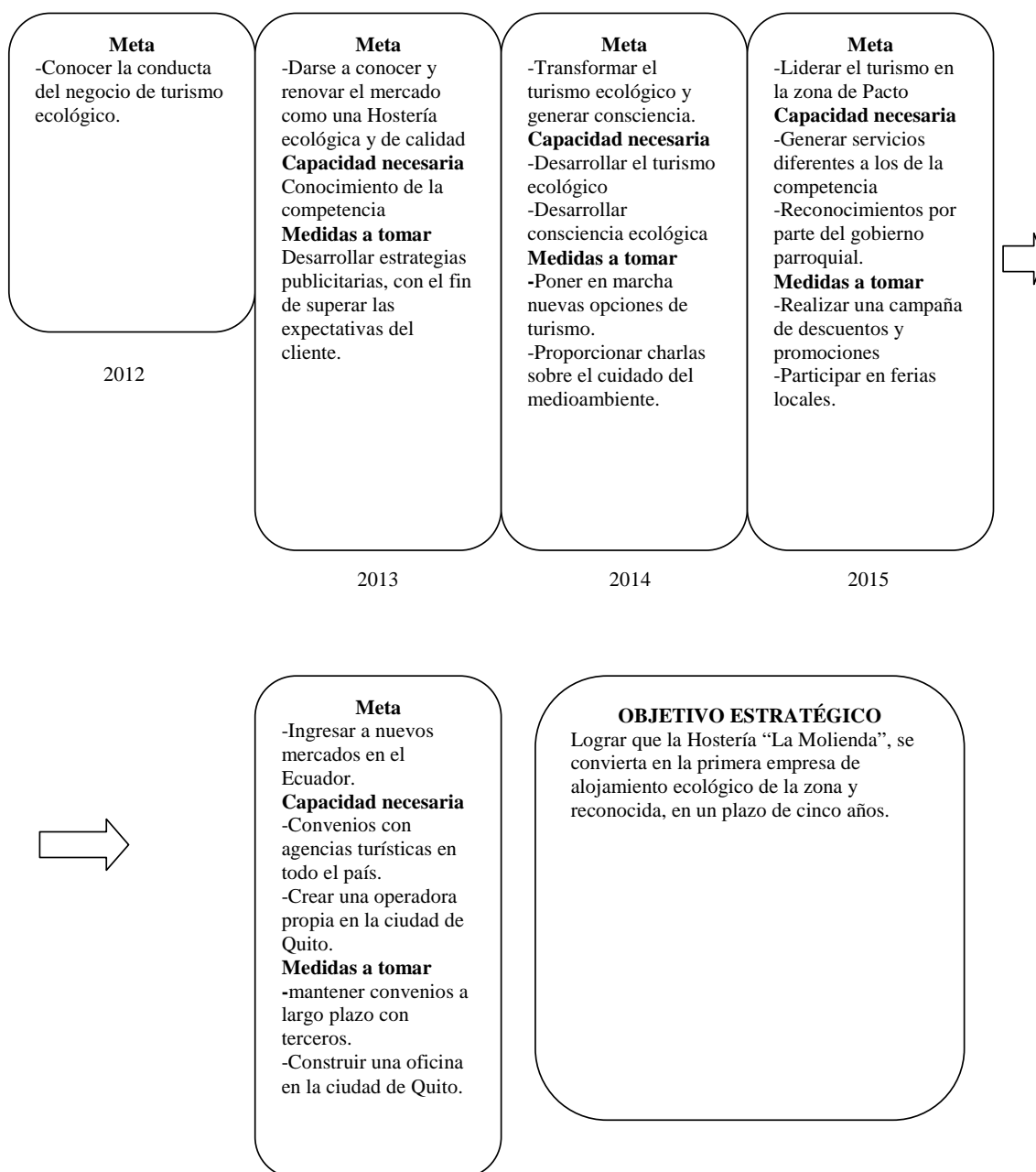


Figura 10. Escala estratégica

4.3 EL CICLO OPERATIVO

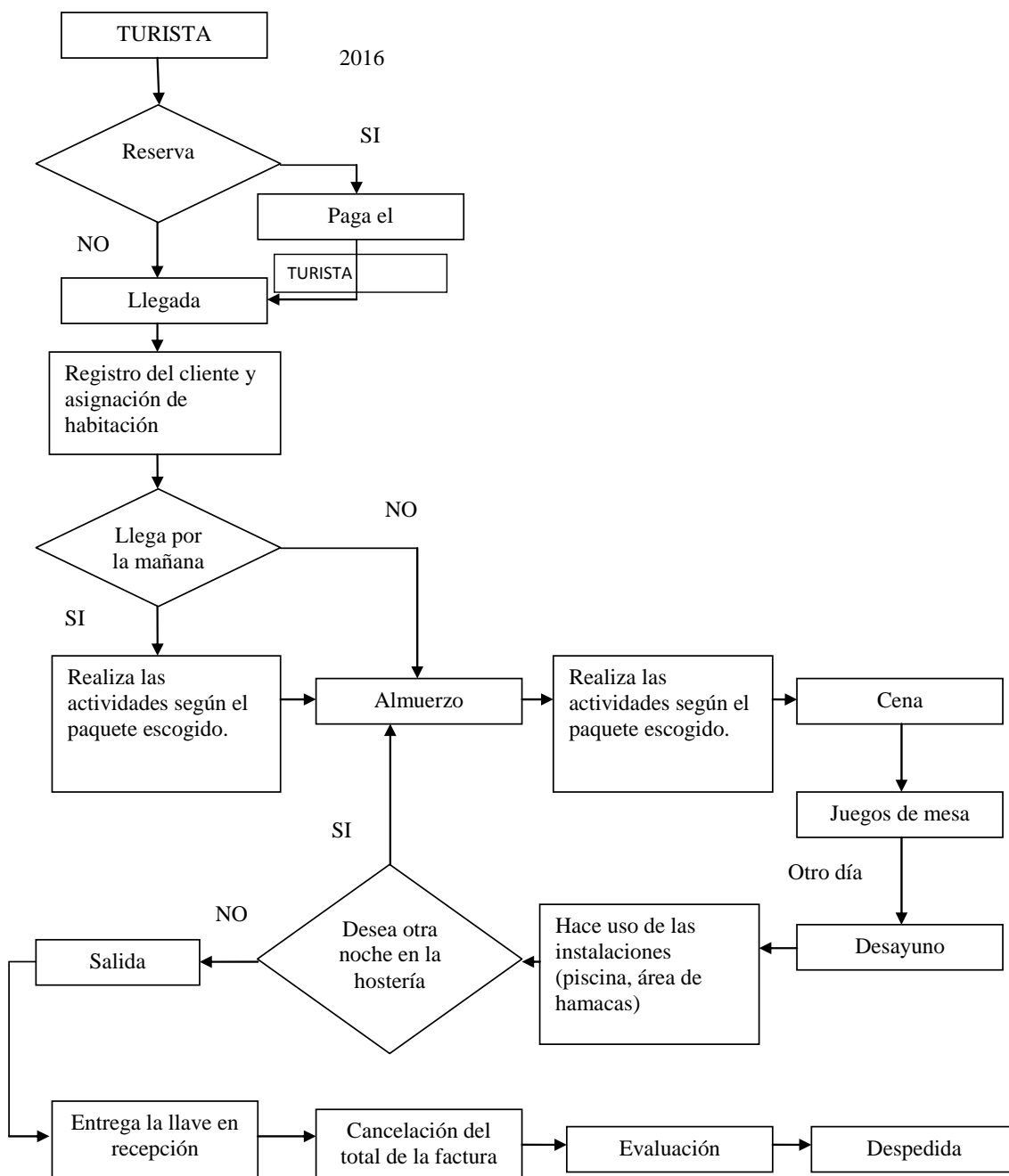


Figura 11. Flujo grama del proceso de la hostería

El ciclo operativo empieza con el turista, si existe una reservación de por medio, tiene que cancelar el 50% de la reserva, se espera que un 80% de los turistas que visitarán la Hostería sean por medio de reservas ya que se podrá tener todo listo para recibir su llegada.

En caso de que no exista reservación, el turista llegará directamente a la Hostería, se le dará la bienvenida, el proceso continúa con el registro y asignación de la habitación, en caso que llegue por la mañana podrá tener la opción de escoger uno de los paquetes que se ofrecen, pero si llega en la tarde, pasará directamente a servirse el almuerzo, luego podrá escoger otro de los paquetes a su gusto, por la noche se servirá la cena y los turistas podrán hacer uso de la sala de juegos u otras instalaciones.

Al siguiente día:

Por la mañana se servirá el desayuno, después se podrá hacer actividades y uso de las instalaciones como piscina, área de hamacas, caminar por la orilla de río, etc. En esta parte del proceso, el cliente podrá elegir entre quedarse otra noche más o no, en caso de que desee hacerlo, se continuará el proceso desde el almuerzo. En caso que no desee, se terminará su estadía y procederá a la salida, acercándose a entregar la llave de la habitación, cancelar el total de su factura; por último, se realizará una evaluación del servicio y su despedida.

4.4 EL PERSONAL OPERATIVO

4.4.1 Guardias de seguridad

Son los encargados en brindar la seguridad tanto para los clientes de la hostería “La Molienda” como para sus vehículos y todo el personal que opera en ella.

4.4.2 Guías turísticos

Son profesionales delegados en guiar las diferentes actividades escogidas por los clientes en los paquetes ecológico, deportivo y de aventura.

4.4.3 Chef o jefe de cocina

Es el profesional facultado de preparar y revisar que los menús, se cumplan a tiempo y sean de un excelente sabor e higiénicos.

4.4.4 Meseros

Son las personas encargadas en tomar la orden del menú y servir los platos a sus respectivas mesas, además de verificar si el cliente se encuentra a gusto en el restaurante o necesita de algún servicio o producto diferente del los que se ofrece en la hostería.

4.4.5 Recepcionista

Es la persona capacitada en recibir al turista y ofrecer diferentes tipos de paquetes.

4.5 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA PLANTA

El terreno posee 2 hectáreas, el cual estará distribuido de la siguiente manera:

- 11 Cabañas con capacidad para 52 personas.
- Una cabaña para uso del bar-restaurante, con capacidad para 68 personas.
- Se contará con una oficina para el área de administración y una para recepción.
- Una piscina natural.
- Área para bañistas.

- Una cancha de usos múltiples, como Básquet, Fútbol y Volley-ball.
- Juegos infantiles.
- Se dispondrá de un sitio adecuado para el parqueo exclusivo de los clientes.
- Espacios verdes para recreación y esparcimiento.
- Las cabañas limitan con el Río Chirapí, del cual se puede hacer uso para realizar actividades de natación.
- Se cuenta con una piscina de tilapia roja de la cual se podrá hacer uso para realizar pesca deportiva.
- Alrededor de la infraestructura se cuenta con árboles frutales de los que podrán degustar los turistas.
- Además, ya se cuenta con señalización de senderos para realizar caminatas ecológicas.
- Zonas para realizar camping y fogatas.

4.6 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

Entre los factores de localización, se tomando en cuenta la arqueología, fauna, flora, cascadas y otros que existen en el lugar, ya que es un atractivo natural.

4.6.1 Macro Localización

El proyecto se ubicará en la Provincia de Pichincha que es una de las 24 que conforman la República del Ecuador. Se encuentra ubicada al norte del país,

en la región geográfica conocida como sierra. La ciudad de Quito es su capital administrativa y también es la ciudad más poblada de su región, con un clima variable de acuerdo con la altura, así por ejemplo, existen zonas como el tropical húmedo y tropical monzón al occidente de la provincia; mientras que los climas meso térmico húmedo, semihúmedo, meso térmico seco, de páramo y gélido, se encuentran en el centro y en el sector oriental, con una temperatura que oscila entre 8°C y 24°C. (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2012)

Los límites de la Provincia de Pichincha son:

NORTE: Imbabura y Esmeraldas.

SUR: Cotopaxi

ESTE: Sucumbíos y Napo.

OESTE: Santo Domingo de los Tsáchilas

Ecuador



Figura 12. Mapa del Ecuador

Tomado de: Gobierno provincial de Pichincha

PICHINCHA



Figura 13. Mapa de Pichincha
Tomado de: Gobierno provincial de Pichincha

4.6.2 Micro Localización

La Parroquia de Pacto se encuentra ubicada al extremo noroccidental del territorio que comprende el Distrito Metropolitano de Quito, asentada en las estribaciones de la Cordillera de los Andes Ecuatorianos, situada a 100 kilómetros de la ciudad de Quito, posee una extensión de 34.873 hectáreas.

Los límites de la Parroquia de Pacto son:

NORTE: Provincia de Imbabura

SUR: Cantón San Miguel de los Bancos

ESTE: Parroquia Gualea y Río Piripe

OESTE: Cantón Vicente Maldonado y Río Pachijal

4.8 PLANES Y ESTRATEGIAS OPERATIVAS

Las operaciones de la Hostería dependerán de varios factores como el de mantenimiento de jardines, los cuales siempre tendrán que estar en perfecto estado. El servicio de recreación, en el que se debe contar con un guía turístico de planta y manejarse con los tiempos respetando el paquete turístico. El servicio de restaurante será proporcionado por el mesero, al cual se le capacitará periódicamente en atención al cliente, también el chef debe contar con la experiencia necesaria para cocinar los diferentes platos que se ofrecen en la hostería y el servicio de hospedaje; se empezará con la recepcionista que tendrá que ser una persona amable y profesional, con su debida experiencia en el puesto laboral, las habitaciones siempre deberán estar limpias y desinfectadas, este proceso será de responsabilidad de las camareras.

4.9 CONTROL MEDIOAMBIENTAL

Existen varias ventajas de realizar un estudio de impacto ambiental entre las principales tenemos:

- Permite conservar el medio ambiente y asegurar una calidad de vida mejor para la sociedad.
- Logra fomentar el desarrollo de una cultura ecológica.
- Agrega nuevos elementos de juicio en cada una de las etapas para la toma de decisiones, permitiendo así optimizar proyectos.
- Favorece en la planificación integral de los proyectos, prolongando su vida útil.

4.9.1 Situación Actual, Situación Futura y Medidas Preventivas para evitar la Contaminación

Con respecto al aire

Situación actual: Aire puro.

Situación futura: Contaminación por malos olores por parte del humo de cigarrillo, olores de cocina y sus desperdicios, contaminación por parte de los vehículos que visiten la hostería.

Medidas preventivas para evitar la contaminación:

- Reciclaje de materiales orgánicos.
- Establecimiento de parqueaderos.
- Recorridos por senderos de interpretación.
- Buena aireación de lugares cerrados.
- Contar con espacios especiales para fumadores.
- Determinar carga turística para los determinados sectores de visita o estancia.

Con respecto al agua

Situación actual: Leve contaminación de las aguas del río.

Situación futura: contaminación por parte de los turistas que deseen usar la piscina natural del río y disminución de caudales.

Medidas preventivas para evitar la contaminación:

- Evitar que ingresen con aceites u otro tipo de contaminante.
- Disposición adecuada de desechos sólidos no reciclables.
- Reciclaje de desechos orgánicos.
- Regulación de baños y lavado de ropa en el río evitando uso de detergentes no biodegradables.
- Pesca deportiva controlada.
- Prohibición de botar suciedades en las piscinas de peces o cambiar aceites de motores en el río.
- Basureros ubicados a lo largo del río.

Con respecto al suelo

Situación actual: Elevada desprotección por uso de químicos usados en la agricultura, leve contaminación.

Situación futura: Tendencia a la erosión, contaminación y empobrecimiento, por las actividades agropecuarias, turísticas y de urbanización.

Medidas preventivas para evitar la contaminación:

- No permitir la deforestación.
- Vigilar la construcción de senderos con inclinaciones adecuadas y su protección con materiales del lugar (piedras, madera, caña guadua. etc.) coberturas de los suelos por pastos apropiados y originarios del sector.

- Cultivos asociados.
- Rotación de cultivos.
- La prohibición de fertilizantes con alto contenido toxico.
- No dejar áreas desprotegidas.

Con respecto flora y fauna

Situación actual: Se cuenta gran parte de las especies nativas.

Situación futura: El proyecto producirá algunos efectos negativos en los recursos naturales; se generará ruido y por los senderos, captura de especímenes, corte de madera, de caña guadua, de hojas de cade. Otro tipo de daños pueden ser causados por los desechos sólidos o líquidos que se lancen al río, el baño en sus aguas, la pesca deportiva, el uso de repelentes contra insectos.

Frente a ello el proyecto tratará de evitar la deforestación.

Medidas preventivas para evitar la contaminación:

- Educación ambiental a los turistas previa a los recorridos.
- Caminatas exclusivamente por senderos de interpretación.
- Señalización apropiada.
- Prohibición de extraer o introducir especímenes.
- Definir y mantener adecuadamente los sitios de camping.

- Regulación de pesca y baño deportivo en el río.
- Tratamiento de desechos a fin de que estos no confluyan en el río.
- Uso de repelentes y fungicidas biodegradables.
- Racionalización del uso de energía eléctrica en la noche, para evitar perjuicios a la flora y fauna.
- Programas de forestación.

Con respecto al paisaje:

Situación actual: En buen estado, poca afectación en el sector específico del proyecto, sector aún no explotado para el desarrollo del turismo.

Situación futura: Leves cambios por la infraestructura y planta turística prevista.

Medidas preventivas para evitar la contaminación:

- Evitar cualquier cambio de visibilidad.
- Mantener la calidad paisajística intacta.
- Determinar y mantener adecuadamente lugares escénicos.
- Restauración del paisaje en sitios donde amerita hacerlo.

El proyecto se maneja mediante el concepto de ecológico, por lo tanto el estudio de impacto permitirá determinar la variación que se produce en el ambiente al crear la hostería, ya que puede generar impacto sobre el medio.

Se han tomado las medidas necesarias para causar el menor impacto en el sector de la construcción, para evitar la degradación del medio.

Se crearán medidas para proteger el entorno, aprovechando los recursos naturales, sin causar mayores efectos y de esa manera se podrá satisfacer las necesidades de los turistas que gustan disfrutar de la naturaleza.

4.10 DISPOSICIONES LEGALES Y REGULACIONES

Se ha pensado en constituirse en una empresa de derecho con la modalidad de compañía limitada, para lo cual están los siguientes pasos:

Requisitos para la constitución legal

- Antecedentes de la empresa a constituirse y de los empresarios
- Proyecto de inversión y financiamiento
- Planos arquitectónicos

Pasos Legales

Registro en el Ministerio de Turismo

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Único de Contribuyentes.
- Fotocopia de la cédula de identidad del representante legal.
- En el caso de cambio de propietario, el contrato de compra – venta con la autorización de utilizar la razón social.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social (Ministerio de Comercio Exterior)

- Patente Municipal
- Permiso Sanitario, se obtiene al presentar en la Administración Zonal respectiva, fotocopia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, registrada en el juzgado de Inquilinato.
- Lista de precios de los diferentes servicios a ofertarse (original y copias).

El Ministerio de Turismo delegará a una persona, la cual visitará el establecimiento o cabañas y hará la categorización, de acuerdo a esta se pagará una determinada cantidad de dinero. (Ministerio De Turismo, 2012)

Licencia Única Anual de Funcionamiento

Después del anterior paso, se debe realizar el pago a la Corporación Metropolitana de Turismo de la denominada tasa de turismo y los valores que se calculen por concepto de los permisos de SOPROFON y SAYCE.

Para este trámite, el requisito es el siguiente:

- Copia del certificado de afiliación a la Cámara de Turismo que corresponda, de acuerdo a su ubicación.

Registro Único de Contribuyentes

Para el proceso de la administración tributaria, el Registro Único de Contribuyentes constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetas de obligaciones tributarias mediante el certificado del RUC.

Las personas naturales o sociedad que sean sujetas de obligaciones tributarias, tienen dos obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único con el cual se puede efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC (dentro de los treinta días hábiles)
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en este (dentro de los treinta días hábiles)

Inscripción de sociedades

Fecha de inscripción en el RUC

Es la fecha del día que el contribuyente se acerca a inscribirse en el RUC. Los contribuyentes deben inscribirse dentro de los siguientes treinta días hábiles a partir de la fecha de inicio de actividades.

Fecha de actualización en el RUC

Es la fecha del día en el cual el contribuyente se acerca a actualizar la información en el RUC. Los contribuyentes deben actualizar el RUC dentro de los siguientes treinta días hábiles del cambio de información.

Fecha de inicio de actividades

Es la fecha en la cual el contribuyente empezó a realizar su actividad económica.

Identificación de formularios

Los formularios a utilizar por todo tipo de sociedad pública o privada son: Formulario 01 – A (Inscripción y actualización RUC, Sociedades Sector Privado y Público)

Formulario 01 – B (Inscripción y actualización Establecimientos Sociedades Sector Privado y Público). (Gobierno de la Provincia de Pichincha, 2012)

5 CAPITULO V: EL EQUIPO DE ADMINISTRACIÓN

En el presente capítulo se determinará la estructura organizacional, la necesidad de personal, sus actividades y responsabilidades, políticas de empleos, compensaciones y beneficios, que regularizarán e incentivarán el desempeño del equipo de trabajo de la hostería “La Molienda”.

5.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

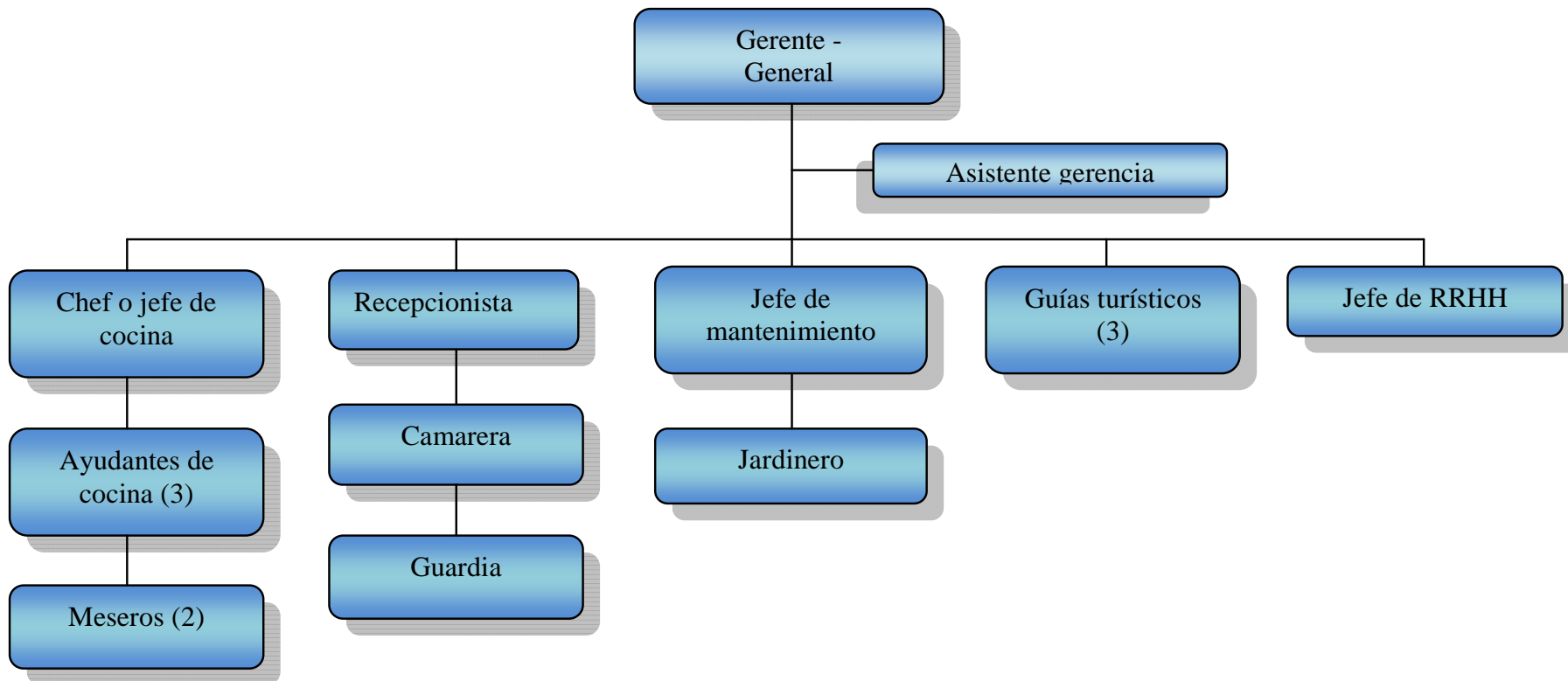


Figura 15. Estructura organizacional

La estructura organizacional de la empresa, es básica debido a que será nueva en el mercado y no se cuenta con los recursos necesarios, especialmente monetarios; sin embargo, a medida que la empresa vaya creciendo se podrá incrementar áreas de marketing y ventas, contables y financieras; así, según se vea la necesidad, ir incrementando personal en las áreas ya establecidas.

5.2 PERSONAL CLAVE DE ADMINISTRACIÓN

5.2.1 Gerente General

Datos de identificación

Puesto:	Gerente General	Código:	0001
Nombre de la empresa:	La Molienda Cía. Ltda.	Área:	Administrativa
Puesto supervisor:	Directiva		

Misión del puesto

Dirigir, planificar, organizar y controlar la empresa, planteando las estrategias, los objetivos, las tácticas, misión, visión y metas.

Actividades esenciales, indicadores de gestión y clientes:

ID	Actividades esenciales	Clientes	Indicadores de gestión
	Seleccionar y contratar personal calificado para el buen funcionamiento de la empresa.	La empresa	Calidad en el servicio y un excelente ambiente laboral.
	Ofrecer los paquetes turísticos, asegurar los clientes actuales y realizar un seguimiento post venta a los turistas que visitaron la hostería.	Área de ventas y clientes	Mayores clientes satisfechos y comentarios positivos.
	Supervisar el desempeño de los empleados de la hostería, así como brindar capacitación a los mismos.	Área de RRHH	Mayoría de problemas resueltos por los empleados.
	Revisar si se cumple el programa de trabajo, si existieran problemas, buscar la solución breve para obtener los objetivos establecidos previamente	Gerencia administrativa.	Porcentaje de resultados obtenidos y posicionamiento.
	Crear políticas internas, como valores para la hostería.	Gerencia administrativa.	Nivel de integración a la cultura de la empresa
	Realizar funciones de finanzas, como de marketing en los comienzos de la empresa.	Gerencia de marketing y de finanzas	Captación de nuevos clientes y rendimiento sobre la inversión

Matriz de competencias

ID	Actividades esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas generales	Otras competencias
	Aprueba planes de integración del personal.	Administración y RRHH	Evaluación de ideas	Atención a detalles.
	Fomenta cultura organizacional orientada a la motivación y óptimos resultados de gestión del personal.	Manejo de conflictos Gestión gerencial	Manejo de recursos humanos Trabajo en equipo	Reconocimiento de problemas
	Apoya la gestión de ventas, niveles de satisfacción de los clientes y conformación de la cartera de clientes.	Planificación Elaboración de estrategias	Pensamiento analítico	Iniciativa
	Participa en la preparación de presupuesto y evalúa resultados	Finanzas	Buen manejo matemático y estadístico	Creatividad y destreza analítica

Educación formal requerida:

Nivel de educación formal	Especifique el número de años de estudio o los títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales
Carrera universitaria completa	5 años / Ingeniero Comercial	Gerencia, Comercio internacional, marketing, recursos humanos

Capacitación adicional requerida

Cursos / seminarios / pasantías	Especifique el número de horas
Gerencia integral	40 horas
Liderazgo y trabajo en equipo	30 horas
Finanzas para ejecutivos	30 horas

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Descripción	Conocimientos informativos	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Leyes y regulaciones	Código del trabajo, contrato colectivo, reglamento interno, normas del IESS y del SRI	X	X
	Naturaleza del área / gerencia	Conocer la misión, procesos funciones, metodologías y enfoques de trabajo del área	X	X
	Personas y otras áreas	Conocer personas y otras áreas de la institución		X
	Proveedores / contratistas / clientes	Conocimiento de los proveedores / contratistas / mercados	X	X
	Mercado, competencia	Conocimiento de distribuidores, competidores, compradores de los productos de la empresa	X	

Conocimientos informativos requeridos

ID	Destrezas específicas	Detalle	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Manejar programas informáticos	MS Office, ventas, Excel, macros, correo electrónico	X	X
	Operar equipos de oficina	Computadores, escáner, infocus, copiadora, fax	X	X

Destrezas específicas requeridas:

ID	Destrezas / habilidades generales	Definición	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Evaluación de ideas	Evaluar el probable éxito de una idea con relación a las demandas de la situación	X	X
	Manejo de recursos humanos	Motivar, desarrollar y dirigir personal mientras trabajan e identificar los mejores para la realización de un trabajo	X	X
	Trabajo en equipo	Conformar y trabajar de manera coordinada con equipos de trabajo	X	X
	Equidad	Reconocimiento de ideas, logros y aportes del personal a su cargo	X	X

Experiencia laboral requerida

Dimensiones de experiencia	Detalle
1. Tiempo de experiencia	2 años
2. Especificidad de la experiencia	Haber participado en el desarrollo de una empresa exitosa.

5.3 PERSONAL ADMINISTRATIVO

5.3.1 Asistente Gerencial

Datos de identificación:

Puesto:	Asistente de gerencia	Código:	0002
Nombre de la empresa:	La Molienda Cía. Ltda.	Área:	Administrativa
Puesto supervisor	Gerente general		

Misión del puesto:

Llevar adelante las disposiciones que coinciden con el mandato de la Gerencia para la cual trabaja en armonía e incluso prestar importante apoyo en la toma de decisiones, con las consultas previas. Al mismo tiempo tener al día los reportes gerenciales que son generalmente requeridos.

Actividades esenciales, indicadores de gestión y clientes:

ID	Actividades esenciales	Clientes	Indicadores de gestión
	Dirigir la agenda de trabajo, visitar a las agencias de viajes que estén brindando una información desviada de lo que ofrece la hostería.	La empresa	Porcentaje de clientes enviados por agencias.
	Llevar la contabilidad de la empresa y reportar al gerente general, hasta cuando la empresa cuente con un contador.	Área de contabilidad	Coincidencia de resultados del software
	Realizar pagos a terceros como: proveedores, comisiones a las agencias de viajes o cualquier tipo de alquiler que requiera la hostería.	La empresa	Proveedores satisfechos.

Matriz de competencias:

ID	Actividades esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas generales	Otras competencias
	Apoyo al gerente general	Administración	Atención	Trabajo en equipo
	Coordinación de eventos sociales para la empresa	Relaciones laborales	Preparación de eventos	Reconocimiento de problemas
	Encargarse del envío y recepción de fax, así como también la elaboración de cartas y memorándums.	Elaboración de contratos y solicitudes	Buen manejo mecanográfico	Destreza

Educación formal requerida:

Nivel de educación formal	Especifique el número de años de estudio o los títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales
Carrera universitaria intermedia	2 años / administración de empresas	Contables y gerenciales

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Descripción	Conocimientos informativos	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Naturaleza del área	Conocer la misión, procesos funciones, metodologías y enfoques de trabajo del área	X	X
	Personas y otras áreas	Conocer personas y otras áreas de la institución		X
	Proveedores / contratistas / clientes	Conocimiento de los proveedores / contratistas / mercados	X	X

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Destrezas específicas	Detalle	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Manejar programas informáticos	MS Office, ventas, Excel, macros, correo electrónico	X	X
	Operar equipos de oficina	Computadores, escáner, infocus, copiadora, fax	X	X

Destrezas específicas requeridas

ID	Destrezas / habilidades generales	Definición	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Trabajo en equipo	Conformar y trabajar de manera coordinada con equipos de trabajo	X	X
	Cooperación	Seguir a detalle lo que solicite el gerente general	X	X

5.3.2 Jefe de RR.HH.Datos de identificación:

Puesto:	Jefe de RRHH	Código:	0003
Nombre de la empresa:	La Molienda Cía. Ltda.	Área:	Administrativa
Puesto supervisor:	Gerente general		

Misión del puesto:

Ajustar las políticas de personal a la estrategia y el negocio de la compañía. Para hacerlo, debe gestionar la selección, evaluación, retribución, formación, desarrollo y administración de los empleados, bajo técnicas modernas de competencias.

Actividades esenciales, indicadores de gestión y clientes:

ID	Actividades esenciales	Clientes	Indicadores de gestión
	Reclutar y seleccionar personas para trabajar ubicándolas en cada una de las áreas de la empresa. Realizando pruebas de conocimientos profesionales, psicológicas y entrevistas para medir las competencias de los candidatos.	La empresa	Todos los empleados desarrollan las actividades de forma correcta
	Elaborar planes de incentivos y mejoramiento duradero, así como organizar eventos o programas con el fin de integrar al empleado a la empresa.	Área de RRHH	Excelente ambiente laboral

Matriz de competencias:

ID	Actividades esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas generales	Otras competencias
	Manejo de personal en ámbitos tanto físicos como mentales.	Psicología empresarial	Manejo de recursos humanos	Trabajo en equipo
	Planificar y crear incentivos y felicitaciones.	RRHH	Ideales para incentivar personal	Cordial

Educación formal requerida:

Nivel de educación formal	Especifique el número de años de estudio o los títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales
Carrera universitaria completa	4 años / licenciada en recurso humanos	Administrativos y RRHH

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Descripción	Conocimientos informativos	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Naturaleza del área	Conocer la misión, procesos funciones, metodologías y enfoques de trabajo del área	X	X
	Personas y otras áreas	Conocer personas y otras áreas de la institución		X

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Destrezas específicas	Detalle	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Manejar programas informáticos	MS Office, ventas, Excel, macros, correo electrónico	X	X
	Operar equipos de oficina	Computadores, escáner, infocus, copiadora, fax	X	X

Destrezas específicas requeridas:

ID	Destrezas / habilidades generales	Definición	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Trabajo en equipo	Conformar y trabajar de manera coordinada con equipos de trabajo	X	X
	Cooperación	Trabajar en aporte tanto como para el empleado como para la empresa	X	X

5.4 PERSONAL OPERATIVO**5.4.1 Chef o Jefe de Cocina**Datos de identificación:

Puesto:	Jefe de cocina	Código:	0004
Nombre de la empresa:	La Molienda Cía. Ltda.	Área:	Operativa
Puesto supervisor:	Gerente general		

Misión del puesto:

Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades relacionadas con la producción de comidas y su distribución al restaurante o habitación.

Actividades esenciales, indicadores de gestión y clientes:

ID	Actividades esenciales	Clientes	Indicadores de gestión
	Elaborar horarios de trabajo y actividades para el personal a su cargo.	La empresa	Excelente coordinación en la cocina.
	Responsable de la elaboración y verificación de todos los platos.	La empresa	Clientes satisfecho
	Crear nuevos platos y especialidades, según la temporada.	La empresa	Diversificación de servicio.
	Manejo de bodega e inventario de materias primas, tanto perecibles como no perecibles.	La empresa	Porcentaje de alimentos deteriorados.

Matriz de competencias:

ID	Actividades esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas generales	Otras competencias
	Planificar y organizar el área de comida.	Gastronómicos	Buen manejo administrativo	Trabajo en equipo
	Llevar la gestión económica de la cocina	contables	Manejo de las matemáticas	Atención a detalles
	Crear nuevas ofertas gastronómicas.	Gastronómicos nacionales e internacional	Buen manejo de deseos de clientes	Destreza

Educación formal requerida:

Nivel de educación formal	Especifique el número de años de estudio o los títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales
Carrera universitaria completa	5 años / administrador gastronómico	Gastronómicos y administrativos

Capacitación adicional requerida:

Cursos / seminarios / pasantías	Especifique el número de horas
Gastronomía nacional	40 horas
Liderazgo y trabajo en equipo	30 horas
Gastronomía internacional	30 horas

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Descripción	Conocimientos informativos	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Naturaleza del área	Conocer la misión, procesos funciones, metodologías y enfoques de trabajo del área	X	X
	Monitoreo y control	Evaluar cuán bien está alguien aprendiendo o cumpliendo su función	X	X
	Proveedores / contratistas / clientes	Conocimiento de los proveedores / contratistas / mercados	X	X

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Destrezas específicas	Detalle	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Manejar programas informáticos	MS Office, ventas, Excel, macros, correo electrónico	X	X
	Operar equipos de oficina	Computadores, escáner, infocus, copiadora, fax	X	X

Destrezas específicas requeridas:

ID	Destrezas / habilidades generales	Definición	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Trabajo en equipo	Conformar y trabajar de manera coordinada con equipos de trabajo	X	X
	Planificación	Desarrollar estrategias para llevar a cabo planes en la cocina.	X	X

Experiencia laboral requerida:

Dimensiones de experiencia	Detalle
Tiempo de experiencia	5 años
Especificidad de la experiencia	Haber participado en el desarrollo de una empresa exitosa con parámetros tangibles

5.4.2 Ayudante de Cocina

Datos de identificación:

Puesto:	Ayudante de cocina	Código:	0005
Nombre de la empresa:	La Molienda Cía. Ltda.	Área:	Operativa
Puesto supervisor:	Jefe de cocina		

Misión del puesto:

Cocinar diversos platos de comida y mantener la limpieza en la cocina.
--

Actividades esenciales, indicadores de gestión y clientes:

ID	Actividades esenciales	Clientes	Indicadores de gestión
	Elaboración de platos	La empresa	Clientes satisfechos
	Mantener el orden y la limpieza de la cocina	La empresa	Cocina en perfecto estado y menor desgaste.

Matriz de competencias:

ID	Actividades esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas generales	Otras competencias
	Ayudar en la preparación de platos al jefe de cocina	Gastronómicas	Buen manejo de términos gastronómicos	Velocidad y agilidad en la cocina.
	Mantenimiento y limpieza de la cocina.	Manipulación de alimentos	Manipular herramientas para mantenimiento	Voluntad

Educación formal requerida:

Nivel de educación formal	Especifique el número de años de estudio o los títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales
Carrera universitaria intermedia	2 años / Escuela de gastronomía	Gastronomía

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Descripción	Conocimientos informativos	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Naturaleza del área	Conocer la misión, procesos funciones, metodologías y enfoques de trabajo del área	X	X

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Destrezas específicas	Detalle	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Manejar programas informáticos	MS Office, ventas, Excel, correo electrónico	X	X
	Operar elementos de cocina	Trituradoras, cuchillos, rebanadoras.	X	X

Destrezas específicas requeridas:

ID	Destrezas / habilidades generales	Definición	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Trabajo en equipo	Conformar y trabajar de manera coordinada con equipos de trabajo	X	X
	Cooperación	Trabajar en aporte tanto como para el empleado como para la empresa	X	X

5.4.3 MeseroDatos de identificación:

Puesto:	Mesero	Código:	0006
Nombre de la empresa:	La Molienda Cía. Ltda.	Área:	Operativa
Puesto supervisor:	Jefe de cocina		

Misión del puesto:

Brindar y atender al cliente con un excelente servicio en proporcionar, recomendar y atenderlos en toda su estadía, es decir, desde su llegada hasta su partida en la proporción de información, menús, platillos, bebidas, ingredientes, cuenta y cortesías.

Actividades esenciales, indicadores de gestión y clientes:

ID	Actividades esenciales	Clientes	Indicadores de gestión
	Se encargará en ordenar las mesas para el servicio, distribuir los platos listos a su respectiva mesa.	La empresa	Clientes satisfechos
	Preparación de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, desempeñando el papel de barman.	La empresa	Clientes satisfechos con las bebidas.
	Encargado en la limpieza de cristalería, utensilios varios y limpieza de cocina si el Chef lo requiere.	La empresa	% menor de cristalería rota y excelente estado de utensilios.
	Se encarga de tomar los pedidos a los clientes y responder cualquier duda de los mismos.	La empresa	% porcentaje de clientes satisfechos y propina

Matriz de competencias:

ID	Actividades esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas generales	Otras competencias
	Estar a disposición de Chef o jefe de cocina	Gastronómicas	Buen manejo de términos gastronómicos	Velocidad y agilidad servir los platos.
	Revisar cantidades y dar aviso al chef de ingredientes faltantes.	Gastronómicas	Conocimiento de cómo se elaboran los platos	Atención a detalles

Educación formal requerida:

Nivel de educación formal	Especifique el número de años de estudio o los títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales
Carrera universitaria intermedia	1 años / Escuela de gastronomía	Gastronomía

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Descripción	Conocimientos informativos	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Naturaleza del área	Conocer la misión, procesos funciones, metodologías y enfoques de trabajo del área	X	X

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Destrezas específicas	Detalle	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Manejar programas informáticos	Software de restaurante	X	X

Destrezas específicas requeridas:

ID	Destrezas / habilidades generales	Definición	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Trabajo en equipo	Conformar y trabajar de manera coordinada con equipos de trabajo	X	X
	Cooperación	Trabajar en aporte tanto como para el empleado como para la empresa	X	X

5.4.4 Recepcionista

Datos de identificación:

Puesto:	Recepcionista	Código:	0007
Nombre de la empresa:	La Molienda Cía. Ltda.	Área:	Operativa
Puesto supervisor:	Gerente general		

Misión del puesto:

<p>Brindar una excelente atención al cliente y contar con una clara y correcta información sobre la empresa, sus actividades y servicios.</p>

Actividades esenciales, indicadores de gestión y clientes:

ID	Actividades esenciales	Clientes	Indicadores de gestión
	Se encargará de las reservaciones, información y bienestar del cliente.	La empresa	Clientes satisfechos
	Responderá cualquier duda de los clientes, tratará en lo posible en satisfacer cualquier necesidad de los mismos; siempre y cuando esté al alcance de la hostería.	La empresa	Clientes satisfechos
	Se encargará de la promoción y venta de habitaciones, paquetes recreacionales y servicio de restaurante a los turistas que no cuenten con reservación.	Área de ventas	% mayor de turistas hospedados sin reserva

Matriz de competencias:

ID	Actividades esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas generales	Otras competencias
	Programará la agenda de las reservaciones	Gestión hotelera	Buen manejo de agenda	Iniciativa
	Controlará la entrada y salida de los huéspedes.	Gestión hotelera	Control de turistas hospedados	Atención a detalles
	Dará la bienvenida a los turistas.	Gestión hotelera	Excelente manejo para hablar en publico	Carisma e iniciativa

Educación formal requerida:

Nivel de educación formal	Especifique el número de años de estudio o los títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales
Carrera universitaria completa	5 años / Administración y gestión hotelera.	Hotelería y turismo

Capacitación adicional requerida:

Cursos / seminarios / pasantías	Especifique el número de horas
Administración hostelera	60 horas
Liderazgo y trabajo en equipo	40 horas
Ingles avanzado	50 horas

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Descripción	Conocimientos informativos	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Naturaleza del área	Conocer la misión, procesos funciones, metodologías y enfoques de trabajo del área	X	X
	Personas y otras áreas	Conocer personas y otras áreas de la institución		X

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Destrezas específicas	Detalle	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Manejar programas informáticos	MS Office, ventas, Excel, macros, correo electrónico	X	X
	Operar equipos de oficina	Computadores, escáner, infocus, copiadora, fax	X	X

Destrezas específicas requeridas:

ID	Destrezas / habilidades generales	Definición	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Trabajo en equipo	Conformar y trabajar de manera coordinada con equipos de trabajo	X	X
	Cooperación	Trabajar en aporte tanto como para el empleado como para la empresa	X	X
	Poder de negociación y servicio al cliente	Manejar una excelente negociación dependiendo del cliente.	X	X

Experiencia laboral requerida:

Dimensiones de experiencia	Detalle
Tiempo de experiencia	2 años
Especificidad de la experiencia	Haber participado en el desarrollo de una empresa.

5.4.5 CamareraDatos de identificación:

Puesto:	Camarera	Código:	0008
Nombre de la empresa:	La Molienda Cía. Ltda.	Área:	Operativa
Puesto supervisor:	Recepcionista		

Misión del puesto:

Atender y mantener las habitaciones de la hostería.

Actividades esenciales, indicadores de gestión y clientes:

ID	Actividades esenciales	Clientes	Indicadores de gestión
	Se encargará de la limpieza de todas las habitaciones de la hostería.	La empresa	Habitaciones limpias y ordenadas
	Se encargará de elaborar informes sobre el estado de las habitaciones, así como de revisar que es lo que han consumido del bar de las habitaciones y verificar que no existan pérdidas de blancos (sábanas, almohadas, colchas, toallas, etc.).	La empresa	% mayor de coincidencia con los inventarios de la asistente de gerencia.
	Realizará el lavado, secado y planchado de blancos.	La empresa	Excelente mantenimiento de blancos
	Servirá cualquier pedido por parte del cliente hacia la habitación.	La empresa	% porcentaje de clientes satisfechos

Matriz de competencias:

ID	Actividades esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas generales	Otras competencias
	Mantenimiento y preparación de las habitaciones	Hoteleros	Detalles en las habitaciones	Velocidad y agilidad en alistar una habitación
	Elaborar informes totales acerca de las habitaciones	Hoteleros	Gestión hotelera	Atención a detalles

Educación formal requerida:

Nivel de educación formal	Especifique el número de años de estudio o los títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales
Tecnología universitaria	1 años / gestión hotelera	Hotelería y turismo

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Descripción	Conocimientos informativos	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Naturaleza del área	Conocer la misión, procesos funciones, metodologías y enfoques de trabajo del área	X	X

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Destrezas específicas	Detalle	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Manejar programas informáticos	Software de hospedaje	X	X

Destrezas específicas requeridas:

ID	Destrezas / habilidades generales	Definición	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Trabajo en equipo	Conformar y trabajar de manera coordinada con equipos de trabajo	X	X
	Cooperación	Trabajar en aporte tanto como para el empleado como para la empresa	X	X

5.4.6 Guía Turístico

Datos de identificación:

Puesto:	Guía turístico	Código:	0009
Nombre de la empresa:	La Molienda Cía. Ltda.	Área:	Operativa
Puesto supervisor:	Gerente general		

Misión del puesto:

Dirigir, planificar y controlar todo lo relacionado con el área de recreación.
--

Actividades esenciales, indicadores de gestión y clientes:

ID	Actividades esenciales	Clientes	Indicadores de gestión
	Planificará los diferentes rutas para los paquetes turísticos según la temporada	La empresa	Clientes satisfechos
	Será quien brinde el conocimiento y la información sobre la historia de la parroquia de pacto y demás atractivos que tiene la misma.	La empresa	Clientes satisfechos
	Revisará y controlará que los equipos requeridos para las diferentes actividades estén en perfecto estado para la seguridad del cliente.	La empresa	% menor de accidentes por equipos defectuosos

Matriz de competencias:

ID	Actividades esenciales	Conocimientos académicos	Destrezas generales	Otras competencias
	Controlar que se respeten los tiempos de los paquetes	Turísticos	Buen manejo de tiempos	Iniciativa
	Brindará primeros auxilios en caso de emergencia.	Primeros auxilios	Supervisión de todos los turistas	Atención a detalles
	Dará información a los turistas sobre la parroquia y cultura yumba.	Historia general de la parroquia y cultura yumba	Excelente manejo para hablar en público	Carisma e iniciativa

Educación formal requerida:

Nivel de educación formal	Especifique el número de años de estudio o los títulos requeridos	Indique el área de conocimientos formales
Carrera universitaria completa	5 años / Guía turístico	Hotelería y turismo

Capacitación adicional requerida:

Cursos / seminarios / pasantías	Especifique el número de horas
Ornitología	20 horas
Liderazgo y trabajo en equipo	40 horas
Ingles avanzado	50 horas

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Descripción	Conocimientos informativos	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Naturaleza del área	Conocer la misión, procesos funciones, metodologías y enfoques de trabajo del área	X	X
	Personas y otras áreas	Conocer personas y otras áreas de la institución		X

Conocimientos informativos requeridos:

ID	Destrezas específicas	Detalle	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Manejar programas informáticos	MS Office, ventas, Excel, macros, correo electrónico	X	X
	Operar equipos y herramientas para turismo extremo	Cuerdas, arnés, lámparas, etc.	X	X

Destrezas específicas requeridas:

ID	Destrezas / habilidades generales	Definición	Requerimientos de selección	Requerimientos de capacitación
	Trabajo en equipo	Conformar y trabajar de manera coordinada con equipos de trabajo	X	X
	Cooperación	Trabajar en aporte tanto como para el empleado como para la empresa	X	X

Experiencia laboral requerida:

Dimensiones de experiencia	Detalle
Tiempo de experiencia	4 años
Especificidad de la experiencia	Haber participado guiando grandes grupos turísticos.

5.5 PLANES DE EMPLEO

El personal de la hostería “La Molienda” se iniciará con contratos a prueba por noventa días, el cual es por inicio de operaciones. Si no hubiere notificación de una de las partes, se extenderá a un año, luego de lo cual pasará a tiempo indefinido.

Existirán casos en la hostería en que se deban generar contratos eventuales para atender una mayor demanda de servicios en actividades especiales, donde no podrá tener una duración mayor de 180 días continuos dentro de un lapso de 365 días, si se celebra este contrato por más de dos periodos anuales, el contrato se convertirá en contrato de temporadas. (Código del trabajo, 2006, p. 12.)

5.6 PLAN DE REMUNERACIÓN Y BENEFICIO

Las remuneraciones del personal de la hostería serán según el cargo que desempeñen en la misma, pero en ningún caso será inferior a los mínimos legales, en el caso de remuneraciones mensuales no se deberá suprimir los días no laborables, los pagos se realizarán directamente a la persona en el lugar donde presten sus servicios y deberán ser en la moneda de curso legal. (Código del trabajo, 2006, p. 34.)

Gozarán de todos los beneficios de la ley:

- Décimo tercero
- Décimo cuarto
- Vacaciones
- Fondos de reserva
- Afiliación al IESS

5.7 ASESORAMIENTO PROFESIONAL Y SERVICIOS

Siendo la hostería una empresa por iniciarse, se necesitará los servicios de un abogado para la constitución legal y para legalizar los contratos con los empleados. También será necesaria la contratación de un contador para la preparación de los estados financieros que manda la Ley, declaración de impuestos, etc., el pago será por honorarios, puesto que el libro diario lo llevará el asistente de gerencia.

6 CAPITULO VI: LA ECONOMÍA DE LOS NEGOCIOS

En el presente capítulo se identificará los diferentes costos, los gastos, márgenes de rentabilidad, maximizaciones y punto de equilibrio. Con la finalidad de apoyar de manera sólida al plan financiero

6.1 COSTOS FIJOS, VARIABLES Y SEMI VARIABLES

Los costos fijos, variables y semi variables están representados por: salarios a personal operativo, costos materia prima, mantenimiento y publicidad. **Ver Anexo 5.**

6.2 GASTOS

Los gastos están representados por: sueldos, capacitación, servicios básicos, útiles de oficina, seguridad y honorarios contador. **Ver Anexo 6.**

6.3 MAXIMIZACIÓN DE LA RENTABILIDAD EN BASE A COSTOS

Para el caso de la hostería que su actividad es de servicio se determinará la cantidad de ventas con clientes ocupándolas diferentes áreas, ya sea de hospedaje, restaurante o recreación que maximizará la estructura de costos; es decir, cuando el costo total medio es el más bajo. **Ver Anexo 7.**

6.4 MÁRGENES DE RENTA BRUTA Y DE OPERACIÓN

Los márgenes de renta bruta cuentan con un crecimiento anual del 2% en promedio lo que demuestra que el margen de renta bruta es creciente en los próximos 5 años.

Tabla 11. Márgenes de renta bruta

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
$\frac{\text{Utilidad bruta}}{\text{Ventas}} \Rightarrow$	46,49%	48,58%	50,55%	52,97%	54,69%

Los márgenes de operación cuentan con un crecimiento constante pero para el quinto año se dispara hacia arriba debido al valor de desecho.

Tabla 12. Márgenes de renta bruta

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
$\frac{\text{Utilidad operacional}}{\text{Ventas}} \Rightarrow$	33,12%	34,26%	35,33%	36,15%	37,55%

6.5 POTENCIAL DE RENTABILIDAD Y DURACIÓN

Para uso del proyecto la duración es de cinco años con un potencial de rentabilidad del 33% para el primer año, 35% para el segundo, 36% para el tercero, 37% para el cuarto y 63% para el quinto año.

6.6 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se calculará el punto de equilibrio con el fin de conocer cuál es la cantidad de clientes al año que debe tener la hostería para no ganar ni perder; es decir, si el servicio es vendido a mayor número de turistas que lo que proyecta el punto de equilibrio se obtendrá beneficios para la empresa. Su respectivo detalle se encuentra en el **Anexo 8**

7 CAPITULO VII: PLAN FINANCIERO

En este capítulo se muestra las proyecciones y evaluaciones financieras con tres ambientes económicos y dos escenarios distintos. Además, unos análisis de riesgos y sensibilidad.

7.1 PRESUPUESTOS

7.1.1 Proforma de Inversiones

La inversión inicial que se necesita para poner en marcha el proyecto es de USD 241.758, y está compuesta por activos tangibles con USD 162.918; muebles y equipos de oficina con USD 19.050; activos intangibles con USD 2.675; y por capital de trabajo considerado para dos meses con USD 57.115; **ver anexo 9**

7.1.2 Proforma de Capital de Trabajo

El capital de trabajo se calcula para dos meses, ya que los rubros considerados son solo para iniciar la operación, ya que para cubrir los costos de producción, como materia prima, mano de obra, etc., del proyecto, se incluyen en los costos. Está representado por los costos de materia prima de los servicios que ofrece la hostería, vajilla, blancos, herramientas de cocina, útiles de oficina, útiles de limpieza, servicios básicos, remuneraciones y el 2% de imprevistos, todo lo que da un valor de USD 57.115, **ver anexo 10**

7.1.3 Proforma de Ingresos

En vista de que se ha preparado un plan financiero para valorar el proyecto, se aplica el concepto *ceteris paribus*. La fuente de ingresos será de la venta de servicios como hospedaje, restaurante y recreación que ofrece la hostería, tomando en cuenta el porcentaje ocupacional de cada uno, es decir, para el

hospedaje valoramos con el 40% de ocupación, para el restaurante con el 50% de ocupación y para la recreación con el 40% de ocupación, todos estimados en 200 días, a pesar de que entre fines de semana y feriados son alrededor de 122 días, se puede decir que no solo en estos días son los que se espera tener clientela, sino también los días entre semana, que por lo general el turista extranjero es quien ocupa los mencionados días.

Las proyecciones de ingresos se calcularon para cinco años y se puede apreciar en el **Ver Anexo 11**

7.1.4 Proforma de Costos

La proforma de costos está representada, para el primer año, por: materias primas con USD 72.941; mano de obra directa con USD 84.678; mantenimiento, combustible y publicidad con 9.970 USD; resultando una suma de USD 167.589; para los siguientes años se ha considerado un crecimiento de 6%. **Ver Anexo 5**

7.1.5 Proforma de Gastos

La proforma de gastos, incluye: sueldos por USD 63.442; capacitaciones USD 5.000; servicios básicos USD 4.200; útiles de oficina USD 2.160; útiles de limpieza USD 2.820; guardianía USD 4.320 y patentes municipales USD 1.000, resultando una suma de USD 82.942 para el primer año, para los siguientes años no se espera ninguna variación **Ver Anexo 6**. Las depreciaciones de los activos tangibles y las amortizaciones de los intangibles, aunque son gastos, se tratan por separado por ser egresos no desembolsables.

7.2 FLUJOS DE CAJA Y SU ANÁLISIS

Los flujos de caja para los tres escenarios sin apalancamiento financiero se encuentran en el **anexo 12**.

Los flujos de caja para los tres escenarios con apalancamiento financiero, que permiten analizar la conveniencia de utilizar esta fuente para la inversión se encuentran en el **anexo 13**.

7.3 ANÁLISIS DE RIESGO

El análisis de riesgo para los tres ambientes económicos se encuentra en el **anexo 14** donde se puede apreciar que es mínimo, pues su coeficiente en los tres escenarios desapalancados es apenas del 0.09%.

El riesgo considerando todo el proyecto en su conjunto con la variable VAN se encuentra en el **anexo 15** y en conjunto su coeficiente es del 0.17%.

7.4 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad mediante las cantidades y mediante los precios se encuentra en el **anexo 16**. Cabe destacar que el proyecto por sus buenas características, aplicando un análisis unidimensional, utilizando la variable cantidad de atenciones puede bajar en un 40% para llegar al punto de equilibrio.

7.5 VALUACIÓN

Para uso del plan de negocios se ha hecho mediante el sistema de valor actual neto (VAN) ajustado, donde se aprecia el impacto de realizar la inversión con apalancamiento financiero, ya que la tasa de interés del banco es menor a la tasa de costo de oportunidad, obteniendo con una deuda equivalente al 50% de la inversión total se tiene un incremento para el VAN del flujo de caja de valoración desapalancado por la cantidad de USD 12.386.

En el siguiente cuadro comparativo, en todos los escenarios se verá los valores apalancados como desapalancados:

Tabla 13. Cuadro comparativo del VAN y TIR

RESUMEN	DESAPALCANDO		APALANCADO	
	VAN	TIR	VAN	TIR
NORMAL	365.173	74%	377.560	125%
OPTIMISTA	512.818	91%	525.204	153%
PESIMISTA	287.506	62%	299.892	114%

Los escenarios apalancados ofrecen una TIR y un VAN superior en comparación con los escenarios desapalancados; el pago del interés por la deuda contribuye también a crear una ventaja, ya que genera escudo fiscal.

7.6 ESTADOS FINANCIEROS

7.6.1 Proforma de Balance General

El balance general se lo proyecta para cinco años, en tres ambientes económicos y en dos escenarios distintos, **ver anexo 17**.

7.6.2 Proforma de Estado de Resultados

El estado de resultados se lo proyecta para cinco años, en tres ambientes económicos y en dos escenarios distintos, **ver anexo 18**.

7.7 ÍNDICES

7.7.1 Índices de Rentabilidad

El retorno sobre la inversión se incrementa notablemente a medida que pasa el tiempo debido a que la hostería contará con mayor renombre y aumentarán las ganancias.

Tabla 14. Índice ROI

$$\text{ROI} = \frac{\text{Rendimiento}}{\text{Valor Promedio Invertido}} =$$

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
87%	95%	104%	117%	214%

El índice financiero demuestra un buen retorno lo que asegura que los accionistas contarán con excelentes réditos.

Tabla 15. Índice ROE

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Promedio}} =$$

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
65%	62%	60%	59%	40%

La rentabilidad económica es buena en la empresa ya que posee una capacidad generadora de venta de activos con porcentajes mayores al 50%.

Tabla 16. Índice ROA

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Activos Totales Promedio}} =$$

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
50%	53%	55%	58%	72%

7.7.2 Índices de Liquidez

La empresa posee una excelente liquidez que cada año tiene un aumento, es decir se tiene mayor posibilidad de pagar deudas a corto plazo con los activos de corto plazo.

Se cuenta con un promedio de USD 9 en activo corriente por cada dólar de pasivo circulante en todos los años del plan de negocios.

Tabla 17. Índices de liquidez

$$\text{Razón Corriente} = \frac{1 \text{ Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} =$$

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 3,50	\$ 4,82	\$ 7,47	\$ 15,16	\$ 16,74

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}} =$$

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 3,41	\$ 4,70	\$ 7,28	\$ 14,79	\$ 15,38

7.8 LOS PUNTOS MÁS SOBRESALIENTES

- La Corporación Financiera Nacional (CFN), facilita la obtención de créditos hasta de USD 200.000 por 10 años, con una tasa de interés del 11.15% y periodos de gracia de hasta 3 años en el caso de ser empresa PYME.
- En las averiguaciones realizadas para financiar el monto de USD 120.879 es considerado como empresa PYME lo que facilita el crédito.
- Para la valoración del proyecto se tiene un costo de oportunidad 18.19% y el costo de la deuda tiene una tasa del 11.15%, razón por la cual, se deduce la conveniencia de financiar la inversión con deuda.
- Con el objeto de realizar un estrecho seguimiento en la implementación y operación, se han preparado modelos de análisis de riesgo y de sensibilidad, que permitirán tomar acciones inmediatas y así evitar pérdidas; o peor aún, quiebra.
- Se puede afirmar mediante el análisis financiero que el proyecto es bueno, ya que utilizando o no crédito bancario las utilidades son buenas.

8 CAPITULO VIII: OFERTAS PROPUESTAS POR LA COMPAÑÍA

En este capítulo se establece el financiamiento deseado con su respectiva oferta, capitalización, uso de fondos y plan de reinversión.

8.1 FINANCIAMIENTO DESEADO

8.1.1 Oferta

El proyecto necesita una inversión inicial de USD 241.758 de la cual el 50% (USD 120.879) es un crédito financiado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés anual de 11,15% durante cinco años, y **el 50%** (USD 120.879) restante resulta del aporte igualitario de tres socios, **ver anexo 19**

8.1.2 Capitalización

La estructura de capital cuenta con el 50% propio y una deuda correspondiente al 50% restante.

El financiamiento se realizará en aporte igualitario de los tres socios, es decir un aporte de **USD 40.293** por cada socio. De las utilidades netas el 9 % se aplican a reservas obligatorias para cubrir ciertos riesgos y se ha previsto un 45% para aplicación de servicios en la hostería y apertura de nuevos proyectos por el sector.

8.1.3 Uso de Fondos

El uso de los fondos viene dado de la siguiente forma:

- Activos fijos.
- Capital de trabajo.
- Gastos Administrativos y Operativos.

- Gastos de Ventas.
- Costos de Producción.

8.1.4 Reversión

Se planteará que los accionistas creen una política de reversión del 45% de la utilidad generada, como ya se explicó, con el fin de aumentar más servicios en la hostería; y el 55% restante se repartirá en dividendos.

9 CAPITULO IX: ASPECTOS GENERALES

En este capítulo se presenta el cronograma de actividades, sus riesgos críticos, problemas y suposiciones. Además, las respectivas conclusiones y recomendaciones.

9.1 RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPOSICIONES

9.1.1 Riesgos Críticos

Demora en los trámites o permisos de funcionamiento.

Para poner en marcha el negocio se ha tomado un tiempo de seis meses, en caso de existir un retraso se aplazarían las otras actividades.

Escasez de materia prima

La falta de materia prima especialmente en el área de restaurante provocaría que no se cuente con el menú completo que se ofrece en las cartas, para evitarlo se cuenta con una provisión para dos días aproximadamente y se lleva un control de inventario que se lo revisa diariamente para identificar si se tiene lo suficiente para completar los pedidos.

Alza de precios la entrega de materia prima

No se puede controlar el alza de precios de materia prima, pero se puede realizar una correcta planificación para identificar a los proveedores que ofrezcan sus productos a precios más económicos.

Adquisición de materia prima o maquinaria

En caso que uno de los proveedores falle o no cumpla con el pedido ni el tiempo acordado, se procederá a contar con otros proveedores de los cuales ya se tienen identificados.

9.1.2 Problemas

A pesar de haber efectuado la planificación para un lapso de cinco años, existen riesgos externos difíciles de pronosticar, que en el corto y mediano plazo podrían afectar el normal desempeño de las actividades del negocio.

A continuación se describen algunos factores de riesgo, además se presentan posibles soluciones para minimizar tales riesgos.

Ventas inferiores a lo proyectado.

Los ingresos disminuirán notablemente, afectando al flujo de caja operativo y la utilidad de la empresa. Existirán problemas de liquidez para cubrir los pasivos, pudiendo llegar en casos graves y constantes; sin embargo, al tener previstos análisis de riesgo y sensibilidad, se tiene cubierta esa posibilidad.

Ventas superiores a lo proyectado.

Si ocurre el aspecto positivo mencionado, la empresa tendrá la capacidad para cubrir fácilmente sus obligaciones. Se incrementará la utilidad, dando la opción a los dueños de la empresa de reinvertir las utilidades en el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Posible Solución.

Ampliar la capacidad de operación para cubrir la demanda trabajando horas extras o en caso de ser necesario aumentar la capacidad de la hostería

9.1.3 Suposiciones

La hostería “LA MOLIENDA” estará domiciliada en la parroquia de Pacto, el estudio de viabilidad financiera se realizará en tres ambientes económicos; pesimista, esperado y optimista y en dos escenarios con y sin apalancamiento, dentro de un horizonte de cinco años, el análisis será a precios y gastos constantes en dólares americanos.

- Los activos fijos se depreciarán linealmente, además se han calculado valores residuales o de desecho para los activos de la empresa, **ver anexo 20.**
- Los activos diferidos, tales como los gastos de constitución y adecuación de la oficina se amortizan a cinco años. Además, la tabla de amortización del crédito. **ver anexo 21.**
- Se realiza el cálculo anual del gasto en nómina, conforme al código de trabajo ecuatoriano vigente, **ver anexo 22.**
- Para determinar los costos de oportunidad o tasas de descuento, se utilizará el modelo CPPC (Costo Promedio Ponderado de Capital), las tasas de descuento corresponden al nivel de riesgo y de endeudamiento del proyecto.

9.2 CRONOGRAMA

Tabla 18. Cronograma

Actividades	Tiempo en semanas	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8				Mes 9				Mes 10							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1 Planificación	4	■	■	■	■																																								
2 Elaboración del plan de negocios	16					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■																								
3 Tramites y permisos legales	6																					■	■	■	■																				
4 Obtención del crédito	9																					■	■	■	■	■	■	■	■																
5 Construcción de instalaciones	11																									■	■	■	■	■	■	■	■												
6 Identificación de proveedores	2																									■	■																		
7 Contratación de servicios básicos	4																									■	■	■	■																
8 Adquisición de materiales y herramientas	6																													■	■	■	■												
9 Reclutamiento de personal	3																																	■	■	■									
10 Adquisición de materia prima	4																																					■	■	■	■				
11 Proceso para calificación del MINTUR	5																																					■	■	■	■				
12 Promoción de la inauguración	2																																					■	■						
13 Inicio de actividades	1																																									■			

10 CAPÍTULO X: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 CONCLUSIONES

- La industria se encuentra en total crecimiento debido a que en la actualidad se ha priorizado y enfocado en el desarrollo del sector turístico por parte del Gobierno Nacional.
- El turismo nacional como el extranjero se han incrementado por los feriados unificados.
- En la actualidad se promueve el turismo interno como el externo, por medio del gobierno nacional e instituciones financieras lo que facilita tanto la promoción como la financiación de dicho proyecto.
- Con la creación de una hostería ecológica se estará innovando y asegurando parte del éxito, debido a que ahora las personas son más responsables con el medio ambiente y valoran la naturaleza.
- La ubicación de la hostería es óptima ya que se encuentra en las orillas del río más conocido, uno de los mayores atractivos y paisajes privilegiados que posee la parroquia de Pacto y que no se encuentran muy explotados.
- No existe competencia directa en la parroquia debido a que no hay inversión a gran escala con lo que respecta a turismo, actualmente cuenta con turismo de paso.
- Existen empresas que brindan el mismo servicio alrededor de la parroquia de Pacto que son muy reconocidas y bien posesionadas en el mercado, entre las más fuertes están la hostería Arasha y Kaony lodge, orientadas a segmentos altos.

- Mediante la investigación de mercado se obtuvo el 91% de aceptación, lo que genera una oportunidad de negocio.
- Los medios publicitarios más eficiente son es el internet, vallas, afiches y marketing de boca a boca.
- Una herramienta fundamental para la imagen y posicionamiento de la hostería es la calificación del Ministerio de Turismo (MINTUR), pues crea un valor agregado y diferenciador frente a la competencia.
- Una de las principales táctica de ventas es la página web interactiva, ya que con la misma se tendrá la facilidad de responder cualquier inquietud por parte del turista con la finalidad de que el cliente realice la reservación.
- Existe cierta limitación en cuanto a proveedores; sobre todo, en el área de restaurante, lo que afectaría los costos de la hostería.
- El plan de negocio es viable financiera y comercialmente ya que el VAN del inversionista es mayor que cero y la TIR es mayor que la tasa de descuento.

RECOMENDACIONES

- En vista de que el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), planea incorporar una red de convenios con empresas turísticas para ofrecer a las personas de tercera edad que realicen turismo en temporadas bajas, con altos beneficios tanto para los jubilados como para las empresas, se incorporará este proyecto a dicha red para ampliar su nicho de mercado.

- Se recomienda aplicar el plan de negocios, ya que cumple con las condiciones necesarias para ser rentable económicamente.
- Contar con financiamiento del 50% en la Corporación Financiera Nacional (CFN), ya que el mismo ofrece una tasa de interés del 11.15%, con el cual está evaluado el plan de negocios.
- Realizar capacitaciones al personal periódicamente dependiendo la necesidad de cada área, en atención especial al cliente.
- Generar incentivos para lograr que los trabajadores estén motivados y concientes, porque además de ser una empresa con conciencia ambiental debe ser una empresa socialmente responsable.
- Tener en cuenta a la población de la parroquia de Pacto para trabajar en la hostería, siempre y cuando cumplan con los requisitos fundamentales.
- Estar en constante búsqueda de nuevos nichos de mercado, no tomados en cuenta por la competencia.

REFERENCIAS

- Banco Central del Ecuador. (s.f.). Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/>
- Buró de análisis informativo. (2011). *Según encuesta Ecuador es el segundo país de la región con más víctimas por la delincuencia*. Recuperado el 16 de junio de 2012 de <http://www.burodeanalisis.com/2011/04/26/segun-encuesta-ecuador-es-el-segundo-pais-de-la-region-con-mas-victimas-por-la-delincuencia/>
- Consejo Provincial de Pichincha. (s.f.). Recuperado de <http://www.pichincha.gob.ec>
- Corporación Financiera Nacional. (s.f.). Recuperado de <http://www.cfn.fin.ec/>
- Ecuador Inmediato. (2012). *Según INEC, desciende el desempleo en Ecuador a inicios de 2012*. Recuperado el 21 de junio de 2012 de http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=171426&umt=segun_inec_desciende_ligeramente_desempleo_en_ecuador_a_inicios_2012
- El Comercio. (2012). *Las remesas cayeron un 8 % en Ecuador en el primer trimestre de 2012*. Recuperado el 22 de junio de 2012 de http://www.elcomercio.com/negocios/remesas-cayeron-Ecuador-primer-trimestre_0_708529210.html
- El Comercio. (2012). *Precios del Petróleo*. Recuperado el 12 de junio de 2012 de http://www.elcomercio.com/negocios/Precio-petroleo-continua-baja_0_710329152.html
- Galindo, E. (1999). *Probabilidad y Estadística para la Administración y la Ingeniería*. Quito: Editorial Gráficas Mediavilla Hnos.
- Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. (s.f.). Recuperado de <http://www.inec.gov.ec>
- Joyas de Quito. (s.f.). Recuperado de <http://www.joyasdequito.com/>
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Prentice Hall. 6ta. Edición.
- Larraín, F.; Sachs J. (2002). *Macroeconomía en la economía global*. Buenos Aires: Pearson Education. 1ra. Edición.
- Legislación Codificada. (2010). *Código del trabajo*. Ecuador: 1ra. Edición.
- Malhotra. (2004). *Investigación de mercados*. México: Pearson Education. 4ta. Edición.

- Ministerio de Turismo. (s.f.). Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/>
- Porter, M. (1987). *Ventaja Competitiva*. México: 2da. Edición. Secsa.
- Porter, M. (1994). *Ventaja Competitiva*. México: Ed. Continental. 10ma. Edición.
- Proecuador. (2012). *Ecuador cuenta con calendario hasta el 2015*. Recuperado el 13 de junio de 2012 de <http://www.proecuador.gob.ec/2012/05/09/ecuador-cuenta-con-calendario-de-feriados-hasta-el-2015>
- Ross, S. (2000). *Finanzas Corporativas*. México: Ed. McGraw Hill. 5ta. Edición.
- Stanton, W. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw Hill. 14va. Edición.
- Walter Boyd Mullins Larréché. (2002). *Marketing Estratégico*. Ed. McGraw Hill. 4ta. Edición.

ANEXOS

ANEXO 1

PREGUNTAS DE ENTREVISTAS

ENTREVISTA 1: Lic. Lorena Dávalos, coordinadora y docente de la escuela de hotelería y turismo en la Universidad de las Américas.

PREGUNTAS

- ¿Qué elementos son necesarios para hacer que el turismo ecuatoriano sea un atractivo irresistible para el turista?
- ¿Qué opina usted sobre las nuevas tendencias del turismo ecológico que tiene de bueno y de malo?
- ¿Qué opina sobre el turismo en el noroccidente de pichincha en general?
- ¿Existe algún beneficio gubernamental o privado específico para la creación de hosterías?
- ¿Cuál sería su recomendación para el éxito de la hostería?

ENTREVISTA 2: Sra. Andrea Jiménez, propietaria de la hostería yumbo spa and resort ubicada en la parroquia de Gualea.

PREGUNTAS

- ¿Cuántos años de trayectoria tiene la hostería yumbo-spa?
- ¿Cuántas personas trabajan en la hostería?
- ¿Cuáles son los servicios que presta la hostería y complementarios?

- ¿Qué tipo de comida ofrece a sus turistas en el restaurante?
- ¿si vende paquetes recreativos cuales son los más solicitados?
- ¿Qué tipo de turistas son los que más visitan la hostería, nacionales o extranjeros?
- ¿Cuáles son las temporadas altas y como se preparan en la hostería?
- ¿Qué cantidad de turistas llegan en temporada alta y en baja?
- ¿Por lo general cual es el tiempo de estadía de los turistas?
- ¿Recibe algún tipo de ayuda de la junta parroquial u otro tipo gubernamental?

ANEXO 2

PREGUNTAS EN EL GRUPO DE ENFOQUE

- ¿Qué opina del proyecto de la hostería?
- ¿Qué aspectos te gustan más del proyecto?
- ¿Qué nivel socio económico debe enfocar el proyecto?
- ¿Qué impacto ocasionara en la parroquia?
- ¿Cuál sería el enlace de trabajo entre los guías y la hostería?
- ¿Qué medios publicitarios son de mejor acogida para promocionar la hostería?
- ¿Qué servicio aparte de los mencionados les gustaría que se ofreciera?
- ¿su recomendación para el éxito de la hostería?

ANEXO 3

ENCUESTA PARA EL DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Agradecemos por su valiosa colaboración ya que de su información depende la investigación para la realización de este proyecto.

1. ¿Realiza actividades turísticas en feriados, vacaciones o fines de semana?

SI NO

2. ¿Cuál es el clima que le gusta?

o Frio

o Tropical

o Cálido húmedo

3. ¿Conoce usted el noroccidente de Quito, provincia de Pichincha?

SI NO

4. ¿Le gustaría conocer el sector de Pacto, ubicado al noroccidente de Quito?

SI NO

5. ¿Qué tipo de turismo prefiere de la siguiente variedad?

o Turismo Ecológico o Turismo Deportivo

o Turismo de Aventura o Agroturismo

6. De estas actividades escoja 2 que le llamen más la atención

o Molienda de caña de azúcar

o Ordeño de vacas

o Plantación de las yucas y cosecha

o Recolección de frutas

Elaboración de panela

Otros cual?.....

7. De estas actividades turísticas deportivas escoja 2 que le llamen más la atención

- | | | | |
|--|----------------------|---|----------------------|
| <input type="radio"/> Pesca deportiva | <input type="text"/> | <input type="radio"/> Nadar en el rio | <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> Cabalgata | <input type="text"/> | <input type="radio"/> Ciclismo de montaña | <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> Paseo en cuadrón | <input type="text"/> | <input type="radio"/> Otros | |
| <input type="radio"/> Cayoning | <input type="text"/> | cual?..... | |

8. En estas actividades de eco turismo escoja 2 que le llamen más la atención

- | | | | |
|---|----------------------|--|----------------------|
| <input type="radio"/> Observación de sitios | <input type="text"/> | <input type="radio"/> Observación de flora | <input type="text"/> |
| arqueológicos | <input type="text"/> | <input type="radio"/> Otros | |
| <input type="radio"/> Observación de cascadas | | cual?..... | |
| <input type="radio"/> Observación de fauna | <input type="text"/> | | |

9. ¿Qué servicios adicionales al hospedaje y alimentación le gustaría que tenga una hostería?

- | | | | |
|--|----------------------|---|----------------------|
| <input type="radio"/> Piscina | <input type="text"/> | <input type="radio"/> Almacén de artesanías | <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> Sala de juegos | <input type="text"/> | <input type="radio"/> Otros | |
| <input type="radio"/> Aire acondicionado | <input type="text"/> | cual?..... | |
| <input type="radio"/> | | | |

10. ¿Seleccione el número de personas con las que viaja frecuentemente?

- | | | | |
|--------------------------------------|----------------------|--|----------------------|
| <input type="radio"/> solo | <input type="text"/> | <input type="radio"/> 6 a 10 personas | <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> 1 a 4 personas | <input type="text"/> | <input type="radio"/> Más de 10 personas | <input type="text"/> |
| <input type="radio"/> 4 a 6 personas | <input type="text"/> | | |

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una noche de alojamiento por persona, en una cabaña ecológica en la zona de Pacto?

- o 20 – 30 Dólares
- o 30 – 40 Dólares
- o 40 – 50 Dólares
- o 50 – 60 Dólares

12. ¿Cuántos días se hospedaría si todos los días tiene diferentes actividades por hacer?

- 1^a2
- 3^a4
- 5^a8
- 8 o mas

13. ¿Qué aspectos toma en cuenta al entrar en una hostería?

- o Precio
- o Comodidad
- o Seguridad
- o Actividades a realizarse
- o Otros cual?.....

14. ¿Donde encuentra la información de su lugar de visita?

- o Internet
- o Periódico
- o Agencia de viajes
- o Amigo-familia
- o Revistas
- o Otros cual?.....

15. ¿Estaría dispuesto a ir a una hostería que le ofrezca agroturismo, turismo de deportes, ecoturismo, paquetes con las tres comidas y un excelente hospedaje?

- o Seguro que si
- o Si
- o Tal vez
- o Definitivamente no

ANEXO 4

ENCUESTA TRADUCIDA EL IDIOMA INGLES

Survey for the development of a business plan

Were thankful for your valuable collaboration. Given that with this information the investigation can be concluded to realization this project.

1. Do you go on touristic activities on weekends or holidays?
Yes No
2. What is your favorite climate?
. Cold
. Tropical
. Warm and humid
3. Do you know of the northwest of Quito, providence of Pichincha?
Yes No
4. Would you like to visit the sector of Pacto, located northwest of Quito?
Yes No
5. Which type of Truism do you prefer from the following variety?
Ecotourism Active tourism
Adventure Tourism Agro tourism
6. From all of these activities chose two that interest you the most
Milling of sugar cane and sugar Fruit gathering
Cow milking Elaboration of Panela
Planting of cassava and harvest Others
Which?
-
7. From all of these active tourism chose two that interest you the most
Recreational fishing River Swimming
Horseback riding mountain biking
Quad bike riding Others
Cayoneering Which?
-
8. In these activities of ecotourism chose two that most interests you
Archaeological site seeing flora observation
Waterfalls site seeing Others
Fauna observation Which?
-
9. What additional amenities would you like a hotel to have?
Swimming pool Arts and crafts market
Game room Others
Air conditioning Which?
-

10. Choose the number of people you most frequently travel with?
- | | | | |
|---------------|----------------------|----------------|----------------------|
| Alone | <input type="text"/> | 6 to 10 people | <input type="text"/> |
| 1 to 4 people | <input type="text"/> | more than 10 | <input type="text"/> |
| 4 to 6 people | <input type="text"/> | | |

11. How much would you like to pay for in an ecological cabin in Pacto for person and for a night?

20 to 30 dollars	<input type="text"/>	46 to 50 dollars	<input type="text"/>
30 to 40 dollars	<input type="text"/>	50 to 60 dollars	<input type="text"/>

12. How many days would you stay if everyday would offer a different activity?

1 to 2	<input type="text"/>	3 to 4	<input type="text"/>	5 to 8	<input type="text"/>	8 or more	<input type="text"/>
--------	----------------------	--------	----------------------	--------	----------------------	-----------	----------------------

13. What aspects do you notice when entering a hotel?

Price	<input type="text"/>	Activities to do	<input type="text"/>
Comfort	<input type="text"/>	Others	Which?

Security	<input type="text"/>
----------	----------------------

14. Where do you find the information to the places you visit?

Internet	<input type="text"/>	friends and family	<input type="text"/>
News paper	<input type="text"/>	magazines	<input type="text"/>
Travel agencies	<input type="text"/>	Others	Which?

15. Would you be willing to go to a hotel that offers Argo tourism, Active tourism, Eco tourism,

three meal plans and excellent

Certainly Yes

Yes

Maybe

Definitely No

Thank You

ANEXO 5

COSTOS

COSTO MATERIA PRIMA HOSPEDAJE				AÑO 1			AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
ITEM	CONCEPTO	UNIDAD	%	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR
1	Jabón	unitario	0,20	3.750	0,80	3.000	3.975	3.180	4.214	3.371	4.466	3.573	4.734	3.787
2	Papel higiénico	rollo	0,20	1.500	0,80	1.200	1.590	1.272	1.685	1.348	1.787	1.429	1.894	1.515
3	Detergente	funca 2kg.	0,3	240	4,80	1.152	254	1.221	270	1.294	286	1.372	308	1.454
4	Ambientadores	envases	0,20	186	3,00	558	197	591	209	627	222	665	235	704
5	Shampoo	unitario	0,1	3.750	1,00	3.750	3.975	3.975	4.214	4.214	4.466	4.466	4.734	4.734
			1,0	9.426	10,40	9.660	9.992	10.240	10.591	10.854	11.227	11.505	11.900	12.196

COSTO MATERIA PRIMA RESTAURANTE				AÑO 1			AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
ITEM	CONCEPTO	UNIDAD	%	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR
1	Gas	tanque	0,10	36	28	1.008	38	1.068	40	1.133	43	1.201	45	1.273
2	Aceite	litros	0,1	800	2,20	1.760	848	1.866	899	1.978	953	2.096	1.010	2.222
3	Arroz	quintal	0,12	23	45,00	1.035	24	1.097	26	1.163	27	1.233	29	1.307
4	Almidones	libras	0,06	850	0,30	255	901	270	955	287	1.012	304	1.073	322
5	Vegetales	libras	0,07	1200	2,00	2.400	1.272	2.544	1.348	2.697	1.429	2.858	1.515	3.030
6	Frutas	libras	0,07	2500	1,25	3.125	2.650	3.313	2.809	3.511	2.978	3.722	3.156	3.945
7	Harinas	libras	0,06	300	0,50	150	318	159	337	169	357	179	379	189
8	Aliños	gramos	0,07	550	0,25	138	583	146	618	154	655	164	694	174
9	Carnes	libras	0,1	2500	7,00	17.500	2.650	18.550	2.809	19.663	2.978	20.843	3.156	22.093
10	Mariscos	libras	0,1	2500	6,00	15.000	2.650	15.900	2.809	16.854	2.978	17.865	3.156	18.937
11	Bebidas frias	litros	0,05	2500	1,00	2.500	2.650	2.650	2.809	2.809	2.978	2.978	3.156	3.156
12	Bebidas calientes	litros	0,05	1200	1,50	1.800	1.272	1.908	1.348	2.022	1.429	2.144	1.515	2.272
13	licores	litros	0,05	800	10	8.000	848	8.480	899	8.989	953	9.528	1.010	10.100
			1,00	15.759	105	54.671	16.705	57.951	17.707	61.428	18.769	65.113	19.895	69.020

COSTO MATERIA PRIMARIA RECREACIÓN				AÑO1			AÑO2		AÑO3		AÑO4		AÑO5	
ITEM	CONCEPTO	UNIDAD	%	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR
1	Bebidas frias	litros	0,40	3200	0,80	2.560	3.392	2.714	3.596	2.876	3.811	3.049	4.040	3.232
2	Repelente	unitarios	0,30	1100	45	4.950	1.166	5.247	1.236	5.562	1.310	5.886	1.389	6.249
3	Ponchos de agua	unidades	0,15	50	50	250	53	265	56	281	60	298	63	316
5	Caracola de pesca	gramos	0,15	850	1,0	850	901	901	955	955	1.012	1.012	1.073	1.073
			1,00	5.200	11,3	8.610	5.512	9.127	5.843	9.674	6.193	10.255	6.565	10.870

NOMINA PERSONAL DE PLANTA													
ITEM	CONCEPTO	SALARIO MES	CANTIDAD	ANUAL	13er.	14to.	IESS	F.R.	1er.	2do.	3ro	4to.	5to.
1	Chef o jefe de cocina	850	1	10.200	850	292	1.239	850	13.431	13.431	13.431	13.431	13.431
2	Recepcionista	550	1	6.600	550	292	802	550	8.794	8.794	8.794	8.794	8.794
2	Guias turisticos	500	3	18.000	1.500	876	2.187	1.500	24.063	24.063	24.063	24.063	24.063
3	Ayudantes de cocina	292	3	10.512	876	876	1.277	876	14.417	14.417	14.417	14.417	14.417
4	Meseros	292	2	7.008	584	528	851	584	9.555	9.555	9.555	9.555	9.555
5	Camarero	292	1	3.504	292	292	426	292	4.806	4.806	4.806	4.806	4.806
6	Cajero	292	1	3.504	292	292	426	292	4.806	4.806	4.806	4.806	4.806
7	Jardinero	292	1	3.504	292	292	426	292	4.806	4.806	4.806	4.806	4.806
	TOTAL	3.360	13	62.832	5.236	3.740	7.634	5.236	84.678	84.678	84.678	84.678	84.678

COSTO PUBLICIDAD				
Especificación	Cantidad Mensual	cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual
Trípticos	450	5400	0,05	\$ 284
Anuncios en prensa escrita	5	60	15,12	\$ 907
Tarjetas de presentación	200	2400	0,07	\$ 170
Flyres	400	4800	0,12	\$ 567
Vallas publicitarias	4	48	47,25	\$ 2.268
Objetos promocionales				\$ 454
Diseño página Web				\$ 1.000
Total Anual				\$ 5.670

Especificación	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trípticos	\$ 284	\$ 301	\$ 319	\$ 338	\$ 358
Anuncios en prensa escrita	\$ 907	\$ 962	\$ 1.019	\$ 1.080	\$ 1.145
Tarjetas de presentación	\$ 170	\$ 180	\$ 191	\$ 203	\$ 215
Flyres	\$ 567	\$ 601	\$ 637	\$ 675	\$ 716
Vallas publicitarias	\$ 2.268	\$ 2.404	\$ 2.548	\$ 2.701	\$ 2.863
Objetos promocionales	\$ 454	\$ 481	\$ 510	\$ 540	\$ 573
Diseño página Web	\$ 1.000	\$ 1.060	\$ 1.124	\$ 1.191	\$ 1.263
Total Costo Publicidad	\$ 5.670	\$ 6.010	\$ 6.371	\$ 6.753	\$ 7.158

COSTOS ANUALES - VALORACIÓN											
ÍTEM	CONCEPTO	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
		CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR	CANTIDAD	VALOR
1	Hospedaje	9.426	9.660	9.992	10.240	10.591	10.854	11.227	11.505	11.900	12.196
2	Restaurante	15.759	54.671	16.705	57.951	17.707	61.428	18.769	65.113	19.895	69.020
3	Recreación	5.200	8.610	5.512	9.127	5.843	9.674	6.193	10.255	6.565	10.870
	SUBTOTAL M.P.	30.385	72.941	32.208	77.317	34.141	81.956	36.189	86.873	38.360	92.086
1	Salarios		84.678		84.678		84.678		84.678		84.678
	SUBTOTAL M.O.D.		84.678		84.678		84.678		84.678		84.678
1	Mantenimiento		3.000		3.180		3.371		3.573		3.787
2	Combustible		600		636		674		715		757
3	Publicidad		5.670		6.010		6.371		6.753		7.158
4	Reposición blancos		350		371		393		417		442
5	Reposición vajilla		350		371		393		417		442
	SUBTOTAL OTROS		9.970		10.568		11.202		11.874		12.587
	TOTAL		167.589		172.563		177.836		183.426		189.351

ANEXO 6

GASTOS

GASTOS GENERALES ANUALES						
ÍTEM	CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Sueldos	63.554	63.554	63.554	63.554	63.554
2	Capacitación	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000
3	Útiles de limpieza	2.820	2.820	2.820	2.820	2.820
4	Servicios básicos	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200
5	Útiles de oficina	2.160	2.160	2.160	2.160	2.160
6	Guardianía	4.320	4.320	4.320	4.320	4.320
7	Patente municipal, aporte Súper. Cías.	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
	TOTAL	83.054	83.054	83.054	83.054	83.054

ANEXO 7

ESTRUCTURA DE MAXIMIZACIÓN DE COSTOS

ESTRUCTURA DE MAXIMIZACIÓN DE COSTOS								
	q	CF	CV	CT	CFMe	CVMe	CTMe	CTMg
1	14.746	83.054	-	83.054	5,63	0,00	5,63	
2	30.385	83.054	167.589	250.643	2,73	5,52	8,25	167.589
3	32.208	83.054	172.563	255.617	2,58	5,36	7,94	4.975
4	34.141	83.054	177.836	260.891	2,43	5,21	7,64	5.273
5	36.189	83.054	183.426	266.480	2,30	5,07	7,36	5.589
6	38.360	83.054	189.351	272.405	2,17	4,94	7,10	5.925

ANEXO 8

PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO					
	1ro.	2do.	3ro.	4to.	5to.
$U = pq - vq - F$					
$q = F/p - v$					
P=	34	34	34	34	34
v=	6,09	5,90	5,72	5,46	5,28
F=	83.054	83.054	83.054	83.054	83.054
q=	2.978	2.958	2.939	2.912	2.894
Ventas mínimas	2.978	2.958	2.939	2.912	2.894
DÓLARES	101.193	100.507	99.869	98.958	98.342

ANEXO 9

PROFORMA DE INVERSIONES

ÍTEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR
1	Terreno	30000	1,20	36.000
2	Construcción e instalaciones	1	75.850	75.850
Área de restaurante				
3	Cocina industrial	1	650	650
4	Refrigerador congelador	1	1.250	1.250
5	Plancha freidora	1	450	450
6	Licuada Industrial	1	220	220
7	Extractor de olores	1	845	845
8	Mesa de acero inoxidable	3	650	1.950
9	Horno	1	1.570	1.570
10	Lavadero de vajilla	1	750	750
11	Maquina cafetera	1	1.890	1.890
Área de alojamiento				
12	Aspiradora	2	850	1.700
13	Lavadora y secadora	1	1.350	1.350
Área de recreación				
14	Bicicletas trek cuadro medio	10	490	4.899
15	Vehículo	1	33.544	33.544
TOTAL				162.918

área de hospedaje				
muebleria habitaciones				
item	concepto	cantidad	costo unitari	valor
1	camas 2 ½ plazas	3	\$ 310,00	\$ 930,00
2	camas 2 plazas	8	\$ 170,00	\$ 1.360,00
3	camas 1½ plazas	30	\$ 170,00	\$ 5.100,00
4	veladores	67	\$ 65,00	\$ 4.355,00
5	mesas de noche	26	\$ 85,00	\$ 2.210,00
6	colchones	41	\$ 140,00	\$ 5.740,00
7	cuadros	52	\$ 50,00	\$ 2.600,00
			total	\$ 22.295,00

área restaurante				
muebleria restaurante				
item	concepto	cantidad	costo unitari	valor
1	mesas 4 personas	9	\$ 150,00	\$ 1.350,00
2	mesas 8 personas	3	\$ 250,00	\$ 750,00
3	sillas 4 personas	18	\$ 100,00	\$ 1.800,00
4	sillas 8 personas	6	\$ 150,00	\$ 900,00
5	taburetes de bar	8	\$ 150,00	\$ 1.200,00
			total	\$ 6.000,00

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA				
ÍTEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	VALOR
1	Mueblería hospedaje	1	22.295	22.295
2	Mueblería restaurante	1	6.000	6.000
3	Escritorio	7	450	3.150
4	Sillas	19	150	2.850
5	Sillones	4	550	2.200
6	Archivador	4	250	1.000
7	Impresora	5	350	1.750
8	Computador	8	900	7.200
9	Pantallas táctiles	2	450	900
	TOTAL			19.050

ANEXO 10

CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO					
ÍTEM	CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNIT.	TOTAL	C. TRABAJO
1	Materia prima hospedaje			9.660	1.610
2	Materia prima restaurante			54.671	9.112
3	Materia prima recreación			8.610	1.435
4	Vajilla	475	15	7.125	7.125
5	Blancos	325	22	7.150	7.150
6	Herramientas de cocina			3.600	3.600
7	Combustible			50	100
8	Útiles de oficina			180	360
9	Útiles de limpieza			235	470
10	Servicios Básicos			350	700
11	Remuneraciones	12.353		12.353	24.705
12	Imprevistos 2%			374	748
	TOTAL			104.357	57.115

ANEXO 11

Área de alojamiento					
				Días del año	200
Cabañas	Cantidad	Cant. Personas	Cap. Max. año	Cap. al 40%	
2 personas	3	6	1200	480	
4 personas	3	12	2400	960	
6 personas	3	18	3600	1440	
8 personas	2	16	3200	1280	
TOTAL	11	52	10400	4160	total clientes al año en ocupacion del 40%

Área de restaurante				
	Cant. Personas	Cap. Max. año	Cap. al 50%	
Restaurante	60	12000	6000	
Bar	8	1600	800	
TOTAL	68	13600	6800	total clientes al año en ocupacion al 50%

Área de recreacion					
		Cant. personas	Cap. Max. año	Cap al 40%	
36%	Ecologico	19	3744	1498	
42%	Aventura	22	4368	1747	
13%	Deportivo	7	1352	541	
	TOTAL	47,32	9464	3786	total clientes al año en ocupacion al 40%

Los porcentajes para la área de recreación, se tomaron del capítulo de investigación de mercados, según la aceptación por paquete (ecológico, aventura, deportivo)

PROFORMA DE INGRESOS

INGRESOS ANUALES PARA FLUJO DE CAJA DE VALORACIÓN						
ÍTEM	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Cantidad	4.160	4.410	4.674	4.955	5.252
	Precio	45	45	45	45	45
P. 1	Subtotal	187.200	198.432	210.338	222.958	236.336
2	Cantidad	6.800	7.208	7.640	8.099	8.585
	Precio	25	25	25	25	25
P. 2	Subtotal	170.000	180.200	191.012	202.473	214.621
3	Cantidad	3.786	4.013	4.254	4.509	4.779
	Precio	38	38	38	38	38
P. 3	Subtotal	143.853	152.484	161.633	171.331	181.611
	TOTAL	501.053	531.116	562.983	596.762	632.568
	PRECIO UNITARIO PROMEDIO				34	

COSTO DE OPORTUNIDAD

Costo de oportunidad
$r = r_f + \beta(r_m - r_f) + r_p$

r _f	3,32
β	1,04
(r _m -r _f)	6,92
r _p	7,67
r	18,19%

ANEXO 12

FLUJOS DE CAJA SIN APALANCAMIENTO FINANCIERO

FLUJO DE CAJA NORMAL						
CONCEPTO	Año 0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		501.053	531.116	562.983	596.762	632.568
TOTAL INGRESOS		501.053	531.116	562.983	596.762	632.568
EGRESOS						
Costos		167.589	172.563	177.836	183.426	189.351
Gastos generales		83.054	83.054	83.054	83.054	83.054
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
TOTAL EGRESOS		268.125	273.099	278.372	280.679	286.603
UTILIDAD BRUTA		232.928	258.017	284.610	316.083	345.964
15% Trabajadores		34.939	38.702	42.692	47.412	51.895
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		197.989	219.314	241.919	268.671	294.070
25% Impuesto a la renta		49.497	54.829	60.480	67.168	73.517
UTILIDAD NETA		148.492	164.486	181.439	201.503	220.552
Inversión	(184.643)					
Capital de trabajo	(57.115)					
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
Valor de desecho						160.915
FLUJO NETO DE CAJA	(241.758)	165.974	181.968	198.921	215.702	395.665

VAN	\$ 365.173
TIR	73,9%

FLUJO DE CAJA OPTIMISTA						
CONCEPTO	Año 0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		551.158	606.274	666.901	733.591	806.951
TOTAL INGRESOS		551.158	606.274	666.901	733.591	806.951
EGRESOS						
Costos		175.880	181.790	188.100	194.836	202.029
Gastos generales		83.054	83.054	83.054	83.054	83.054
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
TOTAL EGRESOS		276.416	282.327	288.636	292.089	299.282
UTILIDAD BRUTA		274.742	323.947	378.265	441.503	507.669
15% Trabajadores		41.211	48.592	56.740	66.225	76.150
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		233.531	275.355	321.526	375.277	431.518
25% Impuesto a la renta		58.383	68.839	80.381	93.819	107.880
UTILIDAD NETA		175.148	206.516	241.144	281.458	323.639
Inversión	(184.643)					
Capital de trabajo	(57.115)					
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
Valor de desecho						160.915
FLUJO NETO DE CAJA	(241.758)	192.630	223.998	258.626	295.657	498.752

VAN	\$512.818
TIR	90,8%

FLUJO DE CAJA PESIMISTA						
CONCEPTO	Año 0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		450.948	478.004	506.685	537.086	569.311
TOTAL INGRESOS		450.948	478.004	506.685	537.086	569.311
EGRESOS						
Costos		159.298	163.775	168.521	173.551	178.883
Gastos generales		83.054	83.054	83.054	83.054	83.054
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
TOTAL EGRESOS		259.834	264.311	269.057	270.804	276.136
UTILIDAD BRUTA		191.114	213.694	237.628	266.282	293.175
15% Trabajadores		28.667	32.054	35.644	39.942	43.976
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		162.447	181.640	201.984	226.340	249.198
25% Impuesto a la renta		40.612	45.410	50.496	56.585	62.300
UTILIDAD NETA		121.835	136.230	151.488	169.755	186.899
Inversión	(184.643)					
Capital de trabajo	(57.115)					
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
Valor de desecho						160.915
FLUJO NETO DE CAJA	(241.758)	139.317	153.712	168.970	183.953	362.012

VAN	\$287.506
TIR	62,5%

ANEXO 13

FLUJOS DE CAJA CON APALANCAMIENTO FINANCIERO

FLUJO DE CAJA NORMAL APALANCADO						
CONCEPTO	Año 0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		501.053	531.116	562.983	596.762	632.568
TOTAL INGRESOS		501.053	531.116	562.983	596.762	632.568
EGRESOS						
Costos		167.589	172.563	177.836	183.426	189.351
Gastos generales		83.054	83.054	83.054	83.054	83.054
Intereses		12.968	10.762	8.304	5.563	2.507
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
TOTAL EGRESOS		281.093	283.327	286.141	285.706	288.576
UTILIDAD BRUTA		219.960	247.789	276.842	311.056	343.992
15% Trabajadores		32.994	37.168	41.526	46.658	51.599
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		186.966	210.621	235.316	264.397	292.393
25% Impuesto a la renta		46.741	52.655	58.829	66.099	73.098
UTILIDAD NETA		140.224	157.966	176.487	198.298	219.295
Inversión	(184.643)					
Capital de trabajo	(57.115)					
Préstamo	120.879					
Pago de la deuda		(19.228)	(21.434)	(23.893)	(26.634)	(29.689)
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
Valor de desecho						160.915
FLUJO NETO DE CAJA	(120.879)	138.478	154.013	170.076	185.863	364.719

TIR	124,6%
-----	--------

FLUJO DE CAJA OPTIMISTA APALANCADO						
CONCEPTO	Año 0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		551.158	606.274	666.901	733.591	806.951
TOTAL INGRESOS		551.158	606.274	666.901	733.591	806.951
EGRESOS						
Costos		175.880	181.790	188.100	194.836	202.029
Gastos generales		83.054	83.054	83.054	83.054	83.054
Intereses		12.968	10.762	8.304	5.563	2.507
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
TOTAL EGRESOS		289.384	293.089	296.939	297.651	301.789
UTILIDAD BRUTA		261.774	313.185	369.962	435.940	505.161
15% Trabajadores		39.266	46.978	55.494	65.391	75.774
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		222.508	266.207	314.468	370.549	429.387
25% Impuesto a la renta		55.627	66.552	78.617	92.637	107.347
UTILIDAD NETA		166.881	199.655	235.851	277.912	322.040
Inversión	(184.643)					
Capital de trabajo	(57.115)					
Préstamo	120.879					
Pago de la deuda		(19.228)	(21.434)	(23.893)	(26.634)	(29.689)
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
Valor de desecho						160.915
FLUJO NETO DE CAJA	(120.879)	165.134	195.703	229.440	265.476	467.464

TIR	153%
-----	------

FLUJO DE CAJA PESIMISTA APALANCADO						
CONCEPTO	Año 0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ventas		450.948	478.004	506.685	537.086	569.311
TOTAL INGRESOS		450.948	478.004	506.685	537.086	569.311
EGRESOS						
Costos		159.298	163.775	168.521	173.551	178.883
Gastos generales		83.054	83.054	83.054	83.054	83.054
Intereses		(12.968)	(10.762)	(8.304)	(5.563)	(2.507)
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
TOTAL EGRESOS		246.331	253.013	260.218	264.706	273.094
UTILIDAD BRUTA		204.617	224.991	246.467	272.380	296.217
15% Trabajadores		30.693	33.749	36.970	40.857	44.433
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		173.924	191.242	209.497	231.523	251.785
25% Impuesto a la renta		43.481	47.811	52.374	57.881	62.946
UTILIDAD NETA		130.443	143.432	157.122	173.642	188.838
Inversión	(184.643)					
Capital de trabajo	(57.115)					
Préstamo	120.879					
Pago de la deuda		(19.228)	(21.434)	(23.893)	(26.634)	(29.689)
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
Valor de desecho						160.915
FLUJO NETO DE CAJA	(120.879)	128.697	139.479	150.711	161.207	334.263

TIR	114%
-----	------

VAN DE LA DEUDA

FLUJO DE CAJA NORMAL DE LA DEUDA						
CONCEPTO	Año 0	1	2	3	4	5
Intereses		(12.968)	(10.762)	(8.304)	(5.563)	(2.507)
36,25% impuestos		4.701	3.901	3.010	2.016	909
Interés neto		(8.267)	(6.861)	(5.294)	(3.546)	(1.599)
Préstamo	120.879					
Pago de la deuda		(19.228)	(21.434)	(23.893)	(26.634)	(29.689)
Flujo neto de la deuda	120.879	(27.496)	(28.295)	(29.187)	(30.180)	(31.288)

TD 11,15%

VANd 12.386

VANa= VANp +VANd

VANp= 365.173

VANa= 377.560

ANEXO 14

ANÁLISIS DEL RIESGO PARA EL PRIMER AÑO

X	Probabilidad	Flujo de caja			
	Px	Ax	Px*Ax	Ax - $\hat{A}x$	Ax - $\hat{A}x$)²*Px
1	0	192.630	38.526	23.991	115.112.795
2	1	165.974	116.182	(2.666)	4.974.010
3	0	139.317	13.932	(29.322)	<u>85.979.310</u>
		$\hat{A}x =$	168.639	Varianza	206.066.115
				σ	14.355
				S	0,09

ANEXO 15

ANÁLISIS DE RIESGO CON LA VARIABLE VAN

RIESGO VAN

X	Probabilidad	Flujo de caja			
	Px	Ax	Px*Ax	Ax - <u>Ax</u>	Ax-<u>Ax</u>)²*Px
1	0	512.818	102.564	125.882	3.169.275.790
2	1	365.173	255.621	(21.762)	331.513.403
3	0	287.506	28.751	(99.430)	<u>988.629.478</u>
		<u>Ax =</u>	386.936	Varianza	4.489.418.671
				DS	67.003
				S	0,17

ANEXO 16

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

FLUJO DE CAJA SENSIBILIDAD A LA CANTIDAD						
CONCEPTO	Año 0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Cantidad		2.528	2.679	2.840	3.011	3.191
Precio		45	45	45	45	45
Subtotal		113.748	120.573	127.807	135.475	143.604
Cantidad		4.132	4.380	4.643	4.921	5.216
Precio		25	25	25	25	25
Subtotal		103.297	109.494	116.064	123.028	130.410
Cantidad		2.300	2.438	2.585	2.740	2.904
Precio		38	38	38	38	38
Subtotal		87.409	92.653	98.213	104.105	110.352
TOTAL INGRESOS		304.453	322.720	342.084	362.609	384.365
EGRESOS						
Costos		167.589	172.563	177.836	183.426	189.351
Gastos generales		83.054	83.054	83.054	83.054	83.054
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
TOTAL EGRESOS		268.125	273.099	278.372	280.679	286.603
UTILIDAD BRUTA		36.328	49.621	63.711	81.930	97.762
15% Trabajadores		5.449	7.443	9.557	12.289	14.664
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS		30.879	42.178	54.154	69.640	83.097
25% Impuesto a la renta		7.720	10.544	13.539	17.410	20.774
UTILIDAD NETA		23.159	31.633	40.616	52.230	62.323
Inversión	(184.643)					
Capital de trabajo	(57.115)					
Depreciaciones		16.947	16.947	16.947	13.664	13.664
Amortizaciones		535	535	535	535	535
Valor de desecho						160.915
FLUJO NETO DE CAJA	(241.758)	40.641	49.115	58.098	66.429	237.436

TD 18,19%

VAN (\$ 0)

TIR 18,19%

SUPUESTOS:

1. Disminución en la cantidad de ventas en un 40% del escenario normal desapalancado

ANEXO 17

PROFORMA DE BALANCE GENERAL

BALANCE GENERAL (APALANCADO) ESCENARIO NORMAL

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
---------	-------	-------	-------	-------	-------

Activo disponible

Caja /Bancos	\$ 138.477,90	\$ 154.013,31	\$ 170.075,58	\$ 185.862,60	\$ 364.718,84
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Activo fijo

Terreno	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00
Construcción e instalaciones	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00
Maquinaria y equipo	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00
Muebles	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00
Equipos de oficina	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	0	0
Programas de informática	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Dep. Acum. Construcción e inst.	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)
Dep. Acum. Maquinaria y equipo	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)
Dep. Acum. Muebles	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)
Dep. Acum. Equipos de oficina	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	0	0
Amortizaciones	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)

TOTAL ACTIVOS	\$ 329.529,46	\$ 345.064,88	\$ 361.127,14	\$ 370.347,50	\$ 549.203,74
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

PASIVO

Préstamo a largo plazo	\$ 101.650,39	\$ 80.216,14	\$ 56.323,09	\$ 29.689,18	\$ 0,00
------------------------	---------------	--------------	--------------	--------------	---------

PATRIMONIO

Capital Social	\$ 87.654,63	\$ 107.224,18	\$ 128.658,43	\$ 142.701,47	\$ 330.250,11
Utilidad del Ejercicio	\$ 140.224,44	\$ 157.624,56	\$ 176.145,63	\$ 197.956,85	\$ 218.953,62

TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$ 329.529,46	\$ 345.064,88	\$ 361.127,14	\$ 370.347,50	\$ 549.203,74
---------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

BALANCE GENERAL (APALANCADO) ESCENARIO OPTIMISTA

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Activo disponible

Caja /Bancos	\$ 165.134,47	\$ 195.703,09	\$ 229.439,56	\$ 265.476,48	\$ 467.464,37
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Activo fijo

Terreno	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00
Construcción e instalaciones	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00
Maquinaria y equipo	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00
Muebles	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00
Equipos de oficina	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	0	0
Programas de informática	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Dep. Acum. Construcción e inst.	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)
Dep. Acum. Maquinaria y equipo	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)
Dep. Acum. Muebles	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)
Dep. Acum. Equipos de oficina	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	0	0
Amortizaciones	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)

TOTAL ACTIVOS	\$ 356.186,03	\$ 386.754,65	\$ 420.491,13	\$ 449.961,38	\$ 651.949,27
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

PASIVO

Préstamo a largo plazo	\$ 101.650,39	\$ 80.216,14	\$ 56.323,09	\$ 29.689,18	\$ 0,00
------------------------	---------------	--------------	--------------	--------------	---------

PATRIMONIO

Capital Social	\$ 87.654,63	\$ 106.883,11	\$ 128.317,36	\$ 142.360,41	\$ 329.909,05
Utilidad del Ejercicio	\$ 166.881,01	\$ 199.655,40	\$ 235.850,68	\$ 277.911,79	\$ 322.040,22

TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$ 356.186,03	\$ 386.754,65	\$ 420.491,13	\$ 449.961,38	\$ 651.949,27
---------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

BALANCE GENERAL (APALANCADO) ESCENARIO PESIMISTA

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Activo disponible

Caja /Bancos	\$ 128.696,80	\$ 139.479,40	\$ 150.711,34	\$ 161.206,69	\$ 334.262,55
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Activo fijo

Terreno	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00
Construcción e instalaciones	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00
Maquinaria y equipo	\$ 6.312,50	\$ 6.312,50	\$ 6.312,50	\$ 6.312,50	\$ 6.312,50
Muebles	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00
Equipos de oficina	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	0	0
Programas de informática	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Dep. Acum. Construcción e inst.	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)
Dep. Acum. Maquinaria y equipo	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)
Dep. Acum. Muebles	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)
Dep. Acum. Equipos de oficina	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	0	0
Amortizaciones	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)

TOTAL ACTIVOS	\$ 274.992,87	\$ 285.775,47	\$ 297.007,41	\$ 300.936,09	\$ 473.991,95
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

PASIVO

Préstamo a largo plazo	\$ 101.650,39	\$ 80.216,14	\$ 56.323,09	\$ 29.689,18	\$ 0,00
------------------------	---------------	--------------	--------------	--------------	---------

PATRIMONIO

Capital Social	\$ 59.774,61	\$ 76.190,74	\$ 94.490,01	\$ 105.038,47	\$ 288.691,63
Utilidad del Ejercicio	\$ 113.567,87	\$ 129.368,60	\$ 146.194,30	\$ 166.208,44	\$ 185.300,32

TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$ 274.992,87	\$ 285.775,47	\$ 297.007,41	\$ 300.936,09	\$ 473.991,95
---------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

BALANCE GENERAL (NO APALANCADO) ESCENARIO NORMAL

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Activo disponible

Caja /Bancos	\$ 165.973,58	\$ 181.967,53	\$ 198.921,11	\$ 215.701,69	\$ 395.665,47
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Activo fijo

Terreno	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00
Construcción e instalaciones	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00
Maquinaria y equipo	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00
Muebles	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00
Equipos de oficina	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	0	0
Programas de informática	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Dep. Acum. Construcción e inst.	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)
Dep. Acum. Maquinaria y equipo	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)
Dep. Acum. Muebles	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)
Dep. Acum. Equipos de oficina	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	0	0
Amortizaciones	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)

TOTAL ACTIVOS	\$ 357.025,15	\$ 373.019,09	\$ 389.972,67	\$ 400.186,59	\$ 580.150,37
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

PASIVO

Préstamo a largo plazo	0	0	0	0	0
------------------------	---	---	---	---	---

PATRIMONIO

Capital Social	\$ 208.533,50	\$ 208.533,50	\$ 208.533,50	\$ 198.683,50	\$ 359.598,23
Utilidad del Ejercicio	\$ 148.491,65	\$ 164.485,59	\$ 181.439,17	\$ 201.503,09	\$ 220.552,13

TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$ 357.025,15	\$ 373.019,09	\$ 389.972,67	\$ 400.186,59	\$ 580.150,37
---------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

BALANCE GENERAL (NO APALANCADO) ESCENARIO OPTIMISTA

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Activo disponible

Caja /Bancos	\$ 192.630,16	\$ 223.998,36	\$ 258.626,15	\$ 295.656,64	\$ 498.752,06
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Activo fijo

Terreno	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00
Construcción e instalaciones	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00
Maquinaria y equipo	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00
Muebles	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00
Equipos de oficina	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	0	0
Programas de informática	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Dep. Acum. Construcción e inst.	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)
Dep. Acum. Maquinaria y equipo	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)
Dep. Acum. Muebles	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)
Dep. Acum. Equipos de oficina	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	0	0
Amortizaciones	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)

TOTAL ACTIVOS	\$ 383.681,72	\$ 415.049,93	\$ 449.677,72	\$ 480.141,54	\$ 683.236,96
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

PASIVO

Préstamo a largo plazo	0	0	0	0	0
------------------------	---	---	---	---	---

PATRIMONIO

Capital Social	\$ 208.533,50	\$ 208.533,50	\$ 208.533,50	\$ 198.683,50	\$ 359.598,23
Utilidad del Ejercicio	\$ 175.148,22	\$ 206.516,43	\$ 241.144,22	\$ 281.458,04	\$ 323.638,73

TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$ 383.681,72	\$ 415.049,93	\$ 449.677,72	\$ 480.141,54	\$ 683.236,96
---------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

BALANCE GENERAL (NO APALANCADO) ESCENARIO PESIMISTA

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
----------------	--------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Activo disponible

Caja /Bancos	\$ 139.317,01	\$ 153.711,56	\$ 168.969,78	\$ 183.953,29	\$ 362.012,16
--------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Activo fijo

Terreno	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00	\$ 36.000,00
Construcción e instalaciones	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00	\$ 75.850,00
Maquinaria y equipo	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00	\$ 51.068,00
Muebles	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00	\$ 37.495,00
Equipos de oficina	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	\$ 9.850,00	0	0
Programas de informática	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Dep. Acum. Construcción e inst.	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)	\$ (3.792,50)
Dep. Acum. Maquinaria y equipo	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)	\$ (8.951,10)
Dep. Acum. Muebles	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)	\$ (3.749,50)
Dep. Acum. Equipos de oficina	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	\$ (3.283,33)	0	0
Amortizaciones	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)	\$ (535,00)

TOTAL ACTIVOS	\$ 330.368,58	\$ 344.763,13	\$ 360.021,35	\$ 368.438,19	\$ 546.497,06
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

PASIVO

Préstamo a largo plazo	0	0	0	0	0
------------------------	---	---	---	---	---

PATRIMONIO

Capital Social	\$ 208.533,50	\$ 208.533,50	\$ 208.533,50	\$ 198.683,50	\$ 359.598,23
Utilidad del Ejercicio	\$ 121.835,08	\$ 136.229,63	\$ 151.487,85	\$ 169.754,69	\$ 186.898,83

TOTAL PASIVO +PATRIMONIO	\$ 330.368,58	\$ 344.763,13	\$ 360.021,35	\$ 368.438,19	\$ 546.497,06
---------------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

ANEXO 18

ESTADO DE RESULTADOS

HOSTERÍA LA MOLIENDA ESTADO DE RESULTADOS -NO APALANCADO - (ESCENARIO OPTIMISTA) VALORADO EN USD						
	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 551.158,08	\$ 606.273,89	\$ 666.901,28	\$ 733.591,40	\$ 806.950,54
(-)Costo de ventas		\$ 175.879,64	\$ 181.790,41	\$ 188.099,70	\$ 194.835,80	\$ 202.029,14
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 375.278,44	\$ 424.483,48	\$ 478.801,58	\$ 538.755,61	\$ 604.921,40
(-)Gastos generales		\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20
(-)Intereses Bancarios		0	0	0	0	0
(-)Depreciaciones		\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 13.663,60	\$ 13.663,60
(-)Amortizaciones		\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00
Total gastos		\$ 100.536,13	\$ 100.536,13	\$ 100.536,13	\$ 97.252,80	\$ 97.252,80
Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores		\$ 274.742,31	\$ 323.947,34	\$ 378.265,45	\$ 441.502,81	\$ 507.668,60
(-) 15% participación trabajadores		\$ 41.211,35	\$ 48.592,10	\$ 56.739,82	\$ 66.225,42	\$ 76.150,29
Utilidad antes de impuestos		\$ 233.530,96	\$ 275.355,24	\$ 321.525,63	\$ 375.277,39	\$ 431.518,31
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 58.382,74	\$ 68.838,81	\$ 80.381,41	\$ 93.819,35	\$ 107.879,58
UTILIDAD NETA		\$ 175.148,22	\$ 206.516,43	\$ 241.144,22	\$ 281.458,04	\$ 323.638,73
Política de reinversión (45%)		\$ 78.816,70	\$ 92.932,39	\$ 108.514,90	\$ 126.656,12	\$ 145.637,43
Dividendos		\$ 96.331,52	\$ 113.584,04	\$ 132.629,32	\$ 154.801,92	\$ 178.001,30

HOSTERÍA LA MOLIENDA
ESTADO DE RESULTADOS - NO APALANCADO - (ESCENARIO NORMAL)
VALORADO EN USD

	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 501.052,80	\$ 531.115,97	\$ 562.982,93	\$ 596.761,90	\$ 632.567,62
(-)Costo de ventas		\$ 167.588,59	\$ 172.563,22	\$ 177.836,33	\$ 183.425,82	\$ 189.350,68
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 333.464,21	\$ 358.552,75	\$ 385.146,60	\$ 413.336,08	\$ 443.216,93
(-)Gastos generales		\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20
(-)Intereses Bancarios		0	0	0	0	0
(-)Depreciaciones		\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 13.663,60	\$ 13.663,60
(-)Amortizaciones		\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00
Total gastos		\$ 100.536,13	\$ 100.536,13	\$ 100.536,13	\$ 97.252,80	\$ 97.252,80
Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores		\$ 232.928,08	\$ 258.016,62	\$ 284.610,47	\$ 316.083,28	\$ 345.964,13
(-) 15% participación trabajadores		\$ 34.939,21	\$ 38.702,49	\$ 42.691,57	\$ 47.412,49	\$ 51.894,62
Utilidad antes de impuestos		\$ 197.988,87	\$ 219.314,12	\$ 241.918,90	\$ 268.670,79	\$ 294.069,51
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 49.497,22	\$ 54.828,53	\$ 60.479,72	\$ 67.167,70	\$ 73.517,38
UTILIDAD NETA		\$ 148.491,65	\$ 164.485,59	\$ 181.439,17	\$ 201.503,09	\$ 220.552,13
Política de reinversión (45%)		\$ 66.821,24	\$ 74.018,52	\$ 81.647,63	\$ 90.676,39	\$ 99.248,46
Dividendos		\$ 81.670,41	\$ 90.467,08	\$ 99.791,54	\$ 110.826,70	\$ 121.303,67

HOSTERÍA LA MOLIENDA
ESTADO DE RESULTADOS -NO APALANCADO - (ESCENARIO PESIMISTA)
VALORADO EN USD

	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 450.947,52	\$ 478.004,37	\$ 506.684,63	\$ 537.085,71	\$ 569.310,85
(-)Costo de ventas		\$ 159.297,54	\$ 163.774,71	\$ 168.520,50	\$ 173.551,05	\$ 178.883,42
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 291.649,98	\$ 314.229,67	\$ 338.164,13	\$ 363.534,66	\$ 390.427,43
(-)Gastos generales		\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20
(-)Intereses Bancarios		0	0	0	0	0
(-)Depreciaciones		\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 13.663,60	\$ 13.663,60
(-)Amortizaciones		\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00
Total gastos		\$ 100.536,13	\$ 100.536,13	\$ 100.536,13	\$ 97.252,80	\$ 97.252,80
Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores		\$ 191.113,85	\$ 213.693,53	\$ 237.628,00	\$ 266.281,86	\$ 293.174,63
(-) 15% participación trabajadores		\$ 28.667,08	\$ 32.054,03	\$ 35.644,20	\$ 39.942,28	\$ 43.976,19
Utilidad antes de impuestos		\$ 162.446,77	\$ 181.639,50	\$ 201.983,80	\$ 226.339,58	\$ 249.198,44
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 40.611,69	\$ 45.409,88	\$ 50.495,95	\$ 56.584,90	\$ 62.299,61
UTILIDAD NETA		\$ 121.835,08	\$ 136.229,63	\$ 151.487,85	\$ 169.754,69	\$ 186.898,83
Política de reinversión (45%)		\$ 54.825,79	\$ 61.303,33	\$ 68.169,53	\$ 76.389,61	\$ 84.104,47
Dividendos		\$ 67.009,29	\$ 74.926,29	\$ 83.318,32	\$ 93.365,08	\$ 102.794,35

HOSTERÍA LA MOLIENDA ESTADO DE RESULTADOS - APALANCADO - (ESCENARIO OPTIMISTA) VALORADO EN USD						
	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 551.158,08	\$ 606.273,89	\$ 666.901,28	\$ 733.591,40	\$ 806.950,54
(-)Costo de ventas		\$ 175.879,64	\$ 181.790,41	\$ 188.099,70	\$ 194.835,80	\$ 202.029,14
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 375.278,44	\$ 424.483,48	\$ 478.801,58	\$ 538.755,61	\$ 604.921,40
(-)Gastos generales		\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20
(-)Intereses Bancarios		\$ 12.968,17	\$ 10.762,40	\$ 8.303,60	\$ 5.562,74	\$ 2.507,47
(-)Depreciaciones		\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 13.663,60	\$ 13.663,60
(-)Amortizaciones		\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00
Total gastos		\$ 113.504,30	\$ 111.298,53	\$ 108.839,73	\$ 102.815,54	\$ 99.760,27
Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores		\$ 261.774,14	\$ 313.184,94	\$ 369.961,85	\$ 435.940,07	\$ 505.161,13
(-) 15% participación trabajadores		\$ 39.266,12	\$ 46.977,74	\$ 55.494,28	\$ 65.391,01	\$ 75.774,17
Utilidad antes de impuestos		\$ 222.508,02	\$ 266.207,20	\$ 314.467,57	\$ 370.549,06	\$ 429.386,96
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 55.627,00	\$ 66.551,80	\$ 78.616,89	\$ 92.637,26	\$ 107.346,74
UTILIDAD NETA		\$ 166.881,01	\$ 199.655,40	\$ 235.850,68	\$ 277.911,79	\$ 322.040,22
Política de reinversión (45%)		\$ 75.096,46	\$ 89.844,93	\$ 106.132,80	\$ 125.060,31	\$ 144.918,10
Dividendos		\$ 91.784,56	\$ 109.810,47	\$ 129.717,87	\$ 152.851,49	\$ 177.122,12

HOSTERÍA LA MOLIENDA
ESTADO DE RESULTADOS - APALANCADO - (ESCENARIO NORMAL)
VALORADO EN USD

	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 501.052,80	\$ 531.115,97	\$ 562.982,93	\$ 596.761,90	\$ 632.567,62
(-)Costo de ventas		\$ 167.588,59	\$ 172.563,22	\$ 177.836,33	\$ 183.425,82	\$ 189.350,68
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 333.464,21	\$ 358.552,75	\$ 385.146,60	\$ 413.336,08	\$ 443.216,93
(-)Gastos generales		\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20
(-)Intereses Bancarios		\$ 12.968,17	\$ 10.762,40	\$ 8.303,60	\$ 5.562,74	\$ 2.507,47
(-)Depreciaciones		\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 13.663,60	\$ 13.663,60
(-)Amortizaciones		\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00
Total gastos		\$ 113.504,30	\$ 111.298,53	\$ 108.839,73	\$ 102.815,54	\$ 99.760,27
Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores		\$ 219.959,91	\$ 247.254,22	\$ 276.306,87	\$ 310.520,54	\$ 343.456,66
(-) 15% participación trabajadores		\$ 32.993,99	\$ 37.088,13	\$ 41.446,03	\$ 46.578,08	\$ 51.518,50
Utilidad antes de impuestos		\$ 186.965,92	\$ 210.166,08	\$ 234.860,84	\$ 263.942,46	\$ 291.938,16
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 46.741,48	\$ 52.541,52	\$ 58.715,21	\$ 65.985,62	\$ 72.984,54
UTILIDAD NETA		\$ 140.224,44	\$ 157.624,56	\$ 176.145,63	\$ 197.956,85	\$ 218.953,62
Política de reinversión (45%)		\$ 63.101,00	\$ 70.931,05	\$ 79.265,53	\$ 89.080,58	\$ 98.529,13
Dividendos		\$ 77.123,44	\$ 86.693,51	\$ 96.880,10	\$ 108.876,26	\$ 120.424,49

HOSTERÍA LA MOLIENDA
ESTADO DE RESULTADOS - APALANCADO - (ESCENARIO PESIMISTA)
VALORADO EN USD

	AÑO BASE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 450.947,52	\$ 478.004,37	\$ 506.684,63	\$ 537.085,71	\$ 569.310,85
(-)Costo de ventas		\$ 159.297,54	\$ 163.774,71	\$ 168.520,50	\$ 173.551,05	\$ 178.883,42
Utilidad Bruta en Ventas		\$ 291.649,98	\$ 314.229,67	\$ 338.164,13	\$ 363.534,66	\$ 390.427,43
(-)Gastos generales		\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20	\$ 83.054,20
(-)Intereses Bancarios		\$ 12.968,17	\$ 10.762,40	\$ 8.303,60	\$ 5.562,74	\$ 2.507,47
(-)Depreciaciones		\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 16.946,93	\$ 13.663,60	\$ 13.663,60
(-)Amortizaciones		\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00	\$ 535,00
Total gastos		\$ 113.504,30	\$ 111.298,53	\$ 108.839,73	\$ 102.815,54	\$ 99.760,27
Utilidad antes de impuestos y participación trabajadores		\$ 178.145,68	\$ 202.931,13	\$ 229.324,40	\$ 260.719,12	\$ 290.667,16
(-) 15% participación trabajadores		\$ 26.721,85	\$ 30.439,67	\$ 34.398,66	\$ 39.107,87	\$ 43.600,07
Utilidad antes de impuestos		\$ 151.423,83	\$ 172.491,46	\$ 194.925,74	\$ 221.611,26	\$ 247.067,09
(-) 25% impuesto a la renta		\$ 37.855,96	\$ 43.122,87	\$ 48.731,43	\$ 55.402,81	\$ 61.766,77
UTILIDAD NETA		\$ 113.567,87	\$ 129.368,60	\$ 146.194,30	\$ 166.208,44	\$ 185.300,32
Política de reinversión (45%)		\$ 51.105,54	\$ 58.215,87	\$ 65.787,44	\$ 74.793,80	\$ 83.385,14
Dividendos		\$ 62.462,33	\$ 71.152,73	\$ 80.406,87	\$ 91.414,64	\$ 101.915,17

ANEXO 19

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

FUENTE	VALOR	%
Capital propio	120.879	50%
Crédito bancario	120.879	50%
TOTAL	241.758	100%

MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA				DEPRECIACIÓN					
ÍTEM	CONCEPTO	VALOR	Nº AÑOS	V/ AÑO 1	V/AÑO 2	V/AÑO 3	V/AÑO 4	V/AÑO 5	V/DESECHO
1	Mueblería hospedaje	22.295	10	2.230	2.230	2.230	2.230	2.230	11.148
2	Mueblería restaurante	6.000	10	600	600	600	600	600	3.000
3	Escritorio	3.150	10	315	315	315	315	315	1.575
4	Sillas	2.850	10	285	285	285	285	285	1.425
5	Sillones	2.200	10	220	220	220	220	220	1.100
6	Archivador	1.000	10	100	100	100	100	100	500
7	Impresora	1.750	3	583	583	583	-	-	-
8	Computador	7.200	3	2.400	2.400	2.400	-	-	-
9	Pantallas táctiles	900	3	300	300	300	-	-	-
	TOTAL	19.050		4.203	4.203	4.203	920	920	4.600

ANEXO 21

AMORTIZACIÓN

CONCEPTO	VALOR	Nº AÑOS	V/AÑO	V/DESECHO
PRE OPERATIVOS				
Constitución de la empresa	1.575	5	315	-
Programas de informática	1.100	5	220	-
TOTAL	2.675		535	-

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO					
MONTO USD.	120.879	PLAZO	10	PAGO	16.098
TASA INTERÉS	5,58%	PAGO ANUAL	2		
PERIODO	DESEMBOLSO	INTERÉS	PRINCIPAL	SERVICIO \$	SALDO
0	120.879				120.879
1		6.745	9.353	16.098	111.526
2		6.223	9.875	16.098	101.650
3		5.672	10.426	16.098	91.224
4		5.090	11.008	16.098	80.216
5		4.476	11.622	16.098	68.594
6		3.828	12.271	16.098	56.323
7		3.143	12.955	16.098	43.368
8		2.420	13.678	16.098	29.689
9		1.657	14.442	16.098	15.248
10		851	15.248	16.098	0
		40.104	120.879		

ANEXO 22

NOMINAS

NOMINA PERSONAL DE PLANTA

ÍTEM	CONCEPTO	SALARIO MES	CANT.	ANUAL	13er.	14to.	IESS	F.R.	1er.	2do.	3ro	4to.	5to.
1	Chef o jefe de cocina	850	1	10.200	850	292	1.239	850	13.431	13.431	13.431	13.431	13.431
2	Recepcionista	550	1	6.600	550	292	802	550	8.794	8.794	8.794	8.794	8.794
2	Guías turísticos	500	3	18.000	1.500	876	2.187	1.500	24.063	24.063	24.063	24.063	24.063
3	Ayudantes de cocina	292	3	10.512	876	876	1.277	876	14.417	14.417	14.417	14.417	14.417
4	Meseros	292	2	7.008	584	528	851	584	9.555	9.555	9.555	9.555	9.555
5	Camarero	292	1	3.504	292	292	426	292	4.806	4.806	4.806	4.806	4.806
6	Cajero	292	1	3.504	292	292	426	292	4.806	4.806	4.806	4.806	4.806
7	Jardinero	292	1	3.504	292	292	426	292	4.806	4.806	4.806	4.806	4.806
	TOTAL	3.360	13	62.832	5.236	3.740	7.634	5.236	84.678	84.678	84.678	84.678	84.678

NOMINA PERSONAL ADMINISTRATIVO

ÍTEM	CONCEPTO	SUELDO MES	CANT.	ANUAL	13er.	14to.	IESS	Fondo Res.	1er.	2do	3ro.	4to.	5to.
1	Gerente General	1.500	1	18.000	1.500	292	2.187	1.500	23.479	23.479	23.479	23.479	23.479
2	Jefe de mantenimiento	900	1	10.800	900	292	1.312	900	14.204	14.204	14.204	14.204	14.204
3	jefe de RRHH	850	1	10.200	850	292	1.239	850	13.431	13.431	13.431	13.431	13.431
4	Asistente gerencial	650	1	7.800	650	292	948	650	10.340	10.340	10.340	10.340	10.340
5	Contador (honorario)	175	1						2.100	2.100	2.100	2.100	2.100
	TOTAL	4.075	5	46.800	3.900	1.168	5.686	3.900	63.554	63.554	63.554	63.554	63.554

ANEXO 23

Precio por diseño de Pagina web

Empresa	Características Pagina Web	Precios
<p>Tu Portal Ecuador Diseño de Paginas Web http://www.tuportalec.com</p>	<ul style="list-style-type: none"> . Asesoramiento (en el aspecto estético del website lo elije el cliente desde una muestra proporcionada) . 10 páginas html (de 800 x 1200 px c/u.). Ej: "Inicio", "Empresa o Quienes Somos", "Productos o Servicios", y "Contacto" . Inclusión de hasta 8 fotos por página . Formulario de Contacto Avanzado (para que los interesados / clientes le envíen mensajes desde su propio sitio) . Galería de imagenes (para que los interesados / clientes le envíen mensajes desde su propio sitio) . Publicado en Internet en solo unas semanas (La publicación tomará su tiempo debido al contenido del sitio web). . Código fuente optimizado para buscadores . Actualizaciones: nosotros no encargamos de las . Tecnologías utilizadas: Lenguaje HTML, DHTML , Php, . Emails Corporativos Ejm: tuempresa@tuempresa.com . Alta en buscadores como Google, Yahoo, Msn, etc. . Posicionamiento Web en los buscadores mencionados 	<p>\$ 1.000,00</p>