

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS

Trabajo de titulación para la obtención del Título de Ingeniería en Administración
de Empresas Hoteleras

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN LODGE ECOLÓGICO EN
TANGAN, CANTÓN DE SIGCHOS**

Autor:

Mirian Roció Morejón Villavicencio

Director:

Ing. Geovanny Reyes MBA.

Quito, Ecuador

16 de Julio de 2021

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Mgtr.

Diana Constante

Directora de la Escuela de Administración de Empresas Hoteleras

Presente.

Yo, Jefferson Geovanny Reyes Segovia, Director del Trabajo de Titulación realizado por **Mirian Roció Morejón Villavicencio**, estudiante de la carrera de Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras, informo haber revisado el presente trabajo de titulado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN LODGE ECOLÓGICO EN TANGAN, CANTÓN DE SIGCHOS”**, el mismo que se encuentra elaborado conforme al reglamento de titulación establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR, UNIB.E de Quito y el Manual de Estilo institucional; por lo tanto autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

En tal virtud a los Señores a que concedan a realizar el anillado del trabajo de titulación y su entrega en secretaria de la Escuela.

Atentamente:



Firmado electrónicamente por:
**JEFFERSON
GEOVANNY REYES
SEGOVIA**

Ing. Geovanny Reyes Segovia MBA.

Director del trabajo de titulación

CARTA DE AUTORÍA DE TRABAJO

Yo, Mirian Roció Morejón Villavicencio, con número de cedula 172228977-2, de la carrera de Administración de Empresas Hoteleras que los criterios emitidos en el presente Trabajo de titulación denominado **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN LODGE ECOLÓGICO EN TANGAN, CANTÓN DE SIGCHOS”**. Así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor(a) del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.



Mirian Roció Morejón Villavicencio

172228977-2

Quito, 16 de julio de 2021

AGRADECIMIENTO

Primeramente, quiero agradecer a Dios por ser mi guía y haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

También, quiero expresar mi profundo agradecimiento al Econ. Fabián Uribe, por confiar en mí, y permitirme realizar el trabajo de titulación para la creación de un establecimiento hotelero dentro de su propiedad.

De igual manera, mi sincero agradecimiento a la Universidad Iberoamericana del Ecuador, especialmente a los docentes de la escuela de hotelería, quienes con su profesionalismo aportaron valiosos conocimientos que hicieron que crezca cada día como profesional, especialmente al Mgtr. Marcelo Nieto y a la Mgtr. Diana Constante por su dedicación, paciencia, amistad, apoyo incondicional y ayudarme en mi crecimiento como profesional.

De la misma forma, agradezco profundamente a mi tutor Mgtr. Geovanny Reyes Segovia. Durante estos años en la universidad y ahora como tutor gracias por cada uno de los conocimientos impartidos, paciencia y apoyo durante el desarrollo del trabajo de titulación.

Finalmente quiero agradecer cada uno de mis amigos que cree durante mi carrera universitaria, gracias por cada uno de sus consejos y apoyo incondicional el cual hicieron que esta travesía sea más sencilla y divertida.

Mirian Roció Morejón Villavicencio

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a mi A mi Abuelo Humberto Villavicencio, por ser como mi padre, consejero y ejemplo a seguir. Está tesis y todo lo que logre hacer será gracias a su fortaleza, virtudes y valores inculcados en mí. Hoy que no estás sigues siendo mi pilar para continuar adelante.

A mi abuelita Ana Andino, por ser como una madre y mi pilar con su amor, paciencia, dedicación y a su esfuerzo me ha permitido cumplir uno de mis sueños que es ser profesional. Además, quiero dedicar esta tesis a mi madre que, gracias a su apoyo, dedicación y sus consejos me ha permitido llegar a culminar mis estudios.

Finalmente quiero dedicar esta tesis a una persona muy especial a mi novio Fabián Riera, quien ha estado desde el inicio de mi carrera profesional que con su apoyo incondicional puede alcanzar de mejor manera mis metas gracias por cada consejo y todo el amor brindado. Por último, pero no menos importantes se lo dedico a mis hermanos, me han brindado su apoyo incondicional durante toda mi carrera

Mirian Roció Morejón Villavicencio

ÍNDICE DE CONTENIDO

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	I
CARTA DE AUTORÍA DE TRABAJO	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE IMÁGENES	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	X
RESUMEN.....	I
ABSTRACT	II
CAPITULO 1	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Presentación del problema.....	3
1.2. Justificación	5
1.3. Objetivos de la Investigación	6
1.3.1. Objetivo general.....	6
1.3.2. Objetivos específicos.....	7
CAPITULO 2	8
MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes de la investigación	8
2.2.1 Clasificación y categorización de establecimientos de alojamiento turístico	9
2.2.2. Plan de Negocio	10
2.2.3. Modelo de Negocio.....	10
2.2.4. Análisis Situacional.....	11
2.2.5. Estudio de Mercado.....	11
2.2.6. Estudio Técnico	12
2.2.7. Estudio Organizacional.....	12
2.2.8. Estudio Financiero	12
2.2.9. Forma Jurídica de la Empresa	12
2.3. Bases legales	13
2.3.1. Reglamento de alojamiento turístico.....	13
2.3.2. Permiso de funcionamiento de establecimiento	14

CAPÍTULO 3	15
METODOLOGÍA UTILIZADA.....	15
3.1 Enfoque de la investigación.....	15
3.2 Tipo de investigación.....	16
3.3 Diseño de la investigación	16
3.4 Población o universo de estudio	17
3.5 Muestra	17
3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	19
3.7 Validez y confiabilidad.....	19
3.7.1 Validez	19
3.7.2 Confiabilidad	20
3.8 Análisis e interpretación de datos.....	21
Cuadro de Operacionalización de Variables.....	22
CAPÍTULO 4	24
RESULTADOS DE INTERPRETACIÓN DE DATOS	24
4.1 ANÁLISIS SITUACIONAL.....	24
4.1.1 Macroentorno.....	24
4.1.2 Análisis PEST	24
4.1.2 Microentorno	28
4.1.2. Cinco Fuerzas de Porter.....	28
4.1.3. Análisis externo e interno	29
4.1.3.1. Matriz F.O.D.A	29
4.2 ESTUDIO DE MERCADO	30
4.2.1 Análisis de mercado	30
4.2.2. Segmentación de mercado.....	31
4.2.3. Segmentación demográfica (Mercado meta).....	31
4.2.4. Determinación y tamaño de la muestra	32
4.2.5. Análisis del cálculo de la muestra	32
4.2.6. Análisis de la demanda	43
4.2.7. Oferta	43
4.2.8. Demanda Insatisfecha.....	44
4.3 Estudio técnico.....	45

4.3.1 Estructura de la empresa	45
4.3.2. Descripción de los puestos de trabajo	47
4.3.3. Macro localización	59
4.3.4. Micro localización	59
4.3.5. Determinación de la capacidad instalada	60
4.3.6. Diseño de las instalaciones	63
4.3.7. Filosofía empresarial	67
4.3.8. Objetivos Corporativos	68
4.3.9 Imagen corporativa	69
4.3.9.1. Logotipo.....	69
4.3.9.2 Isotipo.....	69
4.3.9.3. Slogan	70
4.3.9.4. Material POP	70
4.3.10. Mix de marketing	71
4.3.10.1 Producto o servicio	71
4.3.10.2. Precio.....	73
4.3.10.3 Plaza	76
4.3.10.4 Promoción	77
4.3.11. Requerimientos.....	78
4.4. Estudio Legal.....	78
4.4.1. Tipo de Compañía	78
4.4.2. Permisos del departamento de bomberos	79
4.4.3. Agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA)	79
4.4.4. Permiso de clasificación de establecimientos de alojamientos turístico	80
4.5 Estudio financiero	81
CAPÍTULO 5	98
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98
5.1. Conclusiones	98
5.2. Recomendaciones	99
GLOSARIO.....	101
BIBLIOGRAFÍA.....	103
ANEXOS.....	107
Encuesta Instrumento (Anexo 1)	107

Validación de encuesta (Anexo 2).....	110
Requerimientos (Anexo 3).....	113
Proyección de ventas en años 1,2,3,4,5 (Anexo4)	120
Proyección de gastos del primer año (Anexo 5)	120
Proyección de gastos del segundo año (Anexo 6)	121
Proyección de gastos del tercer año (Anexo 7)	121
Proyección de gastos del cuarto año (Anexo 8)	122
Proyección de gastos del quinto año (Anexo 9).....	122
Tabla de amortización (Anexo 10).....	123
Cotización de Requerimientos (Anexos 11).....	125
.....	125
Ingreso de turistas a la finca de Tangan (Anexos 12)	126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1. Confiabilidad de Kuder- Richardson.....	21
Tabla No. 2. Operacionalización de variables.	23
Tabla No. 3. Análisis F.O.D.A.	30
Tabla No.4. Segmentación de mercado.	31
Tabla No.5. Segmentación demográfica	32
Tabla No.6. Proyección de la demanda.....	43
Tabla No.7. Oferta	44
Tabla No.8. Proyección de la oferta.....	44
Tabla No.9. Proyección de la demanda insatisfecha.....	44
Tabla No.10. Gerente general.....	47
Tabla No.11. Administrador.....	48
Tabla No. 12. Contador general	48
Tabla No.13. Relacionista Publico.....	49
Tabla No.14. Director de RR. HH	50
Tabla No.15. Recepcionista polivalente	51
Tabla No. 16. Chef.....	51
Tabla No. 17. Ayudante de cocina	52
Tabla No.18. Mesero/a polivalente.....	53
Tabla No.19. Ama de llaves	54
Tabla No.20. Camareras.....	55
Tabla No. 21. Encargado de Lavandería.....	56

Tabla No.22. Encargado de Mantenimiento.....	56
Tabla No. 23. Guía en área naturales.....	57
Tabla No.24. Guía en área de aventura	58
Tabla No.25. Determinación de la Capacidad	61
Tabla No. 26. Capacidad Instalada Suite Panorámica	62
Tabla No. 27. Capacidad Instalada de Cabañas Matrimoniales	62
Tabla No. 28. Capacidad Instalada de Cabañas Triples	62
Tabla No. 29. Capacidad Instalada de Cabañas Cuádruples.....	62
Tabla No. 30. Capacidad Instalada de Cabaña Familiar.....	63
Tabla No. 31. Capacidad Instalada de Cabaña Familiar.....	63
Tabla No. 32. Precios de la Competencia	73
Tabla No. 33. Cuadro de precios de Tangan Ecolodge	74
Tabla No. 34. Cuadro de precios por noche adicional.....	75
Tabla No. 35. Cuadro de precios de alimentos y bebidas	75
Tabla No. 36. Cuadro de precios de actividades de deportes.....	75
Tabla No. 37. Cuadro de precios de publicidad.....	78
Tabla No. 38. Maquinaria y Herramientas.....	81
Tabla No. 39. Muebles y Enceres	82
Tabla No. 40. Equipos de computación.....	83
Tabla No. 41. Equipos de oficina.	83
Tabla No. 42. Implemento para habitaciones.	83
Tabla No.43. Utensilios de cocina y restaurante.....	84
Tabla No.44. Vehículo.....	85
Tabla No.45. Instalaciones y adecuaciones.....	85
Tabla No.46. Resumen de activos fijos.	86
Tabla No.47. Activos corrientes.....	86
Tabla No.48. Requerimientos de alimentos.....	86
Tabla No.49. Requerimiento insumos para turistas	87
Tabla No.50. Resumen inversión de activos corrientes	87
Tabla No.51. Gastos de constitución	88
Tabla No. 52. Resumen inversión de activos diferidos.....	88
Tabla No.53. Balance general.....	89
Tabla No. 54. Nómina de Tangan Ecolodge	90
Tabla No.55. Cuadro de provisiones.....	91
Tabla No. 56. Depreciaciones.....	93
Tabla No.57. Estado de pérdidas y ganancias	94
Tabla No.58. Flujo de caja.....	95
Tabla No.59. Periodo de recuperación de la inversión.....	96
Tabla No. 60. Financiamiento del proyecto.....	97

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen No.1. Evolución de la Pobreza.	26
Imagen No.2. Tasa de desempleo.	27
Imagen No.3. Mapa del Cantón de Sigchos.	59
Imagen No.4. Ubicación de Tangan Ecolodge.	60
Imagen No.5. Área de recepción, administración, gerencia, custodia de objetos olvidados.	63
Imagen No.6. Restaurante y cocina.	64
Imagen No.7. Área social.	64
Imagen No.8. Área de Lavandería, Mantenimiento y Blancos.	65
Imagen No.9. Modelo de cabaña 1 Suite panorámica con jacuzzi.	65
Imagen No.10. Modelo de cabaña 2 Matrimonial.	66
Imagen No.11. Modelo de cabaña 3 triple.	66
Imagen No.12. Modelo de cabaña 4 cuádruple.	66
Imagen No.13. Modelo de cabaña 5 de cuatro habitaciones dobles.	67
Imagen No.14. Área de Camping.	67
Imagen No.15. Imagen corporativa.	70
Imagen No.16. Material POP.	70
Imagen No.17. Distribución directa.	76
Imagen No.18. Distribución con intermediarios.	77

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico No. 1. Resultado del País de origen.	32
Grafico No. 2. Resultado de edad.	33
Grafico No.3. Resultado de género.	34
Grafico No. 4. Resultado de ingreso mensual.	34
Grafico No.5. Resultado de nivel de educación.	35
Grafico No.6. Le gustaría visitar el Cantón de Sigchos.	36
Grafico No. 7. Le gustaría Usted un establecimiento denominado LODGE.	36
Le gustaría Usted un establecimiento denominado LODGE.	37
Grafico No. 9. Resultado de actividades turísticas.	38
Grafico No.10. Resultado de reservas.	39
Grafico No.11. Resultado de servicios que le gustaría que ofrezca el lugar.	39
Grafico No.12. Resultado de que es lo primero que toma en cuenta al elegir un hospedaje.	40
Grafico No.13. Resultado estaría usted de acuerdo a la creación de un lodge ecológico.	40
Grafico No.14. Resultado cree usted que la creación de un lodge ecológico impulsa al turismo.	41
Grafico No.15. Resultado de la aceptación del negocio.	42

Grafico No.16. Resultado de tarifa a pagar.....	42
Grafico No.17. Organigrama Estructural.	45
Grafico No. 18. Organigrama Funcional.	46

RESUMEN

El presente plan de negocio tiene como finalidad determinar la viabilidad para la creación de un lodge ecológico Tangan, Cantón de Sigchos, la metodología utilizada se fundamentó bajo el enfoque cuantitativo, tipo de investigación descriptivo y de diseño no experimental- transversal, la muestra fue conformada por 382 turistas nacionales y extranjeros que visitan en Cantón de Sigchos, la técnica utilizada consistió en una encuesta y el instrumento fue un cuestionario digital que estuvo conformado por 16 ítems, el cual, está elaborado a través de opción múltiple, las mismas que fueron validadas por el juicio de expertos que, los mismos, aprobaron su aplicación. Además, se utilizó como el Reglamento de Alojamiento Turístico. En el cual se estructura los aspectos y normativas que rigen en el país las cuales conforman dicho plan. Para ello se consideró el análisis situacional del macro y microentorno, siendo que conforman análisis PESTL, las cinco fuerzas Porter y el análisis interno, externo de la matriz FODA, seguido se desarrolla el estudio de mercado el cual requirió la aplicación de encuestas para conocer los gustos y preferencias al momento de elegir un establecimiento hotelero, el cual, se determina el comportamiento de la oferta y demanda para conocer con exactitud cuál es la demanda insatisfecha existente. Posteriormente, se realizó el estudio técnico donde se determinó la estructura de la empresa en la que se detalla responsabilidades y funciones necesarias acorde al giro de la empresa y el estudio de macro y micro localización de este modelo de negocio, la capacidad instalada, además, el diseño de las instalaciones del establecimiento hotelero entre otros aspectos relacionados y finalmente se llevó a cabo un estudio económico y financiero, el cual, permitió evaluar el plan de negocio que se pretende implementar y a su vez, se determina la factibilidad que tiene el proyecto, mediante, el uso de indicadores financieros como es el VAN y TIR siendo estos los más destacados, para concluir, se obtuvo los resultados que el proyecto es viable y rentable, teniendo una recuperación del capital en un tiempo corto.

Palabras claves: Plan de negocio, Lodge ecológico, Factibilidad técnica, factibilidad financiera, sostenibilidad

ABSTRACT

The goal of the present business plan is to build an Ecological Lodge at Tangan, Sigchos. Methodology was applied under a quantitative approach, descriptive research, and non-experimental transversal design. The statistical-random was formed by 382 national and foreign tourists who visit Sigchos. Technique used was a survey through a questionnaire like an instrument. It had 16 items. All of them were elaborated by multiple options and were validated by experts who approved its application. Also, the tourist accommodation regulation was used. It has normative for Ecuador and are applied on this plan. In fact, situational analysis was considered under micro and macro environment method which form part of PESTL, five Porter's forces, internal analysis, and the external matrix SWOT. Also, a market study was developed which required survey's application to know preferences when tourists are trying to find a hotel. This allows to identify the behavior on offer and demand to point out the unsatisfied demand. Furthermore, it was done a technical study to establish the company's structure with responsibilities and functions related to enterprise, macro-micro location, capacity and design. Finally, an economic and financial study was performed to evaluate the business plan through financial indicators like VNA and TIR that are the most relevant. To conclude, results estimate viability and profitability to the project with a short-term return on the capital.

Key words: Business plan, ecological lodge, technical viability, financial viability, sustainability.

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se presenta la importancia que tienen los nuevos establecimientos hoteleros que son apartados de las grandes ciudades y están rodeados de atractivos naturales en, el cual, se puede realizar turismo ecológico. Además, la gran tradición que posee el lugar en que se desenvuelven cada una de las actividades los hacen únicos donde su principal objetivo es ser amigables con el medio ambiente, el cual busca brindar confort, calidad y seguridad a cada uno de sus clientes, de esta manera se presenta el concepto de un lodge ecológico como idea de negocio.

Los establecimientos hoteleros han experimentado varios cambios y que ha hecho que crezca constantemente, por lo tanto, se ha convertido en una forma de negocio. De esta manera el presente trabajo de titulación tiene como objetivo de desarrollar un plan de negocios para la creación de un lodge ecológico en Tangan, Cantón de Sigchos, el cual se desarrolla diferentes actividades como es el turismo ecológico entre los cuales se encuentran la escala tradicional de las columnas de Tangan, observación de la flora y fauna, visita a la cascada, observación de la piedra talla de la cara del inca entre otras actividades que se realizan en el lugar. Además de brindar el servicio de alojamiento.

En este sentido, la calidad en el servicio hotelero es la medida en que la organización es capaz de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes. Aunque las expectativas son una cuestión individual, se centran básicamente en los aspectos materiales y funcionales del servicio. Por consiguiente, constituye un reto para la empresa hotelera desarrollar una gestión de aprovisionamientos integrada que asegure productos y servicios que sean percibidos por los clientes internos y externos conforme a las necesidades que se desea satisfacer (Parada, 2009).

Para ello, la presente investigación se estructura de cinco capítulos los cuales se describen a continuación: el primer capítulo, corresponde a la introducción, presentación del planteamiento de problema con su visión macro, meso, micro, la justificación de la idea del porque la construcción de un lodge ecológico y sus objetivos que permiten direccionar el desarrollo el trabajo de titulación en el marco de una estructura lógica.

En el segundo capítulo, el cual contempla el Marco Teórico, en el cual se encuentran los antecedentes de la investigación los mismos que son la guía para el correcto desarrollo para el tema de tesis, bases teóricas sobre el plan de negocio en el área de alojamiento el mismo que es introducido a los lectores acerca de lo que trata el trabajo de titulación.

En el tercer capítulo, se dará a conocer lo que constituye la metodología, lo cual, se muestra un enfoque cuantitativo con un paradigma positivista el diseño de la investigación es descriptivo el mismo se será de apoyo en la recolección de datos e información, así mismo, se encuentra la población y muestra, donde, se utilizó la fórmula infinita para saber en número de personas a encuestar el instrumento a utilizar fue una encuesta, el cual, fue elaborada mediante preguntas para conocer la oferta, demanda, gustos y preferencias que han tenido los turistas al momento de alojarse en un establecimiento hotelero, con su correspondiente validez realizada a través de tres expertos de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, para realizar la confiabilidad se utilizó la fórmula 20 de kuder- Richardson en las encuestas y en el análisis de interpretación.

El cuarto capítulo, corresponden a resultados de la recolección y procesamiento de la investigación que conlleva cada uno de los aspectos del plan de negocios. Finalmente se presenta el quinto capítulo se describe las conclusiones y recomendaciones.

1.1. Presentación del problema

Viajar de forma responsable se ha puesto de moda. Los jóvenes apuestan por un estilo de vida saludable y los hoteles ecológicos conquistan cada vez más. La naturaleza cobra protagonismo frente a las grandes ciudades, por lo que en el sector hotelero apuesta por los huéspedes sostenibles como oferta de vacaciones. Desde casa rurales en la mitad de los paisajes paradisíacos y el alto interés biológico, hasta hoteles construidos con materiales naturales (Castaño, 2020).

La tendencia de hoteles ecológicos certificados los cuales, deben cumplir unas estrictas normativas para poder clasificarlos de ecológicos y bioclimáticos. Alojamientos turísticos que incluyen conceptos integrales de sostenibilidad y consumo responsable, su arquitectura como su actividad han sido diseñadas con el máximo respeto por el medio ambiente. Los huéspedes aprecian cada vez más los materiales ecológicos con los que están construidos (Castaño, 2020).

Hoy en día la especialidad de hotelería ha ido progresando en los últimos tiempos por el incremento de la demanda a nivel nacional e internacional. El Ecuador desempeña un papel fundamental en cuanto al turismo ecológico, de aventura, cultural y de negocios, por lo que esto genera una demanda anual, obligando así al sector hotelero en estar en constante innovación de su actividad durante todo el año, ya que contribuye a la generación de empleo y permite impulsar el desarrollo de actividades turísticas en el país (Rodríguez, 2012).

En el Ecuador, existen Lodge que ofrecen actividades según las alternativas del lugar, como migraciones de fauna o biodiversidad, lo que les permite ofrecer múltiples opciones de excursiones como cabalgatas y safaris. El entorno natural implica un compromiso del Lodge con el medio ambiente, así como el involucrar a los visitantes en las políticas implementadas, con el fin de tener un mínimo impacto ambiental durante la operación de las actividades turísticas (Ministerio de Turismo, 2016).

Por otra parte, cabe recalcar que, en el Ecuador los Hoteles Lodge son alojamientos ubicados en destinos no masivos, apartados de las grandes ciudades, rodeados de

naturaleza y contruidos en madera y materiales amigables con el ambiente. Normalmente son pequeños, garantizando privacidad y servicio personalizado (Ministerio de Turismo, 2016).

Por su parte, el Cantón Sigchos, es un lugar lleno de tradiciones, cultura y paisajes naturales que abarca una extensa área, debido a sus condiciones climáticas y fertilidad del suelo. Además, cuenta con la más rica biodiversidad del país y quizás del mundo, lo cual constituye una interesante oferta para turistas que visitan dicho Cantón.

(<http://www.gadmsigchos.gob.ec/>).

Según el Gad Municipal de Sigchos tiene el objetivo de impulsar el desarrollo turístico del cantón, a través de la Dirección de Desarrollo Sustentable y de la unidad de Turismo, para lo cual trabaja en la promoción de “Sigchos Turístico”, que enmarca todas las maravillas que la ciudad ofrece como destino: naturaleza, gastronomía, cultura, patrimonio, aventura y la amabilidad de su gente, que hacen de Sigchos una ciudad única, digna de ser visitada.

(<http://www.gadmsigchos.gob.ec/>).

De esta forma, el Cantón Sigchos cuenta con diversos establecimientos hoteleros a disposición los clientes, pero específicamente en el sector de Tangan no cuenta con un lugar óptimo para recibir a los turistas, por lo tanto, solo dispone con áreas de acampadas, tomando en cuenta, que el lugar no ofrece la comodidad necesaria para los viajeros, debido que realizan actividades de gran esfuerzo físico que requieren una infraestructura adecuada donde puedan pernoctar.

Como consecuencia, surge la necesidad de crear un Lodge Ecológico, con los requerimientos que soliciten este segmento de mercado creando estrategias de acuerdo con las nuevas tendencias que se relacionen con el producto y servicio para satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de los mismos pues permitirá obtener mayor ventaja competitiva ante la insuficiente oferta.

De igual manera, al ser poca las opciones que existe en el Cantón Sigchos, para los turistas que ingresan a la finca Tangan debido a que llegan de diferentes partes del mundo, con sus implementos para realizar actividades deportivas que son de gran peso, no pueden entrar y salir a buscar donde hospedarse provocando esto una incomodidad, ya que se torna dificultoso al momento de trasladarse de un lugar a otro, por ende, al realizar un plan de negocios se demuestra la viabilidad del proyecto debido a que anteriormente no ha existido la iniciativa de crear un lugar adecuado para recibir a los turistas, además, que ofrezca todos los servicios en un mismo lugar.

En este sentido, se formulan las siguientes interrogantes de la investigación:

¿Qué aspectos se deben considerar en la elaboración de un plan de negocios para la creación de un Lodge ecológico en Tangan Cantón Sigchos?

¿Cómo determinar la oferta y demanda para la creación de un Lodge Ecológico en Tangan Cantón Sigchos?

¿Cuáles son los aspectos legales necesarios que deben cumplir para la creación de un lodge ecológico en Tangan Cantón de Sigchos?

¿Cuál es la factibilidad económica y financiera para la implementación de un lodge ecológico en Tangan Cantón de Sigchos?

1.2. Justificación

La presente investigación se centra en la propuesta de un plan de negocios para la creación de un lodge ecológico en Tangan, Cantón de Sigchos, con la finalidad de implementar cabañas ecológicas y ofrecer una nueva alternativa de alojamiento al turista que ingresa al sector, generando un servicio de calidad para así satisfacer al cliente cumplido con sus expectativas y al mismo tiempo generando un crecimiento en económico.

De este modo, para la creación de un lodge ecológico en Tangan, permite promover la economía generando nuevas fuentes de empleo por parte de la población que

busca una estabilidad laboral y promoviendo la actividad productiva del país. Además, otros beneficiarios son los inversionistas los cuales aportan con el capital que servirá para la implementación y desarrollo del proyecto.

Por otra parte, lo que se busca es explotar el turismo ecológico del sector de Tangan, donde se puede realizar diferentes actividades de escala tradicional en las columnas de Tangan, observación de la flora y fauna del lugar, visita a la cascada, vista a la piedra talla por los incas y rituales ancestrales que practica la comunidad, además de escuchar diversas leyendas que existe entre otras actividades de recreación.

El estudio busca crear un lodge ecológico con altos estándares de calidad, con el objetivo de ingresar y captar la aceptación en el mercado hotelero. Para ello, se emplearán las estrategias más convenientes enfocándose al tipo de alojamiento que se desarrollara, de esta manera, se busca el agrado y fidelidad de los clientes contando así la rentabilidad de la organización a su vez asegurando la supervivencia y crecimiento en el mercado.

Adicionalmente, a partir el punto de vista metodológico, el actual trabajo sirve como una guía para estudiantes u organizaciones que tengan la necesidad de crear un emprendimiento con características similares logrando ingresar y mantenerse el mercado competitivo hotelero.

Para finalizar, desde el punto de vista teórico, la investigación aporta un estudio en el ámbito hotelero, para así llevar una adecuada implementación y administración en cada una de las áreas logrando un adecuado funcionamiento en la parte interna y externa del hotel brindado así un servicio de calidad.

1.3. Objetivos de la Investigación

1.3.1. Objetivo general

Proponer un plan de negocio para la creación de un Lodge ecológico en Tangan Cantón Sigchos.

1.3.2. Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico situacional para el análisis de los factores del micro y macroentorno en la creación de un Lodge Ecológico en el sector de Tangan a través del análisis PESTEL Y 5 fuerzas de Porter.
- Establecer la situación actual mediante un estudio de mercado que determine los gustos y preferencias de los turistas que ingresan a Tangan Cantón Sigchos, para la creación de un Lodge Ecológico.
- Analizar la factibilidad técnica, organizacional y operativa necesaria para la implementación de un Lodge Ecológico.
- Determinar la factibilidad financiera de un Lodge Ecológico en Tangan Cantón Sigchos, mediante la aplicación de indicadores financieros.

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se desarrolla el marco teórico a continuación, se presenta los antecedentes de la investigación, las bases teóricas y legales que sustentan el desarrollo de los objetivos planteados con el propósito de lograr el plan de negocio para la creación de un lodge ecológico en el Cantón de Sigchos.

2.1. Antecedentes de la investigación

A continuación se presentan las investigaciones relacionadas con el tema de investigación, las cuales, generan un aporte importante para su desarrollo.

En primer lugar, se tiene la investigación realizada por Calle (2012) en la Universidad Nacional de Chimborazo titulada: Proyecto de factibilidad para la creación de un lodge “Paraíso Escondido”, en la Parroquia de Santa Rosa, Cantón Chaco, Provincia del Napo. el cual, tiene como objetivo principal determinar la factibilidad de implementación del proyecto y que se cumpla las expectativas que haya despertado en el medio y por supuesto que satisfaga las necesidades de visitantes nacionales y extranjeros, además el proyecto consiste en brindar servicios de alojamiento, restaurante y recreación. Por otra parte, la investigación es de campo y análisis de métodos cuantitativos, donde se aplicó encuestas para la recolección de información obteniendo como resultados del estudio económico y la evaluación financiera se demuestra la factibilidad y rentabilidad económica del proyecto. En este sentido, el trabajo contribuyo en la metodología en cuanto a técnicas e instrumentos y los elementos que conforman el plan de negocio.

En segundo lugar se tiene la investigación realizada por Vásconez y Rodríguez (2016) en la Escuela Politécnica Nacional, titulada: Plan de negocios para la creación de un Lodge basado en el turismo comunitario en la provincia de Napo, el cual, tiene como objetivo principal a la implementación de un lodge orientado a servir y satisfacer la necesidades y expectativas del cliente, especialmente del extranjero, que buscan lugares únicos una atención de alto nivel y realizar distintas actividades

de aventura y relajación relacionado con la naturaleza. Para ello se tomó la metodología descriptiva cuantitativa en el cual, se utilizó la encuesta obteniendo así los datos los datos necesarios para la investigación. Además, se enfoca en la metodología Zero Emissions Research Initiative (ZERI), que significa iniciativa de investigación de cero emisiones que busca nuevas formas de contrarrestar problemas ambientales y sociales en el mundo. Conjuntamente, para la implementación el resultado que se evidencia que el proyecto es viable de manera técnica, comercial, legal y financiera de manera que ayuda para la empresa se enfoque en los aspectos importantes para la realización del trabajo de titulación

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Clasificación y categorización de establecimientos de alojamiento turístico

La presente investigación se basa en la clasificación y categorización de establecimientos de alojamiento turísticos, siendo fundamental importancia se necesita cumplir con los requerimientos que emite el ministerio de turismo para su posterior categorización del establecimiento y también para poder funcionar con normalidad.

Según el ministerio de turismo (2016), plantea para el área de alojamiento se deben regir por la nomenclatura, categoría y distintivos, son requisitos obligatorios que son parte del reglamento y deberán ser considerados por todos los establecimientos de alojamiento turístico, el orden de clasificación de alojamientos turísticos es:

- a) Hotel H
- b) Hostal HS
- c) Hostería HT
- d) Hacienda Turística HA
- e) Lodge L
- f) Resort RS
- g) Refugio RF
- h) Campamento Turístico CT
- i) Casa de Huéspedes CH

(Ministerio de turismo, 2016).

Lodge, Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño privado o compartido. Se encuentra ubicado en entornos naturales en los que se privilegia el paisaje y mantiene la armonización con el ambiente. Por lo cual sirve para realizar excursiones organizadas, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Presta el servicio de alimentos y bebidas sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones (Ministerio de Turismo, 2016).

2.2.2. Plan de Negocio

El plan de negocio es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio. Examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la idea que busca cubrir esa oportunidad. Y desarrolla la estrategia y los procedimientos para convertir dicha idea en un proyecto de empresa concreto (Mir, 2019).

Así mismo, el documento debe reflejar con el máximo detalle la actividad de la nueva empresa, el mercado objetivo, la competencia directa e indirecta, la estrategia, los objetivos, los recursos necesarios, las fuentes de financiación, los activos y el personal adecuado para hacerlo posible (Mir, 2019).

2.2.3. Modelo de Negocio

Según Alan Smith un modelo de negocio es una herramienta previa para el desarrollo de un plan de negocio, donde se describe las bases que una empresa crea para proporcionar valor y es el sustento económico de las corporaciones, es decir, la lógica que sigue la empresa para obtener ganancias, mediante la estructura de nueve bloques que cubren las cuatro áreas principales de un negocio las cuales son clientes, oferta, viabilidad financiera e infraestructura (Smith y Papadakos, 2013).

2.2.4. Análisis Situacional

Un análisis situacional es un estudio a profundidad de la organización en la que se logran identificar elementos internos como las fuerzas y las debilidades y elementos externos como los riesgos, amenazas y oportunidades (Sulser y Pedroza, 2004).

De hecho, es muy importante el análisis situacional siendo un elemento fundamental del proceso de planeación estratégica, planeación a largo y corto plazo de la empresa que, junto con la misión, los objetivos y las tácticas permiten que la alta dirección defina el destino de la organización en el largo plazo (Sulser y Pedroza, 2004).

2.2.5. Estudió de Mercado

Es un estudio demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación del proyecto, porque de su resultado depende del desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizan a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio (Meza, 2013).

Según Antonio (2013) el estudio de mercado por su finalidad genérica de obtener información útil del mercado y sus actores suelen ser necesarios para planificar, y muchas veces son consecuencia cuando del esfuerzo de planificación surge la necesidad de captar información para un anteproyecto estratégico. Distinguimos los estudios de mercados tradicionales mediante encuestas con cuestionario cerrado y existen los estudios que corresponden a un nuevo enfoque que dominamos operativos que se viene aplicando en las últimas dos a tres décadas, la preparación del estudio se hace partiendo de una acción deseada, de un desafío si se quiere. Se orienta mejor a la investigación pensado en la venta de mañana evitando así informaciones inútiles (Antonio, 2013).

2.2.6. Estudio Técnico

Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto, o producción del servicio para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, entre otros (Meza, 2013).

2.2.7. Estudio Organizacional

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base a sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regulan las actividades durante el periodo de operación (Meza, 2013).

2.2.8. Estudio Financiero

El estudio financiero corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indican que se deben realizar en este orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto (Meza, 2013).

2.2.9. Forma Jurídica de la Empresa

Existen diferentes tipos de compañías en el Ecuador, tanto extranjeras y nacionales. Las condiciones en el país para invertir cada vez son más favorables, dado a que, las condiciones de los recursos naturales envidiables, un clima estable y favorable para todo tipo de empresa, hacen del Ecuador una gran opción para crear empresas y empezar hacer negocios.

Según la Ley de Compañías del Ecuador (2014), reconoce cinco tipos distintos de empresas que pueden establecerse en el país. Cada una de ellas responde a las diferentes necesidades, beneficios y responsabilidades. Sin embargo, dos tipos de compañías más aplicadas en el Ecuador son la Sociedad Anónima S.A y la Compañía de Responsabilidad Limitada Cía. Ltda.

<https://www.supercias.gob.ec/>.

Según, Bahillo y Pérez (2014) la compañía de responsabilidad limitada es de carácter mercantil, en la que el capital está dividido en particiones sociales, formado por las aportaciones de todos los socios, quienes no responden personalmente de las deudas sociales (Bahillo y Pérez, 2014).

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añade las palabras de "Compañía Limitada".

<https://www.supercias.gob.ec/>.

Las compañías de responsabilidad limitada pueden realizar cualquier tipo de actos civiles, mercantiles o de comercio con un mínimo de dos y con un máximo de quince socios y las participaciones deben ser iguales, acumulativas e indivisibles. Podrán ser transferidas con la aceptación unánime del resto de los socios.

2.3. Bases legales

2.3.1. Reglamento de alojamiento turístico

El reglamento de alojamiento turístico es el mismo, que es aplicado a nivel nacional. El alojamiento es una actividad turística que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas, que consiste en la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros, para lo cual se considerarán los requisitos correspondientes a su clasificación y categoría, determinados en el presente Reglamento (Ministerio de Turismo, 2015).

2.3.2. Permiso de funcionamiento de establecimiento

Los requisitos de funcionamiento para los establecimientos hoteleros en el Ecuador sean personas jurídicas o naturales deben conseguir los siguientes permisos de funcionamiento los cuales son:

- Permiso de funcionamiento del Ministerio del Ambiente o MAE.
- Registro de alimentos y bebidas en el Ministerio de Turismo, de acuerdo a la categoría.
- Permiso de funcionamiento del Ministerio del Interior o Permisos Anuales de Funcionamiento.
- Patente Municipal, Licencia Única de Actividades Económicas, LUAE.
- Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, ARCSA.
- De acuerdo a la categoría, Registro Turístico en Quito Turismo.

(<https://requisitosmania.com/>).

2.3.3. Requisitos obligatorios para la creación de un lodge de 3 a 5 Estrellas

El presente documento del reglamento de alojamiento turístico, el mismo incluye los lineamiento y requisitos aplicables para la clasificación y categorización de los establecimientos de alojamiento turístico. Además, cuenta con un manual de aplicación facilitando la implementación y desarrollo de cada uno de los requisitos establecidos y su medio verificable que facilita el proceso de registro de establecimientos hoteleros, así como estándares y parámetros de control a ser utilizados y aplicados (Ministerio de Turismo, 2015).

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA UTILIZADA

El presente capítulo se realizó en el (2019) previo a la pandemia del Covid-19, el cual se describe la metodología desarrollada para dar cumplimiento a los objetivos planteados en la investigación, con el fin de obtener el plan de negocio para la creación de un lodge ecológico en Tangan, Cantón de Sigchos.

3.1 Enfoque de la investigación

La investigación es de paradigma positivista, ya que la utilización de métodos, técnicas válidas y confiables, en el procesamiento estadístico para un análisis objetivo y riguroso de los datos, la posibilidad de generalizar los resultados y el distanciamiento del investigador buscando una neutralidad en la obtención de datos (Hernández, Ramos, Plasencia, Ganchozo, Quemis y Moreno, 2018).

El presente trabajo de titulación se centra en un paradigma positivista, dado a que los datos a recopilarse, es por medio de encuestas las cuáles se pueden medir o cuantificar sin que exista la manipulación en las variables relacionadas con la investigación, para así obtener resultados próximos a la realidad.

El enfoque de la presente investigación es cualitativo es naturalista porque se estudia a los casos personas y sus expresiones o animales en sus contextos o ambientes naturales y en su cotidianidad, porque los eventos se analizan tal y como sucedieron, es decir, su desarrollo natural, no hay manipulación ni estimulación de la realidad (Hernández y Mendoza, 2018).

De este modo, la investigación se utilizará un enfoque cuantitativo, ya que permite que el plan de negocio pueda cuantificar por medio de estadísticas que permiten recopilar datos que se obtienen a través de los instrumentos, en el cual, se obtiene información real y objetiva para llevar a cabo el estudio de mercado y financiero, de modo que, se demuestra la viabilidad y aceptación del proyecto para el Cantón de Sigchos.

3.2 Tipo de investigación

El estudio de tipo descriptivo se centra en la selección de variables, para después recabar información sobre cada una de ellas y poder representar lo que se investiga, especificándose las propiedades, perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, se miden o recolectan datos y reporta información sobre diversos componentes del fenómeno o problema a investigar (Hernández y Mendoza, 2018).

En este sentido, la presente investigación corresponde a un estudio descriptivo, en el cual, se describe los datos como el tipo de cliente que tendrá la empresa para llegar a conocer las distintas situaciones como son: costumbres, actitudes, hábitos, preferencias y gustos lo que da una información más clara y exacta en el aspecto del plan de negocios como se logra la factibilidad para la creación de un lodge ecológico en el Cantón de Sigchos.

3.3 Diseño de la investigación

El diseño no experimental son estudios que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en lo que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para su efecto en otras variables independientes. Lo que se hace en la investigación no experimental es observar los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para analizarlos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Por ello, el plan de negocio se desarrolla bajo este diseño que permite observar y analizar una variable independiente, el cual, permite la estructuración para el desarrollo de cada factor que conforma la realización para la creación de un lodge ecológico en el Cantón de Sigchos.

Al mismo tiempo, se tomó el diseño transversal descriptivo, el cual guía el proceso en el parámetro de población y muestra para lograr el desarrollo del diseño, el cual, ayuda al estudio de mercado, dando, marcha para la ejecución del estudio técnico, financiero para el plan de tesis, así también, lograr realizar cada uno de los objetivos actualmente establecidos.

3.4 Población o universo de estudio

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Estas deben situarse de manera correcta por sus características de contenido, lugar y tiempo, así como accesibilidad (Hernández y Mendoza, 2018).

En este sentido, la población que se determinó para el estudio del proyecto son los turistas nacionales y extranjeros con un nivel socio económico medio-alto entre el rango de edad 25 a 40 años que visitan el Cantón Sigchos, al ser los posibles clientes que ingresen a Tangan Ecolodge. De acuerdo, al instituto nacional de estadísticas y censos se cuenta con un universo de 47,252 turistas anualmente.

3.5 Muestra

Una muestra es un subgrupo de la población o universo de interés para el estudio, el cual se recolectan datos pertinentes y deberá ser representativa dicha población, de manera que, la muestra probabilística es la mejor elección para el estudio del proyecto ya que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos para conformar la muestra (Hernández y Mendoza, 2018).

Se tomó en cuenta, la muestra probabilística que se adapta la investigación del proyecto de acuerdo con la población escogida tanto los turistas Nacionales como Extranjeros, siguiendo con los lineamientos planteados en la investigación, en el cual, se escogió a turistas en un rango de edad entre 25 a 40 años. Sin embargo, el tamaño de la muestra se determina utilizando la siguiente formula, dando, el total de turistas para recolectar la información necesaria. En este sentido, se procedió a calcular el tamaño de la muestra mediante la siguiente formula:

A continuación, se describe la fórmula explicando el tamaño de la muestra:

- N = Total de la población
- $Z^2 = 1.96$ al cuadrado (si la seguridad es del 95%)
- p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)
- $q = 1 - p$ (en este caso 50% = 0.5)
- e^2 = margen de error

Sustrayendo la formula

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

Sustituyendo los valores, para determinar la muestra se tiene lo siguiente:

$$N = \frac{47,252 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05^2 * 47,252) + (1.96^2 * 0.5 * 0.5)}$$

$$N = \frac{47,252 * 3,84 * 0.5 * 0.5}{(0,0025 * 47,252) + (3,84 * 0.5 * 0.5)}$$

$$N = \frac{45,480}{119}$$

$$N = 382$$

Una vez realizada el cálculo de la fórmula finita se determina que el tamaño de la muestra esta conforma de 382 turistas que ingresan al Cantón de Sigchos. La encuesta se aplicó de forma presencial en el último trimestre del año 2019 y de forma digital en el primer trimestre del año 2020, del mismo modo que las encuestas realizadas de forma presencial se aplicó 150 encuestas y de forma digital 232 encuestas.

Por lo tanto, al realizarse las encuestas entre el año 2019 y principios del 2020, todos los resultados referentes a la oferta y demanda se obtuvieron previos a la pandemia del Covid-19. Por lo cual los análisis realizados en el capítulo cuatro son todos bajo esta perspectiva.

3.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación se formuló un tipo de encuesta compuesta por preguntas cerradas de esta manera para la ejecución de las encuestas se tomó en cuenta los objetivos y variables del estudio del trabajo de titulación para el desarrollo y cumplimiento de estos, como resultado del instrumento se obtuvo la información necesaria para el progreso del estudio de mercado.

Las encuestas se utilizan en todo tipo. Los mismos que son empleados para varios campos para conocer las necesidades de hábitat de futuros compradores y evaluar la participación ciudadana. Asimismo, las encuestas también se utilizan en diagnósticos de toda clase (Hernández y Mendoza, 2018).

De lo cual, se desprende preguntas cerradas que son aquellas que contienen opciones de respuesta previamente delimitadas que resultan más fáciles de codificar y analizar. Pueden ser didácticas (dos posibilidades de respuesta) o incluir varias opciones de respuesta (Hernández y Mendoza, 2018).

Para la realización de las encuestas se utilizaron preguntas cerradas, las cuales se optimiza el tiempo para los turistas encuestados, así también se encuentran preguntas de forma selección múltiple, donde los turistas tienen la oportunidad de elegir más de una respuesta, los mismos, que son obtenidos para el análisis.

3.7 Validez y confiabilidad

Para las encuestas se realizó la validez y confiabilidad las mismas que fueron determinadas por evaluadores de la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR. El cual, confirman que las encuestas cumplen con los objetivos y variables sobre el tema a investigar.

3.7.1 Validez

La validez se refiere al grado en que el instrumento mide con exactitud la variable que se pretende medir a través de indicadores empíricos. El cual se obtiene mediante las opiniones de expertos que afirman las dimensiones medidas por el

instrumento coexistan características del universo o dominio de las dimensiones de las variables de interés. (Hernández y Mendoza, 2018).

Por consiguiente, para la validez de la encuesta se escogió a tres expertos, los cuales, fueron uno en el área de investigación y dos en el área de hotelería de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de modo que, analizaron cada una de las preguntas de los instrumentos que se realizan concorde a los objetivos y variables teniendo un dominio general del plan de negocio a realizar, para ello, se ejecutó un cuadro de Operacionalización de variables, de esta manera, los expertos pudieron comprobar que las encuestas tienen correspondencia con los objetivos de la investigación , dando como, resultado la validez de la encuesta.

3.7.2 Confiabilidad

La confiabilidad es el instrumento de medición que refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo, caso o muestra produce resultados iguales, donde, la confiabilidad se determina evaluando los instrumentos en los cuales tienen varias escalas para las diferentes variables o dimensiones, la confiabilidad se calcula para cada escala y para el total de las escalas (Hernández y Mendoza, 2018).

Por lo tanto, una vez que se efectúa la validación de los instrumentos por los expertos, se procede, a realizar una prueba piloto en donde se encuesta el 30% del total de la muestra determinada.

Para determinar la confiabilidad de las encuestas se utiliza en el método de Kuder- Richardson que están destinadas a estimar la confiabilidad, el cual, se basa en la coincidencia inter-ítem y solo requieren una sola aplicación del instrumento. La fórmula 20 es la más usada, en el cual, requiere la información basada en el número de ítems de la prueba, la desviación estándar de la puntuación total y la proporción de examinados que aprobaron cada ítem (Ramos, 2010).

En este sentido, se utilizó la fórmula de Kuder- Richardson en el cual se analizó cada uno de los ítems para la confiabilidad de las encuestas consiguiendo los

resultados mediante el manejo de la formula, dando, una confiabilidad de (0,74) en las encuestas realizadas a los turistas lo que significa que el parámetro de confiabilidad es alto, de esta manera, se pone en práctica el porcentaje de la muestra a encuestar en el cual se representa la confiabilidad de Kuder- Richardson en la siguiente tabla No 2.

Tabla No. 1. Confiabilidad de Kuder- Richardson.

Fuente: Ramos, 2010

Coefficiente	Expresión Cualitativa
>= 0,01 <= 0,20	Muy baja
>= 0,21 <= 0,40	Baja
>= 0,41 <= 0,60	Moderada
>= 0,61 <= 0,80	Alta
>= 0,81 <= 1,00	Muy alta

3.8 Análisis e interpretación de datos

Para llevar a cabo el análisis e interpretación de datos, se debe tomar en cuenta que los datos a analizar son cuantitativos por lo que los modelos estadísticos son representaciones de la realidad siendo así que los resultados numéricos se interpretan según su contexto. Por lo general en la actualidad el análisis cuantitativo de los datos se los lleva a cabo por computadora u ordenador por medio de diversos programas para analizar datos como Excel o Infostat y ya no en la forma manual (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

En el caso de la presente investigación la muestra se seleccionó aleatoriamente entre personas que cumplieron las características propuestas que son en un rango de edad entre los 25 y 40 años de un nivel socioeconómico medio-alto para ello, se utilizó una nueva alternativa gratuita que es Google Formularios, mediante, esta herramienta de muy fácil utilización y a su vez cuenta con varias ventajas, el cual, nos permite crear encuestas de manera online se puede compartir o enviarla por diferentes medios electrónicos como WhatsApp, Facebook, Instagram, correo electrónico, entre otros

Para las respuestas obtenidas a través de Google Formularios son tabuladas automáticamente al igual que la generación de gráficos. Por lo cual, cada respuesta es organizada de forma secuencial, para finalmente, obtener los resultados se realizó el estudio de mercado para el presente trabajo de titulación.

Cuadro de Operacionalización de Variables

Para el correcto desarrollo de la investigación, se elabora el cuadro de Operacionalización de variables en el cual se toma en cuenta el objetivo general, objetivos específicos, variables. Se realiza la Operacionalización mediante la variables e indicadores que dan paso para la realización de los ítems haciendo el proceso más perceptible para el investigador, dando confiabilidad al desarrollo del plan de negocio visualizar en la siguiente tabla No 1.

Tabla No. 2.Operacionalización de variables.

Fuente: M. Morejón, 2020

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES					
OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	DIMENSIÓN	INDICADORES	INSTRUMENTO	
Proponer un plan de negocio para la creación de un Lodge ecológico en Tangan Cantón Sigchos.	Realizar un diagnóstico situacional para el análisis de los factores del micro y macro entorno en la creación de un Lodge Ecológico en el sector de Tangan a través del análisis PESTEL Y 5 fuerzas de Porter.	Análisis de la situación inicial	Factor político	Análisis PESTEL	
			Factor económico		
			Factor social		
			Factor tecnológico		
			Amenazas de nuevos competidores	5 Fuerzas de Porter	
			Poder de negociación de proveedores		
			Poder de negociación de clientes		
			Amenazas de productos sustitutos		
			Rivalidad entre competidores	Análisis FODA	
			Fortalezas		
			Debilidades		
			Oportunidades		
			Amenazas de nuevos competidores		
	Establecer la situación actual mediante un estudio de mercado que determine los gustos y preferencias de los turistas que ingresan a Tangan Cantón Sigchos, para la creación de un Lodge Ecológico.	Oferta		Competencia directa	Encuesta Ítem No 8
				Demanda	Demográfica
		Geográfica	Encuesta Ítem No 6, 7, 13, 14		
		Conductual	Encuesta Ítem No 9, 10, 11		
		Pictográfica	Encuesta Ítems No 12, 15,16		
	Desenrollar la factibilidad técnica, organizacional y operativa necesaria para la implementación de un Lodge Ecológico.	Diseño organizativo		Puestos de trabajo	Estructura organizacional
				Perfil profesional	
Funciones y responsabilidades					
Ingeniería del proyecto			Procesos requeridos para realizar el servicio	Manual de procesos	
Layout			Capacidad de producción del establecimiento	Planos arquitectónicos	
			Distribución física del establecimiento		
Recursos requeridos			Recursos necesarios para la puesta en marcha la empresa	Plan de inversión	
Constitución de empresa			Tipo de empresa	Plan legal	
			Pasos para constituir una empresa		
Aspectos tributarios			Formas de tributación		
			Impuestos a pagar		
Regulaciones especiales			Regulación del ministerio de turismo		
	Regulación del GAD del Cantón de Sigchos				
Determinar la factibilidad financiera de un Lodge Ecológico en Tangan Cantón Sigchos, mediante la aplicación de indicadores financieros.	Factibilidad económica	Ingresos percibidos	Ingresos		
		Costos y gastos de la empresa	Egresos		
Factibilidad financiera		VAN	Estados de resultados		
		TIR			
		PRI			

CAPÍTULO 4

RESULTADOS DE INTERPRETACIÓN DE DATOS

En el presente capítulo se desarrolló a en el año (2019), previo a la pandemia del Covid-19, para el cual se obtuvo la información relévate a través del análisis situacional, estudio de mercado, estudio técnico y finalmente el estudio financiero, la misma que permitió conocer la situación actual del plan de negocios a implementar para aprovechar las oportunidades encontradas mediante el estudio.

Además, todo el análisis situacional, estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero que se realizaron fueron determinadas en el año 2019 y principios del 2020, es decir antes de que la pandemia del Covid-19 exista.

4.1 ANÁLISIS SITUACIONAL

El estudio del análisis situacional es el medio en que se desenvuelve la empresa, donde, se puede conocer el contexto actual tomando en cuenta al analizar el macro y microentorno este análisis permitirá tomar decisiones para que la empresa pueda desarrollarse adecuadamente en el mercado.

4.1.1 Macroentorno

4.1.2 Análisis PEST

Factor político

El factor político de una empresa hace referencia al contexto institucional que existe en la sociedad en la que opera una determinada empresa, sin embargo, dependiendo el tamaño de la empresa o de su sector de actividad esta puede llegar a influir sobre su entorno político. Este factor se puede analizar desde dos ejes: la estabilidad política y las expresiones de poder que son las leyes, resoluciones, decretos, ordenanzas entre otros. Es por ello por lo que, dada la importancia que tiene la legislación vigente en este entorno (Hernández, 2018).

Por lo tanto, el proyecto se beneficia en forma directa con el plan que tiene el ministerio de turismo que es emprende turismo, el cual, permite apoyar al desarrollo de emprendimientos turísticos en etapas de idea o puesta en marcha debido a que es necesario potenciar e innovar la actividad turística productiva en el territorio nacional (Ministerio de Turismo, 2019).

El factor político incurre de manera positiva en la implementación de un lodge ecológico debido a la aplicación de nuevas normas y reglamentos para la creación nuevos emprendimientos que se busca desarrollar de manera adecuada a través de las entidades regulatorias para fortalecer la economía en el país.

Factor económico

El Banco Central del Ecuador (BCE) presenta las cifras de crecimiento de la economía ecuatoriana. Según esta información, el Producto Interno Bruto (PIB) creció 0,3% en el segundo trimestre de 2019 en comparación con similar período de 2018. Respecto al primer trimestre de este año, el crecimiento fue de 0,4%. Con estos resultados, el Producto Interno Bruto (PIB) del período que va entre abril y junio de 2019 se ubicó en 17.988 millones de dólares (Banco Central del Ecuador, 2019)

Alojamiento y servicio de comidas

El VAB se expandió en 2,1% respecto al segundo trimestre de 2018, debido al incremento en 8,3% de la llegada de extranjeros al país, según información del Ministerio de Turismo (MINTUR). Esto incidió en una mayor demanda de hoteles y servicios relacionados, así como de restaurantes.

El incremento de llegada de turistas al Ecuador incide de manera positiva para la implementación de nuevos establecimientos hoteleros, es por ello por lo que, se decide la creación de un lodge ecológico en el Cantón de Sigchos siendo uno de los cantones que cuenta con una potencia turística a través de la naturaleza e historia.

Factor social

Entre junio de 2017 y junio de 2018, la pobreza por ingresos a nivel nacional se incrementó 1,4 puntos porcentuales 4, de 23,1% a 24,5%; variación no significativa en términos estadísticos al 95% de confianza 5. A nivel urbano la pobreza por ingresos varía 1,2 puntos, de 14,6% a 15,9%, variación no significativa estadísticamente. En el área rural la pobreza por ingresos se incrementó en 2,0 puntos porcentuales, de 41,0% a 43,0%; esta variación tampoco es estadísticamente significativa (Inec, 2018).

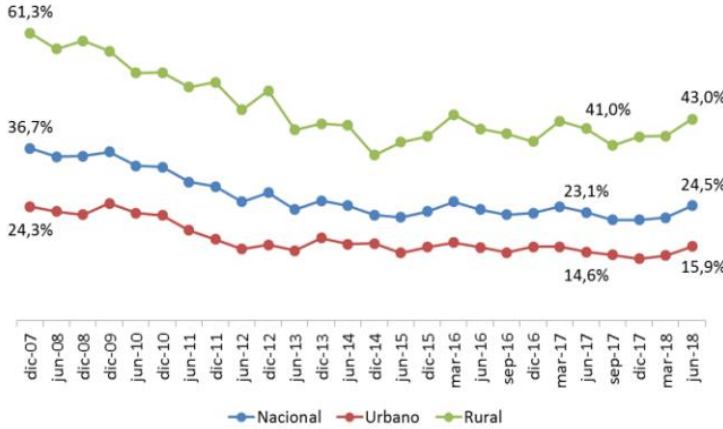


Imagen No.1. Evolución de la Pobreza.

Fuente: INEC (2019)

El país se halla en un nivel de pobreza no significativa en términos estadísticos por lo que en la actualidad existen diversos proyectos en un proceso de desarrollo y evolución, de tal manera, que ayuda a la economía del país a cada uno de los sectores vulnerables del país, en la cual, se puede observar en la imagen No.1.

Desempleo

En la imagen No. 2 se puede observar la tasa de desempleo por ciudades auto representadas. En marzo de 2019, Quito presentó una variación anual estadísticamente significativa en el desempleo de 2,6 (Inec, 2018).

Ciudades	mar-15	mar-16	mar-17	mar-18	mar-19	Variación significativa mar18/mar19
Quito	4,4	7,8	9,1	7,1	9,7	Si
Guayaquil	3,8	7,2	5,1	4,7	3,7	No
Cuenca	3,2	4,6	4,3	5,4	5,4	No
Machala	3,7	4,0	4,2	5,9	5,1	No
Ambato	6,4	7,0	5,0	5,7	5,4	No

Imagen No.2. Tasa de desempleo.

Fuente: INEC (2019)

Como se puede apreciar que Ambato es una de las ciudades más cercanas a comparación de la Capital que es Quito, se encuentra, como una de las 5ta ciudad con un nivel de desempleo no muy significativo, el cual, se puede transformar al momento de la creación de un lodge ecológico en el Cantón de Sigchos. En el momento de iniciar sus actividades se crea nuevas fuentes de empleo para las personas de dicho Cantón.

Factor tecnológico

La tecnología ha dejado de ser un lujo o privilegio en todo el mundo, su uso se ha convertido en un elemento fundamental en el ámbito personal y empresarial. En un mundo tan activo y globalizado, las empresas deben ser rápidas y eficientes con todos sus recursos, la tecnología ha llegado para resolver los problemas y eliminar las barreras de las organizaciones a través de sistemas innovadores y que son adaptables a las necesidades de cada una (Castro, 2016).

La tecnología juega un papel importante en el sector hotelero, a partir de los análisis que realizan las marcas sobre sus hoteles, se evidencia que el mundo de la comercialización hotelera está cambiando y que la tecnología se ha convertido en un elemento clave para el negocio hotelero. El cliente necesita acceder con mayor facilidad a los productos y servicios turísticos y poder ejecutar la compra de inmediato en cualquier lugar (Olmo, 2019)

El factor tecnológico es de gran importancia dentro del proyecto debido a que se basa en la tecnología la empresa tendrá más posibilidades de éxito por lo que se considera la adquisición de equipos nuevos y un sistema actualizado para poder poner en marcha el negocio, beneficiando al consumidor final, brindando confianza y seguridad en el servicio que recibe, además, favorecerá a los colaboradores de esta manera facilitaría el trabajo.

4.1.2 Microentorno

4.1.2. Cinco Fuerzas de Porter

Para analizar el microentorno se tomó en cuenta las Cinco Fuerzas de Porter actúa directamente en la empresa entre ellos son: Amenaza de nuevos competidores, poder de negociación de proveedores, poder de negociación de clientes, amenaza de productos sustitutos, rivalidad entre competidores.

Amenaza de nuevos competidores

La barrera de entrada de nuevos competidores en este aspecto se puede decir que es relativamente baja, debido a la ubicación geográfica es privilegiada que tiene el establecimiento y también la alta inversión que se necesita para crear este tipo de negocios.

Poder de negociación de proveedores

El poder de esta fuerza es alto, al ser un establecimiento hotelero apartado de la ciudad tendrá restricciones para poder adquirir fácilmente los productos necesarios por lo que tendrá un valor más elevado. Además, el lodge ecológico no consumirá grandes volúmenes por lo que esto implica que no tendrá mayores descuentos y el no poder acceder una gran variedad de productos sustitutos en la zona donde se encuentra hace que su poder de negociación si tenga un valor.

Poder de negociación de clientes

Esta fuerza es baja, al ser el único establecimiento en esta zona los turistas no tienen una opción a elegir otro establecimiento hotelero. Por lo tanto, al generar

lealtad con un buen servicio se podrá atraer más turistas que deseen alojarse en este establecimiento y realizar diferentes actividades dentro del mismo.

Los compradores de un servicio turístico tienen acceso a mucha información sobre las ofertas turísticas, por ello, se puede considerar que el turista se encuentra bien informado sobre los servicios que brinda el establecimiento.

Amenaza de productos sustitutos

La cantidad de productos sustitutos es relativamente alta, esto se debe que los turistas al no estar bien informados sobre el lugar que se encuentra el establecimiento prefieran otro destino.

Los productos sustitutos también tienen marcas fuertes y posesionadas en el mercado que podrían afectar al desarrollo del establecimiento que no es reconocido en el mercado.

Rivalidad entre competidores

Se puede concluir que la rivalidad entre competidores es media, al existir hosterías y lodge que se encuentran ubicadas en el Cantón Sigchos que pueden brindar los mismos servicios y productos de una categoría similar pero no igual, lo cual genera una diferenciación en productos y costos para la satisfacción del cliente.

El mercado dentro de la industria hotelera está en crecimiento, por lo que, existe una búsqueda constante de nichos vacantes o mercados para atraer a los consumidores.

4.1.3. Análisis externo e interno

4.1.3.1. Matriz F.O.D.A

Mediante el análisis situacional se pudo examinar todo el aspecto del macro y microentorno de la compañía, de forma que favorece a la empresa para la implantación en el sitio escogido, a su vez, se crea un desarrollo en el Cantón de Sigchos en la parte de turismo ecológico.

Tabla No. 3. Análisis F.O.D.A.

Fuente: M. Morejón, 2019

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Capacitación al personal. Conocimiento en temas de hotelería. Equipos nuevos para el desarrollo de la empresa, al igual que se obtendrá un software actualizado. Alianzas estrategias con agencias de viaje, entre otros.	Alta inversión para la construcción del lodge ecológico. Falta de reconocimiento en el mercado. Alto endeudamiento con instituciones financieras. Personal poco capacitado en tema de servicio al ser de la zona. Costos altos en sueldos
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Aumento de la demanda turística en el Ecuador. Ubicación estratégica. Nueva oferta para el consumidor en un turismo de aventura. Alta aceptación por parte de los consumidores.	Aparecimiento de nuevas tendencias turísticas alrededor de la zona. Desequilibrio en el mercado turístico Falta de formalidad por parte del gobierno. Creación de nuevas hosterías. Desastres naturales.

4.2 ESTUDIO DE MERCADO

4.2.1 Análisis de mercado

La investigación de mercado es un factor importante en el presente trabajo de titulación debido a que proporciona la información suficiente, de esta manera, se dada los patrones para la oferta y demanda en el Cantón de Sigchos. Así mismo, se conoce los posibles competidores y cuál es la importancia de implementar un Lodge Ecológico.

4.2.2. Segmentación de mercado

Como se puede evidenciar en la tabla No 4, se estableció cuáles son los parámetros que se tomaran como referencia para la creación del proyecto es por ello que, para la segmentación de mercado se considera el número de turistas que llegan al Cantón de Sigchos, con una edad entre los 25 a 40 años, siendo así da un universo de 47,252 turistas entre hombres y mujeres que ingresan al Cantón.

Tabla No.4. Segmentación de mercado.

Fuente: M. Morejón, 2019

SEGMENTACIÓN DE MERCADO	
Región	Sierra
Provincia	Cotopaxi
Cantón	Sigchos
Sector	Tangan
TURISTAS	
Edad	25-40
Ingreso de turistas	47,252

4.2.3. Segmentación demográfica (Mercado meta)

Para la realización de la segmentación de demográfica se efectuó mediante los datos obtenidos del Ministerio de Turismo, el cual, se escogió a los turistas entre los 25 y 40 años con un nivel socioeconómico medio- alto que ingresan al Cantón de Sigchos, la misma que a través de la fórmula de la muestra se obtuvo un total de 382 turistas a encuestar.

Tabla No.5. Segmentación demográfica

Fuente: M. Morejón, 2019

Edad	25 – 40
Nivel económico	Medio – alto
Ingresos	394 – 1201
Educación	Indeterminado

4.2.4. Determinación y tamaño de la muestra

Para la obtención de la muestra se consideró la siguiente información:

Población 47,252 turistas que ingresan al Cantón de Sigchos, anualmente según los datos del Ministerio de Turismo con los datos obtenidos se calculó un total de 382 turistas a encuestar la misma que se pondrá en práctica, a su vez, se muestra el porcentaje de turistas de un nivel medio- alto, mismos que, serán la demanda y oferta que muestra la viabilidad para desarrollar el proyecto.

4.2.5. Análisis del cálculo de la muestra

Encuesta pregunta 1: País de origen.

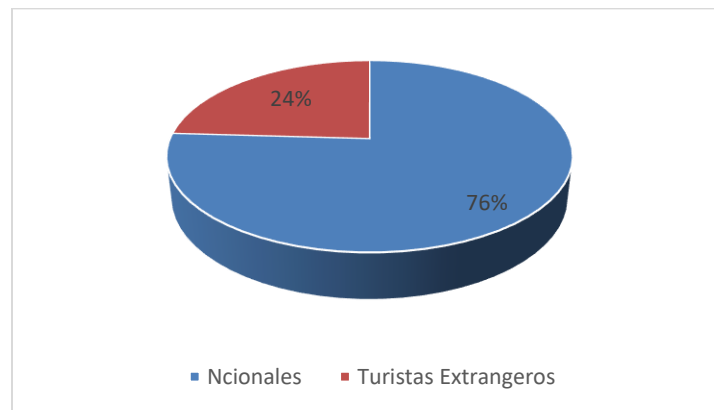


Gráfico No. 1. Resultado del País de origen.

Fuente: M. Morejón, 2019

En las encuestas realizadas a los turistas el 76% en su mayoría son nacionales y el 24% son turistas extranjeros, es decir que, los turistas que visitan la zona existe una mayor afluencia de turistas de Ecuador.

Encuesta pregunta 2: Edad

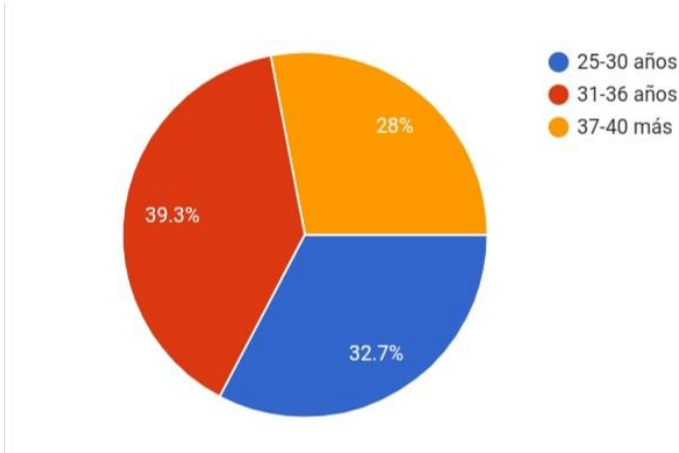


Gráfico No. 2. Resultado de edad.

Fuente: M. Morejón, 2019

Las personas encuestadas el 39.3% existen un importante porcentaje que esta entre los 31 a 36 años y seguido del segmento con un 32.7% se encuentra entre la edad de 25 a 30 años. Los resultados muestran que el sector tiene una alta presencia por los adultos jóvenes que se observan que el sector de Tangan siendo este unas alternativas para visitar. De la misma manera un porcentaje importante que es un equivalente del 28% que corresponde a las personas de 37 a 40 años, lo cual, confirma que el sector de Tangan es preferida por los turistas jóvenes.

Encuesta pregunta 3: Genero

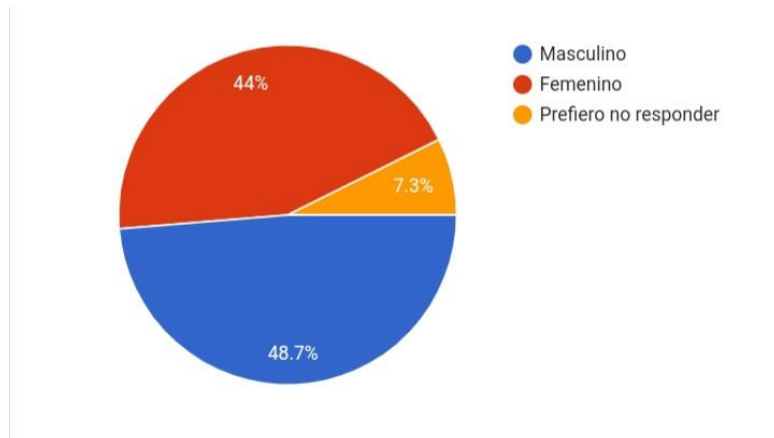


Gráfico No.3. Resultado de género.

Fuente: M. Morejón, 2019

El 44% y en la mayoría de los encuestados son mujeres con el 48.7% hombres, seguido con el 7.3% que no prefirieron responder. De esta manera se puede evidenciar que los turistas que visitan el sector su mayor predominio son del género femenino.

Encuesta pregunta 4: Ingreso mensual aproximado

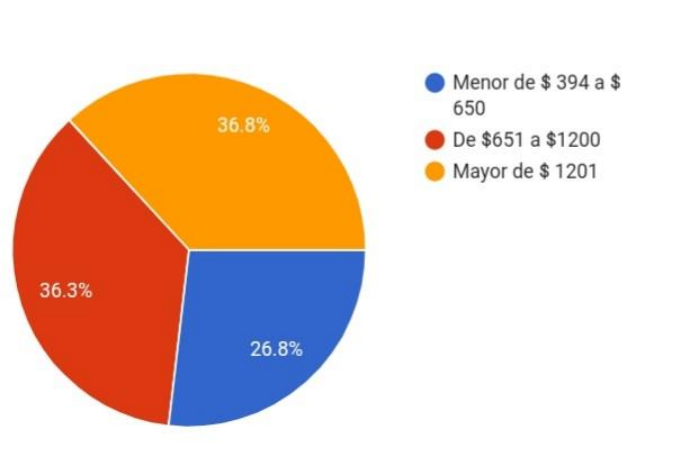


Gráfico No. 4. Resultado de ingreso mensual.

Fuente: M. Morejón, 2019

En las encuestas realizadas cuentan con ingresos aproximado del 36.8% mayor de 1201 dólares, seguido con un 36.3% de turistas que tienen un ingreso de \$ 651 a

1200 y finalmente, un 26.8% sus ingresos son menores de \$ 394 a \$ 650 dólares. Por lo tanto, los turistas que ingresan al sector cuentan con ingresos superiores al sueldo básico, por lo cual podrían gastar en alojamiento de caracterizas de un lodge ecológico en Tangan Cantón Sigchos.

Significa que existe la posibilidad que el lodge ecológico sea visitado en su mayoría por clientes con una remuneración de 1201 dólares en adelante, lo que significa que se encuentran en un nivel económico medio alto lo que permitirá que se puedan cubrir los servicios extras que se puede generar durante su estadía.

Encuesta pregunta 5 Nivel de educación

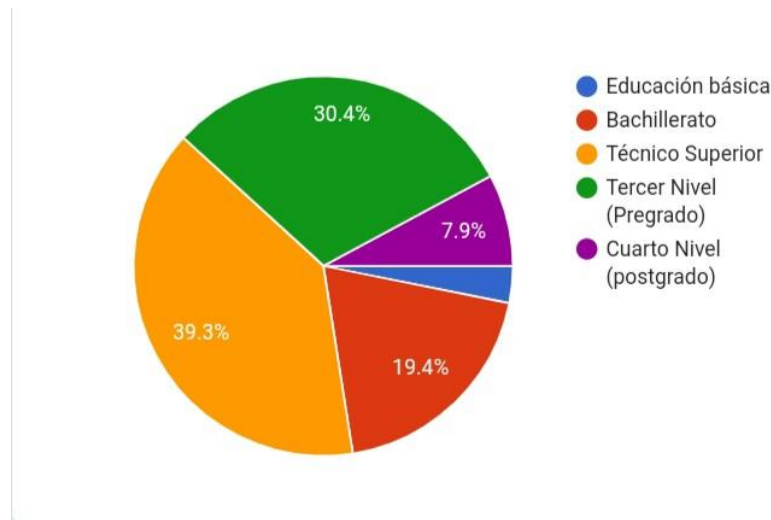


Gráfico No.5. Resultado de nivel de educación.

Fuente: M. Morejón, 2019

Las encuestas realizadas el nivel de educación dan a conocer que el 39.3% que cuenta con un título profesional, seguido con un 30.4% cuenta con estudios de tercer nivel (Posgrado) y el 19.4% tiene bachillerato finalmente con el 7,9% cuenta con cuarto nivel (Postgrado). Significa que las personas que ingresan al sector tienen conocimiento lo que es el cuidado del medio ambiente y la protección de la flora y fauna que existe en el lugar, debido que es de mucha importancia al efectuar las diversas actividades que se realizan en el lugar.

Encuesta pregunta 6: ¿Le gustaría visitar el Cantón de Sigchos?

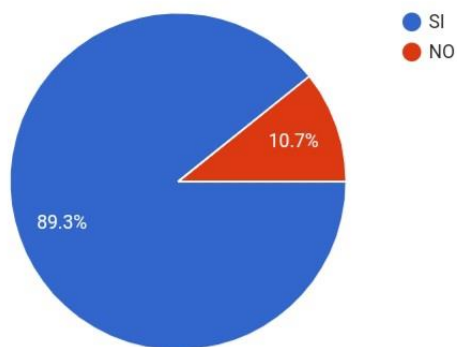


Gráfico No.6. Le gustaría visitar el Cantón de Sigchos.

Fuente: M. Morejón, 2019

De acuerdo a la información obtenida el 89.3% de los encuestados les gustaría visitar el Cantón de Sigchos y un 10.7% a los que no les gustaría. Mediante las encuestas realizadas se observa que la mayor parte de personas les gustaría conocer el lugar, debido a que influye de manera positiva a la creación de un lodge ecológico de manera que te tendrá mayor afluencia de huéspedes y genera mayores ingresos al establecimiento.

Encuesta pregunta 7: ¿Le gustaría Usted un establecimiento denominado LODGE que ofrece: ¿Hospedaje, Alimentación, Aventura, Guías Turísticos?

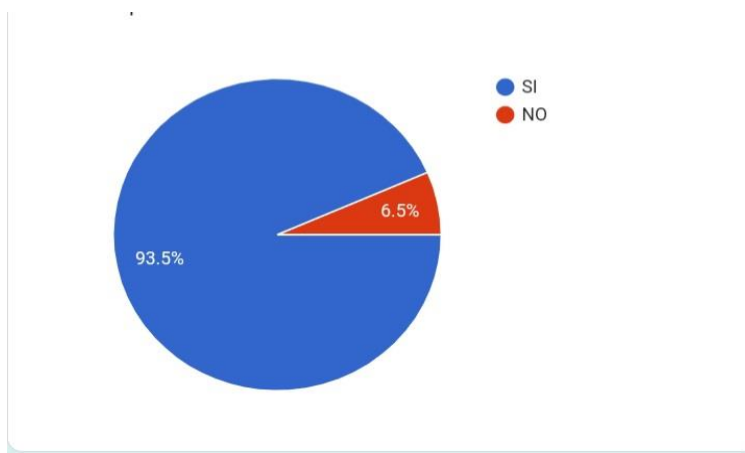


Gráfico No. 7. Le gustaría Usted un establecimiento denominado LODGE.

Fuente: M. Morejón, 2019

Con un porcentaje de 93,5% los turistas encuestados le gustaría que se realice un establecimiento de alojamiento en el sector denominado LODGE que ofrezca Hospedaje, alimentación, aventura y guías turísticos. De tal modo que se puede afirmar que existe una gran acogida a la idea planteada. Mientras que un 6.5 no les llama la atención la creación de un Lodge en el sector.

Encuesta pregunta 8: ¿De los siguientes establecimientos cual elige usted para hospedarse?

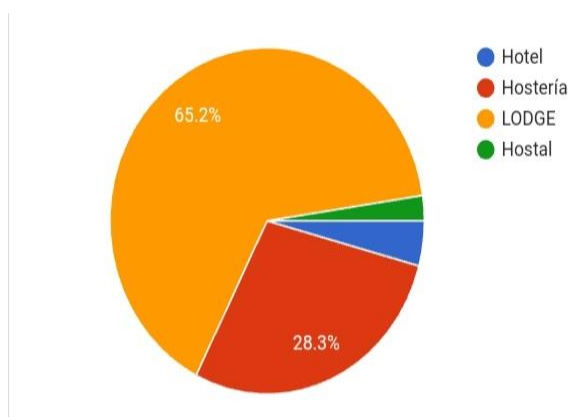


Gráfico No.8. Le gustaría Usted un establecimiento denominado LODGE.

Fuente: M. Morejón, 2019

El 65.2% de las encuestados indicaron que se hospedan en un LODGE, el 28,3 en hostería, el 6.5% indicaron que se hospedan en hotel o hostal. Por lo tanto, se llega a la conclusión es de gran importancia para la creación de un lodge ecológico hace que los turistas no recurran a otras alternativas de alojamiento por lo tanto al crear un establecimiento con estas características sería altamente rentable ofreciendo el servicio de camping como una alternativa.

Encuesta pregunta 9: ¿Qué actividades turísticas le gusta realizar en este lugar?

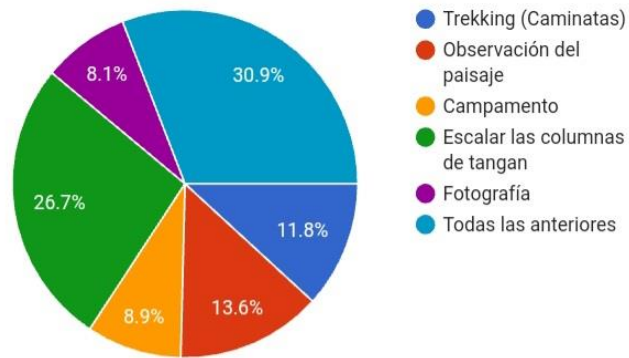


Gráfico No. 9. Resultado de actividades turísticas.

Fuente: M. Morejón, 2019

Se puede observar que el 30.9% prefiere realizar todas las actividades que oferta el lugar y el 26.7% desea realizar lo que es la escalada de las columnas de Tangan el 13.6% prefiere observar el paisaje seguidamente el 11.8% indican que realizan tracking (caminatas) el 8.9% decide realizar campamento finalmente 8.1% realizaría lo que es fotografía de la flora y fauna del lugar.

El porcentaje indica que la mayoría de la población encuestada realiza más de una actividad, esto significa que hay una gran acogida para atraer nuevos turistas que están dispuestos a pagar por los servicios que se implementara con la construcción de un establecimiento hotelero.

Encuesta pregunta 10: ¿Qué métodos usa para reservar un hospedaje?

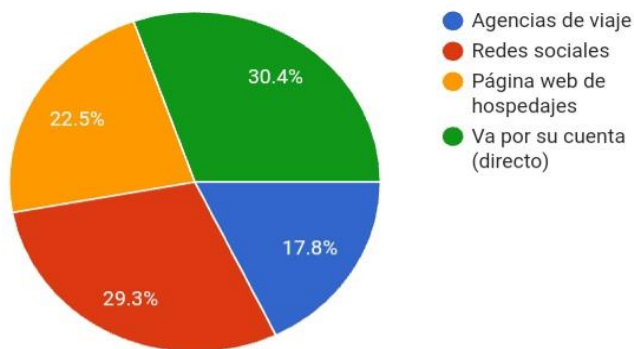


Gráfico No.10. Resultado de reservas.

Fuente: M. Morejón, 2019

El 22.5% de los encuestados indicaron que utilizarían como método de reserva página web de hospedaje y el 30.4% van por cuenta propia, seguidamente el 29.3% utilizan las redes sociales como medio para reservar y finalmente el 17.8% realizan las reservas por medio de agencias de viaje. Mediante las encuestas realizadas se observa que los turistas utilizan los diferentes canales para realizar sus reservaciones, por lo tanto, al realizar un lodge ecológico se podrá potencializar estas alternativas que existen para llegar a un número mayor de clientes.

Encuesta pregunta 11: ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el lugar donde se hospeda?

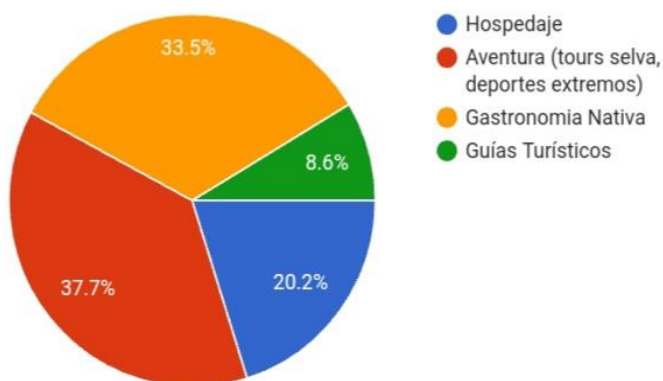


Gráfico No.11. Resultado de servicios que le gustaría que ofrezca el lugar.

Fuente: M. Morejón, 2019

El 37.7% prefieren servicios de aventura seguido con el 33.5% optan por la gastronomía nativa del sector, continuando el 20.2% eligen guías turísticos y finalmente con el 8.6% indicaron que solo desean hospedaje.

Mediante los resultados al ser una pregunta con varias alternativas se pudo evidenciar que los encuestados prefieren más de una alternativa lo que es recomendable realizar paquetes que contengan todos estos servicios incluidos para durante su estancia en el lodge ecológico.

Encuesta pregunta 12: ¿Al momento de seleccionar un lugar de hospedaje que es lo primero que toma en cuenta?

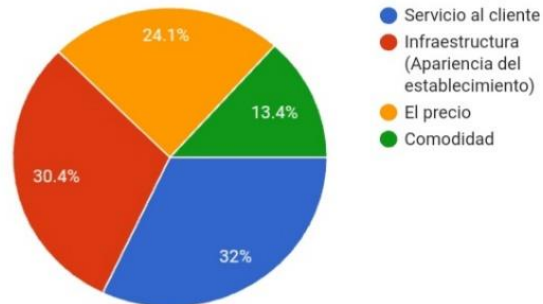


Gráfico No.12. Resultado de que es lo primero que toma en cuenta al elegir un hospedaje.

Fuente: M. Morejón, 2019

De las personas encuestadas el 30.4% respondieron que prefieren la apariencia del establecimiento y el 32% optan por el servicio al cliente seguido con el 24.1% se fijan en el precio y finalmente el 13.4% de personas prefieren comodidad. La mayor parte de encuestados indican que el servicio al cliente es importante juntamente con la infraestructura del alojamiento por lo tanto el precio y la comodidad que brinde el establecimiento es de suma importancia.

Encuesta pregunta 13: ¿Estaría usted de acuerdo con que se cree un Lodge Ecológico en Tangan, Cantón Sigchos?

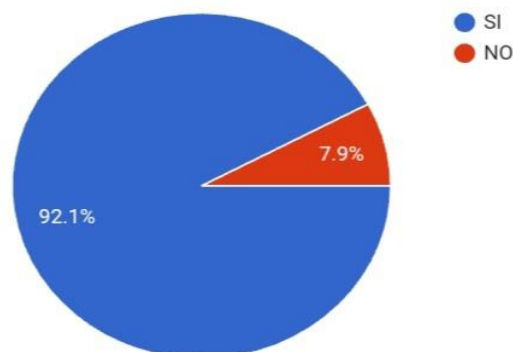


Gráfico No.13. Resultado estaría usted de acuerdo con la creación de un lodge ecológico.

Fuente: M. Morejón, 2019

De las personas encuestadas el 92,1% indican que están de acuerdo que se cree un lodge ecológico en el sector, de tal manera que es muy importante ya que por parte de los turistas tendrá una gran acogida para su posterior apertura.

Encuesta pregunta 14: ¿Cree usted que construir un Lodge Ecológico en la zona de Tangan, cantón Sigchos impulsara el turismo?

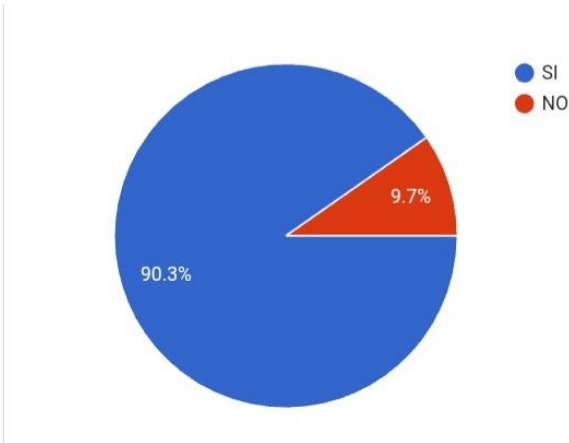


Gráfico No.14. Resultado cree usted que la creación de un lodge ecológico impulsa al turismo.

Fuente: M. Morejón, 2019

En el estudio realizado el 90.3% creen que construir un lodge ecológico beneficiaria al impulso del turismo, ya que con la construcción del lodge tendría más visitas el lugar, dado que existiría la comodidad necesaria para que los turistas puedan relajarse después de un día lleno de aventuras.

Encuesta pregunta 15: ¿Qué tan probable es que usted se hospede en un Lodge Ecológico que esté enfocado a personas jóvenes entre los 25 y 40 años que ofrezca un turismo de aventura?

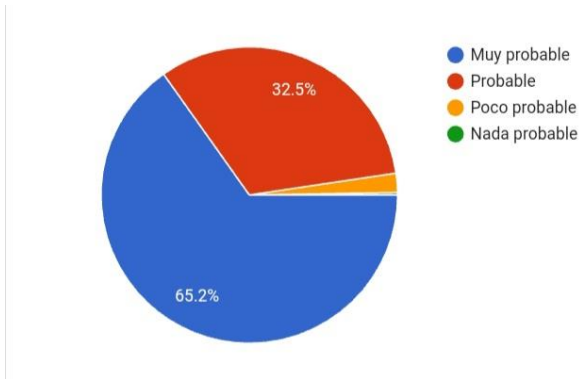


Gráfico No.15. Resultado de la aceptación del negocio.

Fuente: M. Morejón, 2019

En su mayoría con el 65.2% de los encuestados está interesado en el emprendimiento y seguido con el 32.5% consideran que es probable que visiten el lodge ecológico, por lo tanto, la mayoría de los encuestados se encuentran interesados que exista un lugar para alojarse ya que permanecen varios días en el lugar.

Encuesta pregunta 16: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de hospedaje por noche/ por persona si visitaría un Lodge Ecológico?

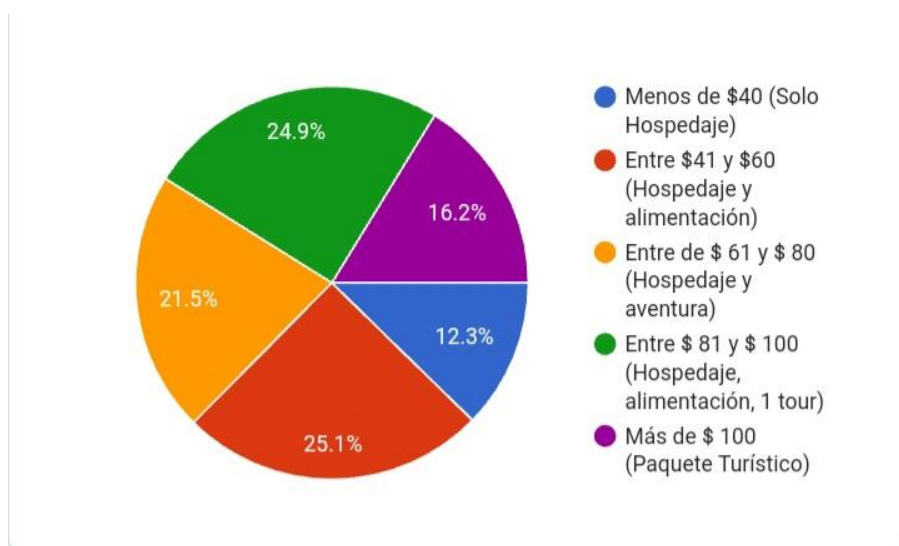


Gráfico No.16. Resultado de tarifa a pagar.

Fuente: M. Morejón, 2019

De acuerdo a la información adquirida, por parte de los encuestados se puede observar que el 25.1% de los turistas está dispuesto a pagar un promedio entre \$ 41 y \$ 60 dólares por noche hospedaje y alimentación el 24.9% entre \$ 81 y \$ 100 dólares por noche incluyen hospedaje, alimentación y un tour el 21.5% de turistas pagarían entre \$ 61 y \$ 80 dólares la noche que incluye hospedaje y aventura el 16.2 % están dispuestos a pagar un aproximado de \$ 100 dólares la noche que tiene un paquete turístico; otro 12.3 pagarían menos de \$ 40 dólares solamente el hospedaje.

4.2.6. Análisis de la demanda

Para el cálculo de la demanda se consideró el universo de la población de turistas nacionales e internacionales que según los datos del Ministerio de Turismo es de 47,252 turistas que visitan Sigchos al año. Mediante, la pregunta 13 se puede determinar que el 92.1% de turistas que visitan un Lodge dedicado a brindar el servicio de hospedaje dato importante puesto que sirve para determinar la demanda potencial que sería.

$$47.252 * 0,921\% = 43.519.09$$

La demanda potencial existente sería de 43.519 turistas al año, para realizar la proyección de la demanda potencial el incremento de turistas que ingresan anualmente al Ecuador. Donde, el crecimiento anual según los datos del MINTUR el crecimiento de ingreso de turistas es el 2,2% con, el cual, se realiza la proyección de la demanda.

Tabla No.6. Proyección de la demanda

Fuente: M. Morejón, 2020

AÑO	POBLACIÓN
2020	43.519
2021	44.476
2022	45.454
2023	46.454
2024	47.476

4.2.7. Oferta

En el cálculo de la oferta se consideró la pregunta 8 de la encuesta que dice: ¿De los siguientes establecimientos cual elige usted para hospedarse?, el 34,8% no se hospedaría en un Lodge, por el contrario, prefiere hacerlo en otro tipo de alojamientos como hosterías, hoteles y, hostales. Por lo tanto, los turistas que se hospedan en otros sitios serían la oferta existente en el sector.

Tabla No.7. Oferta

Fuente: M. Morejón, 2020

POBLACIÓN	FRECUENCIA	POBLACIÓN OBTENIDA	CREACIÓN DEL LODGE	DEMANDA EXISTENTE
47,252	65,2%	30.808	Si	30.808
47,252	34,8	16.444	No	16.444
	100,00%	47.252		47.252

Por lo tanto, la oferta existente de acuerdo con la pregunta 8 de la encuesta sería de 16.444 turistas.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Tabla No.8. Proyección de la oferta

Fuente: M. Morejón, 2020

AÑO	POBLACIÓN
2020	16.444
2021	16.806
2022	17.176
2023	17.554
2024	17.940

4.2.8. Demanda Insatisfecha

Para calcular la demanda insatisfecha se resta la oferta menos la demanda potencial.

$$43.519-16.444= 27.075$$

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Tabla No.9. Proyección de la demanda insatisfecha

Fuente: M. Morejón, 2020

AÑO	POBLACIÓN
2020	27.075
2021	27.671
2022	28.280
2023	28.902

2024	29.538
------	--------

Por lo tanto, restando la demanda frente a la oferta existente tendríamos una demanda insatisfecha de 27.075 turistas anuales que visitarían el lodge ecológico en el Cantón Sigchos.

4.3 Estudio técnico

Dentro del estudio técnico se considera desarrollar la factibilidad técnica, organizacional y operativa en la implementación de un Lodge Ecológico, para el funcionamiento de la empresa.

4.3.1 Estructura de la empresa

Para el desarrollo de la empresa es necesario tener una estructura organizacional y funcional muy bien definida para ello se toma en cuenta cada uno de los departamentos que se necesita para el perfecto funcionamiento del lodge ecológico.

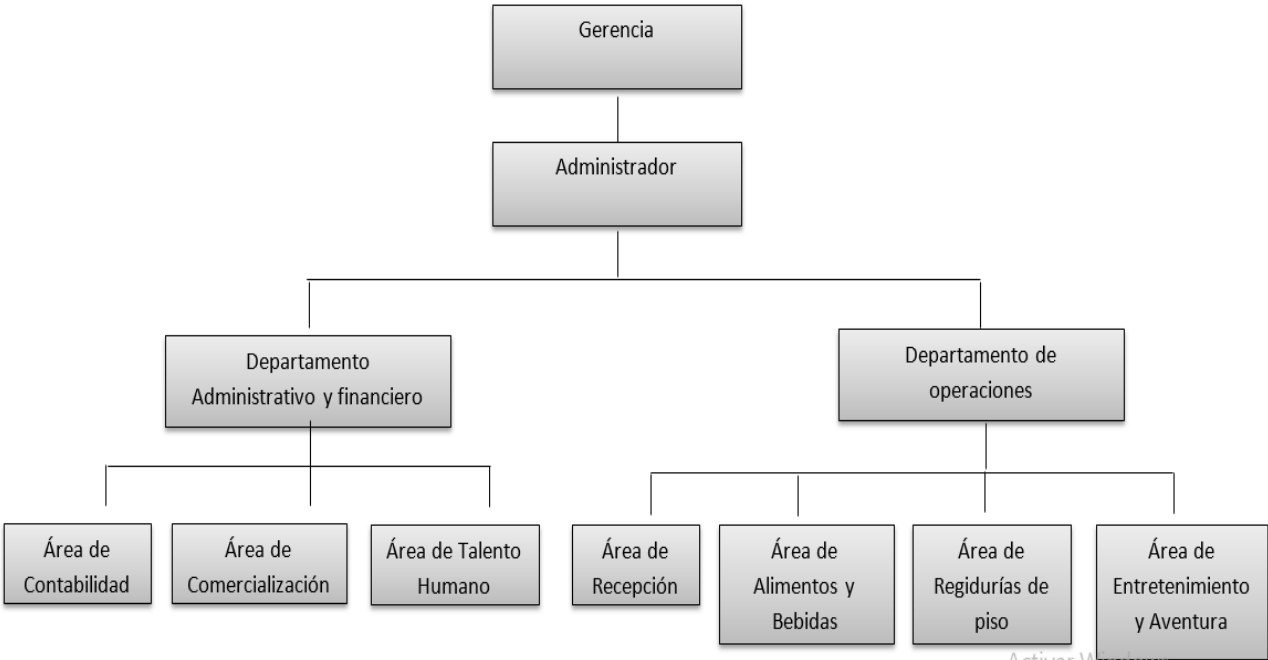


Gráfico No.17. Organigrama Estructural.

Fuente: Mirian Morejón, 2020.

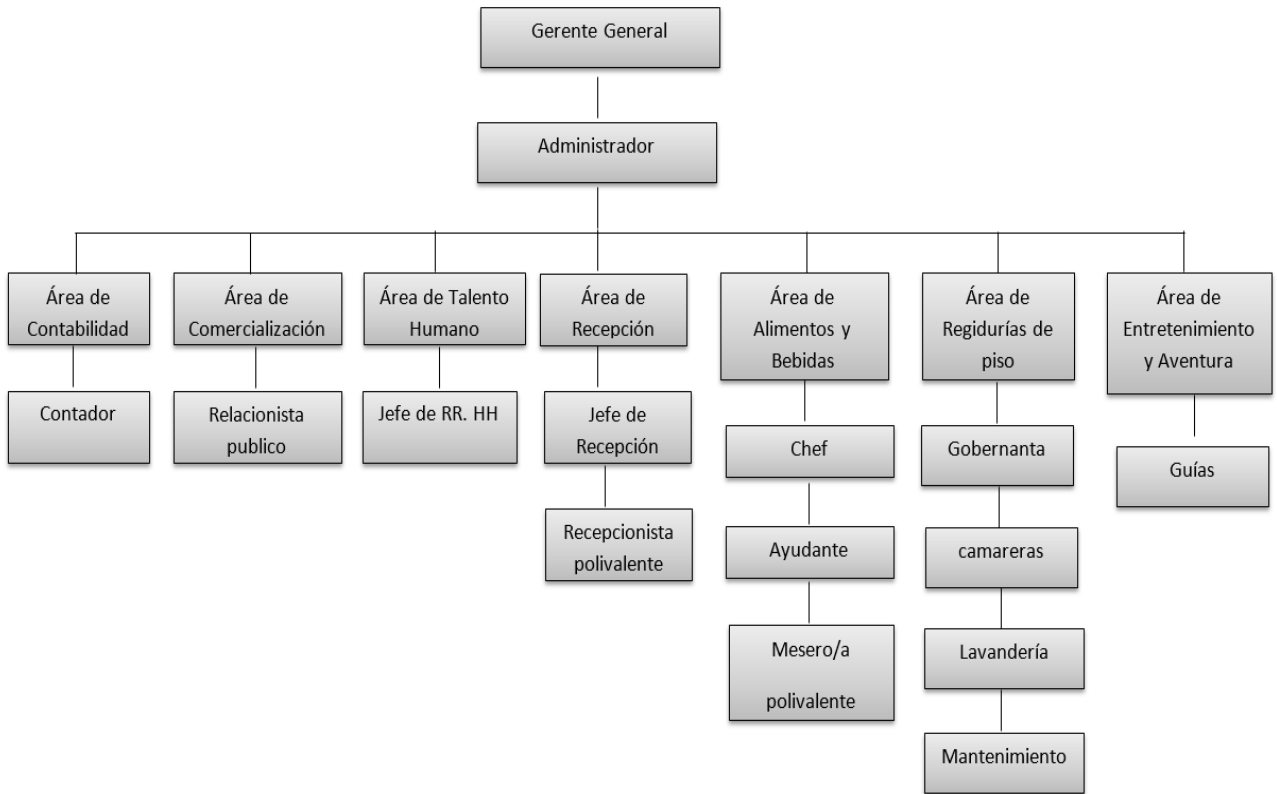


Grafico No. 18. Organigrama Funcional.

Fuente: Mirian Morejón, 2020.

De este modo, para el comienzo de la empresa contará con el personal base, mediante, se vaya desarrollando la empresa durante su comienzo se determinará puestos específicos con diferentes cargos en cada uno de los departamentos mientras que la organización se mantenga en el sector de Tangan.

Por consiguiente, después de recuperar la inversión se ira abriendo los puestos de trabajo y a su vez la contratación de nuevos colaboradores acorde a los perfiles de cada puesto de trabajo que se vaya a desempeñar.

4.3.2. Descripción de los puestos de trabajo

A continuación, se detalla las responsabilidades y funciones necesarias acorde a cada puesto de trabajo para correcto funcionamiento de la nueva empresa.

Gerente general

Tabla No.10. Gerente general

Fuente: Sixto Castillas, (2019).

GERENTE GENERAL			
Nombre del cargo	Gerente general		
Área:	Gerencia	Vacantes	1
Personal a cargo:	Administrador, jefe de cada área		
Descripción del puesto:	La gerencia general es la máxima autoridad en la empresa, para la eficiente prestación de servicios y la plena satisfacción del huésped a través de la aplicación de políticas tanto operativas como administrativas.		
Remuneración	\$ 900.00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none">• Supervisa el trabajo de todos los jefes de cada departamento a cargo.• Supervisa el trabajo de todos los empleados del hotel y notifica a los jefes de cada departamento.• Supervisa las operaciones de compra del hotel.• Analiza diariamente las ventas del día y la ocupación del día anterior en el hotel.• Supervisa mensualmente los estados financieros		
Perfil y requisitos	<ul style="list-style-type: none">• Graduado en administración de preferencia en hotelería• Visión de negocios• Conocimiento en contabilidad• Planificación• Liderazgo, negociación y comunicación efectiva		

Administrador

Tabla No.11. Administrador

Fuente: Sixto Castillas, (2019).

ADMINISTRADOR			
Nombre del cargo:	Administrador		
Área:	Gerencia	Vacantes	1
Supervisa a:	Todo el personal		
Personal a cargo:	Jefe de cada área		
Descripción del puesto:	Gestiona los procesos de la empresa, busca la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo, cumplir con las exigencias legales y tributarias, desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar la competitividad, crecimiento y desarrollo económico del negocio.		
Remuneración	\$ 700.00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer estrategias y acciones de mercado. • Analizar y evaluar resultados para proponer • Alcanzar los objetivos. • Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento. • Asegurar la satisfacción del cliente. • Liderar al equipo humano de trabajo. 		
Perfil y requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Graduado en administración de preferencia en hotelería • Procesos y procedimientos administrativos y contables • Planificación de corto y largo plazo • Toma de decisiones • Innovador • Detallista 		

Contador General

Tabla No. 12. Contador general

Fuente: Sixto Castillas, (2019).

CONTADOR GENERAL			
Nombre del cargo:	Contador general		
Área:	Administrativa	Vacantes	1
Descripción del puesto:	Controlar, organizar, analizar y proponer métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios de la empresa.		

Remuneración	\$ 700.00
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar y proponer métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa. • Preparar, analizar y presentar los estados financieros de la empresa. • Colaborar en la planeación de nuevos productos o servicio. • Colaborar con la coordinación y negociación de proveedores. • Organizar el departamento de contabilidad.
Perfil y requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios en contabilidad • Estudios complementarios: computación, finanzas, contabilidad. • Experiencia: 2 años • Conocimientos en: Word, Excel avanzado, PowerPoint, sistemas contables, finanzas, contabilidad. • Capacidad para trabajar en equipo. • Capacidad de análisis • Capacidad para trabajar bajo presión

Relacionista Publico

Tabla No.13. Relacionista Publico

Fuente: Sixto Castillas, (2019).

RELACIONISTA PUBLICO			
Nombre del cargo:	Relacionista Publico		
Área:	Administrativa	Vacantes	1
Descripción del puesto:	Coordinar y controlar la contratación de medios de publicidad. Mediante agencias, planea programas y promoción y controla los gastos de publicidad.		
Remuneración	\$ 700.00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Realiza investigaciones de mercado. • Diseña y efectúa promociones de apertura. • Elabora planes de mercadotecnia. • Promueve las buenas relaciones entre el hotel y las agencias de viajes minoristas y mayoristas. • Diseña material para promover el hotel (folletos, catálogos, fotos). • Realiza viajes de promoción a agencias de viajes periódicamente. • Promueve los viajes de familiarización de agentes de viajes al hotel. • Elabora planes de estancia. • Elabora y promueve la venta de paquetes. 		

Perfil y requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Especialidad en mercadeo y negocios • Conocimiento En: Marketing, idiomas, publicidad, mercadeo, planeación de conocimientos. • Experiencia 2 años mínimo • Actitud positiva y liderazgo • Planificación y organización • Capacidad de trabajo bajo presión
----------------------------	--

Director de RR. HH

Tabla No.14. Director de RR. HH

Fuente: Sixto Castillas, (2019).

DIIRECTOR DE RR.HH			
Nombre del cargo:	Director de RR. HH		
Área:	Administrativa	Vacantes	1
Supervisa a:	Personal de las diferentes áreas		
Descripción del puesto:	El jefe de personal principalmente de Controlar las asistencias, faltas, permisos, suspensiones y vacaciones de cada uno de los empleados.		
Remuneración	\$ 700,00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Busca y atrae solicitantes capaces para cubrir las vacantes que se presentan. • Analiza las habilidades y capacidades de los solicitantes para describir cuales tienen mayor potencial para el desempeño de puesto. • Realiza la verificación de los documentos entregados por el solicitante. • Realiza investigaciones del solicitante (referencias, empleos anteriores, domicilio, entre otros). • Realiza contratos según políticas de la empresa. 		
Perfil y requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de Word, Excel avanzado, Power Point, • Experiencia mínima de 2 años • Experiencia en la realización de contratos 		

Recepcionista polivalente

Tabla No.15. Recepcionista polivalente

Fuente: INEN, (2008).

RECEPCIONISTA POLIVALENTE			
Nombre del cargo:	Recepcionista polivalente		
Área:	Operativa	Vacantes	2
Descripción del puesto:	Se ocupa principalmente de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped y los diferentes servicios del establecimiento: atender el teléfono y caja, cubrir ciertas actividades de botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.		
Remuneración	\$ 600.00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Registrar el ingreso del huésped (check in) • Acomodar al huésped en la habitación • Controlar el acceso a las habitaciones • Apoyar al huésped • Apoyar a la administración • Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out) • Realizar los trabajos de auditoria nocturna • Entregar la recepción al turno correspondiente • Cuidar el área de recepción • Operar los equipos de recepción 		
Perfil y requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Graduado en hotelería • Idiomas • Manejo de Word, Excel avanzado, Power Point, sistemas hoteleros. • Experiencia mínima de 2 años 		

Chef

Tabla No. 16. Chef

Fuente: INEN, (2008).

CHEF			
Nombre del cargo:	Chef		
Área:	Alimentos y bebidas	Vacantes	2
Supervisa a:	Ayudante y mesero/a polivalente		
Personal a cargo:	Ayudante y mesero/a polivalente		
Descripción del puesto:	El chef de cocina se ocupa principalmente de crear, coordinar, realizar recetas y platos, supervisar el equipo de trabajo de la cocina asegurar		

	la calidad de los productos y los servicios y la rentabilidad para el establecimiento.
Remuneración	\$ 650.00
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y controlar la cocina • Elaborar menú o carta • Crear recetas y preparar platos • Administrar el equipo • Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos
Perfil y requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Graduado en gastronomía • Experiencia 2 años mínimo • Actitud positiva y liderazgo • Planificación y organización • Capacidad de trabajo bajo presión

Ayudante de cocina

Tabla No. 17. Ayudante de cocina

Fuente: INEN, (2008).

AYUDANTE DE COCINA			
Nombre del cargo:	Ayudante de cocina		
Área:	Alimentos y bebidas	Vacantes	2
Descripción del puesto:	El ayudante de cocina es el encargado de asistir al chef en el mise place, prestar el servicio de limpieza e higiene de la cocina y encargado de recibo y almacenamiento de insumos y su correspondiente inventario.		
Remuneración	\$ 400.00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Prestar el servicio de apoyar en la preparación de alimentos. • Preparar guarniciones, salsas, ensaladas bajo la supervisión de su superior, realizar el mise place. • Preparar los alimentos que estén bajo su responsabilidad y ayudar al cocinero en la preparación de sopas y especialidades. • Ayudar en el montaje y decoración de los alimentos. • Revisar diariamente la existencia de alimentos deberá recibir y almacenar los insumos y llenar el inventario de las salidas y entradas de estos. • Manejo y cuidado de equipos y herramientas de cocina • Recibir los insumos de alimentos y almacenarlos de acuerdo con las normas establecidas. 		

Perfil y requisitos	Estudiante de cocina o aprendiz Experiencia mínima 6 meses
----------------------------	---

Mesero/a polivalente

Tabla No.18. Mesero/a polivalente

Fuente: INEN, (2008).

MESERO/A POLIVALENTE			
Nombre del cargo:	Mesero/a polivalente		
Área:	Alimentos y bebidas	Vacantes	2
Descripción del puesto:	El mesero/a polivalente se ocupa principalmente en recibir y acoger al cliente, servir los alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio.		
Remuneración	\$ 400.00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Atender al cliente • Presentar el menú o carta • Servir al cliente • Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento • Finalizar la atención y recibir el pago • Cuidar de la seguridad de los alimentos • Asegurar la satisfacción del cliente 		
Perfil y requisitos	<p>Bachiller, cursos en servicio</p> <p>Experiencia mínima: 2 años</p> <p>Conocimientos en: tipo de servicio en la mesa, normas de etiqueta en la mesa, preparación básica de alimentos y bebidas, técnicas de comunicación en el servicio, técnicas de trabajo en equipo.</p> <p>Habilidades: lectura y escritura para la anotación de pedidos, comunicación oral y clara, trabajo en equipo.</p> <p>Actitudes: detallista, confiable.</p>		

Ama de llaves

Tabla No.19. Ama de llaves

Fuente: INEN, (2008).

Ama de llaves			
Nombre del cargo:	Ama de llaves		
Área:	Regiduría de piso	Vacantes	1
Supervisa a:	Camarera		
Descripción del puesto:	El ama de llaves se ocupa principalmente de planificar, controlar y supervisar el equipo, los servicios de limpieza, higienización, ordenamiento de las habitaciones, lavandería, áreas internas y externas y manejar los materiales de consumo, limpieza, decoración, menaje y uniformes.		
Remuneración	\$ 600,00		
Funciones	<p>Planificar el trabajo de su departamento</p> <p>Organizar, capacitar y supervisar al equipo humano de trabajo</p> <p>Coordinar los servicios realizados por el equipo de trabajo</p> <p>Controlar y supervisar servicios de terceros</p> <p>Administrar materiales a su cargo</p> <p>Diseñar y mantener la decoración de los diferentes ambientes a su cargo</p> <p>Asegurar la satisfacción del huésped</p>		
Perfil y requisitos	<p>Graduado en administración hotelera</p> <p>Experiencia mínima de 3 años</p> <p>Conocimientos: técnicas de elaboración de presupuestos, cronogramas, horarios de trabajo, desarrollo de procedimientos operacionales, técnicas de liderazgo y jefatura, coordinación y supervisión del personal, técnicas de manejo de inventarios, control, almacenamiento, técnicas básicas en decoración, manejo del color.</p> <p>Habilidades: capacidad para argumentar con lógica verbalmente o por escrito, tomar decisiones complejas, cálculos matemáticos y elaboración de plantillas y gráficos para análisis y control.</p> <p>Actitudes: innovador, detallista, práctico, controlador.</p>		

Camareras

Tabla No.20. Camareras

Fuente: INEN, (2008).

CAMARERAS			
Nombre del cargo:	Camareras		
Área:	Regiduría de piso	Vacantes	3
Descripción del puesto:	La camarera se ocupa principalmente de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales, inspeccionar la habitación para la salida del huésped, reponer y controlar el material atender pedidos y reclamos.		
Remuneración	\$ 400,00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Limpiar, asear y ordenar las habitaciones • Adecuar la habitación para recibir al huésped • Inspeccionar el estado de la habitación • Efectuar controles y registros • Brindar información del establecimiento al huésped • Velar por la seguridad y privacidad del huésped • Asegurar la satisfacción del cliente 		
Perfil y requerimientos	<p>Bachiller, cursos de camarera</p> <p>Experiencia 2 años</p> <p>Conocimientos: técnicas de limpieza, ordenamiento, técnicas de montaje de camas y presentación de piezas de menaje, requisitos de higiene personal y seguridad en el trabajo, manejo de formularios.</p> <p>Habilidades: lectura y escritura clara para el llenado de formularios y registro de novedades, tomar decisiones rápidas bajo presión, comunicarse claramente de manera verbal, manipular los objetos con firmeza y coordinación motriz.</p> <p>Actitudes: practico, detallista, tradicional, equilibrado.</p>		

Encargado de Lavandería

Tabla No. 21. Encargado de Lavandería.

Fuente: INEN, (2008).

LAVANDERÍA			
Nombre del cargo:	Encargado de Lavandería		
Área:	Regiduría de piso	Vacantes	1
Descripción del puesto:	Se basa principalmente en el lavado, planchado, secado de la ropa del hotel, así como el servicio de ropa del cliente.		
Remuneración	\$ 400.00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Control e inventario de toda la ropa necesaria para la realización de la lavandería • Lavado, planchado y reparación de dicha ropa • Servicio de lavandería para clientes • Limpieza de las instalaciones de lavandería 		
Perfil y requisitos	<p>Bachiller, cursos en costura</p> <p>Experiencia mínima de 2 años</p> <p>Conocimientos: Funcionamiento de maquinaria de lavandería, conocimientos en tipos de tejido, productos de limpieza y desmanchado, saber cocer a mano y a máquina.</p>		

Encargado de Mantenimiento

Tabla No.22. Encargado de Mantenimiento

Fuente: INEN, (2008).

MANTENIMIENTO			
Nombre del cargo:	Encargado de mantenimiento		
Área:	Regiduría de piso	Vacantes	2
Descripción del puesto:	El encargado de mantenimiento se ocupa principalmente de verificarle y dar, mantenimiento y solucionar problemas en equipo, mobiliario e instalaciones, prestar ayuda en la instalación de equipos de uso temporal y evaluar el servicio de servicio de mantenimiento encomendado.		
Remuneración	\$ 400.00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Reparar fallas eléctricas • Reparar fallas hidráulicas • Reparar fallas mecánicas • Hacer reparaciones prediales 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Manejar y controlar existencia (stock) de materiales del área de mantenimiento • Cuidar el área de trabajo • Actuar en emergencias • Actuar como nexo entre el área de mantenimiento y ama de llaves.
Perfil y requisitos	<p>Técnico en reparación de aparatos electrónicos</p> <p>Experiencia mínima de 2 años</p> <p>Conocimientos: técnicas de diagnóstico y reparación de aparatos electrónico, eléctricos, mecánicos e hidráulicos, conocimientos básicos en plomería, carpintería, albañilería y pintura, manejo de formularios de servicio de mantenimiento.</p> <p>Habilidades: rapidez en la toma de decisiones en momentos de presión de tiempo o trabajo, improvisar y encontrar soluciones optimizando los recursos, identificar los detalles de roturas o características en objetos y piezas.</p> <p>Actitudes: practico, atento equilibrado, activo, perseverante.</p>

Guía en área naturales

Tabla No. 23. Guía en área naturales

Fuente: INEN, (2008).

GUÍA EN ÁREA NATURALES			
Nombre del cargo:	Guía en área naturales		
Área:	Entretenimiento	Vacantes	2
Descripción del puesto:	El guía especializado en áreas naturales se ocupa principalmente de conducir al turista por un ambiente no urbano, facilitar el contacto con la naturaleza de manera segura y brindar información técnica especializada sobre determinado atractivo natural de interés.		
Remuneración	\$ 600.00		
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar el trabajo • Preparar rutas y trayectos • Ajustar rutas y trayectos • Orientar en la preparación de los alimentos • Operar equipos de uso en ambientes naturales • Promover la integración con el medio ambiente • Velar por el bienestar y seguridad del turista • Asegurar la satisfacción del cliente • Actuar en emergencias 		
Perfil y requerimientos	Graduado en turismo especializado en turismo de naturaleza		

	<p>Idiomas</p> <p>Experiencia mínima de 2 años</p> <p>Conocimientos: vocabulario técnico de hotelería y turismo, aspectos de flora, fauna y geografía vinculados al atractivo natural, principios de conservación natural.</p> <p>Habilidades: planificación de corto plazo de acuerdo a las condiciones ambientales, caminatas largas y capacidad para trasportar peso, expresividad en comunicación, argumentación lógica, clara y articulada.</p> <p>Actitudes: practico, equilibrado, confiable.</p>
--	--

Guía en área de aventura

Tabla No.24. Guía en área de aventura

Fuente: INEN, (2008).

GUÍA EN ÁREA DE AVENTURA	
Nombre del cargo:	Guía en área de aventura
Área:	Entretenimiento
Descripción del puesto:	El guía especializado en turismo de aventura se ocupa principalmente de conducir de forma segura al turista por habientes no urbanos en actividades deportivas y de aventura que tenga el mismo tiempo el carácter recreativo y que involucren riesgos evaluados, controlados y asumidos en el contrato con la naturaleza en sitios o zonas geográficas específicas tales como: parques nacionales, montañas, selva.
Remuneración	
Funciones	<p>Planificar la actividad de turismo de aventura</p> <p>Realizar cambios en la programación de la actividad de turismo de aventura</p> <p>Asegurar el uso adecuado del equipo</p> <p>Liderar grupos</p> <p>Instruir al turista en cuanto a las técnicas mínimas y practicas necesarias para la realización de la actividad</p> <p>Asegurar el bienestar y la seguridad del turista</p> <p>Asegurar la satisfacción la satisfacción del cliente.</p> <p>Aplicar primeros auxilios básicos</p>
Perfil y requerimientos	<p>Graduado en turismo y especialización en turismo de aventura</p> <p>Idiomas</p>

	<p>Experiencia mínima de 2 años</p> <p>Conocimiento: vocabulario técnico en hotelería y turismo, interpretación de señales naturales climáticas, técnicas de conducción de grupos, integración, estrategias de comunicación, peligros y riesgos naturales.</p> <p>Habilidades: ser expresivo en la comunicación oral para mantener el interés de los turistas, hablar de manera clara, tener condición física.</p> <p>Actitudes: persuasivos, controlador, confiable, atento.</p>
--	---

4.3.3. Macro localización

Tangan Ecolodge estará ubicado en el Cantón de Sigchos, el cual, se construirá sobre un terreno de 2000 m² de propiedad familiar para el mismo, que se localiza en el extremo nor-occidental de la Provincia de Cotopaxi, a 00° 42' 03" de latitud sur y a 78°53'14" de latitud oeste. Colinda con los cantones Latacunga, Pujilí y La Maná de la misma provincia; con el cantón Santo Domingo de los Colorados de la Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas y con el Cantón Mejía de la Provincia de Pichincha (GAD, 2019).

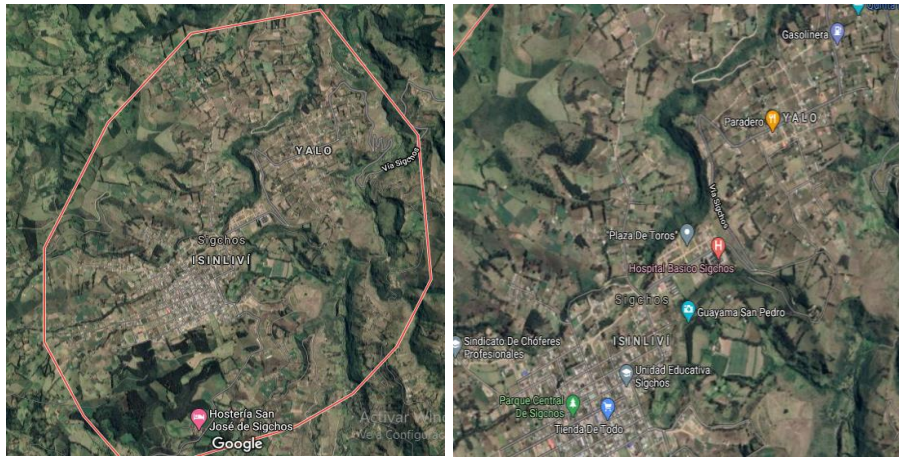


Imagen No.3. Mapa del Cantón de Sigchos.

Fuente: imágenes Google. Mapas, 2020.

4.3.4. Micro localización

Tangan Ecolodge está ubicado en el sector de Tangan, el cual, se encuentra unos de los principales atractivos naturales del país como son las columnas de tangan en su estado natural, es por ello, que la localización del lodge ecológico tiene una

Tabla No.25. Determinación de la Capacidad

Fuente: M, Morejón, 2020

ÁREA	DESCRIPCIÓN
1 suite panorámica con jacuzzi	Capacidad 1*2= 2 pax
3 cabañas matrimoniales	Capacidad 3*2= 6pax
2 cabañas triple	Capacidad 2*3=6 pax
2 cabañas cuádruple	Capacidad 2*8= 16 pax
1 cabaña Familiar	Capacidad 4*2= 8 pax
1 área para camping	Capacidad para 10 pax
Total, de pax	48 pax
1 recepción	
1 restaurante con 10 mesas de 6 puestos	Capacidad para 60 pax
1 área social	
Área de lavandería	
Área de blancos	
Área de mantenimiento	
Área de administración	

Para el adecuado funcionamiento es sustancial considerar la distribución con los espacios adecuados para los turistas de acuerdo con la dimensión y ubicación de Tangan Ecolodge, el cual, contara con 9 cabañas más un área de camping entre otras áreas. Acorde a la investigación realizada se determina que la infraestructura de un lodge ecológico con estas características tendría un valor de 282.340,50

Tangan Ecolodge contará con una capacidad instalada para 48 turistas en un 100% de ocupación y se cubrirá inicialmente con un 22% de su capacidad instalada, lo que corresponde a 12 turistas diarios. Además, se indica la rotación de 84 turistas semanales y de 336 turistas mensuales que tendrá el Lodge, de modo, que cubriría el 14,89% de la demanda insatisfecha inicialmente.

Tabla No. 26. Capacidad Instalada Suite Panorámica

Fuente: M, Morejón, 2020

SUITE PANORÁMICA	2	100%	2	pax
	2	22%	0,44	pax
SEMANA	0,44	7	3	pax
MES	3	4	12	pax
AÑO	12	12	144	pax

Tabla No. 27. Capacidad Instalada de Cabañas Matrimoniales

Fuente: M, Morejón, 2020

CABAÑAS MATRIMONIALES	6	100%	6	pax
	6	22%	1,32	pax
SEMANA	1,32	7	9	pax
MES	9	4	36	pax
AÑO	36	12	432	pax

Tabla No. 28. Capacidad Instalada de Cabañas Triples

Fuente: M, Morejón, 2020

CABAÑAS TRIPLES	6	100%	6	pax
	6	22%	1,32	pax
SEMANA	1,32	7	9	pax
MES	9	4	36	pax
AÑO	36	12	432	pax

Tabla No. 29. Capacidad Instalada de Cabañas Cuádruples

Fuente: M, Morejón, 2020

CABAÑAS CUÁDRUPLES	16	100%	16	pax
	16	22%	3,52	pax
SEMANA	3,52	7	24	pax
MES	24	4	96	pax
AÑO	96	12	1,152	pax

Tabla No. 30. Capacidad Instalada de Cabaña Familiar

Fuente: M, Morejón, 2020

CABAÑA FAMILIAR	8	100%	8	pax
	8	22%	1,76	pax
SEMANA	1,76	7	12	pax
MES	12	4	48	pax
AÑO	48	12	576	pax

Tabla No. 31. Capacidad Instalada de Cabaña Familiar

Fuente: M, Morejón, 2020

ÁREA DE CAMPING	10	100%	10	pax
	10	22%	2,2	pax
SEMANA	2,2	7	15	pax
MES	15	4	60	pax
AÑO	60	12	720	pax

4.3.6. Diseño de las instalaciones

Área de recepción, administración, gerencia y custodias de objetos olvidados.



Imagen No.5. Área de recepción, administración, gerencia, custodia de objetos olvidados.

Fuente: M, Morejón, 2020

Restaurante y cocina



Imagen No.6. Restaurante y cocina.

Fuente: M, Morejón, 2020

Área social



Imagen No.7. Área social.

Fuente: M, Morejón, 2020

Área de Lavandería, Mantenimiento y Blancos

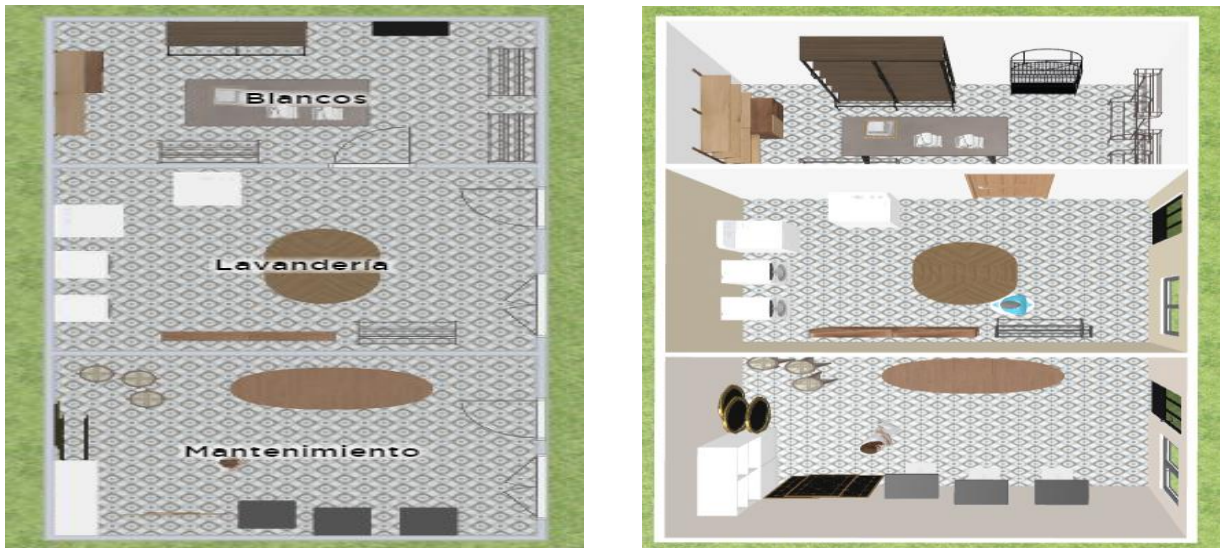


Imagen No.8. Área de Lavandería, Mantenimiento y Blancos.

Fuente: M, Morejón, 2020

Cabaña 1



Imagen No.9. Modelo de cabaña 1 Suite panorámica con jacuzzi.

Fuente: M, Morejón, 2020

Cabaña 2



Imagen No.10. Modelo de cabaña 2 Matrimonial.

Fuente: M, Morejón, 2020

Cabaña 3



Imagen No.11. Modelo de cabaña 3 triple.

Fuente: M, Morejón, 2020

Cabaña 4



Imagen No.12. Modelo de cabaña 4 cuádruple.

Fuente: M, Morejón, 2020

Cabaña 5



Imagen No.13. Modelo de cabaña 5 de cuatro habitaciones dobles.

Fuente: M, Morejón, 2020

Área de Camping



Imagen No.14. Área de Camping.

Fuente: M, Morejón, 2020

4.3.7. Filosofía empresarial

Misión

Somos una empresa comprometida con las necesidades de nuestros huéspedes, orientada a los turistas que practican deportes extremos, brindando un servicio personalizado, amable y de calidad, acorde a los gustos y preferencias de nuestros clientes, contamos con un personal capacitado, comprometido en pleno desarrollo y con un mejoramiento continuo, con el propósito de fomentar un turismo ecológico.

Visión

Ser en el año 2026 el hotel más reconocido a nivel nacional como internacional, tanto por su infraestructura como sus servicios. Con cabañas amigables con el medio ambiente dirigidas a los turistas que visitan el sector de Tangan.

Valores

la aplicación de los valores es muy importante para la empresa Tangan Ecolodge entre estos se encuentran

Calidad: Estar comprometidos con el producto y servicio sea el mejor posible para cada uno de nuestros huéspedes.

Servicio: Brindar un servicio que logre satisfacer cada una de sus necesidades lo que anticipan nuestros huéspedes con el objetivo de hacerles sentir que ellos son la razón de nuestro negocio.

Trabajo en equipo: La aportación de ideas del equipo de trabajo es de mucha importancia, ya que enriquece y siempre suma y no resta. Además, que nos ayuda a tener tolerancia y respeto con los demás.

Originalidad: Existen diferentes maneras de ser original en el mundo hotelero, pero nuestra forma de ser originales es en la manera tratar y dirigirse a cada uno de nuestros huéspedes.

Confianza: De cada uno de nuestros colaboradores como el de nuestros huéspedes.

4.3.8. Objetivos Corporativos

Objetivo general

Brindar un ambiente totalmente ecológico, con un servicio de calidad para turistas tanto nacionales como extranjeros que visiten Tangan Ecolodge, satisfaciendo sus necesidades haciéndoles sentir como en casa en un ambiente totalmente natural.

Objetivo específico

- Ser la mejor opción para nuestros huéspedes, en servicio personalizado, calidad aplicando estándares en conciencia sobre el medio ambiente que sea amigable y familiar.
- Ofrecer a nuestros colaboradores un ambiente humanístico, con las mejores condiciones para el progreso laboral y al esfuerzo que realiza cada uno de ellos ya sea individual o en trabajo en equipo.
- Ser una fuente de empleo para la comunidad mediante nuevos empleos.
- Cumplir la meta de ser una empresa amigable con el medio ambiente.

4.3.9 Imagen corporativa

4.3.9.1. Logotipo

Para la creación del logotipo se tomó en cuenta como principal factor la naturaleza y la elegancia que la empresa pretende reflejar a sus futuros clientes es, por ello, que el lodge lleva como nombre TANGAN ECOLODGE, el cual, es llamativo y fácil de recordar para el usuario y evitar que el público se confunda.

Para la creación se usaron colores como el verde, blanco y negro para demostrar que el establecimiento turístico es un lugar de alojamiento en medio de la naturaleza rodeado de las columnas de Tangan.

4.3.9.2 Isotipo

EL logotipo de la empresa describe la naturaleza, la vida silvestre y sobre todo el respeto que se debe tener hacia el medio ambiente y la conservación del lugar demostrado con su color verde que representa a la flora y fauna, donde, el fondo blanco simboliza la limpieza del hotel tanto interna como externa, las líneas curvadas representan la forma que tiene las columnas de tangan y las ramas de los árboles que habitan en el lugar. Ver imagen No. 5 Imagen corporativa.



Imagen N0.15. Imagen corporativa.

Fuente: M. Morejón, 2020.

4.3.9.3. Slogan

El slogan de la empresa es una frase fácil para recordar e impactante para el usuario esta es utilizado para publicidad que da paso para formar confianza a en los clientes de una forma llamativa que busca cautivar la atención de los turistas que le gusta la naturaleza y realizar deporte el sector de Tangan.

El slogan de la empresa será:

***EL LUGAR PERFECTO PARA LOS AMANTES DEL DEPORTE Y LA
NATURALEZA.***

4.3.9.4. Material POP

Mediante el material POP, se busca promocionar la marca de la empresa a través de obsequios discretos que sean reutilizables y útiles para el cliente los mismos que serán entregados a los huéspedes al momento que ingresen al establecimiento. Ver imagen No. 6



Imagen No.16. Material POP.

Fuente: M. Morejón, 2020

4.3.10. Mix de marketing

Se determina el Mix de marketing del proyecto mediante esta herramienta que permite establecer estrategias para un correcto desarrollo de la empresa.

4.3.10.1 Producto o servicio

Tangan Ecolodge ofrece un servicio de alojamiento todo incluido cubriendo las necesidades que existe para el turista nacional e internacional, el cual, pone a disposición los siguientes servicios.

Cabañas

TANGAN ECOLODGE pone a disposición de 9 cabañas con un concepto innovador de un ambiente ecológico que brindara armonía y confort de cada uno de los huéspedes.

Restaurante

TANGAN ECOLODGE, contará con un restaurante, el cual, ofrecerá un servicio especializado en gastronomía tradicional y una gran variedad de platos tradicionales del Ecuador, así como platos vegetarianos y platos a la carta estos serán según las necesidades de los clientes, predominando los productos obtenidos de las siembras de las comunidades aledañas. El menú y la variedad de los platos serán seleccionados cuidadosamente y con la mayor calidad posible para obtener alimentos altamente nutritivos.

La cocina y restaurante será diseñado con una decoración sencilla y acogedora que brinde la comodidad necesaria tanto para el personal que labora en cocina como en el salón y las mesas serán distribuidas estratégicamente en todo el espacio disponible brindando la iluminación adecuada para la comodidad del cliente.

Áreas externas

El LODGE contara con áreas externas, además, de las instalaciones internas todo esto para la comodidad de los clientes.

Área de deportes: Una de las principales actividades con la que contara es la escalada de las columnas de tangán de forma tradicional en diferentes fisuras de las columnas.

Senderos: El LODGE contara con senderismos; es decir caminatas que integran al huésped con la naturaleza conociendo deferentes áreas como es la cascada y la flora y fauna del lugar.

Paquetes turísticos

Los paquetes turísticos constarán con a los siguientes requisitos:

- Las cotizaciones se realizarán según el paquete escogido por el cliente.
- Los itinerarios estarán sujetos a cambio dependiendo el pedido con un previo aviso de los clientes.
- El precio por persona será por medio del paquete que requiera el cliente.

Paquete 1 Estándar

- Hospedaje 2 días y 1 noche
- Alojamiento acorde a las necesidades del huésped
- Escalada a las columnas de tangán
- Alimentación (cena día 1 y desayuno día 2)
- Guía turístico

Paquete 2 Gold

- Hospedaje 3 días 2 noches
- Alojamiento acorde a las necesidades del huésped
- Excursiones visita a la cascada
- Escalada a las columnas de tangán
- Guía turístico
- Todas las comidas (desde cena día 1 hasta desayuno día 3)

Paquete 3 Tangan

- Hospedaje 3 días 2 noches
- Alojamiento acorde a las necesidades del huésped
- Coctel de bienvenida
- Todas las comidas (desde cena día 1 hasta desayuno día 3)
- Excursiones visita a la cascada
- Escalada a las columnas de tangan
- Equipos para escalar las columnas de tangan
- Guía turístico
- Transporte del terminal del Cantón de Sigchos hasta TANGAN ECOLOGE
- Noche de leyenda y limpieza ancestral

Nota: Para paquetes que contenga mayor estadía será consultado a través de reservaciones.

4.3.10.2. Precio.

Los precios que Tangan Ecolodge cobrará a sus visitantes han sido establecidos acorde al estudio de demanda, tal como se evidencia en la encuesta del trabajo de titulación; el estudio de la competencia, que se refleja en la tabla 32; y principalmente, a la propuesta de valor del establecimiento, la cual, debido a su ubicación estratégica y a los servicios complementarios que presta, permiten tener tarifas superiores a los otros alojamientos del sector.

Tabla No. 32. Precios de la Competencia

Fuente: M, Morejón, 2020

LLULLU LLAMA MOUNTAIN LODGE	
HABITACIONES	TARIFA ÚNICA
Habitación doble económica	54,00\$
Habitación doble con vista a la montaña	90,00\$
Habitación triple con vista a la montaña	131,00\$
Habitación familiar con vista a la montaña	166,00\$
BLACK SHEEP INN LODGE	
HABITACIONES	TARIFA ÚNICA

Habitación de dormitorio mixto	40,00\$
Habitación de dormitorio mixto para 3 pax	60,00\$
Habitación de dormitorio mixto para 4 pax	80,00\$
HATERÍA SAN JOSÉ DE SIGCHOS	
HABITACIONES	TARIFA ÚNICA
Habitación doble 1 cama doble	115,00\$
Habitación triple básica 3 pax	146,00\$
Suite con bañera de hidromasaje	161,00\$
Habitación cuádruple 4 pax	185,00\$
HOSTAL CHUKIRAWA	
HABITACIONES	TARIFA ÚNICA
Habitación doble con baño privado	50,00\$
Habitación doble estándar 2 camas	57,00\$
Habitación triple con baño privado	74,00\$
Habitación cuádruple con baño privado	80 ,00\$

Finalmente, las tarifas de Tangan Ecolodge son las que se exponen en la tabla 33.

Tabla No. 33.Cuadro de precios de Tangan Ecolodge

Fuente: M, Morejón, 2020

Descripción	Cabaña suite panorámica	Cabaña matrimonial	Cabaña triple	Cabaña cuádruple	Cabaña familiar	Camping
Paquete Estándar	90,00	70,00	60,00	60,00	60,00	40,00
Paquete Gold	150,00	115,00	100,00	100,00	100,00	70,00
Paquete Tangan	180,00	135,00	125,00	125,00	125,00	90,00

Los precios señalados en la tabla 33 son precios por personas y no incluyen impuestos.

Una vez realizado el valor por paquete se establece el precio por una noche adicional al paquete seleccionado por el huésped se facilita modificaciones según las necesidades de los clientes con la anticipación correspondiente para realizar cambios.

Tabla No. 34. Cuadro de precios por noche adicional

Fuente: M, Morejón, 2020

Descripción	Cabaña suite panorámica	Cabaña matrimonial	Cabaña triple	Cabaña cuádruple	Cabaña familiar	Camping
Noche adicional	90,00	70,00	60,00	60,00	60,00	40,00

Como resultado, el precio por noche adicional dependerá del alojamiento que elija el huésped incluyendo la alimentación, de igual manera, se establecen los precios promedios de alimentación y bebidas extras a los paquetes inicialmente establecidos como se puede observar en la tabla 35.

Tabla No. 35. Cuadro de precios de alimentos y bebidas

Fuente: M, Morejón, 2020

DESCRIPCIÓN	VALOR PROMEDIO	IMPUESTOS	VALOR TOTAL
Plato fuerte	15,50	1,86	17,86
Desayunos	8,50	1,02	9,52
Cocteles	7,00	0,84	7,84
Bebidas	2,50	0,30	2.80

Para culminar, se establece los precios promedios de las actividades de deportes y deportes que se realizaran del dentro de los paquetes acogidos por el turista, el cual se puede observar los resultados en la siguiente tabla 36.

Tabla No. 36. Cuadro de precios de actividades de deportes

Fuente: M, Morejón, 2020.

Descripción	Subtotal	Impuestos	Total
Escalada de las columnas de tangan	15,00	1,80	16,80
Excursión y visita a la cascada	10,00	1,20	11,20
Alquiler de arnés para escalar	15,00	1,80	16,80
Noche de leyendas y limpieza	15,00	1,80	16,80

4.3.10.3 Plaza

Tangan Ecolodge dentro del servicio de alojamiento en un entorno natural con maravillosos paisajes y la espectacular vista que se tiene las columnas en su estado natural con más de una actividad a realizar, se comercializará de la siguiente manera para lo que se estable dos puntos de contacto para los turistas.

La primera es de forma directa mediante, redes sociales, correos electrónicos o llamadas telefónicas. Por medio de estos se podrá reservar los diferentes paquetes turísticos que ofrecerá TANGAN ECOLODGE y una vez que el cliente reserva se espera la fecha de llegada del turista, el cual, se traslada al establecimiento, donde se le brindara un servicio de calidad con una atención personalizada durante toda su estadía.



Imagen No.17. Distribución directa.

Fuente: M, Morejón, 2020

La segunda es por medio de intermediarios mediante convenios con operadoras turísticas nacionales e internacionales, agencias de viaje de, tal manera, que el cliente pueda adquirir nuestro servicio por medio de las empresas que estarán colaborando así se podrá llegar a la mayor cantidad de clientes para que puedan conocer y disfrutar los servicios ofertados por Tangan Ecolodge.



Imagen No.18. Distribución con intermediarios.

Fuente: M, Morejón, 2020

4.3.10.4 Promoción

Tangan Ecolodge, tendrá varios puntos de promoción a nivel nacional e internacional. La mayor parte de la publicidad será mediante las redes sociales como Facebook, YouTube, Instagram. Además, contará con la página web donde brindará toda la información los mismos que permite conocer el producto y servicio que se ofrecerá el establecimiento.

Página web

Tangan Ecolodge tendrá disponible su propia página web por ende los usuarios podrán realizar sus reservas. A diferencia de las páginas online no es necesario pagar una comisión.

Suscripción sitio web

Los portales de sitios web ayudan a dar información turística al usuario de acuerdo con cada uno de sus necesidades y requerimientos. Por lo tanto, como una estrategia se determinó la suscripción a TripAdvisor la plataforma más grande del mundo que ayuda a que 463 millones de viajeros al mes de todo el mundo, lo que permite llegar al turista de una forma rápida y efectiva. (TripAdvisor, 2020).

Folletos y trípticos

Mediante los folletos y trípticos que se elaboraran con la información específica de TANGAN ECOLODGE, los cuales serán repartidos estratégicamente en las agencias de viaje con las cuales hay convenios.

Tabla No. 37. Cuadro de precios de publicidad

Fuente: M, Morejón, 2020.

Publicidad	
Descripción	Valor mensual
Página web	300,00
Promoción y publicidad	800,00
Total	900,00

4.3.11. Requerimientos

Para el desarrollo óptimo del lodge ecológico se necesita los recursos para poner en marcha la empresa al momento de brindar sus servicios, de esta forma los equipos necesarios para dar un servicio eficiente, eficaz y de calidad a cada uno de sus clientes.

Es por ello, que los requerimientos fundamentales que la empresa requiere para su funcionamiento entre los cuales se encuentra: maquinaria, equipo, útiles de oficina, muebles, publicidad entre otros. Ver anexo 2.

4.4. Estudio Legal

Para el correcto funcionamiento de la empresa debe regirse a los permisos de funcionamiento de establecimientos de alojamiento entre otros, requisitos que necesita para que la organización empiece sus actividades sin ningún problema.

4.4.1. Tipo de Compañía

El tipo de compañía que se ha determinado para la empresa se constituirá como Compañía de responsabilidad limitada, Cía. Ltda. Según la LEY DE COMPAÑÍAS, ya que, cumple con los requisitos de este que exige el cumplimiento de los siguientes requisitos.

Razón social: la empresa se constituye jurídicamente como compañía de responsabilidad limitada quedando como la razón social de “**TANGAN ECOLOGE Cía. Ltda.**”

Además, la empresa está compuesta por cuatro accionistas que conformarán el directorio, por lo tanto, uno de ellos será designado como Gerente General. El capital inicial de 4 accionistas será de \$20.000.00 dólares, los cuales, cubrirán los gastos de construcción y la adquisición de equipamiento. El capital social también será a base del préstamo por medio de la una entidad financiera de \$261,640,50, para que la empresa pueda empezar sus actividades.

Registro único de actividades turísticas (RUC)

Unos de los requisitos indispensables es la obtención del RUC (Registro único de contribuyentes) para el cual se necesita lo siguiente:

- Formulario 01 A
- Nombramiento del gerente o representante legal.
- Documento de constitución del representante legal o agente de retención.
- Original y copia del nombramiento del representante legal.
- Original y copia de la escritura pública de propiedad otorgada por un notario y debidamente registrada en el registro de la propiedad.

4.4.2. Permisos del departamento de bomberos

Para la obtención de los requisitos por parte del departamento de bomberos se necesita la siguiente documentación:

- Solicitud de inscripción del establecimiento
- Informe favorable de la inscripción.
- Copia del RUC

4.4.3. Agencia nacional de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA)

- Ingresar al sistema de informático de la ARCSA y obtener usuario y contraseña.
- Una vez registrado, se podrá el permiso de funcionamiento.
- Llenar formularios y adjuntar los requisitos de acuerdo con la actividad del establecimiento.
- Emitida la orden de pago se podrá imprimir después de 24 horas de haberse generado la orden de pago proceder a cancelar su valor.
- Validado el pago se podrá imprimir el permiso de funcionamiento.

4.4.4. Permiso de clasificación de establecimientos de alojamientos turístico

- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Permiso del uso de suelo o su equivalente.
- Tarifas rack o mostrador.

Como realizar el trámite:

- Ingresar a la plataforma SITURIN
- Registrar el usuario en la plataforma SITURIN con número de cedula, su número de RUC.
- Recibir el correo la notificación con la contraseña y activar la cuenta y seguir con la solicitud.
- Ingresar al sistema con el correo y contraseña y seguir los siguientes pasos:
 - Información de la persona natural
 - Información del establecimiento
 - Información del registro, recalificación, recategorización, reingreso y actualización. En esta sección se debe escoger la actividad turística de alojamiento y la respectiva calificación y categoría.
- Llenar los requisitos de acuerdo con la clasificación y categoría seleccionadas.
- Enviar solicitud a ministerio de turismo mediante la plataforma SITURIN.

4.5 Estudio financiero

En el presente estudio financiero se determina los requisitos necesarios y los costos de producción inicial, así como también los gastos administrativos que se mostraran a través del funcionamiento del Lodge con sus respectivos índices financieros, por lo tanto, se determinara que el proyecto es factible. Además, de conocer cuál es el periodo de recuperación de la inversión.

4.5.1. Presupuesto de costos fijos (Activos fijos).

Tabla No. 38. Maquinaria y Herramientas

Fuente: M, Morejón, 2021

MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Mini Refrigeradora	1	135,00	135,00
Cocina indust 6 quemad con horno	1	380,00	380,00
Lava platos industriales de 180 * 60 * 90 de alto. Medida de los pozos 50 * 45 y 30 de profundidad	1	350,00	350,00
Cafetera eléctrica	1	65,00	65,00
Extractor de olores	1	210,00	210,00
Refrigerador vitrina indurama vfv 400	1	570,00	570,00
Congelador vertical	1	250,00	250,00
Microondas indurama	1	85,00	85,00
Extractor para jugos	1	175,00	175,00
Batidora industrial	1	175,00	175,00
Licuadaora	1	40,00	40,00
Lavadora	2	439,00	878,00
Secadora	2	600,00	1.200,00

Plancha Industrial	1	800,00	800,00
Calefacción	12	300,00	3.600,00
Planta de Tratamiento de Aguas y Residuos	1	7.000,00	7.000,00
TOTAL			15.913,00

Tabla No. 39. Muebles y Enceres

Fuente: M, Morejón, 2021

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Escritorios modulares	3	110,00	330,00
Sillas	6	45,00	270,00
Archivador	3	60,00	180,00
Camas King	1	900,00	900,00
Camas Queen	3	850,00	2.550,00
Cama Full	11	600,00	6.600,00
Cama Twins	8	400,00	3.200,00
Veladores	31	20,00	620,00
Sillones	10	80,00	800,00
Closets	12	90,00	1.080,00
Mesa de centro	1	70,00	70,00
sofás	4	80,00	320,00
Juego de mesas / sillas	10	85,00	850,00
Barra para restaurante	1	50,00	50,00
Aparador	1	300,00	300,00

Mesa de trabajo	1	60,00	60,00
TOTAL			18.180,00

Tabla No. 40. Equipos de computación.

Fuente: M, Morejón, 2021

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
laptop	3	700,00	2.100,00
Impresoras	2	270,00	540,00
Computadora HP Pro One	1	700,00	700,00
Impresora HP	1	270,00	270,00
TOTAL			3.610,00

Tabla No. 41. Equipos de oficina.

Fuente: M, Morejón, 2021

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Teléfono	2	50,00	100,00
Teléfono	1	50,00	50,00
Tv Lcd 42'	1	400,00	400,00
Tv Lcd 42'	1	400,00	400,00
TOTAL			950,00

Tabla No. 42. Implemento para habitaciones.

Fuente: M, Morejón, 2021

IMPLEMENTO PARA HABITACIONES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Colchones 3 plazas	1	360,00	360,00
Colchones 2 ½ plazas	3	313,00	939,00
Colchones 2 plazas	11	300,00	3.300,00
Colchones 1 ½ plazas	8	285,00	2.280,00
Protectores de colchón	30	22,00	660,00
Almohadas	60	20,00	1.200,00
Sábanas	80	35,00	2.800,00
Cobijas térmicas	70	15,00	1.050,00

Lámparas	31	25,00	775,00
Cortinas	100	30,00	3.000,00
Caja Fuerte	10	55,00	550,00
Jacuzzi	1	950,00	950,00
Duchas	11	115,00	1.265,00
Eco Inodoros	11	115,00	1.265,00
Lavamanos con muebles	9	45,00	405,00
Toalla de manos	150	20,00	3.000,00
Toalla de pies	150	20,00	3.000,00
Toalla grande	150	30,00	4.500,00
Batas de Baño	50	40,00	2.000,00
Peinadora	2	90,00	180,00
Secador de cabello	8	40,00	320,00
Basureros	25	10,00	250,00
Floreros	7	6,00	42,00
Lámparas	2	20,00	40,00
Espejos	6	24,00	144,00
TOTAL			34.275,00

Tabla No.43. Utensilios de cocina y restaurante.

Fuente: M, Morejón, 2021

UTENSILLOS DE COCINA Y RESTAURANTE			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Filtros de agua	1	60,00	60,00
Mesa de acero inoxidable de 160 * 60 * 85 de alto	3	125,00	375,00
Mantelería	1	30,00	30,00
Licadora oster	1	40,00	40,00
Sartenes juego de 7 unidades	1	250,00	250,00
Ollas juego de 4 unidades	2	98,00	196,00
Cuchillo de corte	5	8,00	40,00
Tabla de corte varios colores	4	22,00	88,00

Balanza de cocina	1	15,00	15,00
Bold varios tamaños	2	30,00	60,00
Bandejas	10	7,00	70,00
vajilla	10	50,00	500,00
Martillo	1	12,00	12,00
Aplastador de papa	1	12,00	12,00
Espumadera varios tamaños	4	10,00	40,00
Cucharon varios tamaños	4	10,00	40,00
Juego de mantelería	20	30,00	600,00
Lámparas	5	20,00	100,00
Juego de cristalería	3	100,00	300,00
Coctelera	1	67,00	67,00
Total			2.895,00

Tabla No.44. Vehículo

Fuente: M, Morejón, 2021

Vehículo			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Costos Fijos			
Camioneta 4*4 Chevrolet dimax	1	29.000,00	29.000,00
TOTAL			29.000,00

Tabla No.45. Instalaciones y adecuaciones.

Fuente: M, Morejón, 2021

INSTALACIONES Y ADECUACIONES

Descripción	Cantidad	Valor Unitario
Parqueadero		3.000,00
Estudios Arquitectonicos		20.000,00
Construcción de Lodge		80.000,00
Total		103.000,00

Tabla No.46. Resumen de activos fijos.

Fuente: M, Morejón, 2021

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS		
Descripción	Tipo	Valor
Maquinaria	AF	15.913,00
Equipos de Oficina	AF	950,00
Equipos de Computación	AF	3.610,00
Vehículos	AF	29.000,00
Instalaciones y adecuaciones	AF	103.000,00
Implemento de habitaciones	AF	34.275,00
Utensilios de la cocina y restaurante	AF	2.895,00
Muebles y Enseres	AF	18.180,00
Total, Inversión Activos Fijos		207.823,00

4.5.2. Presupuestos de costos (Activos Corrientes)

Tabla No.47. Activos corrientes.

Fuente: M, Morejón, 2021

NOMBRE	CANT.	DENOMINACIÓN	VALOR X MES	TOTAL REQUER.
Caja	3	AC	200,00	600,00
Bancos	3	AC	23.972,50	71.917,50
Total, mínimo requerido en la Caja y Bancos				72.517,50

Tabla No.48. Requerimientos de alimentos.

Fuente: M, Morejón, 2021

Requerimientos de Alimentos		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Frutas y Verduras	250,00	3.000,00
Carnes blancas y rojas	600,00	7.200,00

Mariscos	400,00	4.800,00
Aguas, Jugos, Gaseosas, etc.	500,00	6.000,00
Bebidas Alcohólicas	700,00	8.400,00
Harinas y Cereales	150,00	1.800,00
Lácteos	200,00	2.400,00
Especias	50,00	600,00
Otros	350,00	4.200,00
Total	3.200,00	38.400,00

Tabla No.49. Requerimiento insumos para turistas

Fuente: M, Morejón, 2021

Requerimiento Insumos para Turistas			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total (Anual)
Pacas de papel Higiénico normal (48 u)	800	18,00	14.400,00
Pacas de papel Higiénico jumbo (60 u)	20	15,00	300,00
Pacas de Toallas de papel (12 u)	25	11,20	280,00
Cajas de Jabón líquido (12u 1 lt.)	25	9,60	240,00
Cajas de Amenities (18u)	800	15,00	12.000,00
Cajas de Pasta de dientes (50u)	200	10,00	2.000,00
Cajas de Cepillos de dientes (50 u)	150	13,00	1.950,00
Cajas de Peinillas (50 u)	150	6,00	900,00
Total			32.070,00

Tabla No.50. Resumen inversión de activos corrientes

Fuente: M, Morejón, 2021

Resumen Inversión en Activos Corrientes:		
Descripción	Tipo	Valor
Caja		600,00
Bancos		23.972,50

Inventario de Materias Primas		47.945,00
Total Inversión Activos Corrientes		72.517,50

4.5.3. Presupuesto de costos (Activos fijos)

Tabla No.51. Gastos de constitución

Fuente: M, Morejón, 2021

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
Nº.	DETALLE	VALOR
	Compañía Limitada	
1	Obtención del RUC	100,00
2	Patente Municipal	250,00
3	Permiso del Cuerpo de Bomberos	150,00
4	Honorarios Abogados (Tramites Varios)	1.500,00
	TOTAL	2.000,00

Tabla NO. 52. Resumen inversión de activos diferidos

Fuente: M, Morejón, 2021

Resumen Inversión en Activos Diferidos:		
Descripción	Tipo	Valor
Gastos de Constitución	AD	2.000,00
Total, Inversión Activos Diferidos		2.000,00

4.5.4. Inversión Inicial

Tabla No.53. Balance general

Fuente: M, Morejón, 2021

TANGAN ECOLODGE			
BALANCE GENERAL INICIAL			
AL 01 DE JULIO DEL 2021			
(En Dólares de los EE.UU.)			
ACTIVOS.			PASIVOS.
<u>CORRIENTES:</u>		72.517,50	<u>CORRIENTES:</u>
Efectivo	600,00		
Bancos	23.972,50		Cuenta por pagar
Inventario M. Prima	<u>47.945,00</u>		
<u>FIJOS:</u>		207.823,00	<u>LARGO PLAZO:</u>
Maquinaria	15.913,00		Préstamo Largo plazo
Equipos de Oficina	950,00		<u>202.340,50</u>
Equipos de Computación	3.610,00		TOTAL PASIVOS
Vehículos	29.000,00		
Instalaciones y adecuaciones	103.000,00		
Implemento de habitaciones	34.275,00		
Utensilios de la cocina y restaurante	2.895,00		
Muebles y Enseres	18.180,00		
<u>OTROS ACTIVOS:</u>		<u>2.000,00</u>	<u>PATRIMONIO:</u>
Gastos de Constitución (Tramites l	<u>2.000,00</u>		Capital contable
			<u>80.000,00</u>
TOTAL ACTIVOS		<u>282.340,50</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO
			<u>282.340,50</u>

Tabla No. 54. Nómina de Tangan Ecolodge

Fuente: M, Morejón, 2021

NOMINA DE TANGAN ECOLOGDE							
#	CARGO	SUELDO BASICO	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	IMPUESTO A LA RENTA	TOTAL EGRESOS	NETO A RECIBIR
1	Gerente	900,00	900,00	85,05		85,05	814,95
2	Administrador	700,00	700,00	66,15		66,15	633,85
3	Contador	700,00	700,00	66,15		66,15	633,85
4	Relacionista Público	700,00	700,00	66,15		66,15	633,85
5	Director de Talento Humano	700,00	700,00	66,15		66,15	633,85
6	Recepcionista 1	600,00	600,00	56,70		56,70	543,30
7	Recepcionista 2	600,00	600,00	56,70		56,70	543,30
8	Chef 1	650,00	650,00	61,43		61,43	588,58
9	Chef 2	650,00	650,00	61,43		61,43	588,58
10	Ayudante de cocina 1	400,00	400,00	37,80		37,80	362,20
11	Ayudante de cocina 1	400,00	400,00	37,80		37,80	362,20
12	Mesero	400,00	400,00	37,80		37,80	362,20
13	Gobernanta	600,00	600,00	56,70		56,70	543,30
14	Camarero 1	400,00	400,00	37,80		37,80	362,20
15	Camarero 2	400,00	400,00	37,80		37,80	362,20
16	Camarero 3	400,00	400,00	37,80		37,80	362,20
17	Personal de lavandería	400,00	400,00	37,80		37,80	362,20
18	Personal de mantenimiento	400,00	400,00	37,80		37,80	362,20
19	Guía 1	600,00	600,00	56,70		56,70	543,30
20	Guía 2	600,00	600,00	56,70		56,70	543,30
		11.200,00	11.200,00	1.047,20	-	1.047,20	10.141,60

Tabla No.55. Cuadro de provisiones

Fuente: M, Morejón, 2021

CUADRO DE PROVISIONES											
#	NOMBRE	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Total Provisiones	Total Provisiones	Total Provisiones	Total Provisiones	Total Provisiones
1	Gerente	75,00	33,33	37,50	109,35	75,00	255,18	330,18	330,18	330,18	330,18
2	Administrador	58,33	33,33	29,17	85,05	58,33	205,88	264,22	264,22	264,22	264,22
3	Contador	58,33	33,33	29,17	85,05	58,33	205,88	264,22	264,22	264,22	264,22
4	Relacionista Público	58,33	33,33	29,17	85,05	58,33	205,88	264,22	264,22	264,22	264,22
5	Director de Talento Humano	58,33	33,33	29,17	85,05	58,33	205,88	264,22	264,22	264,22	264,22
6	Recepcionista 1	50,00	33,33	25,00	72,90	50,00	181,23	231,23	231,23	231,23	231,23
7	Recepcionista 2	50,00	33,33	25,00	72,90	50,00	181,23	231,23	231,23	231,23	231,23
8	Chef 1	54,17	33,33	27,08	78,98	54,17	193,56	247,73	247,73	247,73	247,73
9	Chef 2	54,17	33,33	27,08	78,98	54,17	193,56	247,73	247,73	247,73	247,73
10	Ayudante de cocina 1	33,33	33,33	16,67	48,60	33,33	131,93	165,27	165,27	165,27	165,27
11	Ayudante de cocina 1	33,33	33,33	16,67	48,60	33,33	131,93	165,27	165,27	165,27	165,27
12	Mesero	33,33	33,33	16,67	48,60	33,33	131,93	165,27	165,27	165,27	165,27

13	Gobernanta		50,00	33,33	25,00	72,90	50,00	181,23	231,23	231,23	231,23	231,23
14	Camarero 1		33,33	33,33	16,67	48,60	33,33	131,93	165,27	165,27	165,27	165,27
15	Camarero 2		33,33	33,33	16,67	48,60	33,33	131,93	165,27	165,27	165,27	165,27
16	Camarero 3		33,33	33,33	16,67	48,60	33,33	131,93	165,27	165,27	165,27	165,27
17	Personal de lavandería		33,33	33,33	16,67	48,60	33,33	131,93	165,27	165,27	165,27	165,27
18	Personal de mantenimiento		33,33	33,33	16,67	48,60	33,33	131,93	165,27	165,27	165,27	165,27
19	Guía 1		50,00	33,33	25,00	72,90	50,00	181,23	231,23	231,23	231,23	231,23
20	Guía 2		50,00	33,33	25,00	72,90	50,00	181,23	231,23	231,23	231,23	231,23
	SUMAN		933,33	666,67	466,67	1.360,80	933,33	3.427,47	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80

4.5.5. Depreciaciones

Formula: $\frac{\text{COSTO DEL BIEN} - \text{VALOR RESIDUAL}}{\text{\# DE AÑOS}}$

DE AÑOS

Tabla No. 56. Depreciaciones

Fuente: M, Morejón, 2021

Deprec Maquinaria			Deprec Equipos de oficina			Deprec Equipos de computación		
Costo:	15.913,00		Costo:	950,00		Costo:	3.610,00	
Porcentaje	10% anual		Porcentaje	33.33% anual		Porcentaje	33.33% anual	
# de años:	10 años		# de años:	10 años		# de años:	3 años	
Valor Depreciación			Valor Depreciación			Valor Depreciación		
Anual	Mensual	Diaria	Anual	Mensual	Diaria	Anual	Mensual	Diaria
1.591,30	132,61	4,42	95,00	7,92	0,26	1.203,33	100,28	3,34

Depreciación Vehículos			Deprec Instalaciones y adecuaciones			Deprec Implemento de habitaciones		
Costo:	29.000,00		Costo:	103.000,00		Costo:	34.275,00	
Porcentaje	20% anual		Porcentaje	5% anual		Porcentaje	10% anual	
# de años:	5 años		# de años:	20 años		# de años:	10 años	
Valor Depreciación			Valor Depreciación			Valor Depreciación		
Anual	Mensual	Diaria	Anual	Mensual	Diaria	Anual	Mensual	Diaria
5.800,00	483,33	16,11	5.150,00	429,17	14,31	3.427,50	285,63	9,52

Depreciación Utensilios de la cocina y restaurante			Deprec Muebles y enseres		
Costo:	2.895,00		Costo:	18.180,00	
Porcentaje	10% anual		Porcentaje	10% anual	
# de años:	10 años		# de años:	10 años	
Valor Depreciación			Valor Depreciación		
Anual	Mensual	Diaria	Anual	Mensual	Diaria
289,50	24,13	0,80	1.818,00	151,50	5,05

4.5.6. Estado de pérdidas y ganancias

Tabla No.57. Estado de pérdidas y ganancias

Fuente: M, Morejón, 2021

TANGAN ECOLOGE

ESTADO DE SITUACIÓN ECONÓMICA

PROYECCIÓN PARA CINCO AÑOS A PARTIR DEL 2021

(En dólares de los EE. UU)

NOMBRE DE CUENTAS	PERÍODOS				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS:					
Venta Netas	319.440,00	521.752,00	819.896,00	1.043.504,00	1.192.576,00
(-) Costo de producción	70.470,00	115.101,00	180.873,00	230.202,00	263.088,00
(=) Utilidad Bruta	248.970,00	406.651,00	639.023,00	813.302,00	929.488,00
(-) Gastos de Administración	204.504,23	218.417,43	221.182,18	223.999,47	226.870,27
(-) Gastos de Ventas	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
(=) Utilidad Operacional	34.865,77	178.633,57	408.240,82	579.702,53	693.017,73
(-) Gastos Financieros	16.541,34	12.899,21	9.257,08	5.614,95	1.972,82
(=) Utilidad Antes de Participación	18.324,43	165.734,36	398.983,74	574.087,59	691.044,91
(-) 15% Participación Trabajadores	2.748,66	24.860,15	59.847,56	86.113,14	103.656,74
(=) Utilidad Antes de Impuestos	15.575,77	140.874,21	339.136,18	487.974,45	587.388,17
(-) 25% Impuesto a la Renta	-	-	-	-	-
(=) UTILIDAD NETA	15.575,77	140.874,21	339.136,18	487.974,45	587.388,17

4.5.7. Flujo de caja

Tabla No.58. Flujo de caja

Fuente: M, Morejón, 2021

TANGAN ECOLOGE

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

PARA CINCO AÑOS A PARTIR DEL 2021

(En dólares de los EE. UU)

	0	1	2	3	4	5
Ingresos						
Ventas		319.440,00	521.752,00	819.896,00	1.043.504,00	1.192.576,00
Total Ingresos	-	319.440,00	521.752,00	819.896,00	1.043.504,00	1.192.576,00
Egresos						
Capital de Trabajo	51.817,50					
Maquinaria	15.913,00					
Equipos de Oficina	950,00					
Equipos de Computación	3.610,00					
Vehículos	29.000,00					
Instalaciones y adecuaciones	103.000,00					
Implemento de habitaciones	34.275,00					
Utensilios de la cocina y restaurante	2.895,00					
Muebles y Enseres	18.180,00					
Gastos de Constitución	2.000,00					
Costo de Producción		70.470,00	115.101,00	180.873,00	230.202,00	263.088,00
Gastos Financieros		16.541,34	12.899,21	9.257,08	5.614,95	1.972,82
Gastos Administrativos		204.504,23	218.417,43	221.182,18	223.999,47	226.870,27
Gastos de Ventas		9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00

Participación Empleados		2.748,66	24.860,15	59.847,56	86.113,14	103.656,74
Impuesto a la Renta		-	-	-	-	-
Total Egresos	261.640,50	303.864,23	380.877,79	480.759,82	555.529,55	605.187,83
Saldo Final de Caja	261.640,50	15.575,77	140.874,21	339.136,18	487.974,45	587.388,17

4.5.7.1. VAN- TIR

Tasa de Descuento 14,31%

TIR 62,89%

$$\text{VAN} = -A + (\text{FC1}/(1+i)^1) + (\text{FC2}/(1+i)^2) + (\text{FC3}/(1+i)^3) + (\text{FC4}/(1+i)^4) + (\text{FC5}/(1+i)^5)$$

VAN= -

$$208,212,50 + (72,619,67/(1+0,1371)^1) + (69.885,49/(1+0,1371)^2) + (74.361,11/(1+0,1371)^3) + (78.908,16/(1+0,1371)^4) + (83.528,31/(1+0,1371)^5)$$

$$\text{VAN} = 673.456,73$$

RCB = Inversión/Σ Flujos	16,65%
--------------------------	--------

Tabla No.59. Periodo de recuperación de la inversión

Fuente: M, Morejón, 2021

Periodo de recuperación de la Inversión:			
Año	Flujos anuales	Flujos acumulad.	Tiempo recup.
Año 0	- 261.640,50	- 261.640,50	-2,33
Año 1	15.575,77	-246.064,73	
Año 2	140.874,21	-105.190,53	
Año 3	339.136,18	233.945,65	
Año 4	487.974,45	721.920,10	
Año 5	587.388,17	1.309.308,27	

El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, 4 meses.

4.5.7.2. Financiamiento del proyecto

Tabla No. 60. Financiamiento del proyecto

Fuente: M, Morejón, 2021

CONCEPTO	VALOR	%
CAPITAL SOCIAL	80.000,00	38,46%
PRESTAMO A LARGO PLAZO	128.012,50	61,54%
TOTAL DEL FINANCIAMIENTO	208.012,50	100%

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el presente capítulo se describe las conclusiones y recomendaciones procedente de la investigación realizada, luego de conocer los resultados obtenidos de cada uno de los objetivos planteados en la realización de un plan de negocios para la creación de un lodge ecológico en el Cantón Sigchos, sector de Tangan.

5.1. Conclusiones

En la metodología de la investigación permitió recabar información y datos relevantes para conocer el mercado, gustos y preferencias que tienen los turistas al momento de elegir un establecimiento de alojamiento. Además de conocer las diferentes actividades y servicios que prestara Tangan Ecolodge.

De esta forma se puede evidenciar en el capítulo 4, para cumplir el primer objetivo propuesto en el trabajo de titulación, el cual, está relacionado con la planificación y puesta en marcha del lodge, el mismo, que tuvo como resultado el análisis situacional del micro y macro entorno a través de análisis Pestel, 5 fuerzas de Porter y análisis FODA a pesar que la empresa no tiene una trayectoria ni experiencia a comparación a la competencia, la misma, pude posesionarse en el mercado con gran facilidad.

Asimismo, se estableció la situación actual mediante un estudio de mercado determinando la oferta y demanda a través de encuestas, el cual, permitió conocer los intereses y preferencias de los posibles potenciales clientes para la realización del lodge ecológico, donde cada uno de los turistas buscan un lugar adecuado en el que puedan hospedarse, conjuntamente, se pudo conocer los medios que utilizan para elegir un establecimiento hotelero y se pudo evidenciar los aspectos importantes que debe tener un alojamiento hotelero de esta magnitud.

De esta manera, se desarrolla la factibilidad técnica, organizacional y operativa necesaria, el cual, se definió como esta conforma la organización y a su vez cual es el personal necesario con cada una de las funciones que deben cumplir, del mismo

modo, en el macro y micro localización el mismo que ayuda a Tangan Ecolodge a generar una propuesta de valor diferente a la competencia. Adicionalmente el diseño pensado para la construcción de las cabañas es ecológico brindado así la comodidad tanto para los huéspedes y para cada uno de los colaboradores. También, se estableció los parámetros necesarios para el correcto funcionamiento, mediante, diferentes paquetes y variedad de tipos de habitaciones para cada gusto y preferencia. Por último, se da a conocer la parte legal que debe cumplir una empresa con estas características, la cual concluyo como una compañía de responsabilidad limitada, siendo la forma más sencilla de cumplir con los parámetros, requisitos y permisos que son necesarios para la puesta en marcha del lodge.

Finalmente se determina la factibilidad de Tangan Ecolodge, para ello, se ha realizado el análisis financiero el mismo que corresponde con el objetivo planteado al realizar el estudio financiero y al efectuar posteriores análisis se determina que el proyecto es viable con base a los indicadores financieros obtenidos del Valor Actual Neto (VAN) es de \$ 673.456,73 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 16,65% siendo mayor a los costes de la empresa y finalmente el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es de 2 años, 4 meses, el cual, está dentro del tiempo de vida útil del proyecto desde que la empresa empiece sus funciones dando así al inversionista una estabilidad económica y una ganancia.

5.2. Recomendaciones

Una vez culminado el plan de negocio para la creación de un lodge ecológico en Tangan, Cantón de Sigchos se presenta las siguientes recomendaciones para la puesta en marcha del proyecto.

El presente proyecto da la pauta a para la continuación a más investigaciones referentes a la hotelería y turismo al ser un tema amplio se considera que a partir de la investigación realizada exista más proyectos de investigación enfocados al turismo de aventura para carreras afines.

Considerar la ejecución del proyecto manteniendo la información el mismo que refleja los costos operacionales para que de esta manera se pueda recuperar la inversión en el periodo establecido.

Realizar los diferentes métodos de publicidad como es la página web de la empresa siendo estos los medios que garantiza para llegar a los posibles clientes conozcan el producto y servicio que se ofrecerá.

Crear convenios con las diferentes agencias de viaje para poder obtener mutuamente beneficios y mejores resultados en cuanto a las llegadas y reservas de turistas para el lodge.

Contratar personal capacitado en temas de hotelería y turismo en conjunto con la comunidad aledaña creando nuevas fuentes de empleo con las debidas capacitaciones para cada colaborador de esta manera se garantiza el servicio que reciba los clientes.

Una vez que el proyecto se encuentre en marcha se recomienda que en un periodo determinado se implemente un plan de marketing con el fin que el Tangan Ecolodge sea reconocida por si sola y que su afluencia de turistas vaya creciendo.

Frente al contexto actual del COVID-19 se sugiere una actualización de los datos del micro y macroentorno para la iniciación del proyecto. Con esto se obtendrá datos actualizados para construcción del lodge estos validaran una realidad actual para la puesta en marcha de la empresa.

GLOSARIO

Macroentorno: Permite a la empresa identificar las oportunidades de negocio como las amenazas para su funcionamiento y reorganizar las metas empresariales o su estructura organizativa (Rivera, Garcillán, 2007).

Análisis PEST: Consiste en examinar el impacto de aquellos factores externos que están fuera del control de la empresa, el cual pueden afectar a su desarrollo futuro (Martínez, Milla, 2012).

Microentorno: Se conforman de las fuerzas que influyen de manera directa e inmediata en la gestión de la empresa y en la organización de las relaciones de intercambio, con el objetivo de satisfacer las necesidades del mercado (Talaya, 2008).

Análisis FODA: Es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización sobre la base de sus debilidades y fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno (Sánchez, 2020).

Estudio de factibilidad: Es una idea de negocio, radica en el hecho de minimizar los riesgos propios de la inversión (Ramírez, Cagigas, 2004).

Metodología (ZERI) Emissions Research Initiative: Que significa Iniciativa Cero Emisiones, que son construcciones amigables con el medio ambiente utilizando materiales alternativos que son económicos, resistentes, funcionales (Malaver,2012).

TIR: La tasa interna de rentabilidad se denomina TIR a la tasa de actualización que iguala al valor actual de la corriente de cobros con el valor actual de la corriente de pagos asociados a un proyecto de inversión (Brotons, 2017).

VAN: Mide la factibilidad absoluta neta del proyecto, lo que está en línea con definición de valor de la empresa en términos absolutos (Aguilar, 2012).

Plan de negocio: Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio. Examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la idea que busca que busca cubrir esa oportunidad (Mir, 2019).

Encuesta online: Es a través de un cuestionario que llegará por correo electrónico o mediante un vínculo que le conducirá a una web en la que está ubicada la encuesta (Mir, 2019).

Segmentación mercado: Se perfilan los distintos segmentos de clientes en función de las necesidades y características sociodemográficas (Mir, 2019).

Estudio de mercado: Es la investigación realizada para abordar una decisión comercial específica de una empresa u organización la cual se aplica para comprender mejor el mercado (Ríos, 2018).

BIBLIOGRAFÍA

Rodríguez, J. (2012). *Análisis en la aplicación del marketing en establecimientos de alojamientos de lujo y primera ciudad en la ciudad de cuenca*. Obtenido de: file:///C:/Users/Usuario1/Downloads/tur72.pdf.

OMT. (2015). *Desarrollo sostenible*. En: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>. Fecha de la consulta: 24 de diciembre de 2020

Smith, A. y Papadakos, T. (2013). *Tu modelo de negocio*. Editorial: Patrick van der Pijl. 133pp.

Sulser, R. y Pedroza, J. (2004). *Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. Mexico. Editorial: ISBN. 165pp.

Antonio, J. (2013). *Técnicas duras de managment en tiempos de crisis*. Madrid. Editorial: CEU. 122pp.

Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Colombia. Editorial: Buena semilla. 250pp.

Parra, M. Guerrero, G y López, L. (2017). *Iniciación a la actividad emprendedora y empresarial*. Bogotá. Editorial: Eco Ediciones. 200pp.

Álvarez, C., Muñiz, L., Moran, J., Merchán, L., Conforme, G., Nevares, E., Romero, R. (2019). *Las ideas de negocios, el emprendimiento y el marketing digital*. Alzamora. Editorial: Área de innovación y desarrollo, S.L. 201pp.

Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. En: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>. Fecha de consulta: 15 de marzo de 2019.

Goraymi. (2015). *Sigchos cantón de oportunidades*. En: <https://www.goraymi.com/es-ec/cotopaxi/sigchos/ciudades/sigchos>. Fecha de consulta: 19 de septiembre de 2019.

Parada, O. (2009). *Desarrollo y aplicación de un modelo operacional para la gestión de aprovisionamiento hotelera*. Madrid. Editorial El Cid. 200pp.

Castaño, M. (2020). *Alimentación ecológica la nueva biodieta*. Editorial Arcopress. 250pp.

Rodríguez, J. (2012). *Análisis en la aplicación del marketing en establecimientos de alojamientos de lujo y primera ciudad en la ciudad de Cuenca*. Obtenido de: file:///C:/Users/Usuario1/Downloads/tur72.pdf. Fecha de consulta: 22 de diciembre de 2019.

Gad Municipal de Sigchos. (2019). *Sigchos jardín colgante de los Andes*. En: <http://www.gadmsigchos.gob.ec/new/>. Fecha de consulta: 23 de marzo de 2019.

Villamarín, C. (2020). *País de leyenda*. Sigchos balcón de los Andes. En: <http://www.paisdeleyenda.com/geografia/Sicghos.htm>. Fecha de consulta: 03 de noviembre de 2020.

Calle, J. (2012). *Proyecto de factibilidad para la creación del lodge "paraíso escondido", en la parroquia de Santa Rosa, cantón Chaco, provincia del Napo*. Trabajo de Titulación. Universidad Nacional de Chimborazo. Facultad de Ingeniería en Gestión Turística y Hotelera. Quito. 191pp.

Cadena, K. y Rodríguez, E. (2016). *Plan de negocio para la creación de un lodge basado en el turismo comunitario en la Provincia de Napo*. Trabajo de Titulación. Escuela Politécnica Nacional. Facultad de Ciencias Administrativas. Quito, 214pp.

Bahillo, M. y Pérez, M. (2014). *Gestión de la documentación jurídica y empresarial*. Editorial. Nobel. España. 366pp.

Gil, M. (2010). *Pre elaboración y conservación de alimentos*. Madrid. Editorial: AKAL.S.A. 156pp.

GESTIÓN DE HOTELES. (2008). *Hotelería y turismo*. España. Publicaciones Vértice S. L. 183pp.

Báez, S. (2009). *Hotelería*. Edición cuarta. México. Editorial. Patria. 319pp.

Ministerio de Turismo. (2016). *Reglamento de alojamiento turístico*. Ecuador. En: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>. Fecha de consulta: 13 de diciembre de 2020.

- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México. Editorial. Mexicana. 705pp.
- Hernández, A. Ramos, M. Plasencia, B. Ganchozo, B. Quemis, A. y Moreno, L. (2018). *Metodología de la investigación científica*. Alzamora. Editorial. Tres Ciencias. 143pp.
- Hernández, R. Fernández, C. y Mendoza, C. (2014). *Metodología de la investigación*. México. Edición. Sexta. Editorial. Mexicana. 600pp.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. México. Editorial. Mexicana. 705pp.
- Ramos, A. (2010). *Validez y confiabilidad de instrumentos en la investigación cuantitativa*. Venezuela. En: https://es.slideshare.net/maule/validez-y-confiabilidad-de-instrumentos-en-la-investigacin-cuantitativa?qid=26c629f7-7573-46a8-bcfd-8eca6e9a7089&v=&b=&from_search=3. Fecha de consulta: 18 de diciembre de 2020.
- Hernández, V. (2018). *Entorno político de una empresa*. Lider administración y finanzas. En <https://www.lifeder.com/entorno-politico-empresa/>. fecha de consulta: 22 de diciembre de 2019.
- Ministerio de Turismo. (2019). *Emprende turismo*. Convocatoria emprende turismo 2019. En: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/EmprendeTurismo/2019/Bases-de-la-Convocatoria-Emprende-Turismo-Categoria-Idea.pdf>. Fecha de consulta: 22 de diciembre de 2019.
- Banco Central del Ecuador. (2019). *La Economía Ecuatoriana*. Producto interno bruto. En: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1206-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-03-en-el-segundo-trimestre-de-2019#:~:text=El%20Banco%20Central%20del%20Ecuador,fue%20de%200%2C4%25>. Fecha de consulta: 23 de diciembre de 2019.
- INEC. (2019). *Encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo*. ENEMDU. En https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Septiembre/201909_Mercado_Laboral.pdf. Fecha de consulta: 23 de diciembre de 2019.

Olmo, L. (2019). *Tecnología un papel cada vez más importante en el sector hotelero*. Rincón de la tecnología. En <https://rincondelatecnologia.com/la-tecnologia-y-el-sector-hoteler/>. Fecha de consulta 26 de diciembre.29 de diciembre de 2019.

Castro, J. (2016). *Importancia de la tecnología en las Pymes y empresas en crecimiento*. Corponet. En <https://blog.corponet.com.mx/importancia-de-la-tecnologia-en-las-empresas-en-crecimiento>. Fecha de consulta: 26 de diciembre de 2019.

Rivera, J. Garcillán, M. (2007). *Dirección de marketing fundamento y aplicaciones*. España. Editorial. BSIC. 64pp.

Martínez, D. Milla, A. (2012). *Análisis del entorno la elaboración del plan estratégico y su implementación a través del cuadro de mando integral*. Madrid. Editorial. Días de santos. 80pp.

Talaya, A. (2008). *Principios de marketing*. Madrid. Editorial. Esic. 773pp.

Sánchez, D. (2020). *Análisis FODA o DAFO*. Madrid. Editorial. Bubok Publishing S.L. 250pp.

Ramírez, E. Cajigas, R. (2004). *Proyectos de inversión competitivos*. Colombia. ISBN. 259pp.

Malaver, I. (2012). *Tecnología y revolución metodología ZERI*. El tiempo. En: [https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM957491#:~:text=Zeri%20\(Zero%20Emissions%20Research%20Initiative,no%20acepta%20que%20haya%20desechos](https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM957491#:~:text=Zeri%20(Zero%20Emissions%20Research%20Initiative,no%20acepta%20que%20haya%20desechos). Fecha de consulta: 13 de diciembre de 2020.

Aguilar, I. (2012). *Finanzas corporativas en la práctica*. España. Editorial. ISBN. 297pp.

Brotos, J. (2017). *Supuestos de valorización de inversiones*. España. Editorial. universidad miguel Hernández de elche. 151pp.

Mir, J. (2019). *Como crear un plan de negocio útil y creíble*. España. Editorial. Libros de cabecera. 205pp.

Ríos, V. (2018). *Investigación de mercados*. Madrid. Editorial. ESIC. 356pp.

ANEXOS

Encuesta Instrumento (Anexo 1)

ENCUESTA

1. País de origen.

País _____

2. Edad

- 25-30 años
- 31-36 años
- 37-40 más

3. Genero

Masculino () Femenino () Prefiero no responder ()

4. Ingreso mensual aproximado

- 394 a 650
- 651 a 1200
- 1201 en adelante

5. Nivel de educación

- Educación básica
- Bachillerato
- Técnico superior
- Tercer nivel (Pregrado)
- Cuarto nivel (Posgrado)

6. ¿Le gustaría visitar el Cantón de Sigchos?

- Si
- No

7. ¿Le gustaría Usted un establecimiento denominado LODGE que ofrece: ¿Hospedaje, Alimentación, Aventura, Guías Turísticos?

- Si
- No

8. ¿De los siguientes establecimientos cual elige usted para hospedarse?

- Hotel
- Hatería
- Lodge
- Hostal

9. ¿Qué actividades turísticas le gusta realizar en este lugar?

- Trekking (Caminatas)
- Escalar las columnas de tangán
- Observación del paisaje
- Fotografía
- Campamento
- Todas las anteriores

10. ¿Qué métodos usa para reservar un hospedaje?

- Agencias de viaje
- Redes sociales
- Página web de hospedajes
- Va por su cuenta (directo)

11. ¿Qué servicios le gustaría que ofrezca el lugar donde se hospeda?

- Solo hospedaje
- Aventura (tours selva, deportes extremos)
- Gastronomía nativa
- Gastronomía tradicional

12. ¿Al momento de seleccionar un lugar de hospedaje que es lo primero que toma en cuenta?

- Servicio al cliente
- Infraestructura (Apariencia del establecimiento)
- El precio
- Comodidad

13. ¿Estaría usted de acuerdo con que se cree un Lodge Ecológico en Tangan, Cantón Sigchos?

- Sí
- No

14. ¿Cree usted que construir un Lodge Ecológico en la zona de Tangan, cantón Sigchos impulsará el turismo?

- Sí
- No

15. ¿Qué tan probable es que usted se hospede en un Lodge Ecológico que esté enfocado a personas jóvenes entre los 25 y 40 años que ofrezca un turismo de aventura?

- Muy probable
- Probable
- Poco probable

- Nada probable

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de hospedaje por noche/ por persona si visitaría un Lodge Ecológico?

- Menos \$ 40.0 (Solo hospedaje)
- Entre \$ 41.0 y 60.0 (hospedaje, alimentación)
- Entre \$ 61.00 y 80.00 (hospedaje, alimentación, aventura)
- Entre \$ 81.0 y 100.00 (hospedaje, alimentación, 1 tour)
- \$ 100.0 y más (paquete turístico)

Validación de encuesta (Anexo 2)

JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casillero un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EFICIENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los ítems.	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores.	X			
Relevancia del contenido	X			
Facilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa:

El instrumento está planteado de manera adecuada, se entiende muy bien.

Observaciones:

Validado por: Paola López
Profesión: Magister en Estudios Socioambientales
Cargo que desempeña: Docente

Firma: Paola López

Fecha: 05/11/2019



JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casillero un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EFICIENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento		X		
Calidad de redacción de los ítems.			X	
Pertinencia de las variables con los indicadores.	X			
Relevancia del contenido	X			
Facilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa:

Revisar la redacción de los ítems.

Observaciones:

Docente tiempo completo / Dirección de Investigación

Validado por: PHD. Marco Altamirano

Profesión: Docente

Cargo que desempeña: Dirección de Investigación

Firma:

Fecha: 03/11/2019



JUICIO DE EXPERTOS

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casillero un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EFICIENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los ítems.	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores.	X			
Relevancia del contenido	X			
Facilidad de aplicación	X			

Apreciación cualitativa:

Observaciones:

Validado por: Mgst. Marcelo Nieto Reyes

Profesión: Docente

Cargo que desempeña: Docente de la Escuela de Hotelería

Firma:

Fecha: 06/11/2019

Requerimientos (Anexo 3)

Maquinaria y herramientas

MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Mini Refrigeradora	1	135,00	135,00
Cocina indust 6 quemad con horno	1	380,00	380,00
Lava platos industriales de 180 * 60 * 90 de alto. Medida de los pozos 50 * 45 y 30 de profundidad	1	350,00	350,00
Cafetera eléctrica	1	65,00	65,00
Extractor de olores	1	210,00	210,00
Refrigerador vitrina indurama vfv 400	1	570,00	570,00
Congelador vertical	1	250,00	250,00
Microondas indurama	1	85,00	85,00
Extractor para jugos	1	175,00	175,00
Batidora industrial	1	175,00	175,00
Licuada	1	40,00	40,00
Lavadora	2	439,00	878,00
Secadora	2	600,00	1.200,00
Plancha Industrial	1	800,00	800,00
Calefacción	12	300,00	3.600,00
Planta de Tratamiento de Aguas y Residuos	1	7.000,00	7.000,00
TOTAL			15.913,00

Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Escritorios modulares	3	110,00	330,00
Sillas	6	45,00	270,00
Archivador	3	60,00	180,00
Camas King	1	900,00	900,00
Camas Queen	3	850,00	2.550,00
Cama Full	11	600,00	6.600,00
Cama Twins	8	400,00	3.200,00
Veladores	31	20,00	620,00
Sillones	10	80,00	800,00
Closets	12	90,00	1.080,00
Mesa de centro	1	70,00	70,00
sofás	4	80,00	320,00
Juego de mesas / sillas	10	85,00	850,00
Barra para restaurante	1	50,00	50,00
Aparador	1	300,00	300,00
Mesa de trabajo	1	60,00	60,00
TOTAL			18.180,00

Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total

laptop	3	700,00	2.100,00
Impresoras	2	270,00	540,00
Computadora HP Pro One	1	700,00	700,00
Impresora HP	1	270,00	270,00
TOTAL			3.610,00

Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Teléfono	2	50,00	100,00
Teléfono	1	50,00	50,00
Tv Lcd 42'	1	400,00	400,00
Tv Lcd 42'	1	400,00	400,00
TOTAL			950,00

Implemento para habitaciones

IMPLEMENTO PARA HABITACIONES			
Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Colchones 3 plazas	1	360,00	360,00
Colchones 2 ½ plazas	3	313,00	939,00
Colchones 2 plazas	11	300,00	3.300,00
Colchones 1 ½ plazas	8	285,00	2.280,00
Protectores de colchón	30	22,00	660,00
Almohadas	60	20,00	1.200,00
Sábanas	80	35,00	2.800,00
Cobijas térmicas	70	15,00	1.050,00
Lámparas	31	25,00	775,00
Cortinas	100	30,00	3.000,00
Caja Fuerte	10	55,00	550,00
Jacuzzi	1	950,00	950,00
Duchas	11	115,00	1.265,00
Eco Inodoros	11	115,00	1.265,00
Lavamanos con muebles	9	45,00	405,00
Toalla de manos	150	20,00	3.000,00
Toalla de pies	150	20,00	3.000,00
Toalla grande	150	30,00	4.500,00
Batas de Baño	50	40,00	2.000,00

Peinadora	2	90,00	180,00
Secador de cabello	8	40,00	320,00
Basureros	25	10,00	250,00
Floreros	7	6,00	42,00
Lámparas	2	20,00	40,00
Espejos	6	24,00	144,00
TOTAL			34.275,00

Utensilios de cocina y restaurante

UTENSILLOS DE COCINA Y RESTAURANTE			
descripción	Cantida d	Valor Unitario	Valor Total
Filtros de agua	1	60,00	60,00
Mesa de acero inoxidable de 160 * 60 * 85 de alto	3	125,00	375,00
Mantelería	1	30,00	30,00
Licuada oster	1	40,00	40,00
Sartenes juego de 7 unidades	1	250,00	250,00
Ollas juego de 4 unidades	2	98,00	196,00
Cuchillo de corte	5	8,00	40,00
Tabla de corte varios colores	4	22,00	88,00
Balanza de cocina	1	15,00	15,00
Bold varios tamaños	2	30,00	60,00
Bandejas	10	7,00	70,00
vajilla	10	50,00	500,00
Martillo	1	12,00	12,00
Aplastador de papa	1	12,00	12,00

Espumadera varios tamaños	4	10,00	40,00
Cucharon varios tamaños	4	10,00	40,00
Juego de mantelería	20	30,00	600,00
Lámparas	5	20,00	100,00
Juego de cristalería	3	100,00	300,00
Coctelera	1	67,00	67,00
Total			2.895,00

Vehículo

Vehículo			
descripción	Cantida d	Valor Unitario	Valor total
Costos Fijos			
Camioneta 4*4 Chevrolet dimax	1	29.000,00	29.000,00
TOTAL		29.000,00	29.000,00

Instalaciones y adecuaciones

Descripción	Cantidad	Valor Unitario
Parqueadero		3.000,00
Estudios Arquitectonicos		20.000,00
Construcción de Lodge		80.000,00
Total		103.000,00

Publicidad

Publicidad			
Descripción	Cantida d	Valor unitario	Valor total
Gorras con logo	500	3,85	1.925,00

flahs memory en forma de llavero	100	5,00	500,00
toma todo con logo	500	0,95	475,00
Tarjetas de presentación	1000	0,04	35,00
página web	1	300,00	300,00
publicidad y promoción	1	800,00	800,00
Total			4.035,00

Requerimiento de talento humano

Requerimiento de talento humano			
Personal	Cantidad	Sueldo Mensual	Total
Gerente	1	900,00	900,00
Administrador	1	700,00	700,00
Contador	1	700,00	700,00
Relacionista publico	1	700,00	700,00
Jefe de RR. HH	1	700,00	700,00
Recepcionista Polivalente	2	1.200,00	2.400,00
Chef	2	1.300,00	2.600,00
Ayudante de cocina	2	800,00	1.600,00
Mesero/a	1	400,00	400,00
Gobernanta	1	600,00	600,00
Camareras	3	1.200,00	3.600,00
Personal de lavandería	1	400,00	400,00
Mantenimiento	1	400,00	400,00
Guías	2	1.200,00	2.400,00

TOTAL	20		18.100,00
--------------	-----------	--	------------------

Requerimientos de alimentos

Requerimientos de Alimentos		
descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Frutas y Verduras	250,00	3.000,00
Carnes blancas y rojas	600,00	7.200,00
Mariscos	400,00	4.800,00
Aguas, Jugos, Gaseosas, etc.	500,00	6.000,00
Bebidas Alcohólicas	700,00	8.400,00
Harinas y Cereales	150,00	1.800,00
Lácteos	200,00	2.400,00
Especias	50,00	600,00
Otros	350,00	4.200,00
Total	3.200,00	38.400,00

Requerimientos de insumos para turistas

Requerimiento Insumos para Turistas			
descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total (Anual)
Pacas de papel Higiénico normal (48 u)	800	18,00	14.400,00
Pacas de papel Higiénico jumbo (60 u)	20	15,00	300,00
Pacas de Toallas de papel (12 u)	25	11,20	280,00
Cajas de Jabón líquido (12u 1 lt.)	25	9,60	240,00
Cajas de Amenities (18u)	800	15,00	12.000,00
Cajas de Pasta de dientes (50u)	200	10,00	2.000,00
Cajas de Cepillos de dientes (50 u)	150	13,00	1.950,00
Cajas de Peinillas (50 u)	150	6,00	900,00
Total			32.070,00

Proyección de ventas en años 1,2,3,4,5 (Anexo4)

PROYECCIÓN VENTAS ANUALES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cabaña Suite Panorámica	20.160,00	32.928,00	51.744,00	65.856,00	75.264,00
Cabaña Matrimonial	46.080,00	75.264,00	118.272,00	150.528,00	172.032,00
Cabaña triple	41.040,00	67.032,00	105.336,00	134.064,00	153.216,00
Cabaña cuádruple	109.440,00	178.752,00	280.896,00	357.504,00	408.576,00
Cabaña Familiar	54.720,00	89.376,00	140.448,00	178.752,00	204.288,00
Camping	48.000,00	78.400,00	123.200,00	156.800,00	179.200,00
SUMAN	319.440,00	521.752,00	819.896,00	1.043.504,00	1.192.576,00

Proyección de gastos del primer año (Anexo 5)

LA PROYECCIÓN EN LOS GASTOS TENDRÁ UN INCREMENTO BASADO EN LA INFLACIÓN DEL 1,9% ANUAL (Según datos del BCE)

NOMBRE DE CUENTAS	PROYECCION DE GASTOS PRIMER AÑO (Enero - Diciembre)												TOTAL ANUAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:													198.751,77
Sueldos	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	11.200,00	134.400,00
Provisiones (Benef. Ley)	3.427,47	3.427,47	3.427,47	3.427,47	3.427,47	3.427,47	3.427,47	3.427,47	3.427,47	3.427,47	3.427,47	3.427,47	41.129,60
Depreciación de Activos	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	13.622,17
Servicios Básicos	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.400,00
Gastos Varios (Caja chica)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
GASTOS DE VENTAS:													
Publicidad	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00
GASTOS FINANCIEROS:													
Interés	960,09	944,09	928,09	912,09	896,09	880,09	864,08	848,08	832,08	816,08	800,08	784,08	10.465,02
													-
SUMAN	18.322,74	18.306,74	18.290,74	18.274,74	18.258,73	18.242,73	18.226,73	18.210,73	18.194,73	18.178,73	18.162,73	18.146,72	218.816,79

Proyección de gastos del segundo año (Anexo 6)

LA PROYECCIÓN EN LOS GASTOS TENDRÁ UN INCREMENTO BASADO EN LA INFLACIÓN DEL 1,9% ANUAL (Según datos del BCE)

NOMBRE DE CUENTAS	PROYECCION DE GASTOS SEGUNDO AÑO (Enero - Diciembre)												TOTAL ANUAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:													212.664,97
Sueldos	11.412,80	11.412,80	11.412,80	11.412,80	11.412,80	11.412,80	11.412,80	11.412,80	11.412,80	11.412,80	11.412,80	11.412,80	136.953,60
Provisiones (Benef. Ley)	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	52.329,60
Depreciación de Activos	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	13.622,17
Servicios Básicos	713,30	713,30	713,30	713,30	713,30	713,30	713,30	713,30	713,30	713,30	713,30	713,30	8.559,60
Gastos Varios (Caja chica)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
GASTOS DE VENTAS:													
Publicidad	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00
GASTOS FINANCIEROS:													
Interés	768,07	752,07	736,07	720,07	704,07	688,07	672,07	656,06	640,06	624,06	608,06	592,06	8.160,80
													-
SUMAN	19.290,16	19.274,15	19.258,15	19.242,15	19.226,15	19.210,15	19.194,15	19.178,14	19.162,14	19.146,14	19.130,14	19.114,14	230.425,76

Proyección de gastos del tercer año (Anexo 7)

LA PROYECCIÓN EN LOS GASTOS TENDRÁ UN INCREMENTO BASADO EN LA INFLACIÓN DEL 1,9% ANUAL (Según datos del BCE)

NOMBRE DE CUENTAS	PROYECCION DE GASTOS TERCER AÑO (Enero - Diciembre)												TOTAL ANUAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:													215.429,72
Sueldos	11.629,64	11.629,64	11.629,64	11.629,64	11.629,64	11.629,64	11.629,64	11.629,64	11.629,64	11.629,64	11.629,64	11.629,64	139.555,72
Provisiones (Benef. Ley)	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	52.329,60
Depreciación de Activos	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	13.622,17
Servicios Básicos	726,85	726,85	726,85	726,85	726,85	726,85	726,85	726,85	726,85	726,85	726,85	726,85	8.722,23
Gastos Varios (Caja chica)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
GASTOS DE VENTAS:													
Publicidad	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00
GASTOS FINANCIEROS:													
Interés	576,06	560,05	544,05	528,05	512,05	496,05	480,05	464,05	448,04	432,04	416,04	400,04	5.856,57
													-
SUMAN	19.328,53	19.312,53	19.296,53	19.280,53	19.264,53	19.248,52	19.232,52	19.216,52	19.200,52	19.184,52	19.168,52	19.152,52	230.886,29

Proyección de gastos del cuarto año (Anexo 8)

LA PROYECCIÓN EN LOS GASTOS TENDRÁ UN INCREMENTO BASADO EN LA INFLACIÓN DEL 1,9% ANUAL (Según datos del BCE)

NOMBRE DE CUENTAS	PROYECCION DE GASTOS CUARTO AÑO (Enero - Diciembre)												TOTAL ANUAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:													218.247,00
Sueldos	11.850,61	11.850,61	11.850,61	11.850,61	11.850,61	11.850,61	11.850,61	11.850,61	11.850,61	11.850,61	11.850,61	11.850,61	142.207,28
Provisiones (Benef. Ley)	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	52.329,60
Depreciación de Activos	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	13.622,17
Servicios Básicos	740,66	740,66	740,66	740,66	740,66	740,66	740,66	740,66	740,66	740,66	740,66	740,66	8.887,95
Gastos Varios (Caja chica)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
GASTOS DE VENTAS:													
Publicidad	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00
GASTOS FINANCIEROS:													
Interés	384,04	368,04	352,03	336,03	320,03	304,03	288,03	272,03	256,02	240,02	224,02	208,02	3.552,35
													-
SUMAN	19.371,29	19.355,29	19.339,28	19.323,28	19.307,28	19.291,28	19.275,28	19.259,28	19.243,27	19.227,27	19.211,27	19.195,27	231.399,35

Proyección de gastos del quinto año (Anexo 9)

LA PROYECCIÓN EN LOS GASTOS TENDRÁ UN INCREMENTO BASADO EN LA INFLACIÓN DEL 1,9% ANUAL (Según datos del BCE)

NOMBRE DE CUENTAS	PROYECCION DE GASTOS QUINTO AÑO (Enero - Diciembre)												TOTAL ANUAL
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN:													221.117,81
Sueldos	12.075,77	12.075,77	12.075,77	12.075,77	12.075,77	12.075,77	12.075,77	12.075,77	12.075,77	12.075,77	12.075,77	12.075,77	144.909,22
Provisiones (Benef. Ley)	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	4.360,80	52.329,60
Depreciación de Activos	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	1.135,18	13.622,17
Servicios Básicos	754,74	754,74	754,74	754,74	754,74	754,74	754,74	754,74	754,74	754,74	754,74	754,74	9.056,83
Gastos Varios (Caja chica)	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
GASTOS DE VENTAS:													
Publicidad	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	9.600,00
GASTOS FINANCIEROS:													
Interés	192,02	176,02	160,02	144,01	128,01	112,01	96,01	80,01	64,01	48,00	32,00	16,00	1.248,12
													-
SUMAN	19.418,50	19.402,50	19.386,50	19.370,50	19.354,50	19.338,49	19.322,49	19.306,49	19.290,49	19.274,49	19.258,49	19.242,49	231.965,93

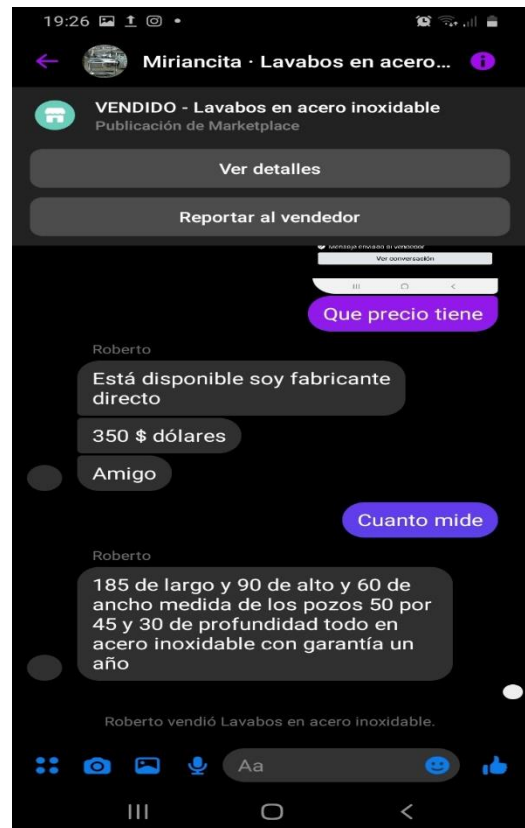
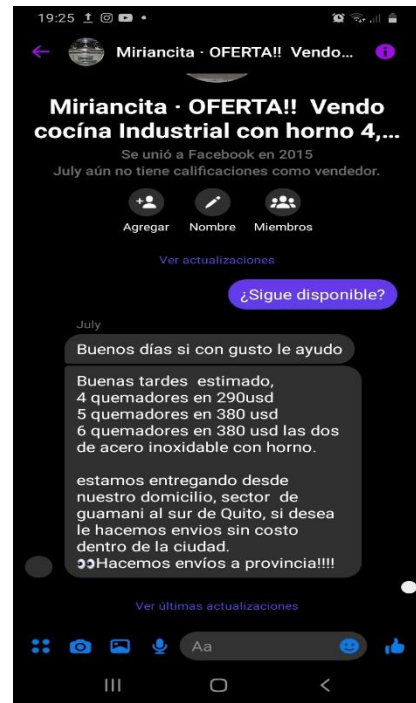
Tabla de amortización (Anexo 10)

CAPITAL	202.340,50
TASA DE INTERÉS	9,00%
TIEMPO	5 años
# CUOTAS	60

# Cuotas	Capital Amortizado	Interés	Cuota	Capital Reducido
				202.340,50
1	3.372,34	1.517,55	4.889,90	198.968,16
2	3.372,34	1.492,26	4.864,60	195.595,82
3	3.372,34	1.466,97	4.839,31	192.223,48
4	3.372,34	1.441,68	4.814,02	188.851,13
5	3.372,34	1.416,38	4.788,73	185.478,79
6	3.372,34	1.391,09	4.763,43	182.106,45
7	3.372,34	1.365,80	4.738,14	178.734,11
8	3.372,34	1.340,51	4.712,85	175.361,77
9	3.372,34	1.315,21	4.687,55	171.989,43
10	3.372,34	1.289,92	4.662,26	168.617,08
11	3.372,34	1.264,63	4.636,97	165.244,74
12	3.372,34	1.239,34	4.611,68	161.872,40
13	3.372,34	1.214,04	4.586,38	158.500,06
14	3.372,34	1.188,75	4.561,09	155.127,72
15	3.372,34	1.163,46	4.535,80	151.755,38
16	3.372,34	1.138,17	4.510,51	148.383,03
17	3.372,34	1.112,87	4.485,21	145.010,69
18	3.372,34	1.087,58	4.459,92	141.638,35
19	3.372,34	1.062,29	4.434,63	138.266,01
20	3.372,34	1.037,00	4.409,34	134.893,67
21	3.372,34	1.011,70	4.384,04	131.521,33
22	3.372,34	986,41	4.358,75	128.148,98
23	3.372,34	961,12	4.333,46	124.776,64
24	3.372,34	935,82	4.308,17	121.404,30
25	3.372,34	910,53	4.282,87	118.031,96
26	3.372,34	885,24	4.257,58	114.659,62
27	3.372,34	859,95	4.232,29	111.287,28
28	3.372,34	834,65	4.207,00	107.914,93
29	3.372,34	809,36	4.181,70	104.542,59
30	3.372,34	784,07	4.156,41	101.170,25
31	3.372,34	758,78	4.131,12	97.797,91
32	3.372,34	733,48	4.105,83	94.425,57
33	3.372,34	708,19	4.080,53	91.053,22

34	3.372,34	682,90	4.055,24	87.680,88
35	3.372,34	657,61	4.029,95	84.308,54
36	3.372,34	632,31	4.004,66	80.936,20
37	3.372,34	607,02	3.979,36	77.563,86
38	3.372,34	581,73	3.954,07	74.191,52
39	3.372,34	556,44	3.928,78	70.819,18
40	3.372,34	531,14	3.903,49	67.446,83
41	3.372,34	505,85	3.878,19	64.074,49
42	3.372,34	480,56	3.852,90	60.702,15
43	3.372,34	455,27	3.827,61	57.329,81
44	3.372,34	429,97	3.802,32	53.957,47
45	3.372,34	404,68	3.777,02	50.585,13
46	3.372,34	379,39	3.751,73	47.212,78
47	3.372,34	354,10	3.726,44	43.840,44
48	3.372,34	328,80	3.701,14	40.468,10
49	3.372,34	303,51	3.675,85	37.095,76
50	3.372,34	278,22	3.650,56	33.723,42
51	3.372,34	252,93	3.625,27	30.351,08
52	3.372,34	227,63	3.599,97	26.978,73
53	3.372,34	202,34	3.574,68	23.606,39
54	3.372,34	177,05	3.549,39	20.234,05
55	3.372,34	151,76	3.524,10	16.861,71
56	3.372,34	126,46	3.498,80	13.489,37
57	3.372,34	101,17	3.473,51	10.117,03
58	3.372,34	75,88	3.448,22	6.744,68
59	3.372,34	50,59	3.422,93	3.372,34
60	3.372,34	25,29	3.397,63	-0,00
TOTAL	202.340,50	46.285,39	248.625,89	

Cotización de Requerimientos (Anexos 11)



Ingreso de turistas a la finca de Tangan (Anexos 12)

