



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

PROYECTO DE TITULACIÓN FINAL

Previa a la obtención del grado de

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS
Y HOTELERAS**

Implementación de un Hotel Bed and Breakfast en el
cantón Pallatanga fomentando el turismo cultural

Elaborado por:

Katherine Andrea Rodríguez Padilla

Directora del Proyecto de Titulación:

Msc. Mariela Pinos Guerra

Guayaquil, diciembre de 2012

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por ser el dador de vida y quien guía cada uno de nuestros pasos, a mis padres por tanto apoyo y fuerza. Agradezco a la UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL lugar en donde nos formamos en el campo académico, pero sobre todo nos formamos como humanos. Agradecemos de manera especial a mi Directora de Tesis, Mariela Pinos; quien supo llevarnos al éxito en el presente trabajo Agradecemos de igual forma a nuestros familiares y amigos por estar siempre a nuestro lado en cada momento de nuestras vidas.

DEDICATORIA

Este gran esfuerzo y dedicación va dedicado a mi mamá, Nuve Padilla Heras; que estuvo incondicionalmente conmigo, apoyándome, brindando los consejos necesarios para seguir adelante con este proyecto



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

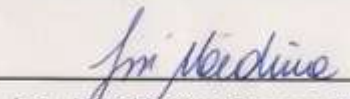
Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante RODRIGUEZ PADILLA KATHERINE ANDREA como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**.

Guayaquil, diciembre del año 2012

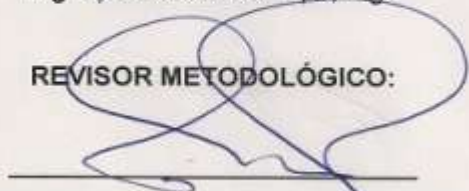
DIRECTOR DE TESIS


Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs

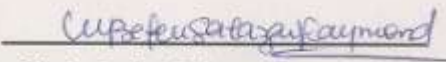
REVISOR DE CONTENIDO:


Ing. José Medina Crespo, Mgs

REVISOR METODOLÓGICO:


Econ. Luis Fernando Hidalgo Proaño, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA


Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



AUTORIZACIÓN

Katherine Andrea Rodríguez Padilla

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: "Implementación de un Hotel Bed and Breakfast en el cantón Pallatanga fomentando el turismo cultural", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

Katherine Andrea Rodríguez Padilla



DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Katherine Andrea Rodríguez Padilla

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado "Implementación de un hotel Bed and Breakfast en el cantón Pallatanga fomentando el turismo cultural", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

Katherine Andrea Rodríguez Padilla

INDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	XIII
DEDICATORIA	XIII
CERTIFICACIÓN	XIII
AUTORIZACIÓN	XIII
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	XIII
INDICE GENERAL	VXIII
INDICE GENERAL	VIXIII
INDICE GENERAL	XIII
INDICE DE TABLAS Y GRAFICOS.....	X
INDICE DE CUADROS.....	XIII
RESUMEN EJECUTIVO	XII
ABSTRACT	XIII

CAPITULO I ESTUDIO TÉCNICO

INTRODUCCION	1-2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO	3
1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.3 ENTORNO DEL PROYECTO EN IMPLEMENTACIÓN.....	5
1.3.1 MISIÓN.....	5
1.3.2 VISIÓN	5
1.3.3 VALORES	6
1.3.4 ANÁLISIS FODA.....	6
1.4 OBJETIVOS.....
1.4.1 OBJETIVOS GENERALES	7
1.4.2 OBJETIVOS GENERALES	7

1.5 PLAN OPERATIVO.....	7
1.5.2 OBJETIVOS DE LAS OPERACIONES	8
1.5.3 DIAS Y HORARIOS DE FUNCIONAMIENTO	9
1.5.4 PROCESO PRODUCTIVO O DE ENTREGA DEL SERVICIO	XIII
1.5.5 PERFILES Y MANUAL DE FUNCIONES DE EMPLEADOS	11-15
1.6 MARCO REFERENCIAL	16
1.6.1 MARCO TEORICO.....	16-19
1.6.2 MARCO CONCEPTUAL.....	19-20
1.6.3 MARCO LEGAL	21-26

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 METODOLOGÍA	27
2.1.1 PERFÍL DEL CONSUMIDOR.....	27
2.1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PERFIL DEL CLIENTE.	27
2.1.1.2 SEGMENTACIÓN DE CLIENTES.	27
2.2 PLAN DE MUESTREO	27
2.3 CALCULO DE MUESTRA.....	28
2.4 CALCULO CON PROPORCIONES.....	29
2.5 TIPOS DE FUENTES DE INFORMACIÓN	30
2.6 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS	31
2.7 PROMOCIÒN Y COMERCIALIZACIÒN	38
2.8 MANUAL CORPORATIVO	38
2.8.1 LOGOTIPO	39
2.8.2 TARJETAS DE PRESENTACIÒN	39
2.9 APLICACIONES MARKETING MIX	40
2.10 ANALISIS SITUACIONAL.....	41

CAPITULO III

ESTUDIO FINANCIERO

3.1 ESTADO FINANCIERO	42
3.1.1 INVERSIÓN	42
3.2 BALANCE INICIAL	44
3.3 DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN.....	45
3.4 SUELDOS	46
3.5 PRESTAMO	48
3.6 INGRESOS	49
3.7 GASTOS GENERALES.....	52-53
3.8 GASTOS OPERACIONALES.....	54-55
3.9 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	55
3.10 FLUJO DE CAJA	57
3.10.1 FLUJO DE CAJA ANUAL.....	57
3.10.2 EVALUACIÓN FINANCIERA	58
3.11 BALANCE GENERAL ANUAL	59
3.12 RATIOS	60
3.12.1 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO.....	60
3.11.2 PUNTO DE EQUILIBRIO	60
3.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	61
3.13 CONCLUSIONES.....	62
3.14 RECOMENDACIONES.....	63

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

INDICE DE TABLAS Y GRÁFICOS

CAPITULO I ESTUDIO TÉCNICO

Gráfico No. 1 – Organigrama estructural y funciones.....	8
--	---

CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO

Gráfico No. 2 - Análisis pregunta 1	31
Tabla No. 1 - Análisis pregunta 1	31
Gráfico No. 3 - Análisis pregunta 2	32
Tabla No. 2 - Análisis pregunta 2	32
Gráfico No. 4 - Análisis pregunta 3	33
Tabla No. 3 - Análisis pregunta 3	33
Gráfico No. 5 - Análisis pregunta 4	34
Tabla No. 4 - Análisis pregunta 4	34
Gráfico No. 6 - Análisis pregunta 5	35
Tabla No. 5 - Análisis pregunta 5	35
Gráfico No. 7 - Análisis pregunta 6	36
Tabla No. 6 - Análisis pregunta 6	36
Gráfico No. 8 - Análisis pregunta 7	37
Tabla No. 7 - Análisis pregunta 7	37
MANUAL CORPORATIVO	38
Gráfico No.9 - Logo Hotel Magenta	39
Gráfico No. 10 - Tarjetas de presentación	39
Gráfico No. 11 - Aplicaciones marketing mix	40

ANEXOS

Gráfico No. 12 - Fachada delantera del hotel	
--	--

INDICE DE CUADROS

CAPITULO III ESTUDIO FINANCIERO

ESTADO FINANCIERO	42
Cuadro No. 1 – Inversión.....	42 - 43
Cuadro No. 2 – Balance Inicial.....	44
Cuadro No. 3 – Depreciación - Amortización.....	45
Cuadro No. 4 – Sueldos	46 - 47
Cuadro No. 5 – Préstamo	48
Cuadro No. 6 – Ingresos	49
Cuadro No. 7 – Ingresos por ventas	50
Cuadro No. 8 – Alojamiento	51
Cuadro No. 9 – Gastos Generales	52
Cuadro No. 10 – Gastos Generales	53
Cuadro No. 11 – Gastos Operacionales	54
Cuadro No. 12 – Gastos Operacionales	55
Cuadro No. 13 – Estado de Pérdidas y Ganancias	56
Cuadro No. 14 – Estado de Pérdidas y Ganancias	57
Cuadro No. 15 – Flujo de caja	58
Cuadro No. 16 – Evaluación Financiera	59
Cuadro No. 17 – Balance General Anual.....	60
Cuadro No. 18 – Ratios – Análisis de rentabilidad.....	61
Cuadro No. 19 – Punto de Equilibrio.....	61
Cuadro No. 20 – Análisis de sensibilidad	62

ANEXO III

ESTADO FINANCIERO OPTIMISTA

- Cuadro No. 21 – Ingresos por ventas
- Cuadro No. 22– Estados de pérdidas y ganancias
- Cuadro No. 23 – Rubro de Utilidad
- Cuadro No. 24 – Flujo de Caja Anual
- Cuadro No. 25 – Evaluación Financiera
- Cuadro No. 26 – Balance General Anual
- Cuadro No. 27 – Análisis de Rentabilidad del Proyecto
- Cuadro No. 28 – Punto de Equilibrio
- Cuadro No. 29 – Análisis de Sensibilidad

ANEXO IV

ESTADO FINANCIERO PESIMISTA

- Cuadro No. 30 – Ingresos por ventas
- Cuadro No. 32– Estados de pérdidas y ganancias
- Cuadro No. 33 – Rubro de Utilidad
- Cuadro No. 34 – Flujo de Caja Anual
- Cuadro No. 35 – Evaluación Financiera
- Cuadro No. 36 – Balance General Anual
- Cuadro No. 37 – Análisis de Rentabilidad del Proyecto
- Cuadro No. 38 – Punto de Equilibrio
- Cuadro No. 39 – Análisis de Sensibilidad

RESUMEN EJECUTIVO

Hotel Magenta Bed And Breakfast es un proyecto que se origina a partir de la falta de concientización de los seres humanos hacia los terribles daños que en la actualidad está sufriendo el planeta, aportando a la disminución del perjuicio que ha sido sometido el medio ambiente. El Hotel que estará ubicado en el cantón Pallatanga, la cual contará con 15 habitaciones, 5 dobles, 5 cuádruples y 5 séxtuples, además de otros servicios adicionales. Se tendrá en cuenta que la cantidad y tipo de competidores varía en el tiempo, así como también todos aquellos negocios iguales o similares y diferentes al nuestro pero que satisfacen una necesidad similar. Es por esto, que distinguiremos nuestros tipos de competidores: Competidores potenciales y competidores actuales.

MAGENTA contará con un plan de marketing, el cual tendrá como principal objetivo promover sus propios servicios y a su vez incrementar el ingreso de turistas al cantón beneficiando a la zona y procurando conservar sus recursos naturales y culturales para que este llegue a ser conocido como un destino turístico principal. La investigación se enfocara en un plan de mercado que determine como ofertar y que estrategias implementar para crear una imagen de conservación. Cabe mencionar que este proceso cumple con una de las necesidades sociales más importante del sector turístico, ya que su función es darnos a conocer por nuestra calidad de servicio y conservación de los recursos naturales a quienes requieren de hospedaje casi todo el tiempo.

Además, nuestro proyecto dispondrá de la debida planificación, organización y supervisión de todas las actividades que serán realizadas dentro del hotel, puesto que lo que diferenciará a MAGENTA será sus pequeños yacimientos o puestos de trabajo en la cual brinde la elaboración de artesanías, chocolate, cultivos, bailes folklóricos típicos del lugar, además del confort que el hotel brinda. A su vez, el plan de desarrollo se basará en la verificación de la demanda, identificación de nuestra competencia y del negocio, contando con su respectivo plan financiero.

ABSTRACT

Bed And Breakfast Hotel Magenta is a project that stems from the lack of awareness of human beings to the terrible damage that is currently suffering the planet, contributing to the reduction of prejudice that has undergone the environment. The Hotel will be located in the canton Pallatanga, which will have 15 rooms, 5 doubles, 5 four and five sextuplets, plus additional services. It will be noted that the amount and type of competitors varies over time, as well as those businesses the same or similar and different to ours but fulfill a similar need. It is for this that distinguish our types of competitors: Potential competitors and current competitors.

MAGENTA have a marketing plan, which will have as its main objective to promote its own services and in turn increase the number of tourists to the district benefiting the area and trying to preserve their natural and cultural resources for this will become known as a destination Main tourist. The research will focus on a marketing plan that determines to offer and implement strategies to create an image of conservation. Note that this process meets one of the most important social needs of the tourism sector, since its function is to let us know for our quality of service and conservation of natural resources who require hosting almost all the time.

In addition, our project will have proper planning, organization and supervision of all activities to be performed within the hotel, since what will differentiate MAGENTA their small deposits or jobs which provide making crafts, chocolate, crops, typical local folk dances, and the services that the hotel provides. In turn, the development plan is based on verification of demand, competition and identification of our business, with the respective financial plan.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el Cantón Pallatanga es un pueblo poco conocido dentro del Ecuador. Nadie ve las riquezas que posee, es conocida como la “Tierra de la Eterna primavera”, está ubicada en la provincia de Chimborazo. Es un paraíso envuelto en la incógnita de turistas locales y extranjeros, rodeada de una belleza natural única y conmovedora. Sus autoridades, se han propuesto convertirla en la nueva sede de los amantes de la aventura y el relax.

Considerado un pueblo poco explotado, muchos de los extranjeros lo prefieren por su clima que va desde 20° a 22° C. Es considerado uno de los pueblos que cuenta con aguas de ríos totalmente puras sin contaminación (García, 2012).

No hace falta darse cuenta que es una belleza que no ha sido explotada aún, pero que las autoridades finalmente decidieron explotar los beneficios que cuenta este lugar. Se desea convertir a la actividad turística, como parte del sustento económico de las familias del sector.

Se iniciará fomentando el turismo cultural dentro del área, ya que cuenta con una infinidad de destinos para promocionar y poco desarrollo de actividades turísticas de la zona. Se destacará la creación de un Hotel Bed & Breakfast¹ diseñado para los amantes de la naturaleza, involucrándolos en que su estadía sea conectada con el medio ambiente. Como lo indica el “*Reglamento General de Actividades Turísticas*”, Sección 6, Art. 23:

(...) Hostería.- Es Hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicio de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor a seis habitaciones (Presidente de la República - Gustavo Noboa Bejarano, 2002).

Se implementará zonas de recreación para el turista, la cual tenga la facilidad de poder vincularse con la cultura nativa de Pallatanga, promocionar bailes

¹ El bed and breakfast es muy ventajoso porque es más barato en comparación a la mayoría de los hoteles, la cultura y las costumbres locales, entrando en el corazón de un país, en la vida y, por fin, de sus costumbres, sus tradiciones, su gastronomía.

folklóricos, estaciones de artesanías, dulces hechos en casa como es la melcocha, membrillo, café, chocolate, generar cosechas, mini huertos, todo hecho a base de las comunas para que se conserve ese ambiente familiar y la conexión con la cultura de este cantón. En efecto, según el “*Código Ético Mundial del Turismo*”, Pág. 5, Art. 5,1:

(...) Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa con los beneficios económicos, sociales y culturales, que reporten especialmente en la creación directa o indirecta de empleo a que den lugar (Organización Mundial del Turismo, 2001).

Sin olvidar que el objetivo principal es poder incrementar el desarrollo turístico de este cantón y así conectar al turista en un ambiente de naturaleza y confort, brindar esa facilidad de tener todo en un solo lugar durante su visita.

El Ecuador es conocido por su variedad gastronómica y cultura al momento de prepararlos, mostrando originalidad en sus platos. Por ello la alimentación es importante para el turista, quien no puede excusarse de disfrutar los platos característicos del lugar como; el choclo con queso y la fritada, caldo de gallina criolla muy recomendada para las personas de tercera edad.

El desarrollo de este punto turístico es lograr que el Cantón Pallatanga, a pesar de ser una zona pequeña, se llegue a conocer como uno de los principales puntos de turismo que cuenta con una gran diversidad de promoción mal destacada, sin una mayor explotación de sus riquezas de flora y fauna.

CAPITULO I

ESTUDIO TÉCNICO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

Analizar los problemas, de acuerdo al Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador, SIISE 2010, la pobreza por necesidades básicas insatisfechas, alcanza el 84,09% de la población total del cantón y la extrema pobreza alcanza al 40,00% de la población.

De acuerdo con los datos presentados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), del último Censo de Población y Vivienda, realizado en el país (2010), el Cantón Pallatanga presenta una base piramidal ancha, a expensas de la población escolar y adolescente, con un porcentaje algo menor de niños que se encuentran entre los 0 y 4 años, lo cual se explicaría por la migración existente desde este cantón a diversos lugares de la provincia y el país

La tasa de crecimiento anual de la población para el período 1990-2010, fue de 1,34%. De los 11.544 habitantes, la población femenina alcanza el 58,26%, mientras que la masculina, el 57,18%. El analfabetismo en mujeres se presenta en 25,04%, mientras que en varones: 15,01%. En general el déficit de servicios básicos es de 82,43%.

En ocasiones, Pallatanga pasa desapercibida porque mucha gente utiliza esta vía solo de tránsito para ir a Ambato o Riobamba, pero no se detiene a conocer la belleza del cantón. Después del derrumbe de la carretera que sucedió en el 2009. (Holguin, 2011) donde el desastre cobrara muchas vidas, el Alcalde la remodeló totalmente y eso ha traído más turistas.

El desarrollo de la hotelería es muy baja en todo el cantón, existen apenas 5 hosterías, que tratan de buscar la diferencia y originalidad en el servicio que brindan. La más importante es la Hostería Ecovita², pero todas cuentan con una

² Ecovita en el 2005 fue reconocida por el Municipio de Pallatanga por su aporte ecológico al Cantón. **Ecovita Organic Camping & Farm** fue premiada en la categoría Cities and Villages obteniendo el más alto puntaje entre 44 candidaturas originarias de diferentes países, en 6 categorías calificadas.

mayor infraestructura perdiendo los beneficios de la naturaleza y que el turista se sienta conectado con ella.

Pallatanga cuenta con maravillas por conocer y muchos destinos en la cual se puede promocionar algunos tipos de bailes, fiestas del lugar que puede tener conexión con el turista.

La poca afluencia de turistas hace que no haya agencias de viajes que promocionen paquetes turísticos para realizar la visita a lugares típicos, mucho menos cuenta con transportes o furgonetas que brinden el turismo personalizado.

1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El desarrollo de un Hotel Bed & Breakfast enfocado en la conservación de la naturaleza y brindar la facilidad del turismo y el recorrido de la zona, asegurando un ambiente familiar, donde la comodidad y tranquilidad, sea el método perfecto para fomentar el turismo en el cantón.

Esta idea de negocio surge con el propósito de participar en el desarrollo de la comunidad con la creación de un negocio comunitario donde los comuneros serán los principales actores puesto que tendrán una participación directa tanto en la parte administrativa como operativa, siendo una fuente de ingresos, de esta forma se pretende mejorar la calidad de vida de los habitantes y crear concienciación del cuidado y preservación del medio ambiente con acciones sostenibles, tanto para los habitantes de la zona como los turistas.

Ofrecer la conexión de la naturaleza por medio del camping para las personas que deseen realizar una fogata fuera de lo habitual, brindar la facilidad y tranquilidad de los turistas, superando sus expectativas.

El desarrollo de un turismo casual para las personas mayores, algo más conservador como una cabalgata, pesca, visita de las cascadas siempre ofreciendo variedad en los servicios, que todos disfruten y se lleven el mejor recorrido.

Contar con emprendimientos de la comunidad para venta al turista y para los que deseen un recuerdo, siempre brindando algo conservador y vean la fabricación del mismo, ver la elaboración artesanal de dulces como son la

melcocha algo práctico que se ofrecería dentro del hotel, su proceso hecho al instante, sin contar la diversidad de productos que se pueden realizar, desde un café o chocolate, brindar al turista el consumo práctico de estas delicias y más aún contando con toda la materia hecha en casa.

Fomentar la visita del Puente más conocido “Sal Si Puedes” brindando la seguridad respectiva dentro del lugar, para que así sea más promocionado y el turista pueda estar en un lugar seguro.

El motivo de crear y fomentar el turismo en áreas pocos conocidas por el resto del mundo y del Ecuador, incentiva al crecimiento del Cantón y más para la persona que será la encargada del desarrollo y que esto se lleve a cabo, aparte de generar bienestar y el placer de disfrutar estas áreas tan puras.

Todo proyecto debe ir de la mano con ayuda de gente profesional y entregada para que todo resulte un éxito, generar fuentes de empleo para la comunidad que cuenta con una extrema pobreza y a largo plazo poder ayudar a mujeres al cultivo y más aún a la alfabetización que en este lugar es muy escaso, ofrecer a la comunidad un trabajo digno a pesar de su poco conocimiento del área, para así eliminar la migración de los ciudadanos del Cantón.

Incitar a conocer la cultura del Cantón sus orígenes, tradiciones, cultura, ancestros, fiestas, desarrollo de cómo ha evolucionado y crecido la zona durante un periodo de 2 años que su desarrollo ha ido evolucionando.

1.3 ENTORNO DEL PROYECTO EN IMPLEMENTACIÓN

1.3.1 MISIÓN

Ofrecer a los huéspedes servicios personalizados combinando el ambiente cultural del Ecuador, llegar a superar las expectativas de nuestros clientes para que se lleven un recuerdo excepcional.

1.3.2 VISIÓN

Ser reconocidos por brindar un servicio único en la zona que se distinga por su autenticidad y una calidad sofisticada.

1.3.3 VALORES

- **Responsabilidad:** Entrega y compromiso con la comunidad fomentando su desarrollo turístico y el cuidado del medio ambiente.
- **Hospitalidad:** Brindar un ambiente cómodo y acogedor y un trato único.
- **Confiabilidad:** Dar seguridad y confianza.
- **Calor Humano:** Ofrecer al huésped ese ambiente familiar y acogedor.

1.3.4 ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- Ubicación, y entorno natural que atrae al cliente, lejos de la ciudad.
- Habitaciones cómodas y confortables
- Ambientes tranquilos de la naturaleza.
- Es un servicio personalizado a diferencia de los otros hoteles de la zona, puesto que cuenta con pocas habitaciones.

Debilidades

- La competencia directa cuenta con gran ventaja en cuanto a servicios.
- La tarifa es poco accesible para el consumidor de la zona.
- No contamos con Piscina, para incrementar la influencia de clientes en temporada baja.

Oportunidades

- Ampliación de instalaciones, un salón para las personas que deseen casarse en un área naturalista.
- Brindar servicio a la habitación a nuestros clientes.

Amenazas

- Al estar ubicados en una carretera cerca del frecuente tránsito vehicular se corre el riesgo de que los clientes no quieran hospedarse en el hotel.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivos Generales.-

Elaborar una propuesta para la implementación de un Hotel Bed and Breakfast en el Cantón Pallatanga que fomente el turismo de cultura gestionando el uso adecuado de recursos naturales.

1.4.2 Objetivos Específicos.-

1. Determinar la situación actual para incrementar el desarrollo turístico dentro del área.
2. Establecer los requerimientos y procedimientos que demanda la creación de un Hotel Bed and Breakfast en el Cantón Pallatanga
3. Proyectar el beneficio económico, que el hotel obtendrá con el desarrollo del mismo.

1.5 PLAN OPERATIVO

Es el encargado de planificar, organizar y supervisar todas las actividades que deberán realizar los distintos empleados que componen las áreas de atención al huésped o cliente; deberá coordinar tanto funciones, horarios, cantidad de personal y rotación de él, trabajo en equipo, entre otras. La comunicación es fundamental para una coordinación efectiva. La coordinación depende, directamente, de la adquisición, la transmisión y el procesamiento de información. Cuanto mayor sea la incertidumbre sobre las tareas que se coordinen, tanto mayor será la necesidad de información. Por Tanto es conveniente pensar que la coordinación es cuestión de procesamiento de información.

1.5.1 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONES



Grafico No. 1

Autor. Katherine Rodríguez

El área operativa de Hotel Magenta Bed and Breakfast estará dividido en

- Alimentos y bebidas
- Ama de llaves
- Marketing
- Recepción

1.5.2 Objetivos de las operaciones

Alimentos y bebidas: Satisfacer las necesidades de los clientes tanto de los que llegan sólo a consumir alimentos y bebidas, como de los que se hospedan en el hotel

Ama de llaves: Cuidar la buena imagen de limpieza, orden y presentación de las habitaciones y todas las áreas del hotel, incluyendo áreas internas y externas.

Marketing: Promocionar y comercializar el hotel dentro de la zona y en diferentes partes del Ecuador y del mundo.

Recepción - Front Desk: mantener la perfecta organización de la estancia de clientes.

1.5.3 Días y Horario de Funcionamiento

Hotel Magenta brinda sus servicios todos los días del año.

Front Desk: permanece abierto las 24 horas del día con 3 turnos rotativos:

De: 6 am a 2:00 pm - 2:00 pm a 10:00 pm - 10:00 pm a 6:00 am

Ama de llaves: Jornada variable en función de la ocupación de la hostería y del trabajo previsto.

Alimentos y bebidas: De: 6:00 am a 3:00 pm - 3:00pm a 11:00pm

1.5.4 Proceso Productivo o de Entrega del Servicio

GESTIÓN DE RESERVAS: ORGANIZACIÓN, FUNCIONES E INSTRUMENTOS DE TRABAJO

Organización del departamento de front desk en función de:

- Clientela
- Tamaño establecimiento
- Grado informatización

Funciones:

- Atención a clientes y proveedores
- Administración venta habitaciones
- Optimización venta habitaciones:
 - Conocimiento oferta cuantitativa y cualitativamente
 - Determinación tarifas y condiciones de aplicación
 - Conocimiento de contratos con agencias
 - Control efectivo de la disponibilidad
 - Obtención de datos estadísticos
 - Normalización del archivo de documentos

- Verificación toma correcta de datos

Criterios pre asignación habitaciones:

- Procurar que la carga de trabajo de las camareras sea equilibrada en cuanto a número de habitaciones y salidas. (se definirán rangos)
- Priorizar reservas de clientes repetidores, con peticiones expresas o grupos.
- Agrupar habitaciones para evitar desplazamientos y posible ahorro energía.

INSTRUMENTOS DE TRABAJO

Reserva

- Para asegurarse una plaza en un establecimiento hotelero
- Soportes:
 - Hoja de reservas
 - Fax, e-mail
 - Formato propio agencia (Rooming-List)
- Elementos de una reserva
- Gestión
 - Planning
 - Previsión entradas
 - Archivo por día entrada

RESUMEN DE LEGISLACION

- La duración de los servicios contratados se calcula conforme al número de pernотaciones, entendiéndose que la jornada termina a las 12:00 h.
- HOTEL MAGENTA deberá tener a disposición de los clientes las habitaciones a partir de las 15:00 PM.
- Las prolongaciones serán de mutuo acuerdo por lo que si un cliente no abandona la habitación el día previsto, el hotel podrá disponer de la unidad de alojamiento.

- Se pedirá un anticipo que no podrá pasar del 25% del servicio reservado.
- En caso de no-show el cliente pierde derecho a reserva y anticipo.

En caso de anulación de reserva por parte del cliente que no sea por causa de fuerza mayor demostrada, la empresa tiene derecho a una indemnización:

- 10% anticipo (antes de 30 días llegada)
- 50% anticipo (entre 7 y 30 días)
- 100 % anticipo (menos 7 días)
- También podrá exigirse gastos de gestión

Si el establecimiento no atiende una reserva confirmada dará opción al cliente entre:

1. Ocupar otro establecimiento de igual o superior categoría.
2. Una indemnización del doble del anticipo.

El cliente deberá pagar la factura en el momento que le sea presentada al cobro.

1.5. 5 Perfiles y Manual de Funciones de Empleados

FRONT DESK

En esta área se ejecutaran todas las actividades que apuntan a la atención permanente de las necesidades del huésped en cuanto a reserva y planificación de alojamiento, asigna habitación, concede atenciones especiales, atiende y soluciona requerimientos del huésped, completa el libro de entradas. Se reservan los transfer service, registro (check in), y salida (check out), maneja una caja en donde se llevaran a cabo aperturas y cobros de facturas. En el front desk también se lleva control de las cuentas por habitación y pasajero, y por los huéspedes que vienen por intermediario.

Perfil del Recepcionista

- Género: indistinto
- Edad: 23 - 35 años
- Instrucción Superior: Administración hotelera o turística (con título o egresado)
- Experiencia: indispensable en hostales o establecimiento de alojamiento, mínimo de 1 año en el cargo.
- Buena presencia
- Inglés fluido
- Memoria visual y auditivo
- Disponibilidad de tiempo para horarios rotativos
- Trabajo bajo presión

AMA DE LLAVES

Entre las funciones del departamento de Ama de llaves tenemos: cuidado, limpieza y mantenimiento de áreas públicas, habitaciones, baños, pasillos, sillones, escaleras, entre otros. Se establecerá estándares de la calidad y limpieza. Realizará un cálculo aproximado de los insumos que cada mucama pueda necesitar para la limpieza del piso a su cargo, chequear las habitaciones libres a ocupar. Los camareros de turno tendrán que emitir un estado de habitaciones, reportar todos los suministros utilizados y a utilizar así como informar todos los desperfectos que encuentren en las habitaciones. Si llegaran a encontrar un objeto o artículo olvidado deberán entregarlo a la jefa de ama de llaves, la mucama que este en el turno de la tarde se encargará de realizar la cobertura en las habitaciones.

Perfil de Mucamas

- Género: femenino
- Edad: 20 - 38 años
- Buena Presencia

- Conocimiento en Limpieza y acabado de habitaciones, manejo de herramientas usadas para limpieza (equipo de limpieza de pisos, aspiradoras, entre otros).
- Mínimo 1 año de experiencia en cargos similares.
- Condición física para la ejecución de labores manuales y que implican permanecer la jornada laboral de pie.
- Ordenada, detallista y observadora.
- Habilidad manual para el manejo de herramientas de su área de competencia.
- Carácter y competencia
- Comprensión y empatía
- Discreción y prudencia en el manejo de la información
- Sentido común e iniciativa para la resolución de problema
- Trabajo bajo presión

MANTENIMIENTO

El objetivo de esta área será reducir las fallas en las máquinas, ya sea reparándolas cuando se presentan o anticipándolas antes de que ocurran, para mantener la capacidad operacional de la planta; permitiendo al personal de mantenimiento trabajar durante horas de trabajo predecibles y razonables, entre sus diferentes funciones el departamento se dedicara de la electricidad (instalaciones, iluminación, etc.), plomería (desagüe, cañerías, sistema agua caliente, etc), calefacción, refrigeración, aire acondicionado, mantenimiento general (pintura, carpintería, entre otras).

Perfil de Jefe de Mantenimiento

- Edad: 35 a 50 años
- Género: Masculino
- Estado civil: Indistinto
- Escolaridad: Mínimo secundaria o carrera técnica industrial.

- Conocimientos en manejo de sistema eléctrico mantenimiento de albercas, carpintería, fontanería, potreros, aire acondicionado, refrigeración, pintura e impermeabilización.
- Poseer habilidades como: liderazgo, toma de decisiones
- Tener Disponibilidad, Actitud de servicio.
- Valores: responsabilidad, honestidad, disciplina, orden, ética, honradez.

ALIMENTOS Y BEBIDAS

Este es uno de los departamentos que genera mayores ingresos en el campo hotelero, tendrá como prioridad: la calidad de los alimentos, preparación de los mismos, la presentación de los alimentos y el personal a cargo, precios, tiempo de elaboración y entrega, higiene y ambientación, así como también tendrá las obligaciones de elegir la materia prima, buscar el proveedor, cuidar del proceso de elaboración, regular la frecuencia de compra de materia prima, existencia y disponibilidad de los alimentos cuando sean solicitados.

Perfil de Mesero.

- Edad: 24 a 40 años
- Género: Indistinto.
- Estado civil: Indistinto.
- Escolaridad: Mínimo secundaria.
- Conocimientos en: Elaboración de diferentes bebidas y básicos en matemáticas.
- Habilidades: trabajo en equipo, iniciativa, destreza.
- Actitudes: empatía, disponibilidad de servicio.
- Valores: honradez, responsabilidad, respeto, ética.

Perfil del Auxiliar de Cocina

- Edad: De 25 a 40 años
- Género: Indistinto
- Estado civil: Indistinto.

- Escolaridad: Mínimo primaria.
- Conocimientos: Elaboración de platillos.
- Habilidades: trabajo en equipo.
- Actitudes: entusiasta empatía, disponibilidad de servicio.
- Valores: honradez, ética, responsabilidad, orden, limpieza

Perfil del Cajero

- Género: indistinto
- Edad: 22 - 35 años
- Estudiante o egresado de Administración Hotelera, Contaduría Pública, Administración de Empresas.
- Conocimientos básicos de Contabilidad, Auditoria, Contabilidad y Administración Hotelera.
- Experiencia: indispensable en hostales o establecimiento de alojamiento, mínimo de 1 año en el cargo como auxiliar de Contabilidad o Auditoria de Ingresos; o en la industria hotelera
- Dinámico, buena presencia, trato agradable, discreto, responsable, disponibilidad para trabajar en horario nocturno, habilidad analítica y de juicio, meticoloso.
- Trabajo bajo presión
- Disponibilidad de tiempo para horarios rotativos (GALLEGO, GESTION DE HOTELES- MANUAL DE FUNCIONES, 2002)

1.6 MARCO REFERENCIAL

1.6.1 MARCO TEÓRICO

Pallatanga se cantonizó el 13 de mayo de 1.986, se encuentra situada en la Provincia del Chimborazo a 1.522 m. sobre el nivel del mar. Atraviesa la Cordillera de los Andes, goza de una naturaleza exuberante y clima excepcional, mismos que la ha convertido en un punto de atracción turística, donde existen fincas vacacionales, que permiten disfrutar de la belleza de sus paisajes. También es conocido como uno de los principales productores agrícolas de la provincia.

En los años 70'S era imposible transportarse entre la Costa y Sierra, en la época de Velasco Ibarra, había un camino de herradura, que tardaba 1 hora en pasar la quebrada para llegar a la Sierra. Después de eso, el Cantón fue desarrollándose poco a poco y se procedió a la elaboración del puente más simbólico del Cantón, llamado "Sal Si Puedes"³ donde ahora se puede realizar deportes extremos como Rapel y Péndulo.

La oferta de Restaurantes y Cafeterías dentro del sector es extensa, que promociona al turista una variedad de diversos platos muy característicos de la zona como; el choclo con queso y la fritada.

La gente aún puede bañarse en aguas de ríos no contaminadas, los niveles de inseguridad son bajos, además es conocida por su flora y fauna. Dentro de su variedad, se puede encontrar una flor llamada Anturios⁴, estas son Orquídeas endémicas, símbolo de Pallatanga.

Para el turista que busca relax, comodidad y conexión con la naturaleza y nuevas experiencias, Pallatanga es un destino imprescindible.

³ El Puente Cornelio Dávalos más conocido como Sal-Si-Puedes El 5 de Octubre de 1971 fue inaugurado el puente Cornelio Dávalos, sobre la quebrada de Sal-Si-Puedes, visitado por turistas Nacionales y Extranjeros.

⁴ El género **Anthurium** es un gran género neotropical de cerca de 600 - 800 especies, llamadas comúnmente **anturios** o **calas**. Inicialmente se descubrió en Colombia. Es originario de las zonas tropicales y subtropicales de América del Sur.

Comparar el concepto actual de B&B con el de las “Pensiones”, es un servicio de más calidad. Actualmente los B&B están de moda, porque son alojamientos baratos, cómodos y en entornos en los que merece la pena alojarse. En ocasiones son alojamientos rehabilitados, en los cascos históricos, en los que cada habitación tiene una cocina pequeña y su aseo individual.

El B&B, es una buena forma de conocer gente, y conocer las costumbres del sitio que visitas. Además los dueños de los B&B, suelen dar información sobre qué lugares visitar que no suelen estar en las guías de viaje. El momento del desayuno es el más divertido de estos sitios, ya que si se tiene la oportunidad de hacerlo en compañía de los dueños, y desayunar lo mismo que ellos, se integra y se aprende su cultura (Stiges, 2009).

Si compara un B&B con un hotel, las diferencias son notables. Un B&B es más personal, más cercano a la cultura del sitio a donde va. Los servicios básicos son equiparables, la limpieza es diaria, y el desayuno. Tampoco se puede olvidar de todas las comodidades y servicios extras de un hotel.

Los B&B no están regulados en cuanto a los servicios que ofrecen como están regulados los hoteles en España, y en algunos lugares en el extranjero. Por lo que se tendrá que guiar por varios caminos: el precio, la localización, y por supuesto las opiniones de los viajeros.

En definitiva, la ubicación, arquitectura, decoración de interiores, instalaciones y servicios varían dependiendo de la localización, normas, y la gente del lugar. Se puede encontrar B&B en casas, casas de campo, granjas, villas, posadas, casas históricas, castillos, cabañas, barcos, mansiones, fincas, apartamentos. La lista puede continuar indefinidamente. Pero es esta variedad la que hace que alojarse en un B&B sea tan romántica y emocionante (Sitges, 2009).

Conectar la hotelería con el turismo cultural como un producto emergente dentro del panorama turístico, en el que Ecuador adquiere una gran relevancia debido a su rico y variado patrimonio. Además, el concepto de turismo vinculado a la cultura ha evolucionado y se ha transformado adaptándose a las nuevas exigencias de la demanda, de forma paralela a la propia evolución experimentada por el concepto de patrimonio (Castro, 2000).

En la actualidad, los viajes han estado íntimamente ligados con el deseo del hombre por conocer la forma en que viven otros, así como sus costumbres y maneras de expresarse. De este modo, el turismo cultural es practicado por quienes viajan motivados por el disfrute y permanencia en aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente y por encima de otros cursos turísticos.

De esa perspectiva, el que viaja por motivaciones culturales, lo hace por conocer, disfrutar o estudiar rasgos específicos o combinados (historia, arqueología, región filosofía, política, etnología, folclor y otros) de un pueblo, país región en especial.

Todo esto significa que existen abundantes razones para hacer turismo cultural y esas motivaciones e intereses específicos permiten segmentar aún más este grupo, en virtud del objetivo principal del viaje. Como se aprecia, el abanico de posibilidades para la práctica de este turismo, es enorme, pues cada país o pueblo posee su propio legado cultural, que se manifiesta de muy diversas formas y por doquier en su territorio. Por eso, cada nación como sus habitantes son distintos, por sus características físico – ambientales, socioeconómicas y etnográficas que le confieren su típico carácter e identidad (Castro, 2000).

El crecimiento de un turismo natural, es el que practican la mayoría de las personas y consiste en los viajes que ellas realizan a un lugar con especiales atributos naturales y escénicos, con el fin de disfrutar esos recursos, pero sin realizar estudios o investigaciones. El turista naturalista suave, tiene especial predilección por las áreas silvestres o por los sitios naturales poco degradados o intervenidos por el hombre (Castro, 2000).

Además, el Turismo Comunitario luego de estas tres décadas, parece poder obtenerse algunas certezas. Además de dinamizar y vigorizar el mercado interno y externo, el turismo comunitario ha podido aportar en la construcción de relaciones más equitativas y respetuosas, generadas a partir de la revolución de prácticas, costumbres y saberes tradicionales, propios de los pueblos y nacionalidades del Ecuador. El turismo comunitario actúa de manera indirecta como un factor de reafirmación del carácter pluricultural del estado ecuatoriano.

Este conjunto de servicios recibe la visita de más de 32.000 turistas al año, con un promedio de gasto de 35 dólares por día. El turismo comunitarios para el año 202, captó aproximadamente el 3.67% del total de ingresos al país. Apunta a un nuevo nicho de mercado, pues se recibe crecientemente número de turistas provenientes principalmente de América del Norte y Europa Occidental. Aproximadamente el 65% del turismo que reciben las iniciativas es internacional, sin embargo cabe mencionar que capta un importante 35% de turismo nacional. Hecho que fortalece las oportunidades de recreación y uso del tiempo libre a nivel de nuestro país, así como se convierte en un factor de interculturalidad (Esteban Ruiz Ballesteros, 2007).

La actividad turística proporciona a los gobiernos cientos de millones de dólares a través de los impuestos. El medio ambiente y la cultura local se promueven cuando las autoridades restauran monumentos, abren museos y crean parques naturales para atraer visitantes. Al tiempo que aumenta el turismo, aumenta también la necesidad de los destinos de mejorar su infraestructura para atender esa afluencia.

El turismo concierne al ser humano, enriquece a través de la cultura y de la sensibilidad medioambiental y social. El turismo promueve la paz y la cooperación entre las naciones y tiende puentes (Juan, 2006).

1.6.2 MARCO CONCEPTUAL

- **Hotel Bed and Breakfast:** Hotel de pocas habitaciones (generalmente hasta cinco o 15 más), y por esta razón no es posible hospedar grupos, sobre todo muy numerosos (Reserver.it, sf)
- **Turismo de Aventura:** es aquel viaje o excursión a un lugar diferente y la de interactuar con dicho entorno a partir de actividades que involucran algunos riesgos físicos, generando incertidumbre que implica toda una aventura (Pac, 2010).

- **Turismo Cultural:** es un proceso social, que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos. El concepto de "lo cultural" está fuertemente vinculado a una idea de "patrimonio" entendido este, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos "culturales" (Naya, sf).
- **Recreación:** define a la acción y efecto de recrear. Por lo tanto, puede hacer referencia a crear o producir de nuevo algo. También se refiere a divertir, alegrar o deleitar, en una búsqueda de distracción en medio del trabajo y de las obligaciones cotidianas (Definicion.de, sf).
- **Patrimonio:** conjunto de bienes que pertenecen a una persona, ya sea natural o jurídica. La noción suele utilizarse para nombrar a lo que es susceptible de estimación económica, aunque también puede usarse de manera simbólica (Definicion.de, sf).
- **Identidad Cultural:** La identidad cultural plasma su cultura, como lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias (Varas, 2011).

1.6.3 MARCO LEGAL

Según las leyes y normativas dictadas por cierto reglamentos, que se ven obligados a cumplir antes del desarrollo de algún bien para el servicio turístico, la importancia de llevar en práctica este dictado beneficia mucho a la personal que vaya a plantear dicha organización turística cultural.

Artículos Generales sobre establecimientos turísticos:

“Reglamento General de Actividades Turísticas”, Título 6, Art. 141:

(...) Obligación de registro y licencia.- Para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley y en el presente reglamento, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener la licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos (Presidente de la República - Gustavo Noboa Bejarano, 2002).

“Norma Técnica de Ecoturismo”, Pág. 22:

(...) Alojamiento: La Empresa de Ecoturismo que de servicio de alojamiento en áreas naturales, ya sean hoteles, hostales, cabañas, lodges, floteles, embarcaciones o campamentos, deberán observar todas las normas del caso para evitar impactos negativos a grupos humanos y/o ecosistemas a corto, mediano y largo plazo (Ministra de Turismo del Ecuador - Gladys Eljuri de Álvarez, 2004).

“Ordenanza de Turismo Sostenible para la Regulación de las Actividades de Turismo responsable del Cantón Pallatanga”, Capítulo II, Art.25 (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga - Eduardo Moreno, 2012):

(...) Los prestadores de servicios turísticos privados y/o comunitarios serán todas aquellas personas naturales y/o jurídicas que se dedican o realicen actividades turísticas, definidas en la Ley de Turismo del Ecuador y el Reglamento General de Actividades Turísticas de la misma.

“Ordenanza de Turismo Sostenible para la Regulación de las Actividades de Turismo responsable del Cantón Pallatanga”, Capítulo II, Art.26 (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga - Eduardo Moreno, 2012)

(...) Los prestadores de servicios turísticos tendrán las siguientes obligaciones:

1. Inscribirse en el Registro Único Obligatorio de Turismo Sostenible, el cual llevará a cabo la Oficina Técnica Cantonal de Turismo Sostenible.
2. Proporcionar en los términos contratados, los bienes, productos y/o servicios que ofrecen al turista, así como hacer entrega al cliente del comprobante respectivo que ampare el monto de pago por el servicio contratado.
3. Proporcionar a la Oficina Técnica Cantonal de Turismo Sostenible, los datos e información estadística que le sean solicitadas en relación a la actividad turística.
4. Proporcionar a la Oficina Técnica la información actualizada de tarifas, correspondientes a los servicios que prestan.
5. Mantener un buzón y/o libro de sugerencias y reclamos para el turista.
6. Velar por los intereses y seguridad del turista.
7. Cumplir con las normas de higiene y seguridad en los locales, instalaciones y equipos mediante los cuales se ofrezca servicios al turista.

8. Cumplir con todo lo establecido en esta ordenanza y demás ordenamiento legal aplicable.

“Ordenanza de Turismo Sostenible para la Regulación de las Actividades de Turismo responsable del Cantón Pallatanga”, Capítulo II, “De los prestadores de servicio” Art.27 (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga - Eduardo Moreno, 2012)

(...) Los prestadores de servicios turísticos privados y/o comunitarios que hayan cumplido con el Registro Único Obligatorio de Turismo Sostenible gozarán de los siguientes derechos:

- 1.** Serán incluidos en los catálogos, directorios y guías que elabore la Oficina técnica Cantonal de Turismo sostenible.
- 2.** Difundir la categoría que corresponda a la calidad de sus servicios conforme a la Norma Oficial del Ministerio de Turismo.
- 3.** Participar en los programas de promoción y fomento coordinados por la Oficina Técnica de Turismo sostenible.
- 4.** Participar en los programas de capacitación turística que promueva o lleve a cabo la Oficina Técnica de Turismo Sostenible.
- 5.** Recibir el apoyo y asesoría institucional de la Oficina Técnica de Turismo sostenible, siempre que sea solicitado para el beneficio común del sector.
- 6.** Participar en los reconocimientos y/o incentivos por el cumplimiento a esta ordenanza.

“Ordenanza de Turismo Sostenible para la Regulación de las Actividades de Turismo responsable del Cantón Pallatanga”, Capítulo II, Sección Primera “De

establecimientos de alojamiento y campamentos”Art.2 (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga - Eduardo Moreno, 2012)

(...) Los establecimientos de hospedaje deberán:

1. Exhibir en un lugar visible, en el acceso principal del establecimiento, la tarifa vigente y los servicios incluidos en la misma, permitiendo la instalación de buzones de la Oficina Técnica de Turismo Sostenible para la recepción de quejas, comentarios y/o sugerencias al respecto.
2. Mostrar en un lugar visible de cada habitación el reglamento interno del establecimiento, así como los servicios adicionales que en él se brinden, especificando las tarifas vigentes.
3. Mostrar en un lugar visible de cada habitación, así como en los elevadores si los hubiere, las escaleras, pasillos y demás áreas comunes, las rutas de evacuación, así como la ubicación de hidrantes, extintores de incendio y otros materiales para uso en situaciones de emergencia.
4. Todos los documentos, facturas y anuncios dentro del establecimiento deberán estar en letra legible y en idioma español, independientemente de usar otros idiomas.
5. Cumplir con lo establecido en cualquier otro ordenamiento legal aplicable.

“Ordenanza de Turismo Sostenible para la Regulación de las Actividades de Turismo responsable del Cantón Pallatanga”, Capítulo II, “De los prestadores de servicio”Art.30 (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga - Eduardo Moreno, 2012)

(...) Cuando una persona llegue al establecimiento de hospedaje con papeleta, clave o cupón de reservación confirmada y garantizada por una agencia de viajes, dicho establecimiento está obligado a su aceptación inmediata o,

cuando esto fuera imposible, a procurarle alojamiento en condiciones y tarifas similares.

La ficha de reservación deberá contener como mínimo:

1. En su caso, la tarifa a aplicar.
2. El tipo de habitación.
3. Los servicios incluidos.
4. El número de noches.
5. Las condiciones y cargos por cancelación.
6. La clave de confirmación del establecimiento de hospedaje y el nombre de la persona que lo confirmó. En caso de reservaciones realizadas por el turista directamente en el establecimiento de hospedaje, bastará con la clave de confirmación y el nombre de la persona que confirmó.

“Ordenanza de Turismo Sostenible para la Regulación de las Actividades de Turismo responsable del Cantón Pallatanga”, Capítulo IV, “De la responsabilidad social y ambiental para el turismo sostenible” Art.46 (Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga - Eduardo Moreno, 2012)

(...) Que las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos; los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

- 1.** Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2.** Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y naturales así como sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural (mediante la educación).
- 3.** Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se encuentran oportunidades de empleo estables y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.
- 4.** El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de los agentes que conforman su sistema, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso.

El logro de un turismo sostenible, es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos buenas prácticas ambientales y aquellos prestadores que cumplan con todas las ordenanzas a su vez sean reconocidos por el manejo consiente que realizan.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 METODOLOGÍA

2.1.1 PERFÍL DEL CONSUMIDOR

2.1.1.1 Descripción del Perfil del Cliente: Los clientes potenciales serán personas de las clase media alta a alta, familias o grupo de personas o estudiantes de la sierra (Bucay, Riobamba, Naranjal, o Guayaquil) que disfruten de la vida silvestre y que busquen relajarse en compañía de sus seres queridos, en medio de la naturaleza y clima que caracteriza al cantón Pallatanga. Disfrutando las comodidades que normalmente encuentra en la ciudad de Guayaquil (PROYECTO DE FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN).

2.1.1.2 Segmentación de Clientes: Parejas de edad, jóvenes y adultos o grupos de familia y amigos, que sean de Guayaquil o del sector de la sierra, que se encuentren interesados en realizar actividades de turismo y recreación.

Personas mayores, ya sean matrimonios de la tercera edad, que desean conectarse con la familia, ya que este tipo de personas sería la más frecuente, porque vienen desde el extranjero o de la ciudad para descansar y disfrutar del campo y la naturaleza.

2.2 PLAN DE MUESTREO

2.2.1 Definición de la Población: La población considerada para el proyecto son todos los tipos de personas de la ciudad de Guayaquil, que estén interesados en disfrutar de unas vacaciones rodeado de las ventajas que ofrece Pallatanga.

2.2.2 Definición de la muestra: El procedimiento para la determinación del tamaño de la muestra es mediante el uso de la fórmula para muestreo para poblaciones infinitas.

Para este caso se debe encuestar a personas de la ciudad de Guayaquil, quienes representan el universo infinito. Guayaquil junto a sus 3`645.483 , es escogido por su alto rango de visitas en el Ecuador, que planifican sus vacaciones en distintos puntos del país (INEC, 2012).

Al aplicar las fórmulas para el cálculo de la muestra con una población infinita.

2.3 CALCULO DE MUESTRA

Fórmula para poblaciones infinitas (mayor de 500.000 elementos).

$$\frac{Z_2 * U * p * q}{e^2 (U-1) + Z_2 * p * q}$$

Fuente: Investigación de Mercado aplicada en la ciudad de Guayaquil y a turistas.

Dónde: Guayaquil

- n = Tamaño de la muestra.
- Z_2 = Grado de Confianza que adopta los siguientes valores:

Nivel de Confianza	Valor de Z
95%	1.96

- U = Universo
- p = probabilidad de éxito
- q = Probabilidad de fracaso (1-p)
- e = Error (entre el 1% y 5%)

2.4 CALCULO CON PROPORCIONES

$$U = 3\ 645.483$$

$$\text{Error} = 5\%$$

$$\text{Nivel de Confianza} = 95\%$$

$$\text{Probabilidad de éxito} = 0.5$$

$$\text{Probabilidad de Fracaso} = 0.5$$

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2} = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{(0.05)^2} = \frac{3.84 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.0025} = 384 //$$

Se determina que se realizarán 384 encuestas en ciertos sectores de Guayaquil, principalmente en las zonas hoteleras, para que den un mayor margen de gustos, preferencias y necesidades de los turistas nacionales o extranjeros.

Para iniciar el proceso de investigación cuantitativa se planea una encuesta conformada por de 7 preguntas, las mismas que ayudarán a conocer las necesidades y preferencias de los posibles clientes.

Para esto es necesario vincular el comportamiento del consumidor con escalas de medición de actitudes. En mercadeo, la escala de actitudes tiende a centrarse en la medición de las creencias del encuestado acerca de los atributos del producto y los sentimientos del encuestado con relación a la calidad deseable de estos atributos.

La fuente potencial de datos, obviamente son los turistas, los cuales nos proporcionarán la información necesaria, para la elaboración y análisis de datos; Esta encuesta será realizada de forma directa y personal, con información de carácter directo de la fuente, la recolección de los datos y determinación de la muestra a usar, son las claves para reducir el margen de error en las investigaciones de mercado.

Las encuestas se realizó en sitios de concurrencia turística como los centros comerciales, hoteles y también realizando encuestas en las calles cerca de los sectores hoteleros.

2.5 TIPOS DE FUENTES DE INFORMACIÓN

La investigación de datos primarios será primordial para el desarrollo de nuestras encuestas por la cual se desarrollará este tipo de método.

2.5.1 ENCUESTAS:

Objetivo: Saber las desventajas del cantón, además realizar encuestas para el estudio de mercado del sector y comprobar que tan factible resulta el planteamiento del proyecto, para así conocer opiniones, gustos y preferencias de cada una de las personas y de las comunidades que lo habitan, en lugares cerca de la zona donde se creará el hotel y hostales del sector.

Encuestas a los visitantes extranjeros y nacionales, para saber sus necesidades a solicitar dentro de un hotel aparte del descanso natural, en base a los resultados se ejecutará la valoración de cada pregunta y cual tuvo más valor o aceptación, cual superó el mercado, y con cual se tendría más enfoque para que este proyecto se lleve a cabo.

2.6 ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Según las encuestas llevadas a cabo, se puede determinar la factibilidad para la implementación del centro Recreacional y Hospedaje.

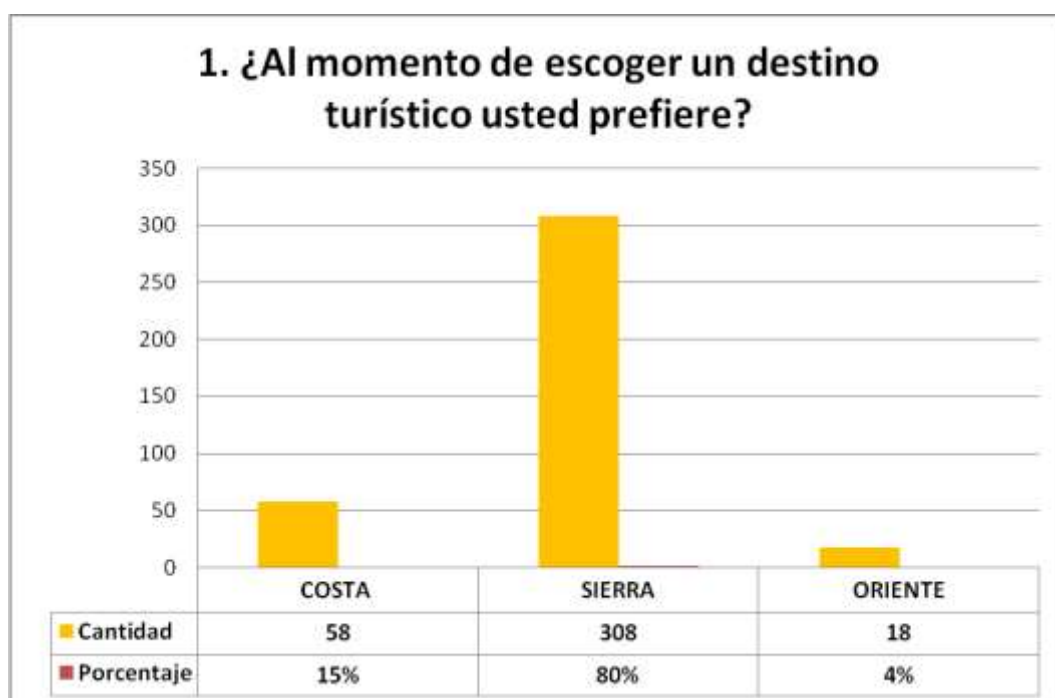


Gráfico No. 2

	COSTA	SIERRA	ORIENTE
Cantidad	58	308	18
Porcentaje	15%	80%	4%

Tabla No. 1

Fuente: Investigación de Mercado aplicada en la ciudad de Guayaquil y a turistas.

Autor. Katherine Rodríguez

Análisis: Se observa que de las 384 personas encuestadas, el 80% de la población considera que la sierra es un lugar adecuado para el turismo y descansar, a pesar de que cuenta con los servicios básicos y con áreas naturales que se podrían hacer recorridos dentro del Cantón.

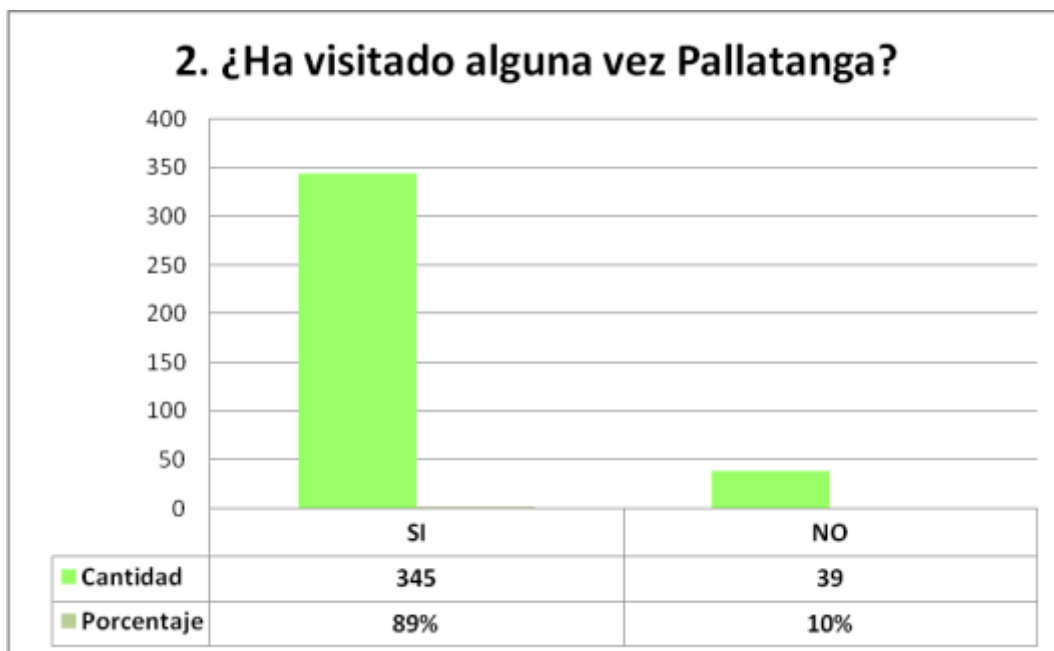


Gráfico No. 3

	SI	NO
Cantidad	345	39
Porcentaje	89%	10%

Tabla No. 2

Fuente: Investigación de Mercado aplicada en la ciudad de Guayaquil y a turistas.

Autor. Katherine Rodríguez

Análisis: Un 89% conoce el Cantón Pallatanga, además se encuentra en la carretera vía a Riobamba; por lo que indican que es necesario este tipo de inversión puesto que no existen hoteles suficientes y que las personas tienen que buscar lugares en Riobamba; además que sería de mucho beneficio porque sería fuente de empleo para los habitantes de este Sitio.

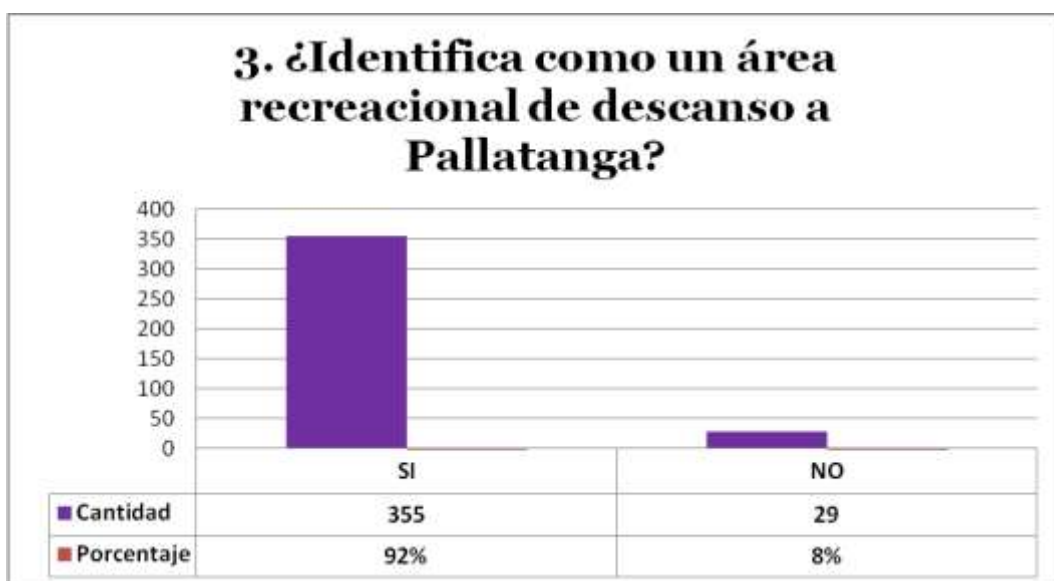


Gráfico No. 4

	SI	NO
Cantidad	355	29
Porcentaje	92%	8%

Tabla No. 3

Fuente: Investigación de Mercado aplicada en la ciudad de Guayaquil y a turistas.

Autor. Katherine Rodríguez

Análisis: Un 92% indica que el Cantón Pallatanga es considerado un área recreacional de descanso por su variedad de naturalidad, clima y tranquilidad que la misma brinda, poder realizar un viaje familiar por alguna ocasión en especial.

4. ¿Cuáles de éstas las características considera usted importante al momento de escoger un lugar turístico?

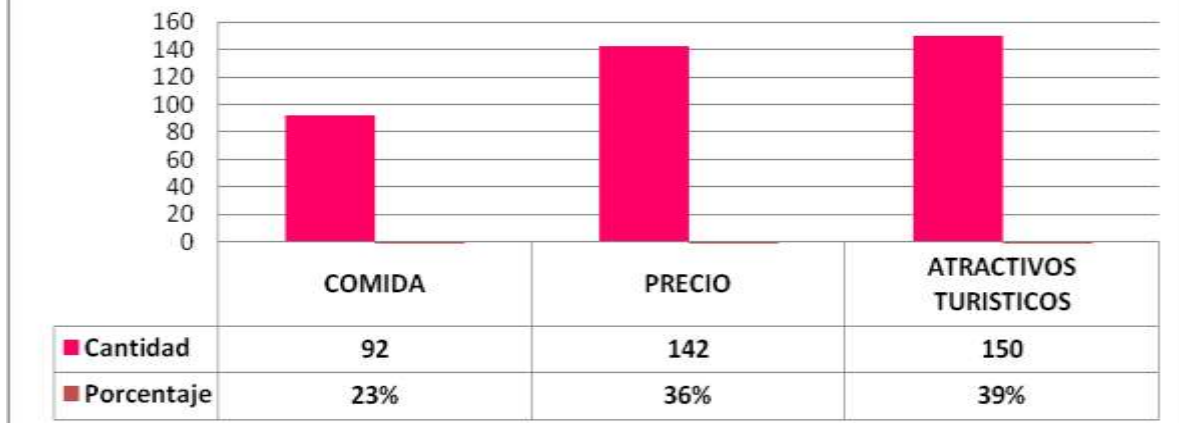


Gráfico No. 5

	COMIDA	PRECIO	ATRATIVOS TURISTICOS
Cantidad	92	142	150
Porcentaje	24%	37%	39%

Tabla No. 4

Fuente: Investigación de Mercado aplicada en la ciudad de Guayaquil y a turistas.

Autor. Katherine Rodríguez

Análisis: Respecto a que servicios las personas encuestadas en un 39% indicaron que sería conveniente que se brinde el servicio de turismo y recorridos dentro del Cantón Pallatanga, debido a que los fines de semana junto la familia gustan de desayunar, almorzar o merendar fuera de casa; el 36% que sería conveniente el precio que costaría ofrecer este servicio para motivarlos a que visiten la zona y un 23 % que sería conveniente la comida que se ofrece, es más para los turistas que les gusta probar algo diferente y típico de cada lugar que visitan.

5. Estaría interesado en un Hotel que brindara los siguientes servicios adicionales?

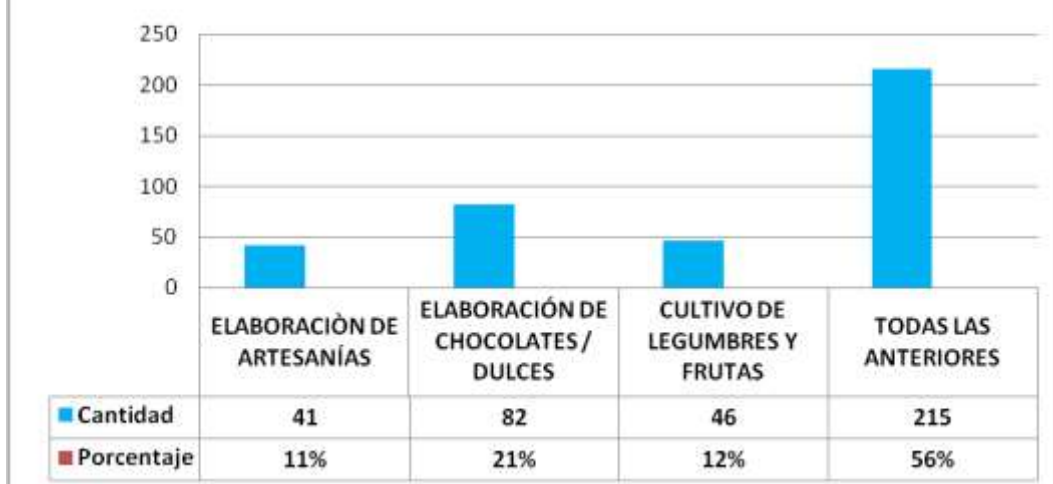


Gráfico No. 6

	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS	ELABORACIÓN DE CHOCOLATES / DULCES	CULTIVO DE LEGUMBRES Y FRUTAS	TODAS LAS ANTERIORES
Cantidad	41	82	46	215
Porcentaje	11%	21%	12%	56%

Tabla No. 5

Fuente: Investigación de Mercado aplicada en la ciudad de Guayaquil y a turistas.

Autor. Katherine Rodríguez

Análisis: Con respecto al servicio único que se ofrecería en el hotel, un 56% indican que es factible contar con un Hotel que brinde este tipo de turismo privado dentro de un solo lugar como es la elaboración de artesanías, elaboración de chocolates y dulces, cultivo de legumbres y frutas, la oferta sería muy buena.

6. ¿Emprendería usted un viaje a Pallatanga con un clima templado incluyendo un paquete del programa anteriormente mencionado?

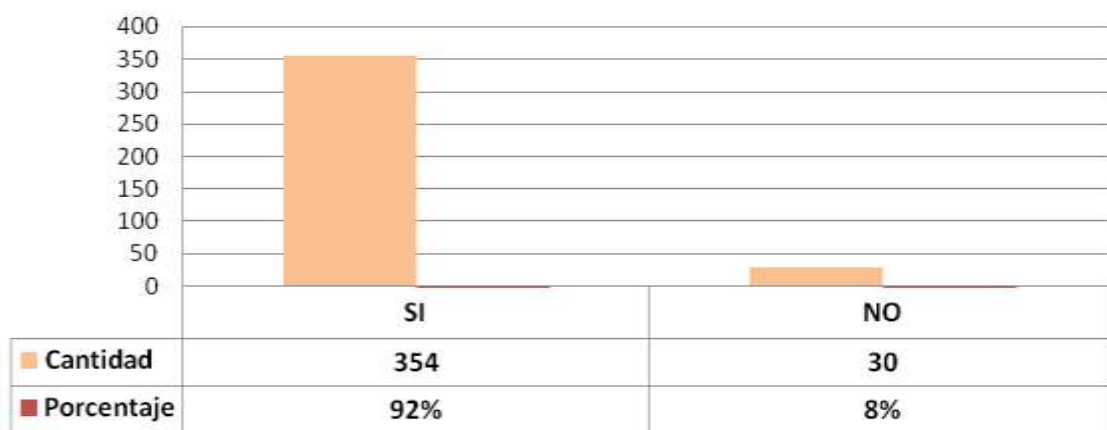


Gráfico No. 7

	SI	NO
Cantidad	354	30
Porcentaje	92%	8%

Tabla No. 6

Fuente: Investigación de Mercado aplicada en la ciudad de Guayaquil y a turistas.

Autor. Katherine Rodríguez

Análisis: Un 92% frecuentaría el Cantón Pallatanga por su calidez y su clima templado para descansar y si se requiere salir de la monotonía.

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un paquete turístico de 2 días, 1 noche.

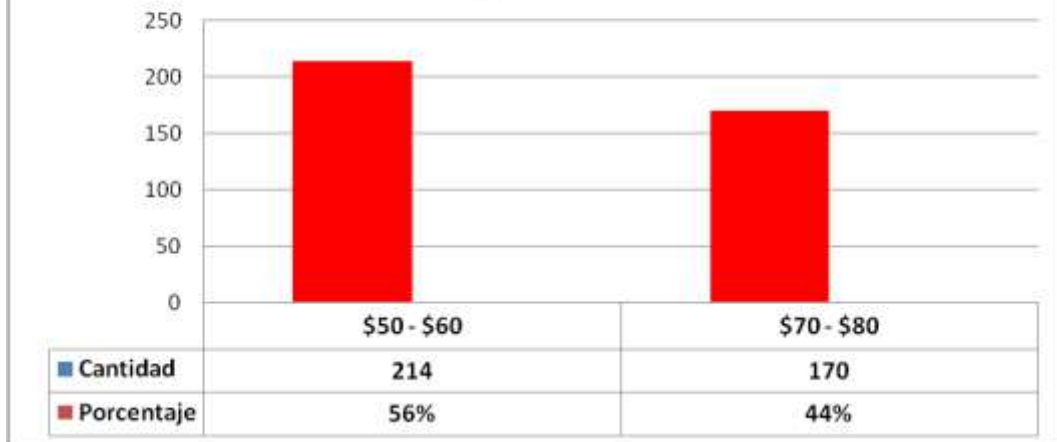


Gráfico No. 8

	\$50 - \$60	\$70 - \$80
Cantidad	214	170
Porcentaje	56%	44%

Tabla No. 7

Fuente: Investigación de Mercado aplicada en la ciudad de Guayaquil y a turistas.

Autor. Katherine Rodríguez

Análisis: El 56% estaría dispuesto a cancelar un valor entre los \$50 y \$60 dólares por noche de los servicios que ofrecería el hotel por un paquete de 2 días 1 noche.

2.7 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

El negocio que se ha propuesto es un establecimiento hotelero Bed and Breakfast que tendrá como nombre “Magenta – Bed and Breakfast, ubicado en el Cantón Pallatanga, Provincia del Chimborazo. Aprovechando el entorno natural que posee, la estructura del proyecto se plantea en la construcción de 15 habitaciones temáticas utilizando materiales propios de la zona y que protejan el medio ambiente, tendrán una capacidad para 45 personas en total, distribuidas de la siguiente manera; 5 habitaciones dobles, 5 habitaciones triples, 5 habitaciones cuádruples, donde contará con áreas del hotel como recepción, comedor, cocina, lobby y administración cada habitación contará con un baño privado.

También, tendrá un pequeño comedor que ofrecerá servicio de alimentación, tales como: desayuno, almuerzo y cena. Dentro de los servicios que ofrece el hotel están programados ofrecer alternativas de pequeños locales típicos que brinden variedad y puedan obtener la facilidad de la producción de artesanías, agricultura, bailes folklóricos de la comuna, elaboración del café y chocolate.

Una vez identificado los productos, se planteará una estrategia de promoción y comercialización, con el fin de lograr que los clientes potenciales conozcan sus servicios y beneficios, se lo realizará a través de diversos medios publicitarios.

La comercialización ayudará a la venta del producto, mediante estrategias de ventas para llegar al turista de forma efectiva y lograr que visite el Hotel.

2.8 MANUAL CORPORATIVO

En el manual comprende el logotipo podemos identificar los elementos que caracterizan como es la calidez y fresca como son las flores rosas. Se pueden observar los colores de la naturaleza, los usos apropiados e indebidos para la marca.

2.8.1 LOGOTIPO



Grafico No. 9

Autor. Katherine Rodríguez

2.8.2 TARJETAS DE PRESENTACIÓN



Grafico No. 10

Autor. Katherine Rodríguez

2.9 APLICACIONES MARKETING MIX



Programa Incluye

- 3 Días 2 noches en habitaciones dobles y cuádruples.
- Uso de las instalaciones.
- Aprenda a cultivar legumbres y frutas.
- Elaboración de artesanías y chocolate.
- Noche de bailes folklóricos.
- Caminata de antorchas y fogata.

Que se recomienda

Ropa liviana, abrigo, botas de caucho, linterna, traje de baño, repelente, bloqueador solar, cámara fotográfica, gorra.

Reservaciones: (593) + 12340454556
Cantón Pallatanga
HotelB&Bmagenta@gmail.com



Grafico No. 11

Autor. Katherine Rodríguez

El turismo masivo que ofrece el Hotel Magenta, es un producto turístico que se desarrollará para un mercado ilimitado para turismo en masa, su servicio estará enfocado en el servicio de alojamiento, alimentación y servicios turísticos dentro del hotel para hacerlo aún más atractivo.

Los targets al cual se enfocarán son los siguientes:

- **Target 1:** Personas de Guayaquil que visitan optan por recurrir a la Sierra en tiempos festivos.
- **Target 2:** Extranjeros, alemanes, Franceses y Españoles que llegan a la zona para realizar deportes extremos.

El propósito de MAGENTA es vender el máximo número de habitaciones al precio más asequible para el público y que nos genere ganancias a corto plazo. Esto se conseguirá mediante la fijación de precios por apertura y regularmente, descuentos, promociones que atraerán a nuestros futuros clientes. Nuestro mercado meta son aquellas personas interesadas en alojarse, relajarse y divertirse en un hotel predestinado a ofrecer un servicio de calidad que promueva el turismo cultural y aproveche al máximo sus recursos naturales. Las herramientas de marketing se utilizarán como una combinación de avisos clasificados en revistas y periódicos, radio, folletos, ventas a través de operadoras de turismo, redes sociales como Facebook y Twitter y adicionalmente la página web del hotel.

2.10 Análisis Situacional

El servicio que pretendemos ofrecer es totalmente innovador, ya que en la actualidad no hay hoteles que cuenten con la variedad de un servicio adicional disponible en un solo lugar por lo que nos hemos basado para creer que dicho proyecto va a tener repercusión en los futuros clientes por lo que hoy es proponer propuestas innovadoras y precios accesibles para así ganar la confianza de los consumidores en esta nueva idea y así se podrá saber a ciencia cierta si el proyecto que estamos implementando está correctamente encaminado hacia un futuro rentable y con éxito.

CAPITULO III

3.1 ESTADO FINANCIERO

3.1.1 INVERSIÓN

INVERSION

Efectivo	Unidad	P. Unitario	P. Total
Sueldos	1	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00
Eventualidades	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL			\$ 5.200,00

Equipo de Cocina	Unidad	P. Unitario	P. Total
Cocina Empotrable	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Parrilla	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Campana	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Horno Eléctrico	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Refrigeradora	1	\$ 799,00	\$ 799,00
Horno Microondas	1	\$ 140,00	\$ 140,00
Mesa de Trabajo	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Licuada	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Moedor de café	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Batidora	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Extractor de jugo	1	\$ 160,00	\$ 160,00
Waflera	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Cafetera	1	\$ 95,00	\$ 95,00
Copas, Jarras y otros	1	\$ 5.000,00	\$ 5.000,00
Congelador	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Máquina de hielo	1	\$ 800,00	\$ 800,00
TOTAL			\$ 9.009,00

Equipo de Lavandería	Unidad	P. Unitario	P. Total
Plancha Blancapress	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Plancha manual	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Aspiradora	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Lavadora	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Secadora	1	\$ 700,00	\$ 700,00
TOTAL			\$ 3.105,00

Muebles de Oficina	Unidad	P. Unitario	P. Total
Escritorio	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Muebles	1	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
Comedor	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Silla	5	\$ 40,00	\$ 200,00
Archivador	1	\$ 70,00	\$ 70,00

TOTAL	\$ 3.170,00
--------------	--------------------

Equipo de Computación	Unidad	P. Unitario	P. Total
Computadora	1	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00
Impresora	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Caja Registradora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Terminal Punto de Venta	1	\$ 600,00	\$ 600,00
TOTAL			\$ 2.160,00

Mobiliario	Unidad	P. Unitario	P. Total
TV	15	\$ 300,00	\$ 4.500,00
Sala de estar	2	\$ 700,00	\$ 700,00
Sofá cama	2	\$ 150,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 5.500,00

Edificio e instalaciones	Unidad	P. Unitario	P. Total
Construcción	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Instalaciones y decoración	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
TOTAL			\$ 230.000,00

Gastos de Constitución	Unidad	P. Unitario	P. Total
Patentes, Permisos, etc.	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
TOTAL			\$ 3.000,00

Descripción de la Inversión Inicial	Total
Efectivo	\$ 5.200,00
Equipo de Cocina	\$ 9.009,00
Muebles de Oficina	\$ 3.170,00
Equipo de Computación	\$ 2.160,00
Mobiliario	\$ 5.500,00
Edificios	\$ 200.000,00
Instalaciones	\$ 30.000,00
Gastos de Constitución	\$ 3.000,00
TOTAL	\$ 258.039,00

Cuadro No. 1
Autora: Katherine Rodríguez

3.2 BALANCE INICIAL

ACTIVOS		
Activos Corrientes		
Caja	\$	5.200,00
Total Activos Corrientes	\$	5.200,00
Activos Fijos		
Equipo de Cocina	\$	9.009,00
Muebles de Oficina	\$	3.170,00
Equipo de Computación	\$	2.160,00
Mobiliario	\$	5.500,00
Edificios	\$	200.000,00
Instalaciones	\$	30.000,00
Total Activos Fijos	\$	249.839,00
Activos Diferidos		
Gastos de Constitución	\$	3.000,00
Total Activos Diferidos	\$	3.000,00
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 258.039,00
PASIVOS		
Pasivo de Largo Plazo		
Documentos por Pagar	\$	180.627,30
Total Pasivo de Largo Plazo	\$	180.627,30
TOTAL PASIVOS		\$ 180.627,30
PATRIMONIO		
Capital	\$	77.411,70
TOTAL PATRIMONIO	\$	77.411,70
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$	258.039,00

Cuadro No. 2
 Autora: Katherine Rodríguez

Inversión requerida y detalle de utilización de la inversión

El presente proyecto requiere una inversión total de: \$258.039,00 desglosados de la siguiente forma: Inversión fija bordea la cantidad de \$249.839,00 y el capital de operación con \$77.411,70; tal como se visualiza en el cuadro No. 2.

3.3 DEPRECIACIÓN – AMORTIZACIÓN

CÁLCULO DE DEPRECIACIONES

	EQUIPOS DE COCINA	MUEBLES DE OFICINA	EQUIPO DE COMPUTACIÓN	MOBILIARIO	EDIFICIOS
VALOR DEL BIEN	\$ 9.009,00	\$ 3.170,00	\$ 2.160,00	\$ 5.500,00	\$ 200.000,00
% VALOR RESIDUAL	10%	10%	10%	10%	10%
AÑOS DE VIDA ÚTIL	10	10	3	10	20
DEPRECIACIÓN ANUAL	\$ 810,81	\$ 285,30	\$ 648,00	\$ 495,00	\$ 9.000,00
DEPRECIACIÓN MENSUAL	\$ 67,57	\$ 23,78	\$ 54,00	\$ 41,25	\$ 750,00

AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES

	GASTOS DE CONSTITUCIÓN
VALOR ACTIVOS INTANGIBLES PERÍODO AMORTIZACIÓN	\$ 3.000,00
AMORTIZACIÓN ANUAL	5
AMORTIZACIÓN MENSUAL	\$ 600,00
	\$ 50,00

Cuadro No. 3
 Autora: Katherine Rodríguez

3.4 SUELDOS

ROL DE PAGOS

CARGO	CANT DE PERSONAS	SUELDO BÁSICO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	COSTO TOTAL	COSTO MENSUAL
Administrador	4	\$ 2.000,00	\$ 6.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 1.000,00	\$ 499,80	\$ 729,00	\$ 12.228,80	\$ 1.019,07
Recepcìon	3	\$ 876,00	\$ 3.504,00	\$ 876,00	\$ 1.168,00	\$ 438,00	\$ 291,88	\$ 425,74	\$ 6.703,62	\$ 558,63
Cocinero	2	\$ 584,00	\$ 3.504,00	\$ 584,00	\$ 1.168,00	\$ 292,00	\$ 291,88	\$ 425,74	\$ 6.265,62	\$ 522,13
Mesero	2	\$ 584,00	\$ 3.504,00	\$ 584,00	\$ 1.168,00	\$ 292,00	\$ 291,88	\$ 425,74	\$ 6.265,62	\$ 522,13
Limpieza	3	\$ 876,00	\$ 3.504,00	\$ 876,00	\$ 1.168,00	\$ 438,00	\$ 291,88	\$ 425,74	\$ 6.703,62	\$ 558,63
Guardia	2	\$ 584,00	\$ 3.504,00	\$ 584,00	\$ 1.168,00	\$ 292,00	\$ 291,88	\$ 425,74	\$ 6.265,62	\$ 522,13
TOTAL	16	\$ 5.504,00	\$ 1.056.768,00	\$ 5.504,00	\$ 7.840,00	\$ 2.752,00	\$ 1.959,22	\$ 2.857,68	\$ 44.432,90	\$ 3.702,74

TRABAJADORES	CARGO	SUELDO	TOTAL
2	COCINA	\$ 292,00	\$ 584,00
3	RECEPCIÒN	\$ 292,00	\$ 876,00
2	MESERO	\$ 292,00	\$ 584,00
3	LIMPIEZA	\$ 292,00	\$ 876,00
2	GUARDIAS	\$ 292,00	\$ 584,00
4	ADMINITRATIVO	\$ 500,00	\$ 2.000,00
16		\$ 1.960,00	\$ 5.504,00

Cuadro No. 4
 Autora Katherine Rodríguez

3.5 PRÉSTAMO

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Inversión Inicial	\$ 258.039,00	
Monto del Crédito	\$ 180.627,30	
Tasa Interés Anual	9,3%	0,82%
Tasa de Interés Mensual	0,82%	
Plazo	4	Años
Dividendo	48	Meses
Cuota Anual	\$ 56.736,13	
Cuota Mensual	\$ 4.563,85	

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 180.627,30	\$ 39.034,66	\$ 17.701,48	\$ 56.736,13	\$ 141.592,64
2	\$ 141.592,64	\$ 42.860,05	\$ 13.876,08	\$ 56.736,13	\$ 98.732,59
3	\$ 98.732,59	\$ 47.060,34	\$ 9.675,79	\$ 56.736,13	\$ 51.672,25
4	\$ 51.672,25	\$ 51.672,25	\$ 5.063,88	\$ 56.736,13	\$ 0,00

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 180.627,30	\$ 3.088,72	\$ 1.475,12	\$ 4.563,85	\$ 177.538,58
2	\$ 177.538,58	\$ 3.113,95	\$ 1.449,90	\$ 4.563,85	\$ 174.424,63
3	\$ 174.424,63	\$ 3.139,38	\$ 1.424,47	\$ 4.563,85	\$ 171.285,25
4	\$ 171.285,25	\$ 3.165,02	\$ 1.398,83	\$ 4.563,85	\$ 168.120,24
5	\$ 168.120,24	\$ 3.190,86	\$ 1.372,98	\$ 4.563,85	\$ 164.929,37
6	\$ 164.929,37	\$ 3.216,92	\$ 1.346,92	\$ 4.563,85	\$ 161.712,45
7	\$ 161.712,45	\$ 3.243,19	\$ 1.320,65	\$ 4.563,85	\$ 158.469,26
8	\$ 158.469,26	\$ 3.269,68	\$ 1.294,17	\$ 4.563,85	\$ 155.199,58
9	\$ 155.199,58	\$ 3.296,38	\$ 1.267,46	\$ 4.563,85	\$ 151.903,20
10	\$ 151.903,20	\$ 3.323,30	\$ 1.240,54	\$ 4.563,85	\$ 148.579,89
11	\$ 148.579,89	\$ 3.350,44	\$ 1.213,40	\$ 4.563,85	\$ 145.229,45
12	\$ 145.229,45	\$ 3.377,80	\$ 1.186,04	\$ 4.563,85	\$ 141.851,64
13	\$ 141.851,64	\$ 3.405,39	\$ 1.158,46	\$ 4.563,85	\$ 138.446,25
14	\$ 138.446,25	\$ 3.433,20	\$ 1.130,64	\$ 4.563,85	\$ 135.013,05
15	\$ 135.013,05	\$ 3.461,24	\$ 1.102,61	\$ 4.563,85	\$ 131.551,81
16	\$ 131.551,81	\$ 3.489,51	\$ 1.074,34	\$ 4.563,85	\$ 128.062,31
17	\$ 128.062,31	\$ 3.518,00	\$ 1.045,84	\$ 4.563,85	\$ 124.544,31
18	\$ 124.544,31	\$ 3.546,73	\$ 1.017,11	\$ 4.563,85	\$ 120.997,57
19	\$ 120.997,57	\$ 3.575,70	\$ 988,15	\$ 4.563,85	\$ 117.421,87
20	\$ 117.421,87	\$ 3.604,90	\$ 958,95	\$ 4.563,85	\$ 113.816,97
21	\$ 113.816,97	\$ 3.634,34	\$ 929,51	\$ 4.563,85	\$ 110.182,63
22	\$ 110.182,63	\$ 3.664,02	\$ 899,82	\$ 4.563,85	\$ 106.518,61
23	\$ 106.518,61	\$ 3.693,94	\$ 869,90	\$ 4.563,85	\$ 102.824,67
24	\$ 102.824,67	\$ 3.724,11	\$ 839,73	\$ 4.563,85	\$ 99.100,56
25	\$ 99.100,56	\$ 3.754,52	\$ 809,32	\$ 4.563,85	\$ 95.346,03
26	\$ 95.346,03	\$ 3.785,19	\$ 778,66	\$ 4.563,85	\$ 91.560,85
27	\$ 91.560,85	\$ 3.816,10	\$ 747,75	\$ 4.563,85	\$ 87.744,75
28	\$ 87.744,75	\$ 3.847,26	\$ 716,58	\$ 4.563,85	\$ 83.897,49
29	\$ 83.897,49	\$ 3.878,68	\$ 685,16	\$ 4.563,85	\$ 80.018,80
30	\$ 80.018,80	\$ 3.910,36	\$ 653,49	\$ 4.563,85	\$ 76.108,45
31	\$ 76.108,45	\$ 3.942,29	\$ 621,55	\$ 4.563,85	\$ 72.166,15
32	\$ 72.166,15	\$ 3.974,49	\$ 589,36	\$ 4.563,85	\$ 68.191,66
33	\$ 68.191,66	\$ 4.006,95	\$ 556,90	\$ 4.563,85	\$ 64.184,72
34	\$ 64.184,72	\$ 4.039,67	\$ 524,18	\$ 4.563,85	\$ 60.145,05
35	\$ 60.145,05	\$ 4.072,66	\$ 491,19	\$ 4.563,85	\$ 56.072,39
36	\$ 56.072,39	\$ 4.105,92	\$ 457,92	\$ 4.563,85	\$ 51.966,46
37	\$ 51.966,46	\$ 4.139,45	\$ 424,39	\$ 4.563,85	\$ 47.827,01
38	\$ 47.827,01	\$ 4.173,26	\$ 390,59	\$ 4.563,85	\$ 43.653,75
39	\$ 43.653,75	\$ 4.207,34	\$ 356,51	\$ 4.563,85	\$ 39.446,41
40	\$ 39.446,41	\$ 4.241,70	\$ 322,15	\$ 4.563,85	\$ 35.204,71
41	\$ 35.204,71	\$ 4.276,34	\$ 287,51	\$ 4.563,85	\$ 30.928,37
42	\$ 30.928,37	\$ 4.311,26	\$ 252,58	\$ 4.563,85	\$ 26.617,11
43	\$ 26.617,11	\$ 4.346,47	\$ 217,37	\$ 4.563,85	\$ 22.270,64
44	\$ 22.270,64	\$ 4.381,97	\$ 181,88	\$ 4.563,85	\$ 17.888,67
45	\$ 17.888,67	\$ 4.417,75	\$ 146,09	\$ 4.563,85	\$ 13.470,91
46	\$ 13.470,91	\$ 4.453,83	\$ 110,01	\$ 4.563,85	\$ 9.017,08
47	\$ 9.017,08	\$ 4.490,21	\$ 73,64	\$ 4.563,85	\$ 4.526,88
48	\$ 4.526,88	\$ 4.526,88	\$ 36,97	\$ 4.563,85	\$ 0,00

Cuadro No. 5
 Autora: Katherine Rodríguez

3.6 INGRESOS

INGRESOS POR VENTAS																
PRODUCTO	VALOR HAB.	Ocupación SEMANAL	TOTAL SEMANAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
ALOJAMIENTO																
PAQUETE HAB. DBL	\$ 65,00	18	\$ 1.170,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 4.680,00	\$ 56.160,00
PAQUETE HAB. TRIPLE	\$ 80,00	22	\$ 1.760,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 7.040,00	\$ 84.480,00
PAQUETE HAB. CUADRUPLE	\$ 100,00	23	\$ 2.300,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 9.200,00	\$ 110.400,00
ALIMENTACIÓN																
CALDO DE GALLINA	\$ 3,50	40	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 6.720,00
SECO DE POLLO	\$ 3,30	40	\$ 132,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 6.336,00
CHOCLO CON QUESO	\$ 2,00	44	\$ 88,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 4.224,00
MADURO CON QUESO	\$ 2,30	44	\$ 101,20	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 4.857,60
FRIADA	\$ 4,00	47	\$ 188,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 9.024,00
BEBIDAS																
AGUAS	\$ 0,60	50	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
COLAS	\$ 1,00	70	\$ 70,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00
JUGOS	\$ 1,00	80	\$ 80,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
TE / CAFÉ	\$ 0,75	70	\$ 52,50	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 2.520,00
TOTAL				\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 293.361,60
INFLACIÓN PRECIO	+4%															
INCREMENTO PORCENTUAL CANTIDADES	+44%															

Cuadro No. 6
 Autora: Katherine Rodríguez

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALOJAMIENTO					
PAQUETE HAB. MATRIMONIAL	\$ 65,00	\$ 67,89	\$ 70,90	\$ 74,05	\$ 77,34
PAQUETE HAB. TRIPLE	\$ 80,00	\$ 83,55	\$ 87,26	\$ 91,14	\$ 95,18
PAQUETE HAB. CUADRUPLE	\$ 100,00	\$ 104,44	\$ 109,08	\$ 113,92	\$ 118,98
ALIMENTACIÓN					
CALDO DE GALLINA	\$ 3,50	\$ 3,66	\$ 3,82	\$ 3,99	\$ 4,16
SECO DE POLLO	\$ 3,30	\$ 3,45	\$ 3,60	\$ 3,76	\$ 3,93
CHOCLO CON QUESO	\$ 2,00	\$ 2,09	\$ 2,18	\$ 2,28	\$ 2,38
MADURO CON QUESO	\$ 2,30	\$ 2,40	\$ 2,51	\$ 2,62	\$ 2,74
FRITADA	\$ 4,00	\$ 4,18	\$ 4,36	\$ 4,56	\$ 4,76
BEBIDAS					
AGUAS	\$ 0,60	\$ 0,63	\$ 0,65	\$ 0,68	\$ 0,71
COLAS	\$ 1,00	\$ 1,04	\$ 1,09	\$ 1,14	\$ 1,19
JUGOS	\$ 1,00	\$ 1,04	\$ 1,09	\$ 1,14	\$ 1,19
TE / CAFÉ	\$ 0,75	\$ 0,78	\$ 0,82	\$ 0,85	\$ 0,89

PRODUCTO	CANT. SEMANAL	CANT. MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALOJAMIENTO							
PAQUETE HAB. DOBLE	18	72	\$ 864,00	\$ 902,36	\$ 942,43	\$ 984,27	\$ 1.027,97
PAQUETE HAB. TRIPLE	22	88	\$ 1.056,00	\$ 1.102,89	\$ 1.151,85	\$ 1.203,00	\$ 1.256,41
PAQUETE HAB. CUADRUPLE	23	92	\$ 1.104,00	\$ 1.153,02	\$ 1.204,21	\$ 1.257,68	\$ 1.313,52
ALIMENTACIÓN							
CALDO DE GALLINA	40	160	\$ 1.920,00	\$ 2.005,25	\$ 2.094,28	\$ 2.187,27	\$ 2.284,38
SECO DE POLLO	40	160	\$ 1.920,00	\$ 2.005,25	\$ 2.094,28	\$ 2.187,27	\$ 2.284,38
CHOCLO CON QUESO	44	176	\$ 2.112,00	\$ 2.205,77	\$ 2.303,71	\$ 2.405,99	\$ 2.512,82
MADURO CON QUESO	44	176	\$ 2.112,00	\$ 2.205,77	\$ 2.303,71	\$ 2.405,99	\$ 2.512,82
FRITADA	47	188	\$ 2.256,00	\$ 2.356,17	\$ 2.460,78	\$ 2.570,04	\$ 2.684,15
BEBIDAS							
AGUAS	50	200	\$ 2.400,00	\$ 2.506,56	\$ 2.617,85	\$ 2.734,08	\$ 2.855,48
COLAS	70	280	\$ 3.360,00	\$ 3.509,18	\$ 3.664,99	\$ 3.827,72	\$ 3.997,67
JUGOS	80	320	\$ 3.840,00	\$ 4.010,50	\$ 4.188,56	\$ 4.374,53	\$ 4.568,76
TE / CAFÉ	70	280	\$ 3.360,00	\$ 3.509,18	\$ 3.664,99	\$ 3.827,72	\$ 3.997,67

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ALOJAMIENTO					
PAQUETE HAB. DOBLE	\$ 56.160,00	\$ 61.257,72	\$ 66.818,17	\$ 72.883,34	\$ 79.499,06
PAQUETE HAB. TRIPLE	\$ 84.480,00	\$ 92.148,36	\$ 100.512,80	\$ 109.636,48	\$ 119.588,33
PAQUETE HAB. CUADRUPLE	\$ 110.400,00	\$ 120.421,16	\$ 131.351,95	\$ 143.274,95	\$ 156.280,21
ALIMENTACIÓN					
CALDO DE GALLINA	\$ 6.720,00	\$ 7.329,98	\$ 7.995,34	\$ 8.721,08	\$ 9.512,71
SECO DE POLLO	\$ 6.336,00	\$ 6.911,13	\$ 7.538,46	\$ 8.222,74	\$ 8.969,12
CHOCLO CON QUESO	\$ 4.224,00	\$ 4.607,42	\$ 5.025,64	\$ 5.481,82	\$ 5.979,42
MADURO CON QUESO	\$ 4.857,60	\$ 5.298,53	\$ 5.779,49	\$ 6.304,10	\$ 6.876,33
FRITADA	\$ 9.024,00	\$ 9.643,12	\$ 10.736,59	\$ 11.711,17	\$ 12.774,21
BEBIDAS					
AGUAS	\$ 1.440,00	\$ 1.570,71	\$ 1.713,29	\$ 1.868,80	\$ 2.038,44
COLAS	\$ 3.360,00	\$ 3.664,99	\$ 3.997,67	\$ 4.360,54	\$ 4.756,35
JUGOS	\$ 3.840,00	\$ 4.188,56	\$ 4.568,76	\$ 4.983,48	\$ 5.435,83
TE / CAFÉ	\$ 2.520,00	\$ 2.748,74	\$ 2.998,25	\$ 3.270,41	\$ 3.567,27
TOTAL	\$ 282.204,60	\$ 307.817,42	\$ 335.758,43	\$ 366.235,68	\$ 399.479,39

Cuadro No. 7
Autora: Katherine Rodríguez

ALOJAMIENTO

15 HABITACIONES

TIPO DE HABITACION	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	HAB. SEMANA	TOTAL OCUP.
DOBLE	3	2	3	2	5	4	3	18	72
TRIPLES	2	1	2	3	5	5	4	22	88
CUADRUPLES	1	2	3	4	5	5	3	23	92

Cuadro No. 8
Autora: Katherine Rodríguez

3.7 GASTOS GENERALES

PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CTO UNIT	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Gastos de Administración		\$ 3.940,59	\$ 5.724,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	\$ 64.395,11
Sueldo Administrador	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00
Sueldo Recepción	3	\$ 292,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 876,00	\$ 10.512,00
Sueldo Cajero	1	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 292,00	\$ 3.504,00
Pago de Servicios por Terceros	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Servicios Básicos	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Uniformes	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500,00
Mantenimiento	1	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ 300,00	\$ -	\$ -	\$ 300,00	\$ 1.200,00
Materiales de limpieza	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Suministros de Oficina	1	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 170,00	\$ 2.040,00
Dep. Equipo de Cocina	1	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 67,57	\$ 810,81
Dep. Equipo de Oficina	1	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 23,78	\$ 285,30
Dep. Equipo de Computación	1	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 648,00
Dep. Muebles de Oficina	1	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 41,25	\$ 495,00
Dep. Edificios	1	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 9.000,00
Amortización	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Gastos de Ventas		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Publicidad	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Gastos Financieros		\$ -	\$ 1.475,12	\$ 1.449,90	\$ 1.424,47	\$ 1.398,83	\$ 1.372,98	\$ 1.346,92	\$ 1.320,65	\$ 1.294,17	\$ 1.267,46	\$ 1.240,54	\$ 1.213,40	\$ 1.186,04	\$ 15.990,49
Intereses	1	\$ -	\$ 1.475,12	\$ 1.449,90	\$ 1.424,47	\$ 1.398,83	\$ 1.372,98	\$ 1.346,92	\$ 1.320,65	\$ 1.294,17	\$ 1.267,46	\$ 1.240,54	\$ 1.213,40	\$ 1.186,04	\$ 15.990,49

Cuadro No. 9
 Autora: Katherine Rodríguez

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Administración	\$ 53.883,11	\$ 55.733,05	\$ 57.664,38	\$ 59.032,69	\$ 61.137,72
Sueldo Administrador	\$ 24.000,00	\$ 25.056,00	\$ 26.158,46	\$ 27.309,44	\$ 28.511,05
Sueldo Cajero	\$ 3.504,00	\$ 3.658,18	\$ 3.819,14	\$ 3.987,18	\$ 4.162,61
Servicios a Terceros	\$ 3.600,00	\$ 3.758,40	\$ 3.923,77	\$ 4.096,42	\$ 4.276,66
Servicios Básicos	\$ 4.200,00	\$ 4.384,80	\$ 4.577,73	\$ 4.779,15	\$ 4.989,43
Uniformes	\$ 500,00	\$ 522,00	\$ 544,97	\$ 568,95	\$ 593,98
Mantenimiento	\$ 1.200,00	\$ 1.252,80	\$ 1.307,92	\$ 1.365,47	\$ 1.425,55
Materiales de limpieza	\$ 3.000,00	\$ 3.132,00	\$ 3.269,81	\$ 3.413,68	\$ 3.563,88
Suministros de Oficina	\$ 2.040,00	\$ 2.129,76	\$ 2.223,47	\$ 2.321,30	\$ 2.423,44
Dep. Equipo de Cocina	\$ 810,81	\$ 810,81	\$ 810,81	\$ 810,81	\$ 810,81
Dep. Equipo de Oficina	\$ 285,30	\$ 285,30	\$ 285,30	\$ 285,30	\$ 285,30
Dep. Equipo de Computación	\$ 648,00	\$ 648,00	\$ 648,00	\$ -	\$ -
Dep. Mobiliario	\$ 495,00	\$ 495,00	\$ 495,00	\$ 495,00	\$ 495,00
Dep. Edificios	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
Amortización	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Gastos de Ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
Gastos de Publicidad	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
Gastos Financieros	\$ 15.990,49	\$ 12.015,06	\$ 7.632,05	\$ 2.799,68	\$ -
Gastos de Interés	\$ 15.990,49	\$ 12.015,06	\$ 7.632,05	\$ 2.799,68	\$ -
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ (11.239,11)	\$ (11.239,11)	\$ (11.239,11)	\$ (10.591,11)	\$ (10.591,11)
AMORTIZACION ACUMULADA	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)	\$ (600,00)

Cuadro No. 10
Autora: Katherine Rodríguez

3.8 GASTOS

OPERACIONALES

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
Materia Prima		\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 23.760,00
Productos Varios	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Frutas	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Legumbres	1	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 2.160,00
Bebidas	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Chancho	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Pollo	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Mano de obra Directa		\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 2.125,04	\$ 25.500,48
Cocinero	2	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 6.265,62
Mesero	2	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 6.265,62
Limpieza	3	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 558,63	\$ 6.703,62
Guardia	2	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 522,13	\$ 6.265,62
TOTAL			\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 49.260,48

Cuadro No. 11
 Autora: Katherine Rodríguez

INFLACIÓN 4,44%

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	\$ 23.760,00	\$ 24.814,94	\$ 25.916,73	\$ 27.067,43	\$ 28.269,22
Productos Varios	\$ 6.000,00	\$ 6.266,40	\$ 6.544,63	\$ 6.835,21	\$ 7.138,69
Frutas	\$ 4.200,00	\$ 4.386,48	\$ 4.581,24	\$ 4.784,65	\$ 4.997,09
Legumbres	\$ 2.160,00	\$ 2.255,90	\$ 2.356,07	\$ 2.460,68	\$ 2.569,93
Bebidas	\$ 3.000,00	\$ 3.133,20	\$ 3.272,31	\$ 3.417,60	\$ 3.569,35
Chancho	\$ 4.800,00	\$ 5.013,12	\$ 5.235,70	\$ 5.468,17	\$ 5.710,95
Pollo	\$ 3.600,00	\$ 3.759,84	\$ 3.926,78	\$ 4.101,13	\$ 4.283,22
Mano de obra Directa	\$ 25.500,48	\$ 26.632,70	\$ 27.815,19	\$ 29.050,18	\$ 30.340,01
Cocinero	\$ 6.265,62	\$ 6.543,81	\$ 6.834,36	\$ 7.137,80	\$ 7.454,72
Mesero	\$ 6.265,62	\$ 6.543,81	\$ 6.834,36	\$ 7.137,80	\$ 7.454,72
Limpieza	\$ 6.703,62	\$ 7.001,26	\$ 7.312,12	\$ 7.636,77	\$ 7.975,85
Guardia	\$ 6.265,62	\$ 6.543,81	\$ 6.834,36	\$ 7.137,80	\$ 7.454,72
TOTAL	\$ 49.260,48	\$ 51.447,64	\$ 53.731,92	\$ 56.117,61	\$ 58.609,24

Cuadro No. 12
Autora: Katherine Rodríguez

3.9 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS												
RUBRO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos												
Ventas Totales	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80
TOTAL DE INGRESOS	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80	\$ 24.446,80
(-) Costos de Operación	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76	\$ 20.341,76
(-) Gastos de Administración	\$ 5.724,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59
(-) Gastos de Ventas	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 14.117,17	\$ 14.617,17	\$ 14.317,17	\$ 14.617,17	\$ 14.617,17	\$ 14.317,17	\$ 14.617,17	\$ 14.617,17	\$ 14.317,17	\$ 14.617,17	\$ 14.617,17	\$ 14.317,17
(-) Gastos Financieros	\$ 1.475,12	\$ 1.449,90	\$ 1.424,47	\$ 1.398,83	\$ 1.372,98	\$ 1.346,92	\$ 1.320,65	\$ 1.294,17	\$ 1.267,46	\$ 1.240,54	\$ 1.213,40	\$ 1.186,04
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 12.642,04	\$ 13.167,27	\$ 12.892,70	\$ 13.218,34	\$ 13.244,19	\$ 12.970,24	\$ 13.296,52	\$ 13.323,00	\$ 13.049,70	\$ 13.376,63	\$ 13.403,77	\$ 13.131,13
(-) 15% Participación a trabajadores	15% \$ 1.896,31	\$ 1.975,09	\$ 1.933,90	\$ 1.982,75	\$ 1.986,63	\$ 1.945,54	\$ 1.994,48	\$ 1.998,45	\$ 1.957,46	\$ 2.006,49	\$ 2.010,56	\$ 1.969,67
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 10.745,74	\$ 11.192,18	\$ 10.958,79	\$ 11.235,59	\$ 11.257,56	\$ 11.024,71	\$ 11.302,04	\$ 11.324,55	\$ 11.092,25	\$ 11.370,13	\$ 11.393,20	\$ 11.161,46
(-) 23% Impuesto a la renta	23% \$ 2.471,52	\$ 2.574,20	\$ 2.520,52	\$ 2.584,19	\$ 2.589,24	\$ 2.535,68	\$ 2.599,47	\$ 2.604,65	\$ 2.551,22	\$ 2.615,13	\$ 2.620,44	\$ 2.567,14
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 8.274,22	\$ 8.617,98	\$ 8.438,27	\$ 8.651,40	\$ 8.668,32	\$ 8.489,03	\$ 8.702,57	\$ 8.719,90	\$ 8.541,03	\$ 8.755,00	\$ 8.772,76	\$ 8.594,32

Cuadro No. 13
 Autora: Katherine Rodríguez

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas Totales	\$ 282.201,60	\$ 307.817,42	\$ 335.758,43	\$ 366.235,68	\$ 399.479,39
TOTAL DE INGRESOS	\$ 282.201,60	\$ 307.817,42	\$ 335.758,43	\$ 366.235,68	\$ 399.479,39
(-) Costos de Operación	\$ 49.260,48	\$ 51.447,64	\$ 53.731,92	\$ 56.117,61	\$ 58.609,24
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 232.941,12	\$ 256.369,78	\$ 282.026,51	\$ 310.118,06	\$ 340.870,15
(-) Gastos en Administración	\$ 53.883,11	\$ 55.733,05	\$ 57.664,38	\$ 59.032,69	\$ 61.137,72
(-) Gastos de Ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 173.058,01	\$ 194.372,74	\$ 217.822,52	\$ 244.258,01	\$ 272.604,67
(-) Gastos Financieros	\$ 15.990,49	\$ 12.015,06	\$ 7.632,05	\$ 2.799,68	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 157.067,52	\$ 182.357,68	\$ 210.190,47	\$ 241.458,33	\$ 272.604,67
(-) 15% Participación a trabajadores	15% \$ 23.560,13	\$ 27.353,65	\$ 31.528,57	\$ 36.218,75	\$ 40.890,70
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 133.507,39	\$ 155.004,02	\$ 178.661,90	\$ 205.239,58	\$ 231.713,97
(-) 23% Impuesto a la renta	23% \$ 30.706,70	\$ 34.100,89	\$ 39.305,62	\$ 45.152,71	\$ 50.977,07
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 102.800,69	\$ 120.903,14	\$ 139.356,28	\$ 160.086,87	\$ 180.736,90

Cuadro No. 14
Autora: Katherine Rodríguez

Estados Financieros proyectados

En el Estado de Resultados se puede apreciar las utilidades que arrojan el presente proyecto durante su vida útil. Es así como el primer año la utilidad bruta alcanza los \$ 282.201,60, mientras que después de los gastos administrativos y mercadeo se obtendrá una utilidad operacional de \$ 232.941,12. Luego de los gastos financieros, se obtendrá una utilidad antes de impuestos de \$ 173.058,01; una vez repartidos lo que por ley les pertenece a los trabajadores, se obtiene una utilidad neta de \$ 157.067,52 monto que se irá incrementando en los años siguientes hasta alcanzar en el quinto año la suma de \$ 180.736,90 (Ver cuadro No. 14)

3.10 FLUJO DE CAJA

3.10.1 Flujo de Caja Anual

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL					
Ingresos por ventas	\$ 282.201,60	\$ 307.817,42	\$ 335.758,43	\$ 366.235,68	\$ 399.479,39
(-) Egresos de efectivo	\$ 97.304,48	\$ 155.872,41	\$ 167.551,34	\$ 181.620,74	\$ 197.055,07
Gastos de operación	\$ 49.260,48	\$ 51.447,64	\$ 53.731,92	\$ 56.117,61	\$ 58.609,24
Gastos de administración	\$ 42.044,00	\$ 43.893,94	\$ 45.825,27	\$ 47.841,58	\$ 49.946,61
Gastos de ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
Impuesto a la renta	\$ -	\$ 30.706,70	\$ 34.100,89	\$ 39.305,62	\$ 45.152,71
Participación de trabajadores	\$ -	\$ 23.560,13	\$ 27.353,65	\$ 31.528,57	\$ 36.218,75
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL	\$ 184.897,12	\$ 151.945,02	\$ 168.207,09	\$ 184.614,94	\$ 202.424,32
FLUJO DE INVERSIÓN					
Ingresos de efectivo					
Ventas de activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo					
Compras de activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO					
Ingresos de efectivo					
PRESTAMOS RECIBIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo					
Pagos de préstamos o principal	\$ 38.775,66	\$ 42.751,09	\$ 47.134,09	\$ 51.966,46	
Pago de intereses	\$ 15.990,49	\$ 12.015,06	\$ 7.632,05	\$ 2.799,68	
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (54.766,15)	\$ (54.766,15)	\$ (54.766,15)	\$ (54.766,15)	
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (258.039,00)	\$ 130.130,98	\$ 97.178,87	\$ 113.440,94	\$ 129.848,79
	\$ 127.908,02	\$ 30.729,15	\$ 0,27	\$ 0,27	AÑOS
				\$ 98,87	DIAS
				\$ 3,30	MESES

Cuadro No. 15
 Autora: Katherine Rodríguez

3.10.2 EVALUACIÓN FINANCIERA

TASA DE DESCUENTO	12%	Costo de oportunidad, de dejar de invertir en otras opciones
VAN	\$ 190.845,58	Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente
TIR	39%	TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto
B/C	\$ 0,74	Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera 0.74 centavos de ganancia
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2,27	El período de recuperación es en años, lo cual equivale a 2 años y 3 meses aproximadamente

Cuadro No. 16
 Autora: Katherine Rodríguez

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El buscar una base para juzgar alternativas de inversión, es deseable utilizar que el dinero tiene valor en el tiempo. Con frecuencia las cantidades equivalentes calculadas a valor actual son las cantidades en las cuales se basa la comparación. La cantidad en valor presente de una alternativa de inversión representa el valor presente equivalente de sus ingresos, menos el valor de la inversión equivalente de sus gastos. En el caso del proyecto turístico, el VAN del flujo de caja con una tasa de descuento aleatoria del 12%, da \$ 190.845,58 como saldo positivo.

PERIODO DE RECUPERACIÓN O PAYBACK

El período de recuperación o payback, mide el número de años requeridos para recuperar los desembolsos ó capital invertido en el proyecto, así se tiene que por la inversión de \$258.039,00 que se realiza durante los diez años del proyecto es recuperado en el segundo año a un 2,27% - 2 años, 3 meses.

3.11 BALANCE GENERAL ANUAL

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012					
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 135.330,98	\$ 232.509,85	\$ 345.950,79	\$ 475.799,58	\$ 678.223,91
Total Activos Corrientes	\$ 135.330,98	\$ 232.509,85	\$ 345.950,79	\$ 475.799,58	\$ 678.223,91
Activos Fijos					
Equipo de Cocina	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00
Equipo de Oficina	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00
Equipo de Computación	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
Muebles de Oficina	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00
Edificios	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Instalaciones	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (11.239,11)	\$ (22.478,22)	\$ (33.717,33)	\$ (44.308,44)	\$ (54.899,55)
Total Activos Fijos	\$ 238.599,89	\$ 227.360,78	\$ 216.121,67	\$ 205.530,56	\$ 194.939,45
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (600,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.800,00)	\$ (2.400,00)	\$ (3.000,00)
Total Activos Diferidos	\$ 2.400,00	\$ 1.800,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 376.330,87	\$ 461.670,63	\$ 563.272,46	\$ 681.930,14	\$ 873.163,36
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 23.560,13	\$ 27.353,65	\$ 31.528,57	\$ 36.218,75	\$ 40.890,70
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 30.706,70	\$ 34.100,89	\$ 39.305,62	\$ 45.152,71	\$ 50.977,07
Total Pasivos Corrientes	\$ 54.266,83	\$ 61.454,54	\$ 70.834,19	\$ 81.371,46	\$ 91.867,77
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 141.851,64	\$ 99.100,56	\$ 51.966,46	\$ 0,00	\$ -
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 141.851,64	\$ 99.100,56	\$ 51.966,46	\$ 0,00	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 196.118,47	\$ 160.555,10	\$ 122.800,65	\$ 81.371,46	\$ 91.867,77
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70
Utilidad del Ejercicio	\$ 102.800,69	\$ 120.903,14	\$ 139.356,28	\$ 160.086,87	\$ 180.736,90
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 102.800,69	\$ 223.703,83	\$ 363.060,11	\$ 523.146,99
TOTAL PATRIMONIO	\$ 180.212,39	\$ 301.115,53	\$ 440.471,81	\$ 600.558,69	\$ 781.295,58
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 376.330,87	\$ 461.670,63	\$ 563.272,46	\$ 681.930,14	\$ 873.163,36
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 0,00	\$ 0,00

Cuadro No. 17
 Autora: Katherine Rodríguez

3.12 RATIOS

3.12.1 ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta / Ventas = %	61,32%	63,15%	64,87%	66,69%	68,24%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	36,43%	39,28%	41,50%	43,71%	45,24%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0,27	\$ 0,26	\$ 0,25	\$ 0,23	\$ 0,21
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 1,33	\$ 1,56	\$ 1,80	\$ 2,07	\$ 2,33

Cuadro No.18
Elaborado por autora de tesis

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Uno de los ratios de mayor importancia para la evaluación financiera de un proyecto, es la tasa interna de retorno, a la que hay que confrontarla con la tasa de mercado que se mueve en los comercios financieros ecuatorianos. De ahí se tiene que el TIR del proyecto se ha calculado en el 39%.

3.11.2 PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos Variables	
Licores, mariscos y otros	\$ 23.760,00
Servicios Básicos	\$ 4.200,00
Total Costos Variables	\$ 27.960,00
Costo Total Operativo	\$ 107.294,97
Costo Fijos	\$ 25.500,48
Ventas Totales	\$ 282.201,60
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 28.304,87
EN PORCENTAJE (PE)	10,03%

Venta

Cuadro No. 19
Autora: Katherine Rodríguez

Punto de equilibrio

Un análisis de punto de equilibrio le indica la cantidad de ingresos que necesitará para cubrir sus gastos antes de que pueda lograr una ganancia. Para llevarlo a cabo, necesita saber cuáles son sus costos y sus ingresos por ventas. Según el (Cuadro No.18) se efectúa el cálculo del punto de equilibrio económico del proyecto Hotel Magenta Bed & Breakfast, donde se toma en cuenta los rubros de: Ventas por \$282.201,60 menos los costos de variables que suman la cantidad de \$27.960,00, los costos fijos bordean la cantidad de \$25.500,48 da un punto de equilibrio porcentual para el primer año del 10.03%.

3.12 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	12%	12%	12%
VAN	(\$ 68.814,73)	\$ 190.845,58	\$ 386.789,77
TIR	1%	39%	66%
B/C	\$ (0,27)	\$ 0,74	\$ 1,50
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	4,9	2,27	1,4

Cuadro No. 20
Autora: Katherine Rodríguez

Una forma de fortalecer el equilibrio de un proyecto de inversión durante su vida útil, es comprobar su sensibilidad, con variables tanto positivas como negativas, al tiempo de efectuar sus costos, principalmente tomando en cuenta los altos índices de riesgo-país de los que padece el país, debido al desequilibrio gubernamental, cambios reiterados de presidentes de Estado y un insuficiente proteccionismo de las entidades privadas que congregan a los fragmentos institucionales.

Se hallan tres variables de cambio para precisar y salvaguardar al proyecto de estos incidentes micro y macroeconómicas, la primera es el precio del servicio ya ofrecido a la población, el segundo es el costo de los materiales e insumos que se utilizarían para el servicio hotelero y por último la variación entre el precio y costo de insumos. Para esto se han establecido márgenes de +10%, -10% del precio - costo; con las que se pueden observar a corto y mediano plazo como puede sostenerse el proyecto si es que existieran posteriores cambios a nivel país.

3.13 CONCLUSIONES

Se finaliza con el estudio realizado que existe una gran demanda dentro del servicio de hospedaje puesto que se ha representado en que el turista y el Ecuador estaría dispuesto a visitar un sector turístico nuevo que brinde todos los beneficios en un solo lugar. Adicionalmente se demuestra que es rentable este tipo de inversión de tipo privado en el cantón Pallatanga, de instalar un lugar de recreación y alojamiento en esta zona para dar a conocer la diversidad cultural y natural que representa.

Esta propuesta de alojamiento para visitantes tanto nacionales como extranjeros, que pueden ser grupos de familia, estudiantes, trabajadores, etc. La ubicación, clima templado y demás atractivos, constituyen elementos importantes para el desarrollo de esta actividad, logrando así que los turistas potenciales tengan motivos para alojarse en esta ciudad.

Este proyecto no podrá ser ejecutado si no integramos a la comunidad dentro del plan de incentivar la cultura del cantón para así explotar todos los recursos de manera sostenible y racional sin desmejorar o alterar sus atractivos, ya que el auge de sitios hospedaje de manera general ha permitido que la actividad hotelera se desarrolle de manera sorprendente y así fomentar el progreso económico y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

3.14 RECOMENDACIONES

Se recomienda impulsar este tipo de servicios turísticos en el Cantón Pallatanga por la falta de un servicio de hospedaje que cuente con servicios de calidad y áreas culturales y típicas del sector como que el turista vea la elaboración del café, cacao, cultive sus propias legumbres y frescas, bailes folklóricos y elaboración de artesanías.

En cuanto a la fijación de precios, se recomienda hacer descuentos, debido a que los precios de descuento se presentan en casi todos los mercados y tienen por finalidad constituir una recompensa por servicios realizados que permitan que haya producción y consumo del servicio, o como instrumento promocional.

Para una adecuada consecución de los objetivos es importante establecer una estructura organizacional creando áreas de trabajo permitiendo de esta manera lograr una adecuada planificación; el desarrollo de la cultura organizacional se debe de dar a partir de la propia cultura de los valores y actitudes del personal y de las técnicas y tendencias administrativas más favorables de aplicar, a partir de ello se debe buscar un modelo que privilegie el proceso eficaz de modernización administrativa.

3.15 ANEXOS

ANEXO I

FORMATO DE ENCUESTA

1. ¿Al momento de escoger un destino turístico usted prefiere?

Costa Sierra Oriente

2. ¿Ha visitado alguna vez Pallatanga?

SI NO

3. ¿Identifica como un área recreacional de descanso a Pallatanga?

SI NO

4. ¿Cuáles de éstas las características considera usted importante al momento de escoger un lugar turístico?

- Comida
- Precio
- Atractivos turísticos – Recorridos

5. ¿Estaría interesado en un Hotel que brindara los siguientes servicios adicionales?

- Elaboración de Artesanías
- Elaboración de Chocolates / Dulces
- Cultivo de frutas y legumbres
- Todas las Anteriores

6. ¿Emprendería usted un viaje a Pallatanga con un clima templado incluyendo un paquete del programa anteriormente mencionado?

SI NO

7. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un paquete turístico de 2 días, 1 noche.

\$50 - \$60 \$70 - \$80

ANEXO II

PLANOS DE CONSTRUCCIÓN DEL HOTEL BED AND BREAK FAST

- Fachada Principal parte delantera
- Fachada externa parte trasera
 - Sala de estar
- Planta baja
- Habitaciones

Fachada Principal parte delantera



Gráfico No.12

Autor: Luis Mercedes

ANEXO III

**ESTADO
FINANCIERO
OPTIMISTA**

INGRESOS POR VENTAS

PRODUCTO	VALOR HAB.	OCCUPACIÓN SEMANAL	TOTAL SEMANAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
ALOJAMIENTO																
PAQUETE HAB. DBL	\$ 65,00	20	\$ 1.300,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 5.200,00	\$ 62.400,00
PAQUETE HAB. TRIPLE	\$ 80,00	32	\$ 2.560,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 10.240,00	\$ 122.880,00
PAQUETE HAB. CUADRUPLE	\$ 100,00	28	\$ 2.800,00	\$ 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	\$ 11.200,00	\$ 134.400,00
ALIMENTACIÓN																
CALDO DE GALLINA	\$ 3,50	40	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 6.720,00
SECO DE POLLO	\$ 3,30	40	\$ 132,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 6.336,00
CHOCLO CON QUESO	\$ 2,00	44	\$ 88,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 4.224,00
MADURO CON QUESO	\$ 2,30	44	\$ 101,20	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 4.857,60
FRITADA	\$ 4,00	47	\$ 188,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 9.024,00
BEBIDAS																
AGUAS	\$ 0,60	50	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
COLAS	\$ 1,00	70	\$ 70,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00
JUGOS	\$ 1,00	80	\$ 80,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
TE / CAFÉ	\$ 0,75	70	\$ 52,50	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 2.520,00
TOTAL				\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 362.001,60

INFLACIÓN PRECIO	4,44%
INCREMENTO PORCENTUAL CANTIDADES	4,44%

Cuadro No. 21
Autora: Katherine Rodríguez

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

RUBRO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos												
Ventas Totales	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80
TOTAL DE INGRESOS	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80	\$ 30.166,80
(-) Costos de Operación	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76	\$ 26.061,76
(-) Gastos de Administración	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59
(-) Gastos de Ventas	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 19.837,17	\$ 20.337,17	\$ 20.037,17	\$ 20.337,17	\$ 20.337,17	\$ 20.037,17	\$ 20.337,17	\$ 20.337,17	\$ 20.037,17	\$ 20.337,17	\$ 20.337,17	\$ 20.037,17
(-) Gastos Financieros	\$ 1.475,12	\$ 1.449,90	\$ 1.424,47	\$ 1.398,83	\$ 1.372,98	\$ 1.346,92	\$ 1.320,65	\$ 1.294,17	\$ 1.267,46	\$ 1.240,54	\$ 1.213,40	\$ 1.186,04
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 18.362,04	\$ 18.887,27	\$ 18.612,70	\$ 18.938,34	\$ 18.964,19	\$ 18.690,24	\$ 19.016,52	\$ 19.043,00	\$ 18.769,70	\$ 19.096,63	\$ 19.123,77	\$ 18.851,13
(-) 15% Participación a trabajadores	15% \$ 2.754,31	\$ 2.833,09	\$ 2.791,90	\$ 2.840,75	\$ 2.844,63	\$ 2.803,54	\$ 2.852,48	\$ 2.856,45	\$ 2.815,46	\$ 2.864,49	\$ 2.868,56	\$ 2.827,67
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 15.607,74	\$ 16.054,18	\$ 15.820,79	\$ 16.097,59	\$ 16.119,56	\$ 15.886,71	\$ 16.164,04	\$ 16.186,55	\$ 15.954,25	\$ 16.232,13	\$ 16.255,20	\$ 16.023,46
(-) 23% Impuesto a la renta	23% \$ 3.589,78	\$ 3.692,46	\$ 3.638,78	\$ 3.702,45	\$ 3.707,50	\$ 3.653,94	\$ 3.717,73	\$ 3.722,91	\$ 3.669,48	\$ 3.733,39	\$ 3.738,70	\$ 3.685,40
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 12.017,96	\$ 12.361,72	\$ 12.182,01	\$ 12.395,14	\$ 12.412,06	\$ 12.232,77	\$ 12.446,31	\$ 12.463,64	\$ 12.284,77	\$ 12.498,74	\$ 12.516,50	\$ 12.338,06

Cuadro No. 22
Autora: Katherine Rodríguez

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas Totales	\$ 350.841,60	\$ 382.687,97	\$ 417.425,08	\$ 455.315,32	\$ 496.644,91
TOTAL DE INGRESOS	\$ 350.841,60	\$ 382.687,97	\$ 417.425,08	\$ 455.315,32	\$ 496.644,91
(-) Costos de Operación	\$ 49.260,48	\$ 51.447,64	\$ 53.731,92	\$ 56.117,61	\$ 58.609,24
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 301.581,12	\$ 331.240,33	\$ 363.693,16	\$ 399.197,70	\$ 438.035,67
(-) Gastos en Administración	\$ 53.883,11	\$ 55.733,05	\$ 57.664,38	\$ 59.032,69	\$ 61.137,72
(-) Gastos de Ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 241.698,01	\$ 269.243,28	\$ 299.489,16	\$ 333.337,65	\$ 369.770,19
(-) Gastos Financieros	\$ 15.990,49	\$ 12.015,06	\$ 7.632,05	\$ 2.799,68	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 225.707,52	\$ 257.228,22	\$ 291.857,11	\$ 330.537,97	\$ 369.770,19
(-) 15% Participación a trabajadores	15% \$ 33.856,13	\$ 38.584,23	\$ 43.778,57	\$ 49.580,70	\$ 55.465,53
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 191.851,39	\$ 218.643,99	\$ 248.078,55	\$ 280.957,28	\$ 314.304,66
(-) 23% Impuesto a la renta	23% \$ 44.125,82	\$ 48.101,68	\$ 54.577,28	\$ 61.810,60	\$ 69.147,03
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 147.725,57	\$ 170.542,31	\$ 193.501,27	\$ 219.146,68	\$ 245.157,64

Cuadro No. 23
Autora: Katherine Rodríguez

FLUJO DE CAJA ANUAL

RUBROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas	\$	350.841,60	\$ 382.687,97	\$ 417.425,08	\$ 455.315,32	\$ 496.644,91
(-) Egresos de efectivo	\$	97.304,48	\$ 179.587,53	\$ 192.782,71	\$ 209.142,40	\$ 227.074,91
Gastos de operación	\$	49.260,48	\$ 51.447,64	\$ 53.731,92	\$ 56.117,61	\$ 58.609,24
Gastos de administración	\$	42.044,00	\$ 43.893,94	\$ 45.825,27	\$ 47.841,58	\$ 49.946,61
Gastos de ventas	\$	6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
Impuesto a la renta	\$	-	\$ 44.125,82	\$ 48.101,68	\$ 54.577,28	\$ 61.810,60
Participación de trabajadores	\$	-	\$ 33.856,13	\$ 38.584,23	\$ 43.778,57	\$ 49.580,70
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL	\$	253.537,12	\$ 203.100,44	\$ 224.642,36	\$ 246.172,92	\$ 269.570,00
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
PRESTAMOS RECIBIDOS	\$	-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal	\$	38.775,66	\$ 42.751,09	\$ 47.134,09	\$ 51.966,46	
Pago de intereses	\$	15.990,49	\$ 12.015,06	\$ 7.632,05	\$ 2.799,68	
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$	(54.766,15)	\$ (54.766,15)	\$ (54.766,15)	\$ (54.766,15)	
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (258.039,00)	\$ 198.770,98	\$ 148.334,30	\$ 169.876,22	\$ 191.406,77	\$ 269.570,00
		\$ 59.268,02	\$ (89.066,27)	\$ (0,52)	\$ (0,52)	AÑOS
					\$ (191,37)	DIAS
					\$ (6,38)	MESES

Cuadro No. 24
 Autora: Katherine Rodríguez

EVALUACIÓN FINANCIERA

TASA DE DESCUENTO	12%	Costo de oportunidad, de dejar de invertir en otras opciones
VAN	\$ 386.789,77	Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente
TIR	66%	TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto
B/C	\$ 1,50	Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2,6	El período de recuperación es en años, lo cual equivale a 2 años y 6 meses aproximadamente

Cuadro No. 25
 Autora: Katherine Rodríguez

BALANCE GENERAL ANUAL

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 203.970,98	\$ 352.305,27	\$ 522.181,49	\$ 713.588,26	\$ 983.158,27
Total Activos Corrientes	\$ 203.970,98	\$ 352.305,27	\$ 522.181,49	\$ 713.588,26	\$ 983.158,27
Activos Fijos					
Equipo de Cocina	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00
Equipo de Oficina	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00
Equipo de Computación	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
Muebles de Oficina	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00
Edificios	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Instalaciones	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (11.239,11)	\$ (22.478,22)	\$ (33.717,33)	\$ (44.308,44)	\$ (54.899,55)
Total Activos Fijos	\$ 238.599,89	\$ 227.360,78	\$ 216.121,67	\$ 205.530,56	\$ 194.939,45
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (600,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.800,00)	\$ (2.400,00)	\$ (3.000,00)
Total Activos Diferidos	\$ 2.400,00	\$ 1.800,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 444.970,87	\$ 581.466,05	\$ 739.503,16	\$ 919.718,82	\$ 1.178.097,72
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 33.856,13	\$ 38.584,23	\$ 43.778,57	\$ 49.580,70	\$ 55.465,53
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 44.125,82	\$ 48.101,68	\$ 54.577,28	\$ 61.810,60	\$ 69.147,03
Total Pasivos Corrientes	\$ 77.981,95	\$ 86.685,91	\$ 98.355,85	\$ 111.391,30	\$ 124.612,55
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 141.851,64	\$ 99.100,56	\$ 51.966,46	\$ 0,00	\$ -
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 141.851,64	\$ 99.100,56	\$ 51.966,46	\$ 0,00	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 219.833,59	\$ 185.786,47	\$ 150.322,31	\$ 111.391,30	\$ 124.612,55
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70
Utilidad del Ejercicio	\$ 147.725,57	\$ 170.542,31	\$ 193.501,27	\$ 219.146,68	\$ 245.157,64
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 147.725,57	\$ 318.267,89	\$ 511.769,15	\$ 730.915,83
TOTAL PATRIMONIO	\$ 225.137,27	\$ 395.679,59	\$ 589.180,85	\$ 808.327,53	\$ 1.053.485,16
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 444.970,87	\$ 581.466,05	\$ 739.503,16	\$ 919.718,82	\$ 1.178.097,72

\$ - \$ - \$ - \$ 0,00 \$ -

Cuadro No. 26
Autora: Katherine Rodríguez

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta / Ventas = %	68,89%	70,36%	71,75%	73,21%	74,45%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	42,11%	44,56%	46,36%	48,13%	49,36%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0,33	\$ 0,29	\$ 0,26	\$ 0,24	\$ 0,21
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 1,91	\$ 2,20	\$ 2,50	\$ 2,83	\$ 3,17

Cuadro No. 27
 Autora: Katherine Rodríguez

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos Variables		
Licores, mariscos y otros	\$	23.760,00
Servicios Básicos	\$	4.200,00
Total Costos Variables	\$	27.960,00
Costo Total Operativo	\$	107.294,97
Costo Fijos	\$	25.500,48
Ventas Totales	\$	350.841,60
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$	27.708,70
EN PORCENTAJE (PE)		7,90%

Venta

Cuadro No. 28
 Autora: Katherine Rodríguez

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

	PESIMISTA	CASO BASE	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	12%	12%	12%
VAN		\$ 43.980,07	\$ 386.789,77
TIR		23%	66%
B/C		\$ 0,29	\$ 1,50
PERÍODO DE RECUPERACIÓN		3,29	2,6

Cuadro No. 29
 Autora: Katherine Rodríguez

ANEXO IV

**ESTADO
FINANCIERO
PESIMISTA**

INGRESOS POR VENTAS

PRODUCTO	VALOR HAB.	Ocupación SEMANAL	TOTAL SEMANAL	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
ALOJAMIENTO																
PAQUETE HAB. DBL	\$ 65,00	15	\$ 975,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 3.900,00	\$ 46.800,00
PAQUETE HAB. TRIPLE	\$ 80,00	17	\$ 1.360,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 5.440,00	\$ 65.280,00
PAQUETE HAB. CUADRUPLE	\$ 100,00	10	\$ 1.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 48.000,00
ALIMENTACIÓN																
CALDO DE GALLINA	\$ 3,50	40	\$ 140,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 560,00	\$ 6.720,00
SECO DE POLLO	\$ 3,30	40	\$ 132,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 528,00	\$ 6.336,00
CHOCLO CON QUESO	\$ 2,00	44	\$ 88,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 352,00	\$ 4.224,00
MADURO CON QUESO	\$ 2,30	44	\$ 101,20	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 404,80	\$ 4.857,60
FRIADA	\$ 4,00	47	\$ 188,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 752,00	\$ 9.024,00
BEBIDAS																
AGUAS	\$ 0,60	50	\$ 30,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
COLAS	\$ 1,00	70	\$ 70,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00
JUGOS	\$ 1,00	80	\$ 80,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
TE / CAFÉ	\$ 0,75	70	\$ 52,50	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 2.520,00
TOTAL				\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 202.401,60

INFLACION PRECIO	4,44%
INCREMENTO PORCENTUAL CANTIDADES	4,44%

Cuadro No. 30
Autora: Katherine Rodríguez

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

RUBRO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Ingresos												
Ventas Totales	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80
TOTAL DE INGRESOS	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80	16.866,80	\$ 16.866,80	\$ 16.866,80
(-) Costos de Operación	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04	4.105,04	\$ 4.105,04	\$ 4.105,04
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 12.761,76	\$ 12.761,76	\$ 12.761,76	\$ 12.761,76	\$ 12.761,76	\$ 12.761,76	\$ 12.761,76	\$ 12.761,76	\$ 12.761,76	12.761,76	\$ 12.761,76	\$ 12.761,76
(-) Gastos de Administración	\$ 5.724,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	\$ 5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59	5.224,59	\$ 5.224,59	\$ 5.524,59
(-) Gastos de Ventas	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 6.537,17	\$ 7.037,17	\$ 6.737,17	\$ 7.037,17	\$ 7.037,17	\$ 6.737,17	\$ 7.037,17	\$ 7.037,17	\$ 6.737,17	7.037,17	\$ 7.037,17	\$ 6.737,17
(-) Gastos Financieros	\$ 1.475,12	\$ 1.449,90	\$ 1.424,47	\$ 1.398,83	\$ 1.372,98	\$ 1.346,92	\$ 1.320,65	\$ 1.294,17	\$ 1.267,46	1.240,54	\$ 1.213,40	\$ 1.186,04
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 5.062,04	\$ 5.587,27	\$ 5.312,70	\$ 5.638,34	\$ 5.664,19	\$ 5.390,24	\$ 5.716,52	\$ 5.743,00	\$ 5.469,70	5.796,63	\$ 5.823,77	\$ 5.551,13
(-) 15% Participación a trabajadores	15% \$ 759,31	\$ 838,09	\$ 796,90	\$ 845,75	\$ 849,63	\$ 808,54	\$ 857,48	\$ 861,45	\$ 820,46	869,49	\$ 873,56	\$ 832,67
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 4.302,74	\$ 4.749,18	\$ 4.515,79	\$ 4.792,59	\$ 4.814,56	\$ 4.581,71	\$ 4.859,04	\$ 4.881,55	\$ 4.649,25	4.927,13	\$ 4.950,20	\$ 4.718,46
(-) 23% Impuesto a la renta	23% \$ 989,63	\$ 1.092,31	\$ 1.038,63	\$ 1.102,30	\$ 1.107,35	\$ 1.053,79	\$ 1.117,58	\$ 1.122,76	\$ 1.069,33	1.133,24	\$ 1.138,55	\$ 1.085,25
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 3.313,11	\$ 3.656,87	\$ 3.477,16	\$ 3.690,29	\$ 3.707,21	\$ 3.527,92	\$ 3.741,46	\$ 3.758,79	\$ 3.579,92	3.793,89	\$ 3.811,65	\$ 3.633,21

Cuadro No. 31
 Autora: Katherine Rodríguez

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas Totales	\$ 191.241,60	\$ 208.600,86	\$ 227.535,84	\$ 248.189,58	\$ 270.718,09
TOTAL DE INGRESOS	\$ 191.241,60	\$ 208.600,86	\$ 227.535,84	\$ 248.189,58	\$ 270.718,09
(-) Costos de Operación	\$ 49.260,48	\$ 51.447,64	\$ 53.731,92	\$ 56.117,61	\$ 58.609,24
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 141.981,12	\$ 157.153,22	\$ 173.803,93	\$ 192.071,97	\$ 212.108,85
(-) Gastos en Administración	\$ 53.883,11	\$ 55.733,05	\$ 57.664,38	\$ 59.032,69	\$ 61.137,72
(-) Gastos de Ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 82.098,01	\$ 95.156,17	\$ 109.599,93	\$ 126.211,92	\$ 143.843,37
(-) Gastos Financieros	\$ 15.990,49	\$ 12.015,06	\$ 7.632,05	\$ 2.799,68	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 66.107,52	\$ 83.141,11	\$ 101.967,88	\$ 123.412,24	\$ 143.843,37
(-) 15% Participación a trabajadores	15% \$ 9.916,13	\$ 12.471,17	\$ 15.295,18	\$ 18.511,84	\$ 21.576,51
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	\$ 56.191,39	\$ 70.669,95	\$ 86.672,70	\$ 104.900,40	\$ 122.266,86
(-) 23% Impuesto a la renta	23% \$ 12.924,02	\$ 15.547,39	\$ 19.067,99	\$ 23.078,09	\$ 26.898,71
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 43.267,37	\$ 55.122,56	\$ 67.604,70	\$ 81.822,31	\$ 95.368,15

Cuadro No. 32
Autora: Katherine Rodríguez

FLUJO DE CAJA ANUAL

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL					
Ingresos por ventas	\$ 191.241,60	\$ 208.600,86	\$ 227.535,84	\$ 248.189,58	\$ 270.718,09
(-) Egresos de efectivo	\$ 97.304,48	\$ 124.445,73	\$ 134.115,36	\$ 145.149,73	\$ 157.273,53
Gastos de operación	\$ 49.260,48	\$ 51.447,64	\$ 53.731,92	\$ 56.117,61	\$ 58.609,24
Gastos de administración	\$ 42.044,00	\$ 43.893,94	\$ 45.825,27	\$ 47.841,58	\$ 49.946,61
Gastos de ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.264,00	\$ 6.539,62	\$ 6.827,36	\$ 7.127,76
Impuesto a la renta	\$ -	\$ 12.924,02	\$ 15.547,39	\$ 19.067,99	\$ 23.078,09
Participación de trabajadores	\$ -	\$ 9.916,13	\$ 12.471,17	\$ 15.295,18	\$ 18.511,84
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL	\$ 93.937,12	\$ 84.155,13	\$ 93.420,49	\$ 103.039,85	\$ 113.444,55
FLUJO DE INVERSIÓN					
Ingresos de efectivo					
Ventas de activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo					
Compras de activos fijos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO					
Ingresos de efectivo					
PRESTAMOS RECIBIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo					
Pagos de préstamos o principal	\$ 38.775,66	\$ 42.751,09	\$ 47.134,09	\$ 51.966,46	
Pago de intereses	\$ 15.990,49	\$ 12.015,06	\$ 7.632,05	\$ 2.799,68	
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (54.766,15)	\$ (54.766,15)	\$ (54.766,15)	\$ (54.766,15)	
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (258.039,00)	\$ 39.170,98	\$ 29.388,99	\$ 38.654,34	\$ 48.273,71
	\$ 218.868,02	\$ 189.479,03	\$ 150.824,69	\$ 102.550,99	0,90
					\$ 0,90 AÑOS
					329,9507 DIAS
					10,998357 MESES

Cuadro No. 33
 Autora: Katherine Rodríguez

EVALUACIÓN FINANCIERA

TASA DE DESCUENTO	12%	Costo de oportunidad, de dejar de invertir en otras opciones
VAN	(\$ 68.814,73)	Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente
TIR	1%	TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto
B/C	\$ (0,27)	Por cada dólar que se invierte en el proyecto, se genera
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	4,9	El período de recuperación es en años, lo cual equivale a 4 años y 9 meses aproximadamente

Cuadro No. 34
 Autora: Katherine Rodríguez

BALANCE GENERAL ANUAL

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2012

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 44.370,98	\$ 73.759,97	\$ 112.414,31	\$ 160.688,01	\$ 274.132,57
Total Activos Corrientes	\$ 44.370,98	\$ 73.759,97	\$ 112.414,31	\$ 160.688,01	\$ 274.132,57
Activos Fijos					
Equipo de Cocina	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00	\$ 9.009,00
Equipo de Oficina	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00	\$ 3.170,00
Equipo de Computación	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
Muebles de Oficina	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00
Edificios	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Instalaciones	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (11.239,11)	\$ (22.478,22)	\$ (33.717,33)	\$ (44.308,44)	\$ (54.899,55)
Total Activos Fijos	\$ 238.899,89	\$ 227.360,78	\$ 216.121,67	\$ 208.830,56	\$ 194.939,45
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (600,00)	\$ (1.200,00)	\$ (1.800,00)	\$ (2.400,00)	\$ (3.000,00)
Total Activos Diferidos	\$ 2.400,00	\$ 1.800,00	\$ 1.200,00	\$ 600,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 285.370,87	\$ 302.920,75	\$ 329.735,98	\$ 366.818,57	\$ 469.072,02
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadoras por Pagar	\$ 9.916,13	\$ 12.471,17	\$ 15.295,18	\$ 18.511,84	\$ 21.576,51
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 12.924,02	\$ 15.547,39	\$ 19.067,99	\$ 23.078,09	\$ 26.898,71
Total Pasivos Corrientes	\$ 22.840,15	\$ 28.018,56	\$ 34.363,18	\$ 41.589,92	\$ 48.475,21
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 141.851,64	\$ 99.100,56	\$ 51.966,46	\$ 0,00	\$ 0,00
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 141.851,64	\$ 99.100,56	\$ 51.966,46	\$ 0,00	\$ 0,00
TOTAL PASIVOS	\$ 164.691,79	\$ 127.119,11	\$ 86.329,64	\$ 41.589,92	\$ 48.475,21
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70	\$ 77.411,70
Utilidad del Ejercicio	\$ 43.267,37	\$ 55.122,56	\$ 67.604,70	\$ 81.822,31	\$ 95.368,15
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 43.267,37	\$ 98.389,93	\$ 165.994,64	\$ 247.816,95
TOTAL PATRIMONIO	\$ 120.679,07	\$ 175.801,63	\$ 243.406,34	\$ 325.228,65	\$ 420.596,80
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 285.370,87	\$ 302.920,75	\$ 329.735,98	\$ 366.818,57	\$ 469.072,02

\$ - \$ - \$ - \$ 0,00 \$ 0,00

Cuadro No. 35
Autora: Katherine Rodríguez

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas = %	42,93%	45,62%	48,17%	50,85%	53,13%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	22,62%	26,42%	29,71%	32,97%	35,23%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0,15	\$ 0,18	\$ 0,21	\$ 0,22	\$ 0,20
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 0,56	\$ 0,71	\$ 0,87	\$ 1,06	\$ 1,23

Cuadro No. 36
 Autora: Katherine Rodríguez

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos Variables	
Productos varios	\$ 23.760,00
Servicios Básicos	\$ 4.200,00
Total Costos Variables	\$ 27.960,00
Costo Total Operativo	\$ 107.294,97
Costo Fijos	\$ 25.500,48
Ventas Totales	\$ 191.241,60
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 29.867,13
EN PORCENTAJE (PE)	15,62%

Venta

Cuadro No. 37
Autora: Katherine Rodríguez

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

	PESIMISTA	CASO BASE	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	12%	12%	
VAN	(\$ 68.814,73)	\$ 43.980,07	
TIR	1%	23%	
B/C	\$ (0,27)	\$ 0,29	
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	4,9	3,29	

Cuadro No. 38
Autora: Katherine Rodríguez

BIBLIOGRAFIA

- Castro, Renato Quesada. (2000). *Elementos del Turismo*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- De Conceptos*. (sf). Obtenido de <http://deconceptos.com/ciencias-sociales/ruta-turistica>
- Definicion.de*. (sf). Obtenido de <http://definicion.de/recreacion/>
- Esteban Ruiz Ballesteros, D. S. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: ABYA - YALA.
- García, A. (2012). *Pallatanga un paraíso inexplorado de Ecuador*. EDITOR.
- Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pallatanga - Eduardo Moreno. (2012). *Ordenanza de Turismo Sostenible para la Regulación de las Actividades de Turismo responsable del Cantón Pallatanga*. Pallatanga: Editorial Pedagógica Freire.
- Guerrero, T. M. (s.f.). Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/1473/1/CD-2233.pdf>
- INEC. (2012). Obtenido de <http://www.inec.gob.ec/cpv/>
- Juan, C. R. (2006). *Manual para la preparación del certificado superior de español del turismo de la Cámara de Comercios de Madrid*. Madrid: Edinumen.
- Ministra de Turismo del Ecuador - Gladys Eljuri de Álvarez. (2004). *Norma Técnica de Ecoturismo*.
- Naya*. (sf). Obtenido de http://www.naya.org.ar/turismo/definicion_turismo_cultural.htm
- Organización Mundial del Turismo. (21 de 12 de 2001). Código Ético Mundial del Turismo. Santiago de Chile, Chile, Chile.
- Pac*. (29 de 11 de 2010). Obtenido de http://www.pac.com.ve/index.php?option=com_content&view=article&id=7264:definicion-de-turismo-de-aventura&catid=69:viajera&Itemid=92
- Presidente de la República - Gustavo Noboa Bejarano. (17 de Diciembre de 2002). Reglamento General de Actividades Turísticas. Quito, Quito, Ecuador.
- PROYECTO DE FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA CREACIÓN* . (s.f.). Obtenido de http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-38401.pdf
- Reserver.it*. (sf). Obtenido de <http://es.reserver.it/bedandbreakfast-italia.php>
- Sitges, D. (02 de 12 de 2009). *Gira Todo Recto*. Obtenido de <http://giratodirecto.wordpress.com/2009/02/12/que-es-un-bed-and-breakfast/>

Stiges, D. (12 de 02 de 2009). *GiratoDirecto*. Obtenido de <http://giratodirecto.wordpress.com/2009/02/12/que-es-un-bed-and-breakfast/>

Varas, I. G. (30 de 07 de 2011). *Los lugares tienen memoria*. Obtenido de <http://loslugarestienenmemoria.blogspot.com/2011/07/el-concepto-de-identidad-cultural-de-un.html>