



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA LA DOLOROSA DE  
PRIORATO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

**PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA COMERCIAL**

**AUTORA:** CARLOSAMA, P. VERÓNICA E.

**DIRECTOR:** ECON. LUIS CERVANTES

IBARRA, ENERO 2014

## RESUMEN EJECUTIVO

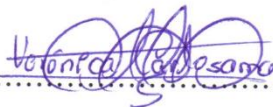
El presente proyecto es un estudio de factibilidad económico financiero para la creación de una Hostería Turística en el cantón Ibarra; el mismo que pretende satisfacer de mejor manera el confort de los visitantes tanto nacionales y extranjeros, que en los últimos años se ha incrementado gracias a la promoción turística que lleva a cabo el ministerio de turismo. Así mismo, se pretende poseer un criterio adecuado de todos los beneficios y limitaciones que posee la zona a través de la recolección y análisis de documentos que contribuyan a elaborar la estructura de la mencionada investigación, concluyendo con las ventajas, desventajas, oportunidades y amenazas a las cuales estaría sujeto el proyecto. En una visión más amplia de la factibilidad del proyecto es a través del estudio de mercado, porque permite visualizar la aceptación o no del producto o servicio que pretende alcanzar el proyecto, mediante un análisis de la oferta y la demanda; permitiendo realizar estimaciones de las mismas. Por otra parte se debe considerar que la investigación planteada es el cimiento en la gestión de comercializarlo, es decir, se establece el mercado meta, con lo cual se busca estructurar y desarrollar diversas estrategias en el posicionamiento de mercado; dejando en claro que este proceso no es un costo o un gasto si no una inversión que ayuda en la toma de decisiones. En cuanto al establecer los fundamentos matemáticos – financieros que permitan una evaluación correcta y adecuada del proyecto y su rentabilidad, es necesario considerar las posibles herramientas que podemos utilizar para medir el grado de inversión que se requiere y el tiempo de recuperación de la misma, para el efecto es necesario considerar la clase de inversión a realizar, el cálculo del costo de oportunidad, cálculo de la tasa de redescuento, presupuestos, cuadros de pagos si es el caso, estados pro forma, flujos de caja, tasa interna de retorno, tasa de rendimiento beneficio costo, la recuperación de la inversión, entre otros aspectos financieros a considerar para la correcta valuación del proyecto. También la estructura organizacional, normas legales, y todos los requerimientos administrativos del nuevo proyecto. Por último tenemos el análisis de los impactos como posibles consecuencias que puede presentarse en la ejecución del proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificado y cuantificado, con lo que se trata de establecer la bondad y los efectos que tiene el proyecto, por medio del diseño de la Matriz de impactos. Para finalizar se han redactado conclusiones a las que hemos llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo. También se formulan varias recomendaciones que serán importantes seguirlas para solucionar posibles inconvenientes en la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de factibilidad elaborado.

## SUMMARY

This project is an economic and financial feasibility study for the creation of a tourist lodge in Canton Ibarra, the same that seeks better meet the comfort of both domestic and foreign visitors, which in recent years has increased by promoting tourism carrying out the ministry of tourism. Also, it claims to possess a suitable criterion of all the benefits and limitations that owns the area through the collection and analysis of documents help to develop the structure of that investigation, concluding with the strengths, weaknesses, opportunities and threats which would subject the project. In a broader view of the project's feasibility study is through the market, it allows to visualize the acceptance or rejection of the product or service that the project aims to achieve, through an analysis of supply and demand, allowing estimations of the thereof. On the other hand one must consider that the proposed research is the foundation in management to market, the target market is established, which is how to structure and develop different strategies in market positioning, making it clear that this process not a cost or expense not an investment if it helps in decision making. As for establishing the mathematical foundations - enabling financial right and proper assessment of the project and its profitability, it is necessary to consider the possible tools that can be used to measure the degree of investment required and the recovery time of it, for the effect is necessary to consider the kind of investment to make, the opportunity cost calculation, calculation of the discount rate, budgets, payments boxes if applicable, pro forma, cash flow, internal rate of return, rate benefit performance cost, payback, among other financial aspects to consider for the proper valuation of the project. Also the organizational structure, legal standards, and all administrative requirements of the new project. Finally we analyze the impacts and possible consequences that may arise in the implementation of the project, so it is important to analyze its effect qualified and quantified, which is to establish the goodness and the effects the project, through the design of the impact matrix. Finally we have drawn conclusions that have come after completing all stages of the research process. It also makes a number of recommendations that will be important to follow to solve possible problems in the implementation and development of the draft prepared fallibility.

## **AUTORÍA**

Yo, **Verónica Elizabeth Carlosama Pupiales**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100331105-5, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA LA DOLOROSA DE PRIORATO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



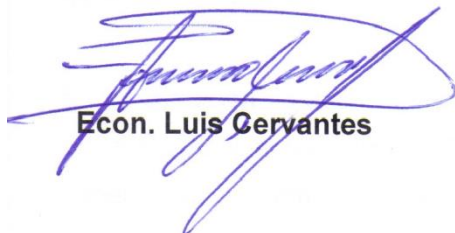
.....  
**Verónica Elizabeth Carlosama Pupiales**

C.I. 100331105-5

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Verónica Elizabeth Carlosama Pupiales** para optar por el Título de **Ingeniera en Ingeniería Comercial**, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA LA DOLOROSA DE PRIORATO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne todos requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 27 días del mes de Enero del 2014.



**Econ. Luis Cervantes**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, Verónica Elizabeth Carlosama Pupiales, con cédula de ciudadanía Nro. 100331105-5, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA LA DOLOROSA DE PRIORATO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO EN **INGENIERÍA COMERCIAL** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

**Verónica Elizabeth Carlosama Pupiales**

**C.I. 100331105-5**

Ibarra, a los 27 días del mes de Enero del 2014



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**  
**A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100331105-5		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Carlosama Pupiales Verónica Elizabeth		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Parroquia la Dolorosa de Priorato, entre Mojanda y Piñan, Calle del Colegio		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:verocarlosama@hotmail.es">verocarlosama@hotmail.es</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2580-131	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0994879858

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA LA DOLOROSA DE PRIORATO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”</b>
<b>AUTOR (ES):</b>	Verónica Elizabeth Carlosama Pupiales



FECHA: AAAAMMDD	2014-01-27
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Econ. Luis Cervantes

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Verónica Elizabeth Carlosama Pupiales, con cédula de ciudadanía Nro. 10331105-5, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

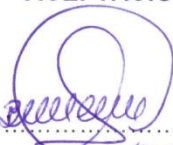
El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 27 días del mes de Enero de 2014

EL AUTOR:

(Firma)   
 Nombre: Verónica Carlosama  
 C.C.: 100331105-5

ACEPTACIÓN:

(Firma)   
 Nombre: Ing. Betty Chávez  
 Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario \_\_\_\_\_



## **DEDICATORIA**

Han transcurrido varios años de constante estudio y sacrificio para alcanzar mi meta, pero no hubiese sido posible por el apoyo constante de mis padres, hermanos (as), quienes estuvieron en mis alegrías y tristezas; en general a toda mi familia, por eso es a ellos a quien dedico el presente trabajo.

**Verónica Carlosama**

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar agradezco a Dios, por guiarme constantemente para alcanzar una meta más en mi vida, a mis padres por su apoyo incondicional en todo momento, a mis hermanos por su ayuda constante, en especial para mi hermano Alejandro que supo ayudarme y apoyarme durante mi carrera, a la universidad técnica del norte por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente en sus aulas, pero sin dejar de agradecer a quienes de una u otra forma me apoyaron durante todo este proceso.

**Verónica Carlosama**

# PRESENTACIÓN

La presente investigación científica denominada Estudio de Factibilidad para la creación de una hostería turística en la parroquia La Dolorosa de Priorato, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura ha sido desarrollada bajo la modalidad de Proyecto.

El primer capítulo denominado Diagnóstico Situacional, el cual contiene antecedentes históricos de la parroquia La Dolorosa de Priorato, su ubicación geográfica, demográfica, datos estadísticos de la población, cuántos hombres y mujeres se encuentran en el área urbana, de igual forma en el área rural, cual es la población económicamente activa y sus principales actividades económicas. Datos que permitieron establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto a implementarse. Luego de realizar el diagnóstico situacional se llegó a determinar el problema diagnóstico.

En el capítulo dos, se hace referencia a las Bases Teóricas y Científicas en base a una investigación bibliográfico-documental, a través de conceptos y teorías referentes a la temática del trabajo (hostería turística), mercadotecnia, fundamentos administrativos, contables y evaluadores financieros.

El tercer capítulo corresponde al Estudio de Mercado, se elaboró una investigación de campo con encuestas dirigidas a determinar la oferta de centros turísticos y demanda la población del Cantón Ibarra comprendida principalmente a las personas que acuden a la laguna de Yahuarcocha en vehículo propio, lo cual permitió identificar a los clientes insatisfechos, conocer sus requerimientos y necesidades También se realizaron los análisis de la competencia, comercialización y precios, en relación al servicio que se pretende brindar con el presente proyecto.

El cuarto capítulo es el Estudio Técnico, comprende la macro y micro localización del proyecto, la ubicación de la empresa, diseño y distribución de las instalaciones, diagrama y flujogramas de proceso, pronóstico de ventas y el requerimiento de mano de obra, se concluye con la valoración de inversiones fijas y su financiamiento.

La Evaluación Financiera, se encuentra detallada en el capítulo quinto, en el cual se registran todas las especificaciones necesarias para el funcionamiento de la empresa como son activos fijos, talento humano, inversiones, presupuestos de ingresos, costos y gastos y el respectivo análisis financiero para determinar si el proyecto es o no viable. Además se analiza la ventaja económica que brindará el proyecto.

El sexto capítulo plantea la Estructura Organizacional y Funcional que tendrá la Hostería turística en la que constan aspectos de planificación estratégica como la misión, visión, principios y valores, objetivos, estrategias, organigrama estructural.

En tanto en el capítulo séptimo se ha resumido los Impactos que generará el proyecto en el ámbito socio-económico, empresarial, y ambiental.

Y para finalizar se han redactado conclusiones a las que he llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso investigativo. Se formulan varias recomendaciones que serán importantes seguirlas para solucionar posibles inconvenientes en la puesta en marcha y desarrollo del proyecto de factibilidad elaborado.

# ÍNDICE GENERAL

Resumen ejecutivo .....	II
Summary .....	III
Autoría .....	IV
Certificación .....	V
Dedicatoria .....	IX
Agradecimiento.....	X
Presentación.....	XI
Introducción .....	28
Justificación .....	29
Bbjetivos .....	31
General.....	31
Específico .....	31

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes diagnóstico.....	32
Objetivos del diagnóstico .....	32
Objetivo general.....	32
Objetivos especificos .....	32
Variables.....	33
Indicadores .....	33
Antecedentes históricos.....	33
Ubicación geográfica .....	33
Demografía.....	34
Económica.....	34
Socioeconómica .....	34
Infraestructura.....	34
Matriz de relación diagnostica .....	34
Fuentes de información .....	36

Análisis de las variables.....	36
Antecedentes históricos.....	36
Ubicación geográfica .....	38
División política.....	38
Altitud, latitud y longitud de la ciudad de Ibarra.....	40
Extensión territorial .....	40
Clima .....	40
Demografía.....	41
Económica.....	47
Agricultura .....	47
Industria.....	47
Turismo.....	48
Socio-económicos .....	48
Identificación de oportunidad de inversión .....	50

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

Empresa .....	52
Clasificación según su actividad económica.....	52
Clasificación según su creación.....	53
Turismo.....	53
Importancia del turismo.....	54
Clasificación del turismo .....	54
Hostería turística.....	55
Clasificación de beneficios.....	55
Servicios turísticos.....	56
Servicio de alimentación .....	57
Servicio de información.....	58
Servicio de recreación y esparcimiento .....	59
Servicio de guía .....	59
Organismos turísticos.....	59
Ministerio de turismo.....	59

Cámara de comercio de Ibarra .....	60
Estudio de mercado .....	60
Oferta.....	61
Demanda .....	61
Demanda Insatisfecha .....	62
Comercialización.....	62
Precio.....	63
Producto .....	63
Plaza.....	64
Promoción.....	64
Publicidad .....	64
Estudio técnico .....	65
Estudio financiero .....	65
Evaluadores financieros.....	66
Valor Actual Neto.....	66
Tasa Interna De Retorno .....	67
Periodo de recuperación de la inversión .....	68
Relación costo beneficio .....	68
Punto de equilibrio .....	69
Estructura organizacional .....	69
Organigrama Estructural.....	70
Organigrama Funcional .....	70
Misión .....	71
Visión.....	71
Contabilidad.....	72
Importancia.....	72
Tipos.....	73
Contabilidad de costos.....	73
Elementos de costos .....	73
Costos variables .....	75
Costos fijos .....	75



Capital de trabajo.....	75
Estados financieros .....	76
Balance General .....	76
Balance de Comprobación.....	77
Estado de Resultados.....	77
Estados de Flujos de Efectivos .....	78

### **CAPÍTULO III**

#### **ESTUDIO DE MERCADO**

Introducción del Estudio de Mercado.....	79
Objetivos.....	80
Objetivo general.....	80
Objetivos Específicos.....	80
Matriz de variables de estudio de mercado.....	81
Identificación del Producto y Servicio .....	82
Descripción de los Productos y Servicio a Brindar.....	83
Segmentación de Mercado .....	86
Población .....	86
Mercado Meta.....	87
Tamaño de la Muestra .....	88
Resultado de las encuestas y entrevistas.....	89
Demanda .....	111
Demanda Histórica Actual .....	111
Proyección de la Demanda.....	112
Oferta .....	114
Oferta Histórica Y Actual.....	114
Proyección de la Oferta .....	114
Demanda Insatisfecha o Potencial.....	115
Porcentaje de captación. ....	116
Precios.....	116
Comercialización .....	117
Producto o servicio .....	117

Plaza.....	118
Publicidad y Promoción .....	118
Conclusión del estudio de mercado .....	119

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

Tamaño del proyecto .....	120
Factores que afectan el tamaño.....	120
Determinación de la capacidad del proyecto .....	121
Objetivos de crecimiento para la hostería .....	121
Disponibilidad de recursos financieros.....	121
Materias primas e insumos .....	121
Fijación de capacidad de la hostería turística .....	122
Localización del proyecto.....	122
Macro localización .....	123
Micro localización .....	124
Ingeniería del proyecto .....	125
Requerimiento de infraestructura Civil .....	125
Edificio y áreas recreativas .....	126
Estructura .....	128
Área y costo.....	128
Diseño de las instalaciones .....	129
Flujogramas de procesos.....	131
Flujograma de proceso de servicio de restaurante .....	131
Presupuesto técnico .....	135
Inversión fija.....	135
Requerimiento de mobiliario .....	135
Requerimiento de equipo de oficina.....	136
Requerimiento de equipo de cómputo .....	137
Requerimiento maquinaria y equipo .....	138
Costos de producción .....	141
Materia Prima Directa .....	141

Materia Prima Indirecta.....	142
Mano de Obra Directa.....	144
Costos Indirectos de Fabricación.....	144
Gastos administrativos.....	145
Estudios de factibilidad .....	146
Gastos de venta.....	147
Capital de trabajo.....	148
Estructura de la inversión .....	149
Estructura de Financiamiento .....	149

## **CAPÍTULO V**

### **EVALUACIÓN FINANCIERA**

Determinación de ingresos .....	150
Presupuestos de egresos .....	153
Materia prima directa .....	153
Resumen de egresos consolidados .....	159
Gastos administrativos.....	160
Gastos de venta.....	161
Gastos financieros .....	162
Tabla de amortización.....	162
Depreciaciones .....	162
Estados financieros .....	164
Estados de Resultados .....	165
Flujo de Caja.....	166
Evaluación Financiera.....	167
Determinación Del Costo Del Oportunidad .....	167
Valor Actual Neto (VAN) .....	168
Tasa Interna de Retorno .....	169
Período de Recuperación .....	170
Relación Costo/ beneficio .....	171
Punto de equilibrio .....	172

**CAPÍTULO VI**  
**ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL**

Empresa .....	175
Beneficiarios .....	175
Base Legal.....	176
Determinación de la forma jurídica .....	177
Registro de operación turística .....	179
Estructura organizacional .....	183
Organigrama Estructural.....	183
Descripción de perfiles y funciones del personal .....	184
Planificación estratégica .....	194
Mision .....	194
Vision.....	194
Objetivos.....	194
Objetivo General.....	194
Objetivos Específicos.....	195
Valores y principios.....	195

**CAPÍTULO VII**  
**IMPACTOS**

Descripción .....	197
Impacto Económico- Social .....	198
Impacto Comercial.....	199
Impacto Ambiental .....	200
Impacto general .....	201
CONCLUSIONES .....	202
RECOMENDACIONES.....	204
BIBLIOGRAFÍA: .....	206
LINKOGRAFÍA:.....	207
Anexos.....	208
Anexo 1.....	208

Anexo 2.....208

## TABLA DE CUADROS

<b>Cuadro n° 1:</b> Matriz de relación diagnóstica .....	35
<b>Cuadro n° 2:</b> División política - administrativa - territorial del cantón Ibarra .....	38
<b>Cuadro n° 3:</b> Presupuesto parroquia dolorosa del priorato .....	39
<b>Cuadro n° 4:</b> Cantón Ibarra: población por género .....	41
<b>Cuadro n° 5:</b> Cantón Ibarra: grupos de edad .....	41
<b>Cuadro N° 6:</b> Población Económicamente Activa (PEA), Población Económicamente Inactiva (PEI) Y Población En Edad De Trabajar (PET). .....	42
<b>Cuadro n° 7:</b> Cantón Ibarra: población económicamente activa .....	42
<b>Cuadro n° 8:</b> Cantón Ibarra: población por nivel de instrucción .....	43
<b>Cuadro n° 9:</b> Cantón Ibarra: población por etnias étnias .....	43
<b>Cuadro n° 10:</b> Cantón Ibarra: cobertura servicios básicos .....	44
<b>Cuadro n° 11:</b> Promedio turistas que visitan Yahuarcocha en el fin de semana .....	45
<b>Cuadro n° 12:</b> Cantón Ibarra: alimentación .....	46
<b>Cuadro n° 13:</b> Cantón Ibarra: hospedaje .....	46
<b>Cuadro n° 14:</b> Indicadores socio-económicos esenciales en el cantón Ibarra. .	48
<b>Cuadro n° 15:</b> Matriz AOR .....	49
<b>Cuadro n° 16:</b> Matriz de variables de estudio de mercado .....	81
<b>Cuadro n° 17:</b> Número de visitantes de la laguna de Yahuarcocha .....	87
<b>Cuadro n° 18:</b> Registro de ingresos de vehículos a Yahuarcocha año 2013 .....	88
<b>Cuadro n° 19:</b> Variables de la muestra .....	89
<b>Cuadro n° 20:</b> Atención a los clientes .....	90
<b>Cuadro n° 21:</b> Capacidad de personas .....	91
<b>Cuadro n° 22:</b> Servicios que ofrece .....	92
<b>Cuadro n° 23:</b> Promedio de visita de turistas .....	93
<b>Cuadro n° 24:</b> Meses de afluencia de turistas .....	94
<b>Cuadro n° 25:</b> Precios aproximados de hospedajes .....	95
<b>Cuadro n° 26:</b> Precios aproximados por el restaurante .....	96
<b>Cuadro n° 27:</b> Precios aproximados por la piscina .....	97

<b>Cuadro n° 28:</b> Medios publicitarios .....	98
<b>Cuadro n° 29:</b> Generan utilidades.....	99
<b>Cuadro n° 30:</b> Conoce la laguna de yahuarcocha .....	100
<b>Cuadro n° 31:</b> Le gustaria pasar unos dias en la hosteria .....	101
<b>Cuadro n° 32:</b> En compania de quien visita yahuarcocha.....	102
<b>Cuadro n° 33:</b> Visita en feriados y dias festivos.....	103
<b>Cuadro n° 34:</b> Al hospedarse le gustaria que haya.....	104
<b>Cuadro n° 35:</b> Número de días de hospedaje .....	105
<b>Cuadro n° 36:</b> Cuánto puede pagar por hospedaje.....	106
<b>Cuadro n° 37:</b> Cuánto puede pagar por el restaurante .....	106
<b>Cuadro n° 38:</b> Tipo de gastronomía.....	108
<b>Cuadro n° 39:</b> Costo servicios adicionales.....	109
<b>Cuadro n° 40:</b> Medios publicitarios que utiliza .....	110
<b>Cuadro n° 41:</b> Visitantes a la laguna de yahuarcocha en vehículo .....	112
<b>Cuadro n° 42:</b> Método de regresión lineal.....	113
<b>Cuadro n° 43:</b> Proyección de la demanda en número de turistas por año .....	113
<b>Cuadro n° 44:</b> Proyección de la oferta turistas.....	115
<b>Cuadro n° 45:</b> Cálculo de la demanda insatisfecha o potencial de hospedaje	115
<b>Cuadro n° 46:</b> Porcentaje de captación .....	116
<b>Cuadro n° 47:</b> Precios referenciales .....	117
<b>Cuadro n° 48:</b> Capacidad instalada .....	122
<b>Cuadro n° 49:</b> Distribución de la planta .....	129
<b>Cuadro n° 50:</b> Simbología.....	131
<b>Cuadro n° 51:</b> Terreno y obra civil .....	135
<b>Cuadro n° 52:</b> Vehículo.....	135
<b>Cuadro n° 53:</b> Requerimiento de mobiliario .....	136
<b>Cuadro n° 54:</b> Requerimiento de equipo de oficina.....	137
<b>Cuadro n° 55:</b> Requerimiento de equipo de cómputo .....	138
<b>Cuadro n° 56:</b> Requerimiento maquinaria y equipo .....	139
<b>Cuadro n° 57:</b> Detalle de menaje y utilería .....	140
<b>Cuadro n° 58:</b> Resumen de activos fijos.....	141



<b>Cuadro n° 59:</b> Materia prima directa .....	141
<b>Cuadro n° 60:</b> Materia prima indirecta .....	143
<b>Cuadro n° 61:</b> Bebidas.....	143
<b>Cuadro n° 62:</b> Jarra de limonada de 1 litro .....	143
<b>Cuadro n° 63:</b> Salario de la mano de obra directa .....	144
<b>Cuadro n° 64:</b> Costos indirectos de fabricación .....	144
<b>Cuadro n° 65:</b> Salarios de personal .....	145
<b>Cuadro n° 66:</b> Servicios básicos .....	145
<b>Cuadro n° 67:</b> Suministros de oficina.....	146
<b>Cuadro n° 68:</b> Suministros de limpieza.....	146
<b>Cuadro n° 69:</b> Costo de investigación.....	147
<b>Cuadro n° 70:</b> Legalización de la compañía anónima.....	147
<b>Cuadro n° 71:</b> Cuñas radiales.....	148
<b>Cuadro n° 72:</b> Creación de página web .....	148
<b>Cuadro n° 73:</b> Capital de trabajo.....	148
<b>Cuadro n° 74:</b> Inversión total .....	149
<b>Cuadro n° 75:</b> Estructura de la inversion .....	149
<b>Cuadro n° 76:</b> Alimentación .....	151
<b>Cuadro n° 77:</b> Bebidas.....	152
<b>Cuadro n° 78:</b> Hospedaje .....	152
<b>Cuadro n° 79:</b> Piscina.....	152
<b>Cuadro n° 80:</b> Consolidado de ingresos .....	153
<b>Cuadro n° 81:</b> Proyección de cuy .....	153
<b>Cuadro n° 82:</b> Proyección de carne de res .....	153
<b>Cuadro n° 83:</b> Proyección de carne de chancho.....	154
<b>Cuadro n° 84:</b> Proyección de tilapia.....	154
<b>Cuadro n° 85:</b> Proyección de pollo .....	154
<b>Cuadro n° 86:</b> Proyección de papas .....	154
<b>Cuadro n° 87:</b> Proyección de maíz .....	154
<b>Cuadro n° 88:</b> Proyección de mote .....	155
<b>Cuadro n° 89:</b> Proyección de cebolla paiteña .....	155

<b>Cuadro n° 90:</b> Proyección de tomate .....	155
<b>Cuadro n° 91:</b> Proyección de limón .....	155
<b>Cuadro n° 92:</b> Proyección de zanahoria .....	155
<b>Cuadro n° 93:</b> Proyección de cebolla blanca .....	156
<b>Cuadro n° 94:</b> Proyección de ajo .....	156
<b>Cuadro n° 95:</b> Resumen materia prima directa .....	156
<b>Cuadro n° 96:</b> Sueldos básicos unificados.....	157
<b>Cuadro n° 97:</b> Proyeccion de costo de mano de obra directa .....	157
<b>Cuadro n° 98:</b> Proyeccion de costos de materia prima indirecta.....	158
<b>Cuadro n° 99:</b> Proyección de costos indirectos de fabricación .....	159
<b>Cuadro n° 100:</b> Resumen costos de producción.....	159
<b>Cuadro n° 101:</b> Proyección de sueldos administrativos .....	160
<b>Cuadro n° 102:</b> Suministros de oficina.....	160
<b>Cuadro n° 103:</b> Servicios basicos .....	160
<b>Cuadro n° 104:</b> Suministros de limpieza .....	161
<b>Cuadro n° 105:</b> Resumen de gastos administrativos .....	161
<b>Cuadro n° 106:</b> Consolidado de gastos ventas .....	161
<b>Cuadro n° 107:</b> Tabla de amortización .....	162
<b>Cuadro n° 108:</b> Resumen de activos .....	163
<b>Cuadro n° 109:</b> Depreciación de activos fijos .....	163
<b>Cuadro n° 110:</b> Depreciación de activos fijos anuales .....	164
<b>Cuadro n° 111:</b> Estado de situacion inicial.....	165
<b>Cuadro n° 112:</b> Estado de resultados proyectados.....	166
<b>Cuadro n° 113:</b> Flujo de caja proyectada.....	167
<b>Cuadro n° 114:</b> Tasa mínima de rentabilidad.....	168
<b>Cuadro n° 115:</b> Flujos actualizados .....	169
<b>Cuadro n° 116:</b> Flujos netos actualizados.....	170
<b>Cuadro n° 117:</b> Periodo de recuperación.....	171
<b>Cuadro n° 118:</b> Tiempo de recuperación .....	171
<b>Cuadro n° 119:</b> Relacion costo/ beneficio .....	172
<b>Cuadro n° 120:</b> Plato de cuy.....	173

<b>Cuadro n° 121:</b> Plato de carnes coloradas .....	173
<b>Cuadro n° 122:</b> Plato de fritada.....	173
<b>Cuadro n° 123:</b> Pato de tilapia frita .....	174
<b>Cuadro n° 124:</b> Plato de caldos de gallina.....	174
<b>Cuadro n° 125:</b> Lista de socios .....	177
<b>Cuadro n° 126:</b> Matriz de impactos.....	197
<b>Cuadro n° 127:</b> Matriz de impacto económico – social .....	198
<b>Cuadro n° 128:</b> Matriz de impacto comercial .....	199
<b>Cuadro n° 129:</b> Matriz de impacto ambiental .....	200
<b>Cuadro n° 130:</b> Matriz de impacto general.....	201

## TABLA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico n° 1:</b> Cuy .....	83
<b>Gráfico n° 2:</b> Carnes coloradas .....	84
<b>Gráfico n° 3:</b> Fritada .....	84
<b>Gráfico n° 4:</b> Tilapia frita .....	84
<b>Gráfico n° 5:</b> Caldo de gallina de campo .....	85
<b>Gráfico n° 6:</b> Bebidas .....	85
<b>Gráfico n° 7:</b> Hospedaje .....	85
<b>Gráfico n° 8:</b> Áreas recreativas.....	86
<b>Gráfico n° 9:</b> Atención a los clientes .....	90
<b>Gráfico n° 10:</b> Capacidad de personas.....	91
<b>Gráfico n° 11:</b> Servicios que ofrece .....	92
<b>Gráfico n° 12:</b> Promedio de visita de turistas.....	93
<b>Gráfico n° 13:</b> Meses de afluencia de turistas .....	94
<b>Gráfico n° 14:</b> Precios aproximados de hospedajes .....	95
<b>Gráfico n° 15:</b> Precios aproximados por el restaurante .....	96
<b>Gráfico n° 16:</b> Precios aproximados por la piscina .....	97
<b>Gráfico n° 17:</b> Medios publicitarios .....	98
<b>Gráfico n° 18:</b> Generan utilidades.....	99
<b>Gráfico n° 19:</b> Conoce la laguna de yahuarcocha .....	100
<b>Gráfico n° 20:</b> Le gustaria pasar unos dias en la hosteria .....	101
<b>Gráfico n° 21:</b> En compania de quien visita yahuarcocha.....	102
<b>Gráfico n° 22:</b> Visita en feriados y dias festivos .....	103
<b>Gráfico n° 23:</b> Al hospedarse le gustaria que haya.....	104
<b>Gráfico n° 24:</b> Número de días de hospedaje .....	105
<b>Gráfico n° 25:</b> Cuánto puede pagar por hospedaje.....	106
<b>Gráfico n° 26:</b> Cuánto puede pagar por el restaurante .....	107
<b>Gráfico n° 27:</b> Tipo de gastronomía.....	108
<b>Gráfico n° 28:</b> Costo servicios adicionales.....	109
<b>Gráfico n° 29:</b> Medios publicitarios que utiliza .....	110

<b>Gráfico n° 30:</b> Macrolocalización .....	123
<b>Gráfico n° 31:</b> Microlocalización .....	125
<b>Gráfico n° 33:</b> Flujograma de proceso de servicio de restaurante .....	132
<b>Gráfico n° 34:</b> Flujograma de proceso de servicio de hospedaje.....	134
<b>Gráfico n° 35:</b> Logotipo.....	175
<b>Gráfico n° 36:</b> Organigrama estructural .....	184

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación científica denominada Estudio de Factibilidad para la creación de una Hostería Turística en la Parroquia La Dolorosa de Priorato, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura ha sido desarrollada bajo la modalidad de Proyecto.

La Provincia de Imbabura un lugar con múltiples atractivos turísticos, lo que es una alternativa de desarrollo económico y social, debe fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, que debe beneficiar a todos los actores involucrados, que sea viable económicamente y equitativo, comercialmente rentable, socioculturalmente aceptable y que proporcione un alto grado de satisfacción al turista.

La iniciativa de crear una hostería turística se da por la constante afluencia de turistas a la laguna de Yahuarcocha y al tener lugares de alojamiento muy costosos, no permiten que los turistas disfruten más tiempo de las bondades del sector. La hostería estará ubicada en un sector estratégico, donde se puede disfrutar de la vista y la tranquilidad del constante ruido de la ciudad. La hostería constara con instalaciones cómodas y confortables, se ofrecerá comida típica de la provincia para satisfacer todas exigencias de los demandantes.

## JUSTIFICACIÓN

La parroquia la Dolorosa del Priorato por Acuerdo Ministerial 425. fue aprobado el 21 de septiembre de 1999 posteriormente Registro Oficial 38 fue dictado el 6 de Octubre de 1999, con lo que fue legalmente constituida, en la actualidad cuenta con 8500 habitante, y se encuentra localizada a 2207 metros al nivel del mar

En la actualidad el turismo es una actividad importante, ya que permite el desarrollo de alternativas socioeconómicas con involucramiento de comunidades, pueblos con identidad cultural. La creación de atractivos turísticos en la parte norte de la ciudad de Ibarra permitirá aprovechar todos los beneficios que nuestra provincia nos brinda.

El churo es un sector de la parroquia y está considerado como un mirador de y nos permite tener una visualización global de toda la ciudad y los cantones aledaños por encontrarse a 2215 metros sobre el nivel del mar, al tener un atractivo turístico nos permite tener una fortaleza en la parroquia, y por lo que, la finalidad del proyecto es explotar está zona y lo que nos permite dar a conocer un nuevo lugar turístico en el norte de la ciudad de Ibarra.

Una razón importante que se desea al realizar este proyecto, es dar a conocer a las autoridades y a los habitantes que no les dan mucha importancia al turismo local, cambien su forma de pensar y escuchen con claridad la difusión de la riqueza cultural lo que permite que los turistas tengan nuevos sitios para visitar, con una mentalidad de conservación para que los potenciales que posee en esta zona, no sean alterados y se pueda disfrutar.



Otra parte importante es buscar el desarrollo de los habitantes de la parroquia ya que al haber afluencia de personas a nuestra zona les permitirá tener mayores ingresos y porque no generar más o nuevas fuentes de trabajo, al estar el proyecto enfocado a personas de un nivel medio, ya que los lugares que se encuentran cerca de la parroquia son mucho más costosas lo que las personas de la localidad no acuden a estos centros turísticos y esta sería nuestra principal fortaleza.

# OBJETIVOS

## General

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una hostería turística en la parroquia la Dolorosa de Priorato, cantón Ibarra, Provincia de Imbabura

## Específico

- Realizar un diagnóstico externo para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- Efectuar un marco teórico que nos permita sustentar el problema, mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar el estudio de mercados y así determinar la oferta, demanda, precios y comercialización del proyecto.
- Determinar el estudio técnico que establezca el tamaño, localización e inversiones que requiera el proyecto.
- Analizar mediante un estudio financiero la factibilidad de la realización de este proyecto.
- Proponer una estructura organizacional y funcional para la eficiente adecuación de los recursos.
- Determinar la incidencia de los impactos: social, económico, ambiental y turístico en la ejecución del proyecto.

# **CAPÍTULO I**

## **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

### **1.1. ANTECEDENTES DIAGNÓSTICO**

El presente capítulo se efectuó con el propósito de conocer la situación actual del área donde se llevara a cabo el proyecto; para lo cual se plantearon, variables e indicadores; reflejados en la matriz de relación diagnóstica. Las fuentes de información utilizadas permitieron conocer; antecedentes históricos, ubicación geográfica, aspectos demográficos y aspectos económicos del área de influencia del proyecto. Finalmente se determinó los aspectos relacionados a las cuatro variables diagnósticas externas como: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, que tendrá el proyecto en su gestión.

#### **1.1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO**

##### **1.1.1.1. OBJETIVO GENERAL**

Realizar el diagnóstico situacional del entorno para determinar aliados oportunidades oponentes riesgos

##### **1.1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Investigar sobre los antecedentes históricos de la parroquia la dolorosa de priorato.
- Analizar el espacio geográfico del área de investigación.

- Determinar los aspectos relacionados con la demografía del cantón.
- Analizar la situación económica de la Parroquia donde se ejecutará el proyecto
- Determinar los aspectos relacionados con la socioeconómico del cantón.
- Determinar y analizar cómo se encuentran todos los aspectos relacionados con la infraestructura de la parroquia

### 1.1.2. **VARIABLES**

- 1.1.2.1. Antecedentes históricos
- 1.1.2.2. Ubicación geográfica
- 1.1.2.3. Demografía
- 1.1.2.4. Económica
- 1.1.2.5. Socioeconómica
- 1.1.2.6. Infraestructura

### 1.1.3. **INDICADORES**

#### 1.1.3.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

- 1.1.3.1.1. Reseña histórica

#### 1.1.3.2. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

- 1.1.3.2.1. División política
- 1.1.3.2.2. Altitud, latitud y longitud
- 1.1.3.2.3. Extensión territorial

1.1.3.2.4. clima

### **1.1.3.3. DEMOGRAFÍA**

1.1.3.3.1. Población.

1.1.3.3.2. Población Económicamente Activa (PEA).

1.1.3.3.3. Empleo.

1.1.3.3.4. Subempleo.

### **1.1.3.4. ECONÓMICA**

1.1.3.4.1. Agricultura

1.1.3.4.2. Industria

1.1.3.4.3. Servicios

### **1.1.3.5. SOCIOECONÓMICA**

1.1.3.5.1. Producción

1.1.3.5.2. Turismo

1.1.3.5.3. Comercio

### **1.1.3.6. INFRAESTRUCTURA**

1.1.3.6.1. Servicios básicos

1.1.3.6.2. Carreteras

1.1.3.6.3. Vías de acceso

## **1.1.4. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

**CUADRO N° 1: MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>OBJETIVO ESPECÍFICOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>INSTRUMENTOS</b>
Realizar diagnóstico situacional del entorno para determinar aliados oportunidades oponentes riesgos	Investigar sobre los antecedentes históricos del cantón Ibarra.	Antecedentes históricos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reseña Histórica</li> </ul>	Secundario	Análisis
	Analizar el espacio geográfico del área de investigación.	Geografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima</li> <li>• ubicación geográfica, altitud</li> <li>• relieve</li> </ul>	Primaria	Encuesta o entrevista Observación
	Determinar los aspectos demografía del cantón Ibarra	Demografía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas</li> <li>• Población económicamente activa</li> <li>• Empleo</li> <li>• Subempleo</li> <li>• Desempleo</li> </ul>	Secundaria	Entrevistas
	Analizar la situación económica en nuestro cantón Ibarra	Económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agricultura</li> <li>• Industria</li> <li>• Turismo</li> </ul>	Secundaria	Entrevistas
	Determinar los aspectos relacionados con la situación socioeconómica del cantón	Socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción</li> <li>• Turismo</li> <li>• Comercio</li> </ul>	Secundaria	Observación Entrevistas
	Determinar y analizar cómo se encuentran todos los aspectos relacionados con la infraestructura de la parroquia	Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Carreteras</li> <li>• Vías de acceso</li> </ul>	Secundaria	Observación Entrevistas

**Fuente:** diagnóstico

**Elaborado por:** La Autora

### **1.1.5. FUENTES DE INFORMACIÓN**

Para la realización del el diagnostico se ha recurrido a información proveniente de: Información de la junta parroquial de la Dolorosa del Priorato, información del club de automovilismo de Imbabura (C.A.T.I), compañía de economía mixta Yahuarcocha (C.E.M.Y), documentación del Municipio de San Miguel de Ibarra, INEC, entre otros.

## **1.2. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES**

### **1.2.1. Antecedentes históricos**

La Villa de San Miguel de Ibarra fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el capitán Cristóbal de Troya, bajo la orden del entonces presidente de la Real Audiencia de Quito, Miguel de Ibarra y bajo mandato del Rey Felipe de España. Los motivos para la construcción de la ciudad fue que se necesitaba una ciudad de paso en el camino Quito-Pasto y la construcción de una ciudad con acceso rápido al mar. Es así como el asentamiento y la villa de San Miguel de Ibarra fue construida en el valle de Caranqui, en los terrenos donados por Juana Atabalipa, nieta del Inca Atahualpa. La Junta Soberana de Quito, el 16 de noviembre de 1811, dio a la villa de San Miguel de Ibarra el título de ciudad. Posteriormente el 11 de noviembre de 1829, el libertador, Simón Bolívar, nombró a la ciudad capital de la provincia. En la madrugada del 16 de agosto de 1868, la erupción del volcán Imbabura y el consiguiente terremoto devastaron la ciudad y la provincia. Ibarra quedó prácticamente destruida y fallecieron cerca de 20.000 personas. Los sobrevivientes de este suceso se trasladaron a los llanos de Santa María de la Esperanza, donde se reubicaron y vivieron por cuatros años. Gabriel García Moreno, fue comisionado por el Presidente de la República, para reconstruir la ciudad. Finalmente el 28 de abril de 1872, los ibarreños regresaron a la rehecha

ciudad. Esta fecha se considera la segunda más importante después de la fundación de Ibarra.

Un aliado estratégico para el proyecto es, la Laguna de Yahuarcocha, literalmente significa "lago de sangre" y debe este nombre al hecho de que en sus orillas se efectuó la última batalla de resistencia de los Caranquis contra las tropas incas invasoras. Se dice que luego de ganar la batalla, los incas pasaron a cuchillo a todos los sobrevivientes y arrojaron sus cuerpos al lago, tiñéndose este de sangre. Hoy Yahuarcocha tiene a su alrededor una moderna pista y es sede de numerosas carreras automovilísticas a lo largo del año. El bello paisaje natural es aprovechado diariamente por miles de ibarreños que salen a practicar diversos deportes en este paraje.

La parroquia la Dolorosa del Priorato por Acuerdo Ministerial 425. fue aprobado el 21 de septiembre de 1999 posteriormente Registro Oficial 38 fue dictado el 6 de Octubre de 1999, con lo que fue legalmente constituida, en la actualidad cuenta con 27.729 habitante, y se encuentra localizada a 2207 metros al nivel del mar.

El churo está considerado como un mirador de la parroquia la Dolorosa de Priorato y nos permite tener una visualización global de toda la ciudad y los cantones aledaños por encontrarse a 2215 metros sobre el nivel del mar, lo cual nos permite tener una fortaleza en la parroquia ya que en la actualidad nos hemos enfocado al turismo, la finalidad de este proyecto es de explotar esta zona y lo que nos permite dar a conocer los lugares turísticos del norte de la ciudad de Ibarra.



### 1.2.2. Ubicación geográfica

Ubicada en la zona norte de Ecuador. Se ubica a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es mediterráneo-templado seco o sub-andino de valles. Su temperatura oscila entre 12° y los 32° Celsius. La ubicación de la ciudad de Ibarra está casi a mitad distancia entre Tulcán y Quito. Es también parte del corredor Tulcán-Riobamba, Una megalópolis del Ecuador concentrando las ciudades de la serranía norteña la cual obtiene una población de más de 4.5 millones de habitantes incluyendo los cantones de las capitales provinciales al igual que cantones adyacentes de los cantones capitalinos provinciales, Ibarra geográficamente es una ciudad dividida en 5 partes principales, El Volcán Imbabura, la Laguna de Yahuarcocha, el Macizo Floral, La Campiña Ibarreña y la Llanura de Caranqui, todos estos componentes son parte importante que modifica el clima de la ciudad. así desde los valles y dehesas soplan los vientos cálidos y secos, mientras desde los andes y las partes altas soplan vientos frescos y fríos, que le dan a Ibarra un clima templado y agradablemente.

#### 1.2.2.1. División política

**CUADRO N° 2: DIVISIÓN POLÍTICA - ADMINISTRATIVA - TERRITORIAL  
DEL CANTÓN IBARRA**

<b>PARROQUIA RURAL</b>	<b>PARROQUIA URBANA</b>
Ambuquí	Caranqui
Angochagua	Alpachaca
Carolina	La Dolorosa del Priorato
La Esperanza – Ibarra	Sagrario - Ibarra
Lita	San Francisco - Ibarra
Salinas – Ibarra	
San Antonio - Ibarra	

**Fuente:** Junta Parroquial la Dolorosa del Priorato

**Elaborado por:** La Autora

## Análisis

La división política del cantón Ibarra se conforma de la siguiente manera; en parroquias rurales como son: Ambuqui, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas y San Antonio. Las parroquias urbanas en cambio son: Caranqui, Alpachaca, Dolorosa del Priorato, Sagrario, San Francisco.

**CUADRO N° 3: PRESUPUESTO PARROQUIA DOLOROSA DEL PRIORATO**

<b>BARRIO</b>	<b>Nº DE HABITANTES</b>	<b>PRESUPUESTO DESIGNADO</b>
Puruhanta	2225	31.703,24
Delicia	2688	36.865,39
San José	2581	36.770,76
Santa marianita	2354	35.185,91
Santa rosa	2697	36.272,19
La floresta	2742	36.571,74
Sagrado corazón	2989	16.282,02
Mirador de la aduana	2546	34.282,02
Panecillo	2015	29.993,68
Cuatro esquinas	2543	37.164
Flor del valle	2349	35.461,70
<b>Total</b>	<b>27.729</b>	<b>366.552,65</b>

**Fuente:** Junta Parroquial la Dolorosa del Priorato

**Elaborado por:** La Autora

## Análisis

Es necesario conocer cuántos habitantes como son 27.729, está conformado por hombres, mujeres, adultos mayores, niños, y discapacitados. Existen en cada barrio de la parroquia ya que es el lugar donde se va a realizar el proyecto, y al tener conocimiento cual es el presupuesto designado para cada uno de ellos, con la finalidad de tener en cuenta cómo se va invirtiendo ese dinero en cuanto a carretera, alumbrado público, alcantarillado, porque

este tipo de obras es lo que permite que la parroquia se desarrolle y lo principal sea un lugar donde sea fácil acceder por los turistas.

El presupuesto total para el año 2013 ha sido de 366552.65 dólares, lo que permite que se realicen las diferentes obras en cada uno de los barrios.

#### **1.2.2.2. Altitud, latitud y longitud de la ciudad de Ibarra.**

- Altitud: 2.192 metros.
- Latitud: 00° 21' N
- Longitud: 078° 07' O

#### **1.2.2.3. Extensión territorial**

La parroquia La Dolorosa del Priorato, cuenta con una extensión territorial de 9.47 km<sup>2</sup>

#### **1.2.2.4. Clima**

Una peculiaridad del Cantón Ibarra es la variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina.

Los anuarios meteorológicos históricos (41 años) determinan una temperatura media de 15.90° C, con una variación mínima menor a 0.3°C. Los registros promedian una temperatura máxima media entre los 20 y 25° C y una mínima media entre los 7 y 11° C. Los vientos promedios son del orden de 7m/s como máximo y de 3.5 m/s, como mínimos. El análisis hidrometeorológico determina que las precipitaciones están entre los 1000 mm y 1400mm (PET, 2001).

### 1.2.3. demografía

Según el VII censo nacional de población realizado en el año 2010, de los 14' 483 499 habitantes que tiene el Ecuador.

**CUADRO N° 4: CANTÓN IBARRA: POBLACIÓN POR GÉNERO**

<b>GÉNERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>Nº HAB</b>
Masculino	48,45	87.786
Femenino	51,55	93.389
<b>TOTAL</b>	<b>100,00</b>	<b>181.175</b>

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)

**Elaborado por:** La Autora.

#### **Análisis**

En el cuadro se puede observar que existe mayor población de género femenino, superando al género masculino por un 3%, lo que nos permite saber que no es mucha la diferencia entre los 2 géneros.

**CUADRO N° 5: CANTÓN IBARRA: GRUPOS DE EDAD**

<b>GRANDES GRUPOS DE EDAD</b>	<b>CASOS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 0 a 14 años	53747	29,67%
De 15 a 64 años	113305	62,54%
De 65 años y más	14123	7,80%
Total	181175	100%

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)

**Elaborado por:** La Autora

#### **Análisis**

Observando el cuadro se puede concluir que la población ibarreña está conformada mayoritariamente por población joven porque esta representa el 62% lo que evidencia el aumento de la PEA del cantón.

Ibarra es un cantón que presenta un índice de personas con discapacidad de 5,3 siendo el menor índice con personas que presenten discapacidad en la provincia de Imbabura.

**CUADRO N° 6:** Población Económicamente Activa (PEA), Población Económicamente Inactiva (PEI) y Población en Edad de Trabajar (PET).

Provincia de Imbabura	Genero	PEA	PEI	PET
	femenino	163727	95243	68484
	masculino	151875	51625	100250
	<b>Total</b>	<b>315602</b>	<b>646868</b>	<b>168734</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)

Elaborado por: La Autora.

### Análisis

En el cuadro observamos que en la provincia de Imbabura existe población económicamente activa (PEA) de 315602 hab. Población Económicamente Inactiva (PEI) de 646868 y la Población en Edad de Trabajar (PET) de 168734, todo esto en base a la población de 10 y más años por condición de actividad.

**CUADRO N° 7:** CANTÓN IBARRA: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA

ACTIVIDAD	PEA	PORCENTAJE
Sector agropecuario	9367	11,61
Sector industrias	15630	19,38
Sector servicios	46855	58,02
Otros	8817	10,93
<b>TOTAL PEA</b>	<b>80669</b>	<b>100.00</b>

Fuente: Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)

Elaborado por: La Autora.

## Análisis

Los sectores de Servicios e industriales son los que contienen los porcentajes más representativo en cuanto a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.

Dentro de estas actividades existen los siguientes tipos de empleo

**CUADRO N° 8: CANTÓN IBARRA: POBLACIÓN POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN**

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Educación Primaria	73.70%
Educación media completa	29.40%
Educación Superior	24.70%

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)

**Elaborado por:** La Autora.

## Análisis

La población del cantón Ibarra en cuanto al nivel de instrucción se puede determinar que en s mayor porcentaje solo tuvo educación primaria, pero también se puede notar que cada vez son más las personas que se siguen preparando.

**CUADRO N° 9: CANTÓN IBARRA: POBLACIÓN POR ETNIAS**

<b>ETNIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>POBLACIÓN</b>
Afro-ecuatoriano	4,21%	7627,468
Blancos	6,38%	11558,97
Indígenas	7,42%	13443,19
Mestizos	81,99%	148545,4
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>181.175</b>

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)

**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis**

Podemos observar en cuanto al origen étnico de la población de Ibarra, la gran mayoría se considera de origen mestizo.

**CUADRO N° 10: CANTÓN IBARRA: COBERTURA SERVICIOS BÁSICOS**

<b>NOMBRE DE SERVICIO</b>	<b>COBERTURA TOTAL</b>
Agua Potable	93%
Alcantarillado	77%
Desecho Sólidos	81%
Teléfono	68%
Energía Eléctrica	96%

**Fuente:** Censo de Población y Vivienda (CPV-2010)

**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis**

En el cuadro anterior podemos destacar que el agua potable y la energía eléctrica ocupan el porcentaje máximo de cobertura y han sido siempre la prioridad para la municipalidad.

**CUADRO N° 11: PROMEDIO TURISTAS QUE VISITAN YAHUARCOCHA  
EN EL FIN DE SEMANA**

SEMANAS	# VEHÍCULOS	OCUPANTES APROXIMADOS	TOTAL OCUPANTES APROXIMADOS AUTOS	BUSES	OCUPANTES APROXIMADOS	TOTAL OCUPANTES APROXIMADOS BUS
1- 6 enero	5598	3	16794	64	20	1280
7-13 enero	3400	3	10200	224	20	4480
14-20 enero	3398	3	10194	224	20	4480
21-27 enero	3400	3	10200	224	20	4480
28 ene- 3 de feb	3600	3	10800	256	20	5120
4-10 feb.	4400	3	13200	192	20	3840
11-17 feb.	6500	3	19500	224	20	4480
18-24 feb.	3500	3	10500	224	20	4480
25-28 feb.	699	3	2097	256	20	5120
1-3 marzo	3100	3	9300	192	20	3840
4-10 marzo	3599	3	10797	224	20	4480
11-17 mar.	3898	3	11694	224	20	4480
18-24 mar.	3600	3	10800	224	20	4480
25-31 mar.	5900	3	17700	128	20	2560
<b>TOTAL</b>	<b>54592</b>		<b>163776</b>	<b>2880</b>		<b>57600</b>
total visitantes						221376

**Fuente:** Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha (C.E.M.Y)

**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis**

El promedio de personas que visitan la laguna de Yahuarcocha durante cada fin de semana es de 2659, para disfrutar de su paisaje y comidas típicas, y al ser este nuestro principal atractivo para el proyecto es necesario estar al tanto de estos datos.



**CUADRO N° 12: CANTÓN IBARRA: ALIMENTACIÓN**

SITIOS	CATEGORÍAS		
	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA
Restaurantes	1	17	54
Bares			7
Fuentes de soda		6	11
Cafeterías		3	16

**Fuente:** Municipio de San Miguel de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis**

El cantón Ibarra cuenta con una gran variedad de lugares de alimentación y se clasifican por categorías como son: de primera, segunda y tercera. En el cuadro podemos apreciar que existen más lugares de segunda y tercera categoría y es porque, tenemos un nivel económico medio.

**CUADRO N° 13: CANTÓN IBARRA: HOSPEDAJE**

SITIOS	CATEGORÍAS		
	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA
Hoteles	2	5	1
Hoteles residencia		2	1
Hostal residencia	1	3	12
Hosterías	4	6	4
Hostales	2	5	14
Pensiones			4
Cabañas		2	

**Fuente:** Municipio de San Miguel de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora.

### **Análisis**

El cantón Ibarra cuenta con una gran variedad de lugares de hospedaje y se clasifican por categorías como son: de primera, segunda y tercera. En el cuadro podemos apreciar que existen más lugares de segunda y tercera

categoría, pero sin dejar atrás que por ser una ciudad de turismo constante existen lugares de primera categoría por las diferentes actividades que se realizan todo el año y son de gusto de los turistas.

#### **1.2.4. Económica**

##### **1.2.4.1. Agricultura**

En el sector urbano del cantón Ibarra no se puede destacar cultivos de grandes hectáreas debido a que se encuentra poblado en su totalidad, lo que se visualiza es uno que otro cultivo casero donde predomina la siembra de plantas medicinales y otros cultivos que básicamente son productos que se utilizan para consumo diario.

Mientras que en las zonas rurales del cantón se observa una gama de cultivos debido a que las extensiones de terreno, el clima y otros factores proporcionan las condiciones ideales para esta actividad.

##### **1.2.4.2. Industria**

Si se compara con otras provincias, el desarrollo industrial del Imbabura es bajo por ende el desarrollo industrial del cantón Ibarra también. Sin embargo, el número de personas ocupada en la industria manufacturera es más alto que en otras provincias. Además el cantón posee dentro de sus zonas urbanas a San Antonio que es la cuna del arte en madera, en este lugar podemos encontrar maravillosos tallados, hermosas pinturas y finos muebles con acabados perfectos. Las principales ramas manufactureras de la provincia son: textiles, confección de prendas de vestir, artículos de cuero, la industria de producción alimenticios y bebidas.

### 1.2.4.3. Turismo

Ibarra cuenta con una historia que viene desde la época de los Incas, e incluso antes, cuando los Caranquis dominaban, pasando por la dominación española y posteriormente los vestigios de la lucha por la libertad. Todos éstos hechos tienen testigos materiales que son atractivos turísticos potenciales, y no sólo eso, Ibarra también goza de paisajes exuberantes; y al ser multicultural y multirracial, un simple vistazo para tomar un tradicional helado de paila o pan de leche conforma una experiencia muy agradable.

Todo esto sumado con los servicios, como la gran variedad de infraestructura hotelera, la convierten también en el mejor sitio para alojarse dentro de la provincia.

### 1.2.5 Socio-económicos

**CUADRO N° 14: INDICADORES SOCIO-ECONÓMICOS ESENCIALES EN EL CANTÓN IBARRA.**

<b>IMBABURA</b>	
<b>IBARRA</b>	<b>PORCENTAJE CANTONAL</b>
Pobreza por NBI	39,8%
Analfabetismo	5,46%
Tenencia y tipo de Vivienda	11,7%
Edad de Dependencia	17,04%

**Fuente:** Instituto Nacional de Estadísticas y Censo 2010

**Elaborado por:** La Autora.

## Análisis

En cuanto a los indicadores socio-económicos esenciales del cantón Ibarra se puede denotar que por pobreza por necesidades básicas insatisfechas es más relevante por contener el mayor porcentaje.

**CUADRO N° 15: MATRIZ AOOD**

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
El clima es importante ya que durante tiene una temperatura cálida y permite realizar diferentes actividades durante todo el año, y permite realizar diferentes deportes.	Al analizar la competencia a nivel local existe competencia.
La vista desde el lugar donde se va a construir la hostería, porque se puede observar todos los atractivos turísticos de la zona y principalmente por su vista a los cantones aledaños.	Cambios y expectativas por nuevas políticas socio económicas del gobierno actual.
La laguna de Yahuarcocha porque es la única ciudad que tiene un lago en el sector urbano y con riqueza histórica y un gastronomía típica del lugar y principalmente con actividades para niños, jóvenes y adultos.	Mano de obra directa sin capacitación y nivel escolar completo por parte de las personas que habitan en la parroquia.
En este sector al tener el autódromo de Yahuarcocha, y al realizar constantemente carreras, ya sean de ciclismo, motos o de carros, pero también se puede realizar ejercicio constante en medio del aire puro y libre del ruido de la ciudad.	Competencia desleal, por parte de los hoteles que se encuentran cerca al lugar donde se va a realizar el proyecto.
el sector donde se va a realizar el proyecto cuenta con todos los servicios básicos, lo que permite que no existan necesidades al momento de atender a los turistas y principalmente se sientan cómodos.	Políticas económicas estatales y economía global

<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
Contar con el terreno para realizar la construcción del lugar en una zona privilegiada y permitirá el desarrollo del sector.	Que el monto de la inversión sea demasiado alto y no pueda cubrir el inversionista
La creación de una hostería turística generará fuentes de trabajo a un buen grupo de talento humano y principalmente que sea capacitado.	Políticas económicas estatales y economía global
Se brindará un servicio de calidad e innovador rescatando los platos típicos de la provincia.	Ausencia de asistencia técnica para la actividad.
Afluencia constante de turistas al sector por la laguna de Yahuarcocha.	Falta de gestión turística por parte de gobiernos seccionales.

**Elaborado por:** La Autora

### 1.3. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Mediante el diagnóstico situacional que se efectuó, en la parroquia La Dolorosa del Priorato, del cantón Ibarra, provincia de Imbabura, se puede deducir que este sector cumple con todas las condiciones para implementar este proyecto ya que está lleno de historias, cultura, y sobre todo es un lugar turístico con infinita riqueza que cautiva a todos quienes deseen tener un momento de tranquilidad y fuera del estrés de la ciudad.

La laguna está rodeada de lomas y miradores naturales que se suspenden hacia el costado sur-occidente, erosionadas en su mayor parte. Entre las actividades tradicionales están la pesca y la recolección de totora.

Este lugar es visitado por gran cantidad de familias Ibarreñas y turistas nacionales e internacionales por las diversas actividades que se puede

realizar como son: paseos en botes, disfrutar de alguna comida al aire libre entre otras y cómo atractivos turísticos tiene el Autódromo Internacional de Yahuarcocha, demanda que va en aumento ya que aproximadamente al lugar concurren cada fin de semana 10000 turistas y los locales que existen no llegan a satisfacer sus necesidades.

Al analizar todo esto y después de haber realizado el diagnóstico situacional y diagnóstico externo, se concluye que el parroquia la dolorosa de priorato por encontrarse cerca del lugar más turística del cantón Ibarra, existen las condiciones suficientes para la creación de una hostería turística.

Por lo que se puede determinar que si es factible realizar el proyecto de:  
**CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA LA DOLOROSA DEL PRIORATO, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.**

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

A continuación respetando las fuentes bibliográficas se estructuran las bases teórico-científicas, con definiciones importantes relacionadas al objeto de estudio que sustenta el desarrollo temático de la investigación efectuada. Se registran también argumentos y opiniones del autor del presente trabajo de grado.

#### 2.1. EMPRESA

***CHIAVENATO, Idalberto (2006; Pág. 22), manifiesta que: “La empresa es una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad o deseo de su mercado meta con la finalidad de lucrar o no; y que es construida a partir de conversaciones específicas basadas en compromisos mutuos entre las personas que la conforman”.***

La empresa se puede decir que es una entidad económica conformada por elementos tangibles e intangibles dedicada a la producción de bienes o prestación de servicios con la finalidad de satisfacer una necesidad.

##### 2.1.1. Clasificación según su actividad económica

Según la actividad a la que se dediquen podemos hablar de empresas del:

- Sector primario (agricultura)
- Sector secundario (construcción)

- Sector terciario (servicios)

### 2.1.2. Clasificación según su creación

En cuanto a la constitución de una empresa podemos hablar de distintos tipos:

- Empresas individuales
- Sociedades anónimas
- Sociedades de responsabilidad limitada
- Cooperativa

### 2.1.3. Clasificación según su tamaño

- Grandes empresas
- Medianas empresas
- Pequeñas empresas

## 2.2. TURISMO

***Organización Mundial del Turismo (2011), manifiesta que:  
“Son las actividades que realizan las personas durante sus viajes  
y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un  
período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de  
ocio, por negocios y otros motivos”.***

El turismo se lo toma como un fenómeno de carácter económico, social y cultural consistente en el desplazamiento voluntario y temporal de forma individual o grupal, del lugar de residencia habitual, con motivos de recreación, descanso, cultura y salud, y para éste proyecto serán los clientes potenciales.



### **2.2.1. IMPORTANCIA DEL TURISMO**

El turismo en el Ecuador es muy importante por las siguientes razones:

Porque genera fuentes de trabajo e identidad nacional

- Eleva el auto estima de los residentes y naturales de un territorio
- Moviliza mucho dinero en efectivo que se distribuye al igual en muchas personas alternativamente
- Se benefician los que directamente trabajan en el sector, más bien los pobladores donde se desarrolla esta actividad, vendiendo sus productos ya sean alimentos, artesanías, transporte
- Generando múltiples puestos de trabajo directos e indirectos

### **2.2.2. Clasificación del turismo**

Las clasificaciones que se han dado del turismo son varias, en concordancia con una serie de características relevantes en materia de planeación, los cuales son:

**2.2.2.1.** El turismo de los residentes en el país de acuerdo con el destino de sus viajes y viajeros residentes en otros países.

- a. Turismo interno
- b. Turismo externo

**2.2.2.2.** El nivel socioeconómico del turista

- a. Turismo de alto ingreso
- b. Turismo de ingreso medio

c. Turismo de bajo ingreso

### **2.2.2.3. El motivo del viaje**

a. Turismo de descanso y recreación

b. Turismo de compras y servicios

c. Turismo de negocios

d. Turismo para otros propósitos

## **2.3. HOSTERÍA TURÍSTICA**

***Establecimiento que ofrece servicios de hospedaje y alimentación a viajeros o turistas, en especial aquél de carácter rural o tradicional.***

Es el lugar donde las personas se hospedan durante un tiempo determinado, mientras disfrutan de atracciones turísticas o actividades recreativas o de esparcimiento. También disfrutan de la comida típica del lugar donde se encuentran de visita.

## **2.4. CLASIFICACIÓN DE BENEFICIOS**

### **2.4.1. Esparcimiento**

Diversión o distracción, especialmente para alejarse por un tiempo de un trabajo o preocupación.

El esparcimiento en turismo es fase fundamental, ya que el turista desea obtener diferentes actividades que le permitan relajarse durante su estadía en un lugar.

#### **2.4.2. Tiempo libre**

Se conoce como Tiempo Libre a aquel tiempo que la gente le dedica a aquellas actividades que no corresponden a su trabajo formal ni a tareas domésticas esenciales.

### **2.5. SERVICIOS TURÍSTICOS**

Se clasifica por los siguientes elementos:

#### **2.5.1. SERVICIO DE HOSPEDAJE**

Es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje, con o sin prestación de otros servicios complementarios. Por tal razón en el parador turístico se brindará éste servicio a los turistas.

##### **2.5.1.1. Clasificación del hospedaje**

###### **2.5.1.1.1. Lujo**

- a) Primera
- b) Turística
- c) Segunda A
- d) Segunda B

###### **2.5.1.1.2. Por dimensión**

- a) Pequeño
- b) Mediano
- c) Grande

### 2.5.1.1.3. **Por tipo de cliente**

- a) Comerciales (para "hombres de negocios")
- b) Vacacional (para turistas)
- c) Convenciones y eventos d) Para residentes

### 2.5.2. **SERVICIO DE ALIMENTACIÓN**

Cuando se proporcione comida para ser consumida en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas, el mismo que puede ser complementario al servicio anterior si el turista lo requiere. Al contar con una variedad de alternativas en cuanto a platos típicos dentro de la provincia éste parador turístico no podía dejar de brindar éste servicio también, a su selecta clientela.

#### 2.5.2.1. Gastronomía

***Gastronomía es el estudio de la relación del hombre con su alimentación y su medio ambiente o entorno. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.***

La gastronomía es la parte esencial en proyecto ya que todo turista, quiere conocer los platos típicos del lugar donde se encuentra. Por lo que, es necesario dar a conocer todo tipo de comida típica de la provincia de Imbabura.

## **Tipos de gastronomía**

- **Gastronomía frugívora:** En ella se disfruta del consumo de frutas. Aun que se debe estar comiendo constantemente por que ellas se digieren demasiado rápido.
- **Gastronomía naturista:** Es la que provienen todos sus productos de la naturaleza, sin que se le añadan ningún tipo de conservantes u otros componentes. Como lo son las carnes, verduras y frutas.
- **Gastronomía vegetariana:** En la cual no se consume ningún tipo de carne y derivados. Solo consumen verduras y frutas.
- **Gastronomía macrobiótica:** Esta se basa en la búsqueda del equilibrio del ser humano, los alimentos se dividen en ying que son alimentos pasivos y el yang que son los alimentos activos, se encuentran carnes, verduras, frutas, granos y frutas.
- **Gastronomía nacional:** En esta depende del país ya que cada uno varía sus recetas nacionales.
- **Gastronomía internacional:** Es la que encierra la preparación de platos típicos de diferentes países.

### **2.5.3. SERVICIO DE INFORMACIÓN**

Por lo general en la información y sugerencia que se le brinda al turista sobre los lugares que puede visitar de acuerdo al lugar en el que se encuentre. Dentro del parador turístico se convertiría en un valor agregado y una estrategia para atraer a los clientes

#### **2.5.4. SERVICIO DE RECREACIÓN Y ESPARCIMIENTO**

Es de trascendental importancia que todo sitio turístico cuente con un área o espacio verde exclusivo para ubicar juegos infantiles, canchas deportivas, piscina, entre otras, que permitan el descanso. En la etapa de ejecución se tomará muy en cuenta éstos aspectos ya que son trascendentales para que los clientes del parador turísticos se sienta satisfechos con el servicio que se brinde.

#### **2.5.5. SERVICIO DE GUÍA**

Lo Conforman los servicios prestados por guías profesionales, para interpretar el patrimonio natural y cultural, del lugar que los turistas se encuentran visitando, permitiéndoles de ésta manera conocer más datos.

### **2.6. ORGANISMOS TURÍSTICOS.**

#### **2.6.1. Ministerio de turismo**

**[www.ministeriodeturismodeecuador2013](http://www.ministeriodeturismodeecuador2013)**

Ministerio de Turismo de Ecuador fomentar la competitividad turística mediante procesos participativos y concertados, posicionando a la actividad turística como eje estratégico del desarrollo económico en Ecuador mediante un modelo de gestión descentralizada, efectiva y eficiente.

Sus principales objetivos son fomentar la competitividad de la actividad turística, dinamizar el turismo local a través de la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población además de fortalecer la capacidad institucional y técnica de los gobiernos.

Entre sus principales proyectos se encuentran el E-REGITUR (el cual consiste en un registro e línea y consulta de establecimientos turísticos a nivel nacional) y el Grupo de Acción Regional de las Américas (el cual tiene como finalidad la protección de los niños del turismo sexual).

#### 2.6.2. Cámara de comercio de Ibarra

##### **[www.camaradecomerciodeibarra2013](http://www.camaradecomerciodeibarra2013)**

La cámara de comercio de Ibarra, es una institución sin fines de lucro que ejerce la defensa y promoción de los intereses de los comerciantes de Ibarra participando actualmente en la solución de problemas sociales, potenciando el crecimiento económico de la ciudad de Ibarra.

La cámara de comercio de Ibarra tiene como objetivo primordial promover el desarrollo del comercio y su interrelación con el turismo, servicios y producción en general a nivel regional y nacional.

#### 2.7. ESTUDIO DE MERCADO

***Manuel, Cordova Padilla (2010, pag.23), afirma que: "permite conocer la situación que existe entre la oferta y la demanda y los precios de un determinado bien o servicio para saber si existe demanda potencial, que pueda ser cubierta mediante un ambiente de bienes o servicios ofrecidos".***

El estudio de mercado es la parte fundamental en un proyecto ya que aquí podemos determinar si es factible o no realizar el proyecto, ya que análisis la oferta la demanda y nos permite conocer cuáles son nuestros clientes potenciales.

### 2.7.1. Oferta

**Manuel, Cordova Padilla (2010, pag.23), afirma que: “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.**

Con este concepto el autor indica que el estudio de la oferta está orientado a conocer a grupos de proveedores presentes en el mercado en el caso de productos y servicios ya existentes y en el caso de productos y servicios nuevos a identificar los posibles sustitutos, con el fin de dar un elemento de juicio referente a la situación de la oferta y decidir la puesta en marcha o no del proyecto.

### 2.7.2. Demanda

***URBINA, Baca (2006; pág. 15), expresa: “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para solicitar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”.***

El análisis de la demanda tiene como propósito establecer los posibles demandantes del producto o servicio, tomando en cuenta factores como: necesidad real del producto o servicio, nivel de ingreso, precio de mercado, publicidad, promoción, medio geográfico, nivel de educación, entre otros.

En éste proyectos la demanda se convierte en una determinate para que tenga factibilidad, porque caso contrario no tendría justificación dicha inversión.



### 2.7.3. Demanda Insatisfecha

***Manuel Cordova Padilla (2008; 16), Es la demanda a la cual va dirigido el proyecto, porque la oferta actual, no alcanza a cubrir este aspecto.***

Es importante porque para determinar la demanda insatisfecha o potencial que se deriva de un análisis de la oferta y la demanda, lo cual permite tener clara la situación de los posibles clientes y saber si el proyecto posibles.

### 2.7.4. Comercialización

***Manuel Cordova Padilla (2008; 146), dice: "Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar".***

El análisis de la comercialización es un factor esencial en la marcha de una empresa, ya que permite establecer la forma de cómo llegar con el producto o servicio en un tiempo y lugar oportuno, teniendo en cuenta la necesidad, el alcance y la satisfacción del consumidor.

Entre los principales puntos a considerarse en el proceso de comercialización son: la necesidad que presenta el consumidor, instalaciones adecuadas para el manejo del producto o servicio, canal de distribución (desde el sitio de producción hasta el lugar de consumo), cantidad y tipo de artículo o servicio, publicidad, promoción, entre otras, las cuales lleven a un contacto entre productores y consumidores.

### 2.7.5. Precio

***Manuel Cordova Padilla (2008; 147), define: “Precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.***

De la definición antes mencionada se puede decir que el precio es un valor expresado en dinero, el cual influye directamente en el momento en que se ofrece el bien o servicio. Se puede manifestar que este elemento es uno de los determinantes del estancamiento, permanencia o crecimiento dentro del mercado.

El precio para él los servicios que brindará el nuevo parador Turístico serán fijados de acuerdo al mercado.

### 2.7.6. Producto

Es el bien o servicio que debe responder a las necesidades y gustos de los consumidores. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas, cumpliendo con ciertas variables como: variedad, calidad, diseño, características, marca, envase, servicios y garantías. Todos los productos deben ser innovadores y creativos ya que pierden con el tiempo su atractivo inicial derivado de la novedad.

Para éste proyecto el producto viene a ser un conjunto de servicios que para captar clientela y mantenerla se innovará y se estará siempre acorde a las exigencias de los clientes.

### **2.7.7. Plaza**

Incluye las actividades que hace la empresa para que el producto esté disponible para sus clientes objetivos. Es de ayuda según expertos contestar las preguntas: cómo y dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece. La distribución permite que el producto llegue al lugar, momento y condiciones adecuadas. Las variables que intervienen en la plaza o distribución son: canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte, logística.

### **2.7.8. Promoción**

La principal actividad de la promoción es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales, las variables utilizadas por esta técnica son: publicidad, venta personal, promoción de ventas, relaciones públicas, tele mercadeo, propaganda.

Al formar parte de una sociedad consumista no podemos dejar de lado el tema de la publicidad y como se dice “la publicidad vende”, se incluirá en el presupuesto de gastos un rubro para promocionar y dar a conocer la existencia de un nuevo parador turístico y los servicios con los que va a brindar.

### **2.7.9. Publicidad**

Es considerada una de las herramientas más eficaces de la mercadotecnia y específicamente de la promoción, se utiliza para dar a conocer un mensaje relacionado con un producto o servicio. Este tipo de publicidad es pagada por un patrocinador identificado: “sean empresas, organizaciones no lucrativas,

instituciones del estado o personas individuales, con el fin de informar, persuadir o atraer posibles compradores”.

## 2.8. ESTUDIO TÉCNICO

***URBINA, Baca; (2006;pág. 92), señala: “El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea”.***

Para el autor esta etapa permite determinar aspectos relacionados con el funcionamiento y operatividad del proyecto, para lo cual se debe considerar los siguientes puntos:

Antes de decidir el lugar dónde va a ser construido el parador turístico se analizará factores como: disponibilidad y costo de terreno e infraestructura, acceso a servicios básicos, vías y medios de transporte, cercanía a fuentes de abastecimiento y mercado, entre otras.

El tamaño en cambio está relacionado con la capacidad de producción de un bien o servicio, lo cual dependerá de la localización, disponibilidad del recurso material, humano, tecnológico y financiero.

## 2.9. ESTUDIO FINANCIERO

***JÁCOME, Walter ( 2006; pág. 161), afirma: “El análisis y evaluación económica establece el nivel de factibilidad del proyecto en base a un estudio y análisis de los fondos disponibles contrastando con los posibles escenarios que se presentan en el entorno del proyecto”.***

El Estudio Financiero está direccionado al análisis de los fondos con que se cuenta para el proyecto, es importante señalar en forma ordenada las fuentes de inversión (aporte propio, crédito) y determinar su identificación (inversión fija, inversión variable), presupuesto de ingresos y egresos.

En ésta parte del proyecto es en donde analizaremos los recursos con los que cuentan las personas que van a invertir para la ejecución del mismo, y definiremos la estructura del financiamiento, que está compuesta por la inversión propia y la financiada. Así como también después de la aplicación de los evaluadores financieros establecer su factibilidad.

### **2.9.1. EVALUADORES FINANCIEROS**

Para la Evaluación Financiera de un proyecto se consideran los siguientes indicadores:

- Valor actual neto
- Tasa interna de retorno
- Periodo de recuperación de la inversión
- Relación beneficio costo

#### **2.9.1.1. Valor Actual Neto**

**URBINA, Baca, (2006; Pág. 221) asevera: “*El valor actual neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial*”.**

De acuerdo a la definición el Valor Actual Neto (VAN) permite determinar si el proyecto es atractivo o no, es decir mide la rentabilidad en términos del dinero que se desea obtener luego de recuperar toda la inversión.

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente fórmula:

$$VAN = \langle \text{Inversión} \rangle + \sum FC / (1+i)^n$$

Dónde:

**FC** = Flujos de caja netos proyectados.

**i** = Tasa de descuento.

**n** = Tiempo u horizonte de vida útil del proyecto o inversión.

#### 2.9.1.2. Tasa Interna De Retorno

**JÁCOME, Walter (2006; Pág. 84), afirma: “La tasa interna de retorno es la rentabilidad de la inversión durante la vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN es cero”.**

La Tasa Interna de Retorno es la herramienta que expresa en porcentaje la rentabilidad que devuelve un proyecto durante su vida útil. Es importante considerar que esta tasa iguala los flujos descontados a la inversión inicial.

Para calcular la Tasa Interna de Retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + \frac{Ti(VAN(+)) - VAN(-)}{Ts - Ti}$$

Dónde:

**Ti** = Tasa inferior de descuento

**Ts** = Tasa superior de descuento

**VAN** = Valor positivo

**VAN** = Valor negativo

### **2.9.1.3. Periodo de recuperación de la inversión**

**JÁCOME, Walter, (2006; Pág. 83), afirma: “El período de recuperación de la inversión permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados”.**

El Período de Recuperación de la Inversión sirve para medir en cuanto tiempo se recupera la inversión empleada en un período de tiempo determinado. Mientras menor sea el tiempo de recuperación de la inversión, el proyecto tiene mejores características de aceptación.

El período de recuperación de la inversión se obtiene a través de la siguiente fórmula:

$$\text{PRI} = \text{Inv. Inicial} * \text{Nro. de años proyectados} / \Sigma \text{FC}$$

### **2.9.1.4. Relación costo beneficio**

**JÁCOME, Walter, (2006; Pág. 96), afirma: “La relación beneficio – costo es el parámetro que sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos, para lo cual sirve de insumos los ingresos y egresos proyectados en los flujos de caja”.**

De acuerdo a la definición, esta herramienta permite comparar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos del proyecto y de esta manera conocer si existe o no un adecuado retorno de los ingresos.

La fórmula de cálculo es:

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum \text{Ingresos}/(1+i)^n}{\sum \text{Egresos}/(1+i)^n}$$

#### 2.9.1.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

**LAWRENCE J. Gitman (2008), Dice “Es el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos operativos”.**

El punto de equilibrio establece un margen donde los costos, gastos e ingresos son equívocos de forma que expondría que es el punto exacto para no tener ni utilidad ni pérdida.

El punto de equilibrio se calcula con base a la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

#### 2.10. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

**HITT, Michael, (2006; Pág. 230), señala: “La estructura organizacional es la suma de las formas en las cuales una organización divide sus labores en distintas actividades y luego las coordina”.**



La estructura organizacional dentro de la empresa es fundamental, ya que implica definir las jerarquías, funciones y la manera de cómo se agrupan y asignan las actividades para facilitar el trabajo y lograr los objetivos planteados. Por lo general dicha estructura se muestra mediante el empleo de organigramas, los cuales ilustran gráficamente los aspectos más importantes de la organización.

En ésta parte definiremos los niveles de autoridad y responsabilidades que necesite el proyecto al momento que llegue a ponerse en marcha, el mismo que por sus características será de pocos mandos.

#### 2.10.1. Organigrama Estructural

**INTERNET, <http://www.monografias.com>, encontramos que:**  
***“Es por decir la espina dorsal de una empresa, en donde se señalan los puestos jerárquicos tanto en forma horizontal como vertical, desde los puestos más bajos hasta los de más alto rango”.***

Este tipo de organigrama muestra en forma esquemática la estructura organizacional de la empresa, es decir, las unidades que la integran, los niveles jerárquicos; en donde las líneas de autoridad y responsabilidad se definen claramente.

#### 2.10.2. Organigrama Funcional

**INTERNET, <http://www.monografias.com>, manifiestan que:**  
***“Es aquel que incluye las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones”.***

Este tipo de organigrama refleja además de las unidades existentes en la empresa con sus respectivos niveles jerárquicos y sus relaciones, las diferentes actividades a desempeñar, con el fin de mantener una comunicación adecuada orientada al logro de un trabajo coordinado.

El poseer un organigrama funcional dentro de la empresa nos permitirá tener un mayor control en las funciones que desempeña cada trabajador, logrando un mejor rendimiento del talento humano.

### 2.10.3. Misión

**INTERNET, <http://misionvisionvalores.com> expresan que: “La misión es el motivo, propósito y razón de ser como organización”.**

La misión está relacionada con la actualidad, pone énfasis en lo que ahora es la organización, por lo que debe ser construida en base a interrogantes como: ¿Quiénes somos hoy? ¿En qué negocio estamos? y ¿Para qué existe la organización?

### 2.10.4. Visión

**INTERNET, (<http://misionvisionvalores.com>) “La visión se define como el camino al cual se dirige la empresa a largo plazo y sirve de rumbo y aliciente para orientar las decisiones estratégicas de crecimiento junto a las de competitividad”.**

La visión indica la situación futura que desea alcanzar la organización, tomando en cuenta aspectos como: el impacto de nuevas tecnologías, las necesidades y expectativas de los clientes, entre otras; su formulación debe

ser factible y no ser una simple fantasía. Está orientada a responder a la pregunta: ¿Qué queremos que sea la organización en los próximos años?

## 2.11. CONTABILIDAD

**ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008; Pág. 60), dice: “La contabilidad es la técnica que registra, analiza e interpreta cronológicamente los movimientos o transacciones comerciales de una empresa”.**

La contabilidad no es más que la interpretación numérica de las actividades diarias realizadas en un negocio sin importar cuál sea el tamaño de la misma, permitiendo conocer la situación financiera en cualquier momento y tomar decisiones oportunas para la obtención del máximo rendimiento económico.

### 2.11.1. Importancia

**ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008; Pág. 60), afirma: “Permite conocer con exactitud la real situación económico-financiera de una empresa; en cambio cuando no llevamos una contabilidad, no se conoce con exactitud: cuanto se tiene, cuanto nos deben o debemos, cuál es el volumen de compras, ventas, gastos; en definitiva sólo se tiene una idea aproximada de la situación económica de la empresa, o sea en forma empírica”.**

Llevar un control contable en el negocio por más pequeño que sea nos permite tener resultados positivos y negativos reales, e inmediatos del desarrollo de las actividades, mismas que corroboran a tomar decisiones pertinentes para el logro de los objetivos, de ahí la importancia de llevar una contabilidad empresarial.

### 2.11.2. Tipos

La contabilidad debido a su importancia debe ser llevada en forma obligatoria por: Instituciones Públicas, Empresas Privadas o Autónomas, según disponga la ley.

Para la ejecución de éste proyecto utilizaremos la contabilidad de costos, puesto que tendremos recursos en estado natural que sufrirán transformación hasta llegar al consumidor final.

### 2.12. Contabilidad de costos

***CHILQUINGA, Manuel (2007;Pág. 6), señala: “La contabilidad de costos permite conocer el valor de todos los elementos del costo de producción de un bien y/o servicio, por tanto calcular el costo unitario real del mismo con miras a fijar el precio de venta y el manejo de las utilidades empresariales”.***

La contabilidad de costos beneficia de forma interna a los diferentes directivos y a quien este en frente de una empresa, ya que a través de esta se puede tener datos exactos de los costos de los productos o servicios que se estén ofreciendo permitiendo tomar decisiones acertadas para beneficio de la organización.

#### 2.12.1. Elementos de costos

***CHILQUINGA, Manuel (2007; Pág. 7), Dice, “Los elementos de costo de un producto o sus componentes son los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación”.***

### **a. Materiales Directos**

Son todos aquellos que pueden identificar en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto.

### **b. Materiales Indirectos**

Son los que están involucrados en la elaboración de un producto, pero tienen una relevancia relativa frente a los directos.

### **c. Mano de obra Directa**

Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse con este con facilidad y que tiene gran costo en la elaboración.

### **d. Mano de Obra Indirecta**

Es aquella que no tiene un costo significativo en el momento de la producción del producto.

### **e. Costos indirectos de fabricación (CIF)**

Son todos aquellos costos que se acumulan de los materiales y la mano de obra indirectos más todos los incurridos en la producción pero que en el momento de obtener el costo del producto.

### 2.12.2. COSTOS VARIABLES

***RAMIREZ, Angoitía. (2007; Pág. 202), Expresa “ Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa, son los costos por producir o vender”.***

Estos costos cambian de forma directa con el nivel de producción, por lo general son controlados por los jefes de producción,

### 2.12.3. COSTOS FIJOS

***RAMIREZ, Angoitía. (2007; Pág. 202), Dice “Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa”.***

Estos costos no varían se mantiene, sin importar si la producción aumenta o disminuye se puede decir que estos transforman con el tiempo, mas no con la actividad.

### 2.12.4. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes.

Es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en corto plazo.

### 2.13. ESTADOS FINANCIEROS

***ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008; Pág. 85), afirma “Son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa”.***

Son todos los informes que se realizan al liquidar el período contable, con el objetivo de saber la real condición económica financiera de la empresa en la cual se realiza un trabajo y determinar si está en buena o mala situación económica.

Desde el punto de vista de una organización, tienen la finalidad de presentar de manera clara, objetiva e imparcial la posesión financiera y los resultados de las operaciones para el período en curso. Los estados financieros son históricos, ya que reflejan hechos pasados, que sirven como base para predecir hechos futuros y principalmente la toma de decisiones.

#### 2.13.1. Balance General

***ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008; Pág. 85), manifiesta que: “Expone a una fecha determinada el activo, el pasivo, el patrimonio y, en su caso, la participación minoritaria en sociedades controladas. Es un estado contable básico que ofrece una visión global del estado patrimonial, económico y financiero de la empresa”.***

Las partidas del balance general forman parte de la ecuación del balance general:

Activos = Pasivos + Capital contable

Los términos de esta ecuación se definen específicamente como sigue: Los activos son los recursos económicos de los que se espera que beneficien las entradas futuras de efectivo.

### 2.13.2. Balance de Comprobación

***ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008; Pág. 87), expresa: “Es un listado o resumen de todas las cuentas que han intervenido en un ejercicio económico, con la sumatoria de sus respectivos movimientos económicos. Se pasan las cuentas con sus respectivas sumas y saldos en el orden que aparecen en el libro mayor al finalizar un ejercicio contable.”***

El balance de comprobación también permite confirmar que la contabilidad de la empresa esté bien organizada. Es posible que el balance de sumas y saldos sea correcto y que, sin embargo, incluya una contabilidad defectuosa.

Ese sería el caso, por ejemplo, de alguien que ha pagado a un proveedor pero le anotó dicho pago a otro. El balance sería correcto desde los números, pero no en la práctica.

### 2.13.3. Estado de Resultados

***ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008; Pág. 89), José afirma que: “Es un estado financiero que también se conoce como***



***estado de ingresos y egresos. En él se muestran todos los ingresos de la empresa: ventas, productos financieros y otros ingresos, y los egresos: costos, gastos, gastos financieros e impuestos. Este estado financiero es de suma importancia, ya que refleja la utilidad de la empresa.”***

Este estado nos permite determinar con detalle si la empresa obtuvo ganancia o pérdida en el período respectivo en el cual se está trabajando, en este estado se enlistan todo lo que se refiere a gastos e ingresos del cual se puede determinar la existencia de pérdida o ganancia con la que cuenta o no la empresa.

#### 2.13.4. Estados de Flujos de Efectivos

***ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008; Pág. 92) afirma que: “A partir de 1999, desde su publicación en las NEC, es obligación presentar el Estado de Flujo de Efectivo. De acuerdo con las Normas Ecuatorianas de Contabilidad 3, que sustituye a las Normas Internacionales de Contabilidad NIC 7, referente a la presentación del Estado de Flujo de Efectivo o Flujo de Caja; es necesario anotar ciertos elementos teóricos básicos, que son: Actividades de Operación; Actividades de Inversión; Actividades de Financiamiento, en las cuales constan las Entradas y Salidas”.***

Sintetiza las entradas y salidas de efectivo que ocurren al final del periodo. El diagrama consta de los ingresos por ventas, menos los costos de producción, los gastos de administración y de venta, los gastos de financiamiento, los impuestos. Dentro de las salidas se toman en cuenta las depreciaciones como un incremento.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Introducción del Estudio de Mercado**

El mercado de productos y servicios es uno de los principales aspectos en un proyecto, por lo que hay que determinar con exactitud cada uno de sus componentes.

Este capítulo se enfoca al análisis de la demanda, oferta, precios, competencia, etc. referentes al servicio de hospedaje y alimentación en el cantón de San Miguel de Ibarra, específicamente en el sector de la parroquia dolorosa de priorato, que se encuentra junto a la laguna de Yahuarcocha.

El sector de la laguna de Yahuarcocha es muy visitada por los turistas tanto internos como externos, el sector donde vamos a realizar el proyecto no es muy conocido todavía, pero al contar con una vista panorámica hermosa de la ciudad y sus alrededores, sin dejar de lado que a escasos minutos de Yahuarcocha que cuenta con una afluencia considerable de turistas a la semana, que concurren por degustar de su exquisito plato típico de la zona que son las tilapias o por disfrutar de un paseo en lancha, o una comida campestre en fin depende de gustos y necesidades.

El presente estudio de mercado establece la factibilidad de poner en marcha el proyecto, tomando en cuenta a la competencia existente y dando gusto a las preferencias del cliente, además se contará con espacios de recreación que sirvan de esparcimiento para las personas que visitan el lugar.

## 3.2. **Objetivos**

### 3.2.1. **Objetivo general**

Realizar el estudio de mercado para analizar si es factible o no la implantación de una hostería turística en la parroquia La Dolorosa de Priorato, a través del análisis y determinación de la oferta, demanda, precios y competencia de los servicios turísticos en el área de investigación.

### 3.2.2. **Objetivos Específicos**

- Analizar la demanda del servicio de hospedaje y turismo en Ibarra.
- Evaluar la oferta del servicio de una hostería turística en esta zona.
- Establecer los precios razonables y accesibles al consumidor
- Estudiar las estrategias de comercialización, que permitan incrementar la demanda del servicio.

### MATRIZ DE VARIABLES DE ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.2.3. CUADRO N° 16: MATRIZ DE VARIABLES DE ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS	FUENTE
Evaluar la oferta del servicio de una hostería turística en esta zona.	Oferta	Producto/ servicio Precio Plaza Cantidad	Encuesta Información Documental	Primaria (Consumidores y distribuidores)
Analizar la demanda del servicio de hospedaje y turismo en Ibarra.	Demanda	Producto/ servicio Precio Plaza Cantidad	Encuesta Información Documental	Primaria (Consumidores y distribuidores)
Establecer los precios razonables y accesibles al consumidor	Precio	Precio de Venta Mecanismos de la determinación de Precios	Encuesta Información Documental	Primaria (Consumidores y distribuidores)
Estudiar las estrategias de comercialización, que permitan incrementar la demanda del servicio.	Comercialización	Canales de Distribución Presentación del Producto/servicio Servicio al Cliente	Encuesta Información Documental	Primaria (Consumidores y distribuidores)

Elaborado por: La Autora

### 3.3. Identificación del Producto y Servicio

Al hablar de una hostería turística, lo relacionamos con un sinnúmero de servicios especialmente con la gastronomía y el hospedaje. Esta se refiere a varios componentes culturales, siendo su eje central la comida. Bajo esta relación el turismo gastronómico se postula en el mundo como una alternativa económica, insertada en los principios del manejo sustentable de los recursos naturales, integrando aspectos fundamentales como: la conservación del ambiente, fortalecimiento de su identidad cultural y los recursos económicos derivados de toda actividad turística. Hoy en día la gastronomía es una actividad económica en crecimiento, sin dejar de lado el hospedaje que viene a ser un servicio complementario y de buen agrado para los visitantes sobre todo extranjeros, permitiéndoles disfrutar de mejor manera de los servicios que se les pueda ofertar.

La nueva hostería turística pretende aprovechar los recursos existentes en la zona derivados de la producción agraria y pecuaria, integrando diferentes rubros de manera sistemática y la combinación productos agrícolas ricos en nutrientes que beneficien a la alimentación de los clientes, dentro de estos tenemos:

Uso óptimo de los productos a utilizarse y demás recursos materiales y naturales de la zona, beneficiando de esta manera a los productores de la zona.

Diversificación e integración de los productos agrícolas y pecuarios con el fin de autoabastecerse de materias primas e insumos de calidad para la elaboración de los platos típicos, combinando, a éstos con leguminosas, raíces, tubérculos, hortalizas, frutas, etc.

Ofertar diversos platos típicos de la provincia conservando la forma tradicional en su preparación y presentación que vayan en beneficio directo de quienes lo consuman.

Preserva el ambiente de la zona en base de un correcto del manejo de desechos.

Uno de los aspectos más difíciles en la actualidad es encontrar productos que provengan de la agricultura sana, que garantice la seguridad alimentaria de las personas, sin embargo de ello el proyecto tratará en lo posible proveerse de productos generados con insumos orgánicos, para que garantice su consumo y no sea nocivo a la salud de las personas.

### 3.3.1. Descripción de los Productos y Servicio a Brindar

**GRÁFICO N° 1: CUY**



Este es uno de los platos típicos más apetecidos en Chaltura por tal razón no podía faltar en el menú de la nueva hostería que se piensa construir. El plato se lo sirve acompañado con papas, tostado, una ensalada fría, ají y la bebida al gusto del cliente.

## GRÁFICO N° 2: CARNES COLORADAS



No podían faltar las carnes coloradas típicas del Cotacachi, que se las sirve con tostado, mote, papas, ají y las bebida al gusto del comensal.

## GRÁFICO N° 3: FRITADA



La exquisita fritada también formará parte de la oferta de platos típicos de la provincia, propias de Atuntaqui, se las sirve con papas con cascara o tortillas de papa, mote o choco, tostado y ají, sin dejar de lado la chicha o bebida a elección.

## GRÁFICO N° 4: TILAPIA FRITA



La tilapia se ha convertido en un plato típico de Yahuarcocha, y al plantearse como lugar de ejecución del proyecto San Miguel Arcángel y al pertenecer a ésta parroquia no podía dejarse de ofertar éste delicioso plato.

### **GRÁFICO N° 5: CALDO DE GALLINA DE CAMPO**



El caldo de gallina de campo por su alto nivel de proteínas, vitaminas y minerales, es muy solicitada por propios y extraños que visitan nuestra ciudad.

### **GRÁFICO N° 6: BEBIDAS**



Cómo no podía faltar una amplia oferta en cuanto bebidas como puede ser, gaseosas, limonada, jugos y también para los eventos especiales tragos y licores de las mejores marcas para toda clase de eventos.

### **GRÁFICO N° 7: HOSPEDAJE**



La hostería contará con habitaciones amplias y confortables, para que su estancia en éste lugar sea de relajamiento y descanso.



## GRÁFICO N° 8: ÁREAS RECREATIVAS



La hostería contara con áreas donde nuestros clientes pueden distraerse practicando actividades durante el tiempo libre que proporciona su descanso y diversión, permitiendo el desarrollo de la personalidad y la capacidad creadora a través de actividades deportivas, socio-culturales y al aire libre

### 3.4. Segmentación de Mercado

#### 3.4.1. Población

El universo que se tomó para el estudio es a los visitantes que ingresan con vehículos y buses a la laguna de Yahuarcocha y pagan el peaje en la entrada, tomando en cuenta los datos de I- Tur durante los tres primeros meses del año 2013. Los buses públicos y taxis no se toman en cuenta para esta investigación.

**CUADRO N° 17: NÚMERO DE VISITANTES DE LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA**

SEMANAS	# VEHÍCULOS	OCUPANTES APROXIMADOS	TOTAL OCUPANTES APROXIMADOS AUTOS	BUSES	OCUPANTES APROXIMADOS	TOTAL OCUPANTES APROXIMADOS BUS
1- 6 enero	5598	3	16794	64	20	1280
7-13 enero	3400	3	10200	224	20	4480
14-20 enero	3398	3	10194	224	20	4480
21-27 enero	3400	3	10200	224	20	4480
28 ene- 3 de feb	3600	3	10800	256	20	5120
4-10 feb.	4400	3	13200	192	20	3840
11-17 feb.	6500	3	19500	224	20	4480
18-24 feb.	3500	3	10500	224	20	4480
25-28 feb.	699	3	2097	256	20	5120
1-3 marzo	3100	3	9300	192	20	3840
4-10 marzo	3599	3	10797	224	20	4480
11-17 mar.	3898	3	11694	224	20	4480
18-24 mar.	3600	3	10800	224	20	4480
25-31 mar.	5900	3	17700	128	20	2560
<b>TOTAL</b>	<b>54592</b>		<b>163776</b>	<b>2880</b>		<b>57600</b>
total visitantes						221376

**Fuente:** Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha (C.E.M.Y)

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.4.2. Mercado Meta

Para nuestra investigación de mercados nos hemos basado solo en las personas que tienen vehículos propios ya que para ellos es más fácil acceder a nuestra hostería.

Como teníamos datos solo de los tres primeros meses del año 2013, entonces sacamos una tasa de crecimiento del 1,63% y proyectamos para los siguientes meses y obtener los datos de todo el año.

**CUADRO N° 18: REGISTRO DE INGRESOS DE VEHÍCULOS A YAHUARCOCHA AÑO 2013**

<b>MES</b>	<b># VEHÍCULOS</b>	<b>OCUPANTES APROXIMADOS</b>	<b>TOTAL OCUPANTES APROXIMADOS</b>
DE ENERO A MARZO	54592	3	163776
DE ABRIL JUNIO	54600	3	163801
DE JULIO A SEPTIEMBRE	54608	3	163825
DE OCTUBRE A DICIEMBRE	54617	3	163850
<b>TOTAL</b>	<b>218417</b>		<b>655251</b>

**Fuente:** Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha (C.E.M.Y)

**Elaborado por:** La Autora

### 3.4.3. Tamaño de la Muestra

Para su determinación se recurrirá al cálculo estadístico, basándose en la siguiente fórmula:

#### Formula De Aplicación

$$n = \frac{N * Z^2 * \&}{E^2(N-1) + Z^2 * \&}$$

De donde el significado y valor de los elementos de la fórmula son:

**CUADRO N° 19: VARIABLES DE LA MUESTRA**

N		Tamaño de la muestra
N	655251	Población o universo
Z	95%	Nivel de confianza (1.96)
E	5%	Error del muestreo (0.05)
$\delta$	2.5%	Probabilidad de ocurrencia (0.25)

Remplazando Datos

$$n = \frac{(655251)(1,96)^2(0,25)}{0,05^2(655251 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$$

$n = 384$  personas que se toman como muestra para la aplicación de la encuesta

➤ **Herramienta de recopilación**

Para la recopilación de los datos la herramienta que se utilizó fue la encuesta, ya que es un material sencillo y fácil de manejar pero de mucha precisión al momento de obtener datos específicos del mercado meta.

Adicional a la encuesta se realizó una entrevista a los propietarios de los locales que existen actualmente alrededor de la laguna de Yahuarcocha

También se recurrió a información secundaria procesada en las estadísticas del Ministerio de Turismo.

**RESULTADO DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS**

Para el análisis de la información, los datos obtenidos de las encuestas se organizan en tablas estadísticas, en la que se observa el comportamiento de cada uno de los indicadores de las variables consultadas. Se calcula los

porcentajes de cada indicador, los datos se someten a evaluación y análisis en la línea del servicio gastronómico y atención turística.

*ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS Y ADMINISTRADORES DE LOS CENTROS TURÍSTICOS QUE SE ENCUENTRA ALREDEDOR DE LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA.*

1. La atención que ofrece a los clientes es:

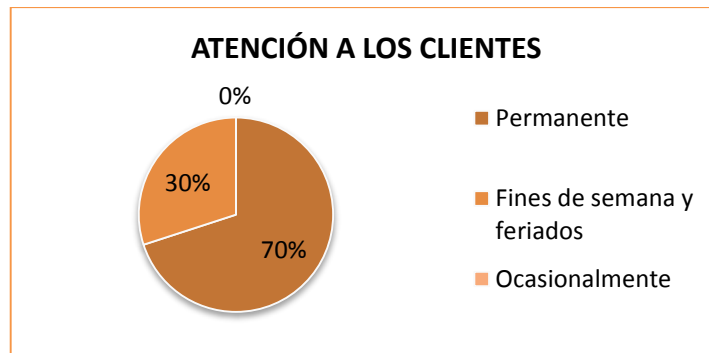
**CUADRO N° 20: ATENCIÓN A LOS CLIENTES**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
PERMANENTE	7	100
FINES DE SEMANA Y FERIADOS	3	0
OCASIONALMENTE	0	0
TOTAL	10	100

**Fuente:** Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra.. Mayo 2013

**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N° 9: ATENCIÓN A LOS CLIENTES**



### **Análisis**

Se puede apreciar que el total de los establecimientos hoteleros brindan sus servicios en forma permanente, construyéndose en una ventaja dentro del sistema hotelero del lugar puesto que el turismo no solo es un fin de semana, un feriado o temporadas; de este modo se publicita de mejor manera el

establecimiento al dar a conocer sus servicios constantes e incrementando de este modo la recepción de visitantes que se albergan y con esto un incremento en sus utilidades.

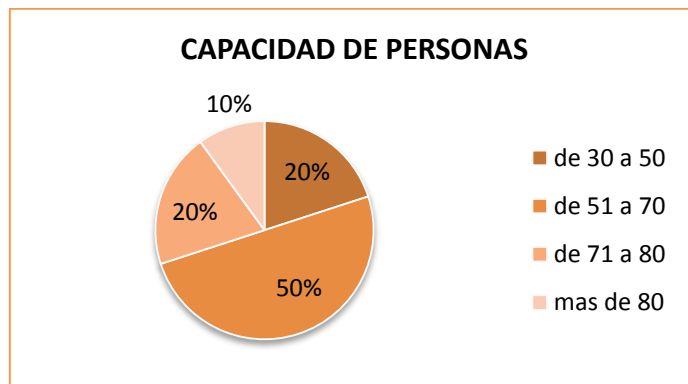
2. ¿Para cuántas personas tiene capacidad su complejo turístico?

**CUADRO N° 21: CAPACIDAD DE PERSONAS**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
DE 30 A 50	2	20
DE 51 A 70	5	50
DE 71 A 80	2	20
MÁS DE 80	1	10
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra.. Mayo 2013  
Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 10: CAPACIDAD DE PERSONAS**



### Análisis

Se puede determinar que la capacidad en general de cada centro turístico sería para 70 personas, pero no satisfacen las necesidades de los turistas porque los servicios que ofrecen son limitados.

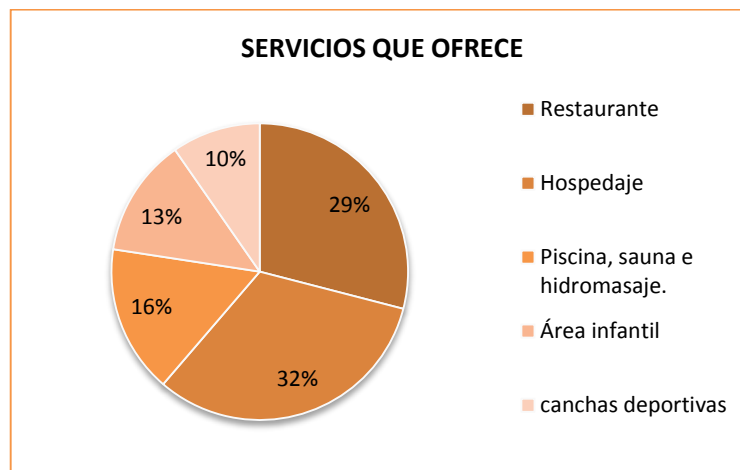
### 3. ¿Qué servicios presta usted a sus clientes?

**CUADRO N° 22: SERVICIOS QUE OFRECE**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
RESTAURANTE	9	90
HOSPEDAJE	10	100
PISCINA, SAUNA E HIDROMASAJE.	5	50
ÁREA INFANTIL	4	40
CANCHAS DEPORTIVAS	3	30

Fuente: Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra.. Mayo 2013  
Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 11: SERVICIOS QUE OFRECE**



#### **Análisis**

En conclusión la mayoría de complejos turísticos ofrecerían el servicio de restaurante y hospedaje, pero solo uno servicio de piscina, lo que para nuestro proyecto sería una gran ventaja frente a la competencia.

4. ¿Cuál es el número promedio de turistas y o clientes que semanalmente visita su establecimiento?

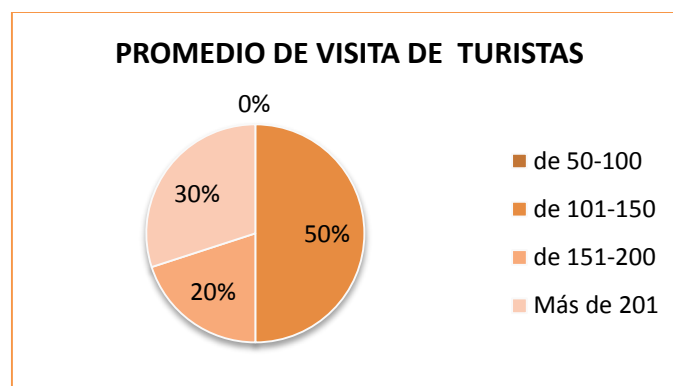
**CUADRO N° 23: PROMEDIO DE VISITA DE TURISTAS**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
DE 50-100	0	0
DE 101-150	5	50
DE 151-200	2	20
MÁS DE 201	3	30
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra.. Mayo 2013

**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N° 12: PROMEDIO DE VISITA DE TURISTAS**



### **Análisis**

La opinión de la mayoría de encargados o administradores de los establecimientos es que existe una tendencia favorable de acuerdo a las dimensiones, servicios y costos que estos lugares otorgan; dado al marketing publicitario que cada uno realiza y su ubicación geográfica.

No hay que olvidar que el turista en mención son de diferentes clases económicas por lo tanto buscan tendencias de precios de acorde a su capacidad de ingresos que estos poseen; considerando los costos que implica el mantenimiento de los establecimientos.



5. ¿Cuáles son las temporadas o meses que el turista Visita establecimiento?

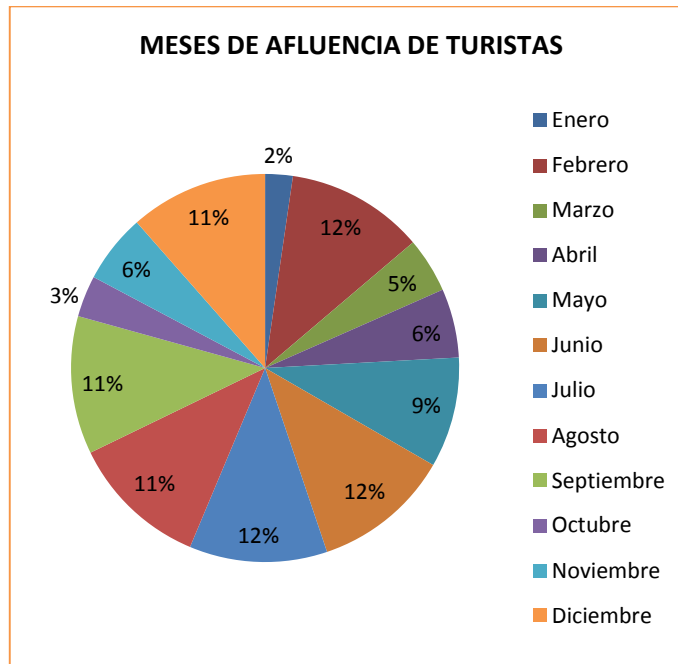
**CUADRO N° 24: MESES DE AFLUENCIA DE TURISTAS**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
ENERO	2	20
FEBRERO	10	100
MARZO	4	40
ABRIL	5	50
MAYO	8	80
JUNIO	10	100
JULIO	10	100
AGOSTO	10	100
SEPTIEMBRE	10	100
OCTUBRE	3	30
NOVIEMBRE	5	50
DICIEMBRE	10	100

Fuente: Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra.. Mayo 2013

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 13: MESES DE AFLUENCIA DE TURISTAS**



## Análisis

Con la información recolectada se concluye que los meses con mayor afluencia turística son los meses de enero, febrero, mayo, junio, julio, agosto, septiembre, noviembre y diciembre; hay que citar, que aquí se encuentran ubicados las temporadas del auge turístico dado por feriados y demás días festivos o fechas cívicas; y sin duda la temporada de vacaciones escolares de la Región Sierra, que motiva a que la gente se movilice de su lugar de residencia habitual.

6. ¿Qué precios ha fijado para el servicio de hospedaje?

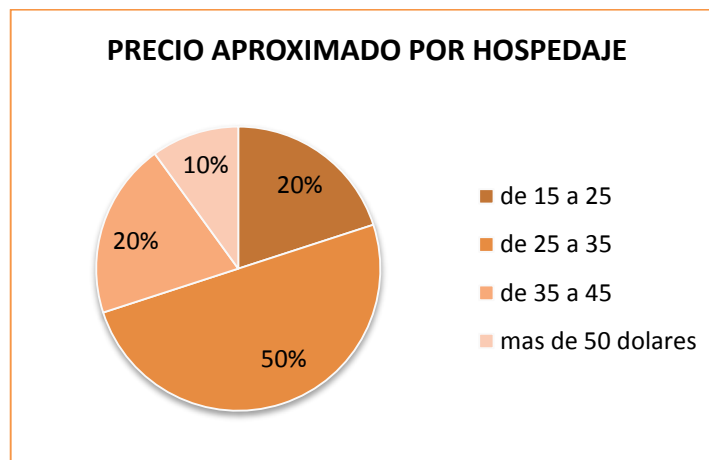
**CUADRO N° 25: PRECIOS APROXIMADOS DE HOSPEDAJES**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
DE 15 A 25	2	20
DE 25 A 35	5	50
DE 35 A 45	2	20
MAS DE 50 DÓLARES	1	10
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra. Mayo 2013

**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N° 14: PRECIOS APROXIMADOS DE HOSPEDAJES**



## Análisis

A partir de los resultados obtenidos de la investigación se puede señalar un precio promedio diario alrededor de 25,00 a 35 USD por persona por el reconocimiento que tiene cada hostería, pero también hay que tomar en cuenta que en la actualidad si existe una cultura de turismo.

7. ¿Qué precios ha fijado para los servicios de restaurante?

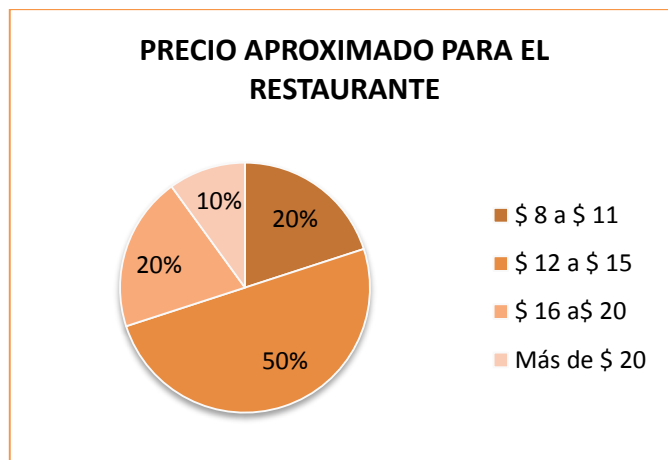
**CUADRO N° 26: PRECIOS APROXIMADOS POR EL RESTAURANTE**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
\$ 8 A \$ 11	2	20
\$ 12 A \$ 15	5	50
\$ 16 A \$ 20	2	20
MÁS DE \$ 20	1	10
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra. Mayo 2013

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 15: PRECIOS APROXIMADOS POR EL RESTAURANTE**



## Análisis

Todos los centros turísticos brindan el servicio de restaurante, pero se limitan a ofrecer platos a la carta y en algunos el almuerzo, es decir no tienen una

variedad de platos donde el cliente pueda escoger lo que desea servirse, lo cual resulta incómodo para muchas personas.

7. ¿Cuál es el precio que ha fijado por el servicio de piscina por persona?

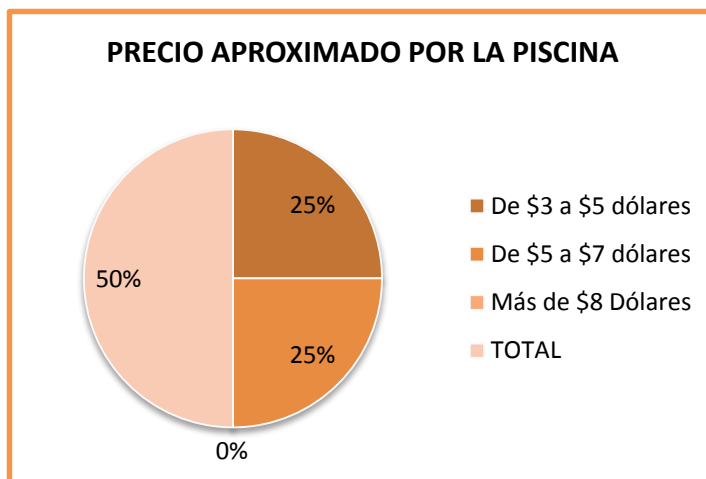
**CUADRO N° 27: PRECIOS APROXIMADOS POR LA PISCINA**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
De \$3 a \$5 dólares	2	20
De \$5 a \$7 dólares	5	50
Más de \$8 Dólares	2	20
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra.. Mayo 2013

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 16: PRECIOS APROXIMADOS POR LA PISCINA**



### **Análisis**

A partir de los resultados obtenidos de la investigación se puede señalar un costo promedio diario alrededor de 34,00 USD por persona permitiendo establecer un presupuesto de acuerdo a sus posibilidades económicas y el tiempo que se desea quedar; en general el Ecuador es uno de los países más baratos de Latino América en lo que se refiere al turismo; aquí usted

podrá encontrar comida, alojamiento, y transporte de buena calidad a precios relativamente bajos comparados con otros países de la región.

9. ¿Qué medios publicitarios utiliza para promocionar los servicios que ofrece?

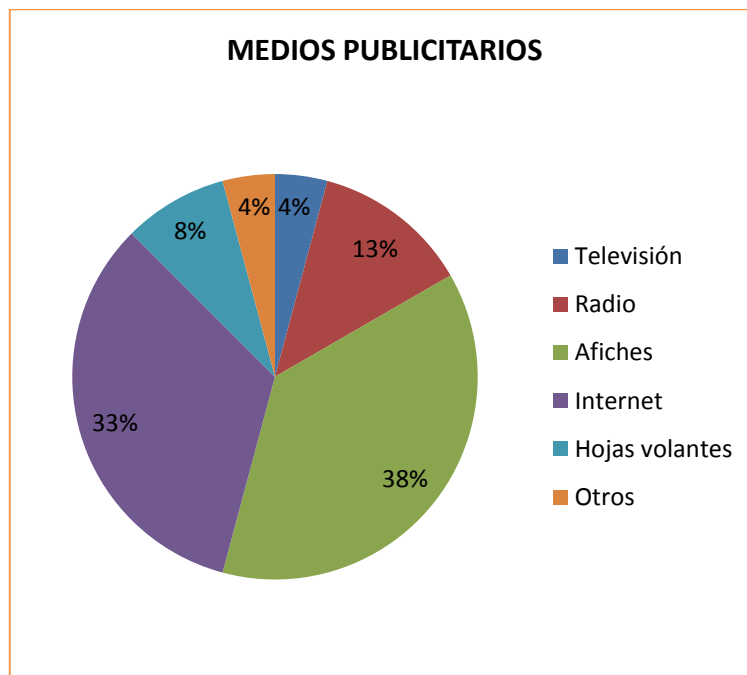
**CUADRO N° 28: MEDIOS PUBLICITARIOS**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	1	25
RADIO	3	75
AFICHES	9	225
INTERNET	8	200
HOJAS VOLANTES	2	50
OTROS	1	25

**Fuente:** Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra.. Mayo 2013

**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N° 17: MEDIOS PUBLICITARIOS**



## Análisis

Aquí observamos que la generalidad de las empresas de servicios de hospedaje de la localidad da a conocer sus servicios por medio de afiches e internet. Sin olvidar que adquirir un cliente nuevo cuesta seis veces más que retener un cliente actual, por lo cual es necesario enfocar e implementar políticas tendientes no solo a la atracción de potenciales clientes si no a la retención de los mismo, mediante la prestación de servicios de calidad que garanticen la fidelidad de los mismos.

10. Las utilidades que genera su establecimiento según su criterio son:

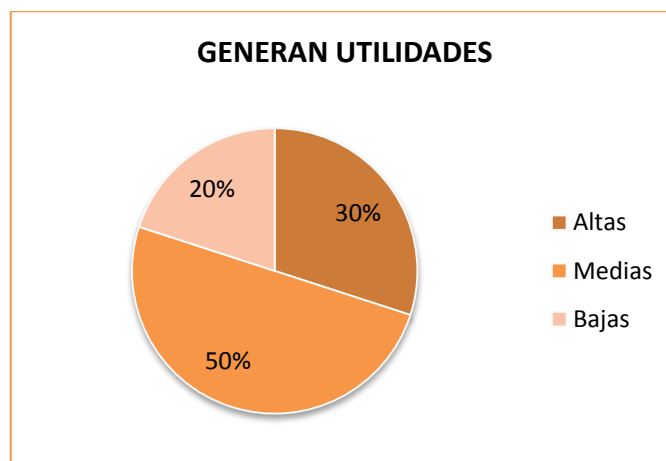
**CUADRO N° 29: GENERAN UTILIDADES**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
ALTAS	3	30
MEDIAS	5	50
BAJAS	2	20

Fuente: Encuesta a dueños de hosterías en Ibarra.. Mayo 2013

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 18: GENERAN UTILIDADES**



## Análisis

Se puede apreciar que la solo una parte de los establecimientos adquieren utilidades altas y las tres partes adquieren utilidades medias altas, lo cual les

permite cubrir los costos de inversión, mantenimiento y gastos de administración y poseer utilidades aceptables, que les permiten mantenerse en el mercado y siempre pesando en un aumento de las mismas gracias al incremento del turismo por medio de la aceptabilidad dada por sus atractivos y tranquilidad que ofrece el sector.

### PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A DEMANDANTES DE SERVICIOS HOTELEROS Y DE GASTRONOMÍA EN LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA.

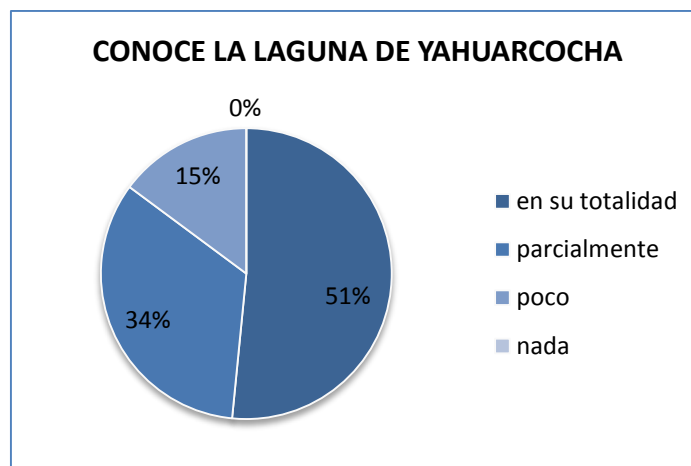
- 1) ¿Conoce usted la laguna de Yahuarcocha ubicada en la ciudad de Ibarra?

**CUADRO N° 30: CONOCE LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
EN SU TOTALIDAD	198	52
PARCIALMENTE	129	34
POCO	57	15
NADA	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha. Mayo 2013  
**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N° 19: CONOCE LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA**



## Análisis

En este cuadro se puede observar que el total de personas encuestadas conocen la laguna de Yahuarcocha o han ido alguna vez, lo que nos permite tener conocimiento de todo lo que ofrecen en este lugar.

- 2) ¿Le gustaría pasar unos días o un fin de semana de vacaciones con su familia, en una hostería turística que le brinde todas las comodidades y requerimientos que usted necesita?

**CUADRO N° 31: LE GUSTARÍA PASAR UNOS DÍAS EN LA HOSTERÍA**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
SI	285	74
NO	99	26
TOTAL	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 20: LE GUSTARÍA PASAR UNOS DÍAS EN LA HOSTERÍA**





### Análisis

Se puede observar que del total de personas encuestadas un su mayoría respondieron que si les gustaría pasar un fin de semana en una hostería que les brinde diferentes requerimientos que ellos.

3) ¿En compañía de quien visita la laguna de Yahuarcocha?

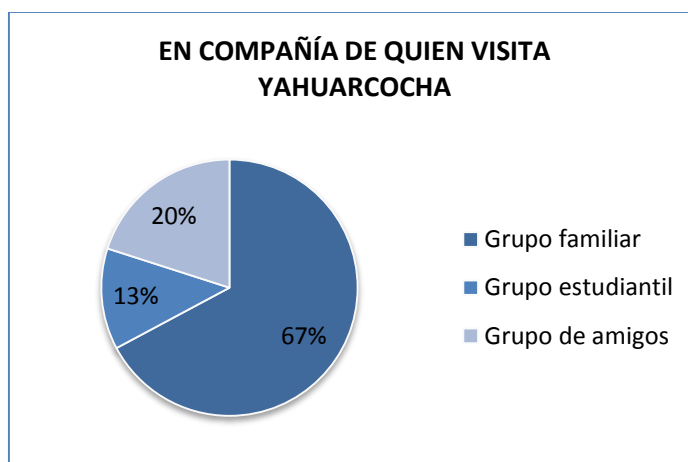
**CUADRO N° 32: EN COMPAÑÍA DE QUIEN VISITA YAHUARCOCHA**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
GRUPO FAMILIAR	258	67
GRUPO ESTUDIANTIL	49	13
GRUPO DE AMIGOS	77	20
TOTAL	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 21: EN COMPAÑÍA DE QUIEN VISITA YAHUARCOCHA**



### Análisis

Al realizar la tabulación de la información recolectada, por medio de los encuestados se concluye que la mayor parte de sus visitantes son parte integral de un grupo familiar que arriba a este lugar turístico como un lugar ideal de sana distracción, que permita en su gran medida salir de una rutina que lleva vivir en la ciudades; sin dejar de lado a los a grupos estudiantiles y

de amigos que aprovechan sus vacaciones tanto de clases y de trabajo para descansar.

4) ¿Visita lugares turísticos en feriados y días festivos?

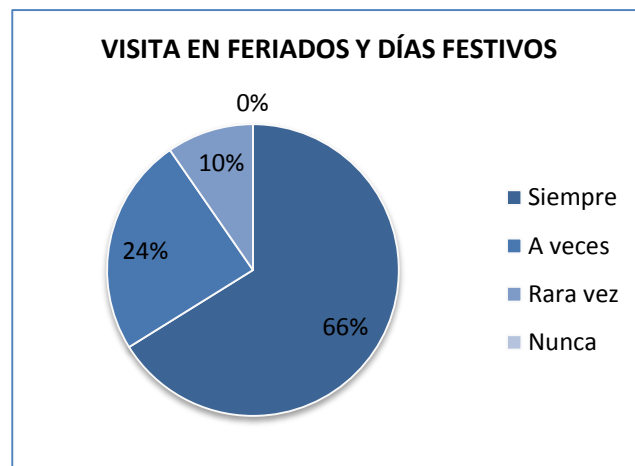
**CUADRO N° 33: VISITA EN FERIADOS Y DÍAS FESTIVOS**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
SIEMPRE	254	66
A VECES	93	24
RARA VEZ	37	10
NUNCA	0	0
TOTAL	384	100

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013

**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N° 22: VISITA EN FERIADOS Y DÍAS FESTIVOS**



### **Análisis**

Al realizar el análisis de resultados podemos determinar que un gran porcentaje de personas siempre salen a distraerse en días festivos y feriados, con la finalidad de descansar de la rutina del trabajo.

5) Le gustaría hospedarse en un lugar donde haya:

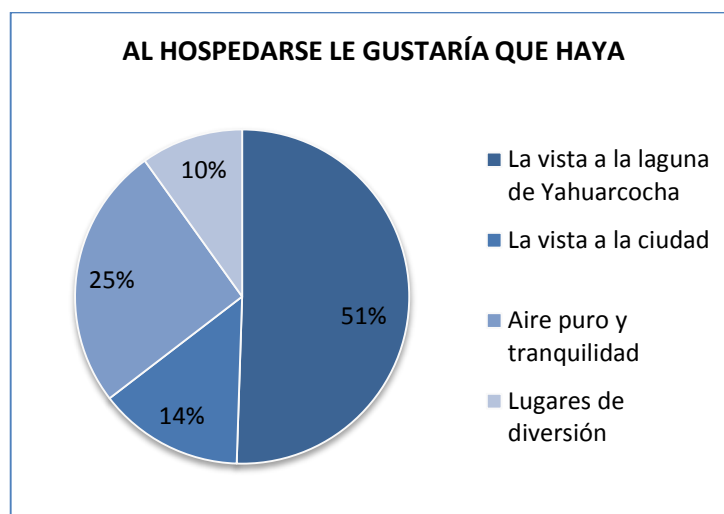
**CUADRO N° 34: AL HOSPEDARSE LE GUSTARÍA QUE HAYA**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
LA VISTA A LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA	194	51
LA VISTA A LA CIUDAD	54	14
AIRE PURO Y TRANQUILIDAD	98	26
LUGARES DE DIVERSIÓN	38	10
TOTAL	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 23: AL HOSPEDARSE LE GUSTARÍA QUE HAYA**



### Análisis

Del total de personas encuestadas que vistan la laguna buscan al hospedarse en su gran mayoría ya sea por su atractivo turístico, vista del lugar y porque se puede respirar aire puro.

6) ¿Qué número de días Ud. se queda hospedado en la ciudad?

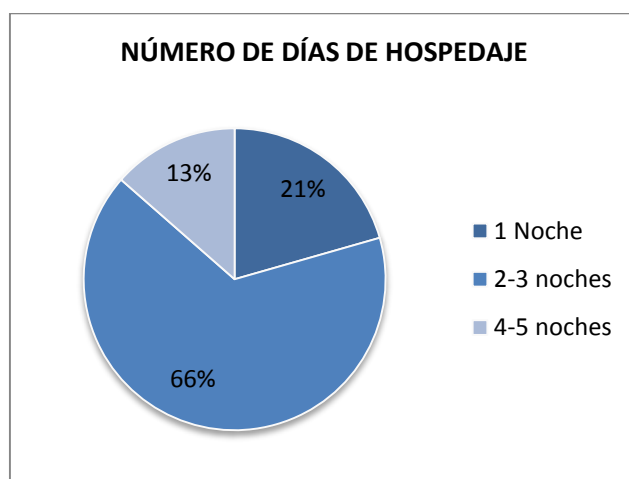
**CUADRO N° 35: NÚMERO DE DÍAS DE HOSPEDAJE**

ALTERNATIVA	NÚMEERO	PORCENTAJE
1 NOCHE	79	21
2-3 NOCHES	253	66
4-5 NOCHES	52	14
TOTAL	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 24: NÚMERO DE DÍAS DE HOSPEDAJE**



### **Análisis**

El mayor número de encuestados prefiere permanecer en Yahuarcocha por un lapso no mayor a tres días con los cuales se interpretan que son más que suficientes para distracción saludable y comprendiendo que la situación económica de cada persona difiere una con otra y se posee establecido un presupuesto base para poder disfrutar de los atractivos que posee el lugar.

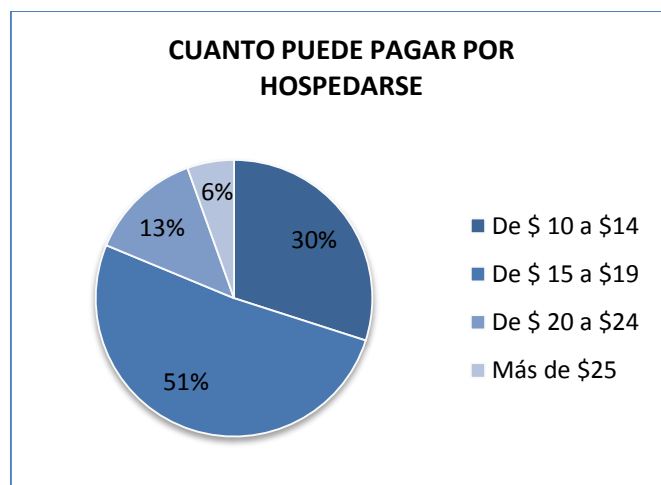
7) De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar por persona los servicios de Hospedaje?

**CUADRO N° 36: CUANTO PUEDE PAGAR POR HOSPEDAJE**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
DE \$ 10 A \$14	115	30
DE \$ 15 A \$19	197	51
DE \$ 20 A \$24	51	13
MÁS DE \$25	21	5
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013  
**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N° 25: CUANTO PUEDE PAGAR POR HOSPEDAJE**



**Análisis**

La mayoría de las personas investigadas han optado por pagar entre 15 y 19 dólares de acuerdo a la situación económica actual. Y según comentarios de las mismas, estarían de acuerdo en pagar más una vez que hayan experimentado la calidad de este servicio.

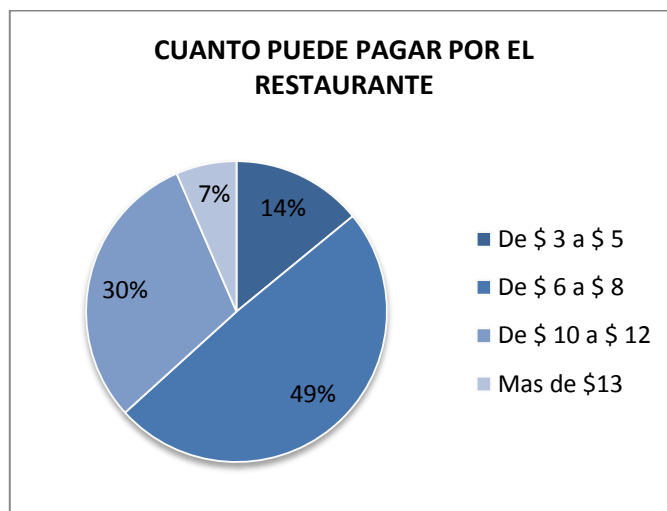
8) De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar por persona los servicios de Restaurante?

**CUADRO N° 37: CUANTO PUEDE PAGAR POR EL RESTAURANTE**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
DE \$3 A \$5	305	79
DE \$5 A \$7	77	20
DE \$8 A \$10	2	1
TOTAL	384	100

Fuente: Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013  
 Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 26: CUANTO PUEDE PAGAR POR EL RESTAURANTE**



**Análisis**

En el caso de los precios de restaurante y de acuerdo a la información los encuestado pagarían: de \$5 a \$7 pero hay una diferencia muy estrecha entre los que estarían dispuestos a pagar entre 8 y 10 esto será de acuerdo a los platos que deseen servirse.

9) ¿Qué tipo de gastronomía le gustaría que se sirviera en el lugar?

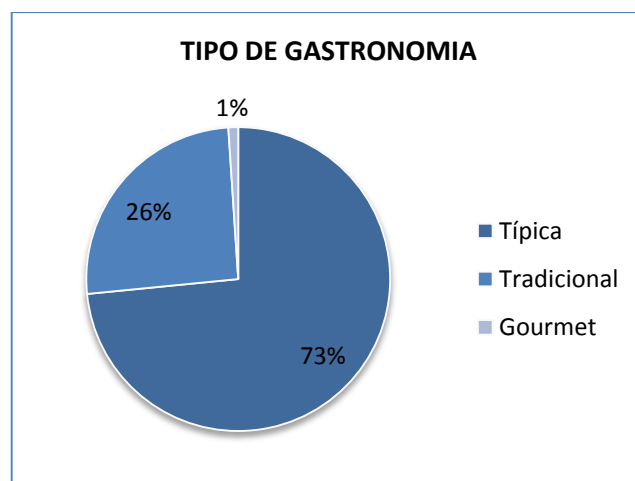
**CUADRO N° 38: TIPO DE GASTRONOMÍA**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
Típica	282	73
Tradicional	98	26
Gourmet	4	1
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

Fuente: Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013

Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 27: TIPO DE GASTRONOMÍA**



### **Análisis**

Las personas encuestadas es su mayoría prefieren comida típica del lugar, pero un porcentaje aceptable también les gusta degustar la comida tradicional de nuestra provincia, lo que nos permite conocer cual es el tipo de gastronomía que prefiere el cliente.

10) De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar por familia los servicios adicionales como: deporte, tour por la laguna de Yahuarcocha?

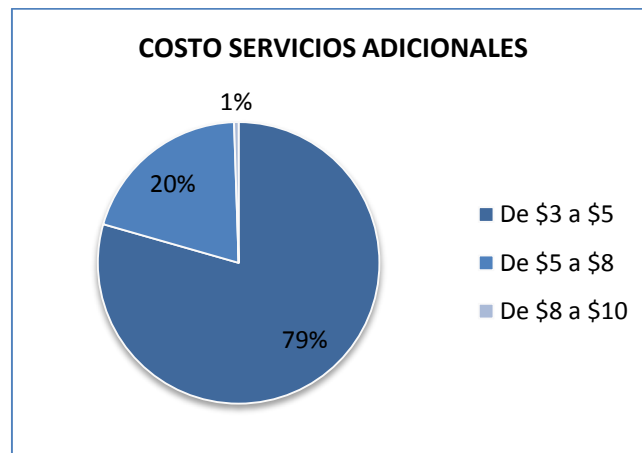
**CUADRO N° 39: COSTO SERVICIOS ADICIONALES**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
De \$3 a \$5	305	79
De \$5 a \$8	77	20
De \$8 a \$10	2	1
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013

**Elaborado por:** La Autora

**GRÁFICO N° 28: COSTO SERVICIOS ADICIONALES**



**Análisis**

Como servicios adicionales para realizar actividades diferentes en la laguna de Yahuarcocha con la finalidad de distraerse la mayoría prefiere pagar de \$3 a \$5 dólares.



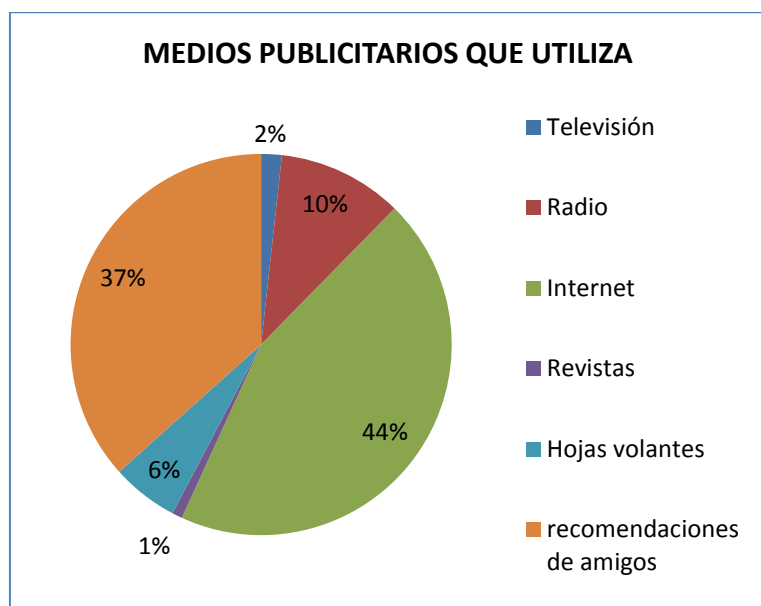
11)¿Qué medios de comunicación utiliza para conocer los lugares turísticos?

**CUADRO N° 40: MEDIOS PUBLICITARIOS QUE UTILIZA**

ALTERNATIVA	NÚMERO	PORCENTAJE
TELEVISIÓN	12	3
RADIO	73	19
INTERNET	306	80
REVISTAS	6	2
HOJAS VOLANTES	39	10
RECOMENDACIONES DE AMIGOS	252	66

Fuente: Encuesta realizada a los turistas en Yahuarcocha.. Mayo 2013  
 Elaborado por: La Autora

**GRÁFICO N° 29: MEDIOS PUBLICITARIOS QUE UTILIZA**



**Análisis**

Los turistas opinan, que al existir un sin número de medios de comunicación en la actualidad se hace sencillo conocer las maravillas que no solo posee una zona, una región o el país sino que va más allá y que engloba al planeta entero, sobresaliendo entre ellos la radio, el internet y medios impresos. Pero con mayor porcentaje está la recomendación de los amigos y conocidos,

convirtiéndose en una publicidad gratuita todo gracias a la calidad y buen trato que a los turistas se les puede brindar, permitiendo atraer a más clientes y competir de una manera sana con los demás empresas que brindan similares servicios.

### **3.5. Demanda**

Es importante el análisis de la demanda ya que se define la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por los distintos consumidores. Es decir, delimita los potenciales clientes que están dispuestos a consumir nuestros productos. Los factores que afectan la demanda son el ingreso, productos sustitutos, cantidad de población, precio del bien y gustos.

#### **3.5.1. Demanda Histórica Actual**

La determinación de la demanda histórica actual se realizó en base de la información estadística obtenida en la Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha (C.E.M.Y) de los años 2009 a 2012, sobre el número de vehículos que ingresan a la laguna de Yahuarcocha. El año 2013 no tiene información procesada por lo que se realizó una proyección, la podemos ver en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 41: VISITANTES A LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA EN  
VEHÍCULO**

<b>AÑO</b>	<b># VEHÍCULOS</b>	<b>NÚMERO DE TURISTAS APROXIMADOS</b>
2008	95.040	285.120
2009	96.466	289.397
2010	99.381	298.144
2011	103.921	311.763
2012	218.417	655.251
<b>TOTAL</b>	<b>613.225</b>	<b>1.839.675</b>

**Fuente:** Compañía de Economía Mixta Yahuarcocha (C.E.M.Y)

**Elaborado por:** La Autora

### **3.5.2. Proyección de la Demanda**

La importancia de la proyección de la demanda es determinar a futuro un acercamiento a datos reales de lo que podría ser la demanda en años posteriores con un profundo análisis de la demanda histórica y actual. Para la proyección de la demanda, se utilizó el método de regresión lineal ajustando la información histórica al comportamiento de la ecuación de la recta, cuya fórmula es  $y = a + bx$ ; para determinar los valores de “a y b” igualamos a las ecuaciones de los mínimos cuadrados. Para realizar estos cálculos elaboramos la base de datos partiendo de los datos históricos de la variable escogida.

A continuación presentamos los datos de ajuste que sirve de base para la proyección de la demanda.

**CUADRO N° 42: MÉTODO DE REGRESIÓN LINEAL**

AÑOS	X	Y	X <sup>2</sup>	XY
2009	1	285.120	1	285.120
2010	2	289.397	4	578.794
2011	3	298.144	9	894.431
2012	4	311.763	16	1.247.050
2013	5	655.251	25	3.276.257
<b>TOTAL</b>	<b>∑ X= 15</b>	<b>∑ Y= 1.839.675</b>	<b>∑ X<sup>2</sup>= 55</b>	<b>∑ XY= 6.281.652</b>

Elaborado por: La Autora

Una vez obtenidos los datos sustituimos e igualamos en las ecuaciones de los mínimos cuadrados.

$$a = \frac{\sum X^2 \sum Y - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \qquad b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{(55)(1839.675) - (15)(6.281.652)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = 112,44$$

$$b = \frac{(5)(6.281.652) - (15)(1.839.675)}{5(55) - (15)^2}$$

$$b = 76.262,86$$

**CUADRO N° 43: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN NÚMERO DE TURISTAS POR AÑO**

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA
2014	610.215
2015	686.478
2016	762.741
2017	839.004
2018	915.267

Fuente: Cuadro 42

Elaborado por: La Autora

### **3.6. Oferta**

En el análisis de la oferta se hace relación entre la cantidad de bienes o servicios ofrecidos por los productores y el precio del mercado actual.

#### **3.6.1. Oferta Histórica Y Actual**

Los productores u oferentes del servicio de gastronomías, hospedaje y distracción son en un número de cuatro. Por lo tanto, de acuerdo a la encuesta realizada a los dueños o administradores de las hosterías podemos asumir que atienden 1.375 clientes tanto locales como turistas promedio a la semana, es decir, que entre el Hotel el Conquistador, Hotel Imperio del Sol, Rancho Totoral, y Quinta San Miguel de la demanda existente captan 5.500.

#### **3.6.2. Proyección de la Oferta**

El objetivo de la proyección es identificar cual será el comportamiento de la oferta a futuro, siempre y cuando se utilice datos reales del pasado y presente. Para su proyección estimamos para un año, que es el año 2013, el cual sería el año base, con 52 semanas, teniendo una cantidad de 286.000 clientes ( $5.500 \times 52$ ), siendo este el número referente para realizar su proyección, a su vez se utilizó el coeficiente del 3,24% de crecimiento de los lugares turísticos del cantón Ibarra (2010-2014). Los valores lo presentamos a continuación.

Formula:

$$M = C \cdot (1+i)^1$$

### CUADRO N° 44: PROYECCIÓN DE LA OFERTA TURISTAS

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA OFERTA
2014	234,148
2015	241,735
2016	249,567
2017	257,653
2018	266,001

**Fuente:** Administradores de Hosterías

**Elaborado por:** La Autora

### 3.7. Demanda Insatisfecha o Potencial

La estimación de la demanda insatisfecha o potencial es importante ya que identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio o producto que se oferta, y se lo calcula con la siguiente formula.

$$DI = D - O$$

Demanda Insatisfecha = Demanda – Oferta

### CUADRO N° 45: CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA O POTENCIAL DE HOSPEDAJE

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	610.215	234148	376,067
2015	686.478	241735	444,743
2016	762.741	249567	513,174
2017	839.004	257653	581,351
2018	915.267	266001	649,266

**Fuente:** Cuadro N°43 y Cuadro N°44

**Elaborado por:** La Autora

En el análisis de la oferta y demanda se han determinado datos, los cuales nos ayudan a identificar que existe una demanda insatisfecha para los cinco períodos, para los que el proyecto va a realizar la evaluación ex-ante, además es ahí donde se puede establecer las estrategias de marketing para lograr satisfacer este tipo de necesidad, la introducción de la empresa al mercado y poder entregar el servicio deseado al cliente final.

### 3.8. Porcentaje de captación.

El proyecto va tener solo el 55% de porcentaje de captación, por la formación recopilada y por la capacidad de instalada en nuestra empresa, como es de acuerdo a la infraestructura, materia prima, capacidad de inversión.

**CUADRO N° 46: PORCENTAJE DE CAPTACIÓN**

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>PORCENTAJE DE CAPTACION</b>	<b>CAPTACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA</b>
376,067.00	55%	205,219.76

Fuente: Cuadro N°45

Elaborado por: La Autora

### 3.9. Precios

El precio de platos típicos es un factor controlado en el mercado, se mantienen precios fijos en las empresas, aunque entre empresas varíen por políticas o tipo de presentación del plato, en este tipo de servicio no influye la fluctuación del mercado; en algunos de los locales se implementa algunos platos como parrilladas, combos, que son ofertados para dar variedad y atender a los clientes de mejor forma.

Sin embargo, este precio es referencial, será determinado por los costos totales más un índice razonable de rentabilidad y con la relación a precios del

mercado, con la finalidad de optimizar los recursos de manera objetiva, es decir minimizar costos sin afectar a la calidad y la relación de los precios con la competencia.

**CUADRO N° 47: PRECIOS REFERENCIALES**

<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>AÑO 2013</b>
<b>HOSPEDAJE</b>		12.00
<b>PLATOS TIPICOS</b>	Cuy	12.00
	Carnes colorada	4.00
	Fritada	4.00
	Tilapia frita	3.00
	Caldo de gallina	3.50
<b>BEBIDAS</b>	Aguas	0,75
	Jarra de limonada	2.50
	Cervezas	1,50
	Gaseosas	0,75
<b>PISCINA</b>		3.00

Fuente: Propietario

Elaborado por: La Autora

### 3.10. Comercialización

#### 3.10.1. Producto o servicio

Como estrategia de marketing la empresa implementará lo siguiente:

- Entregar un producto y servicio de calidad, en un ambiente acogedor, en el que incluirá amabilidad, responsabilidad y experiencia.
- Dará a notar la importancia que tiene la gastronomía tradicional para el desarrollo turístico de la zona, así como los servicios complementarios como será áreas verdes para recrearse y espacios para los niños también se diviertan.



- Se entregará una disposición de productos y servicios cuando el cliente así la requiera al momento que escoja cada una de ellos.

### 3.10.2. **Plaza**

La plaza es el lugar geográfico y estratégico donde se entregará el producto y servicio, por lo tanto “La Hostería” estará ubicada, en la parroquia La Dolorosa del Priorato, perteneciente al cantón Ibarra, provincia de Imbabura. La ubicación del proyecto es un lugar estratégico para el cliente.

### 3.10.3. **Publicidad y Promoción**

La publicidad y la promoción son herramientas necesarias para el desarrollo del Marketing, el cual se relaciona necesariamente con producto, precio y la plaza.

Para publicitar y promocionar el producto y el servicio que el proyecta entregará al cliente son necesarias las siguientes estrategias.

- Aumentar la frecuencia de visitas, se puede realizar esta estrategia comprometiendo al cliente con nuevas excursiones, incentivos, descuentos o servicios gratuitos por cada visita.
- Realizar una campaña al alcance nacional en medios radiales.
- Diseñar una página WEB.
- Realizar alianzas estratégicas con las agencias de viaje y operadoras turísticas para entregarles una comisión por número de clientes.

Además de lo anotado para reforzar la publicidad y promoción se implementarán técnicas apropiadas de venta. Su finalidad estimular la demanda en base de los siguientes elementos, siendo estos:

- Concursos
- Incentivos
- Regalos
- Valor / Descuento

### **3.11. Conclusión del estudio de mercado**

Mediante este estudio se puede dar cuenta que en si es favorable ofrecer el servicio de hospedaje, restaurante, piscina porque en hosterías y hoteles que se encuentran cerca de la laguna de Yahuarcocha tienes esos servicios, pero con precios elevados lo que no permite que muchos turistas aprovechen estos servicios, la mayoría de personas están dedicadas al comercio formal e informal de tal manera que siendo una ciudad con gran cultura, tradición y muchos atractivos turísticos, se ha convertido en una ciudad a la cual visitar en cualquier época del año.

Ibarra es un cantón que tiene mucha diversidad en lo que a naturaleza se refiere, pero no ha sido aprovechado ni explotado por sus habitantes, como se menciona anteriormente hoy en día se encuentra en auge todo lo referente al turismo ya que los turistas ya sean nacionales o extranjeros prefieren sitios donde puedan sentirse relajados y disfrutar de un descanso placentero.

Por lo descrito anteriormente podemos concluir en que el estudio de mercado me permito determinar una demanda insatisfecha y de esta el proyecto captara el 55%, la principal razón es la capacidad instalada en la hostería en cuanto a infraestructura.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico está compuesto por muchos factores entre los que abordaremos son: la localización, tamaño o capacidad productiva del servicio, ingeniería y procesos productivos y las inversiones fijas, variables y diferidas necesarias para la puesta en marcha del proyecto; factores muy importantes que ayudan a determinar la viabilidad del proyecto en la parte técnica

#### **4.1. Tamaño del proyecto**

Al ser un proyecto que está directamente relacionado con la prestación de servicios a turistas para establecer su tamaño se parte de la capacidad que se alcanza a cubrir de la demanda insatisfecha determinada en el estudio de mercado.

##### **4.1.1. Factores que afectan el tamaño**

El análisis de estos factores permite determinar un panorama claro con respecto a cuan viable o riesgoso resulta la implementación del proyecto. Las perspectivas en este sentido dan la pauta de atractivo o no al inversionista, además de tomar en cuenta variables como: demanda, oferta, desarrollo futuro de la empresa, la disponibilidad de recursos financieros, tecnología, entre otras.

#### **4.1.2. Determinación de la capacidad del proyecto**

Para determinar la capacidad del proyecto, se parte del planteamiento de cuatro aspectos:

- Objetivos de crecimiento
- Disponibilidad de recursos financieros
- Materias primas e insumos
- Fijación de la capacidad del lugar turístico

##### **4.1.2.1. Objetivos de crecimiento para la hostería**

Para los objetivos de crecimiento se debe determinar cuál es la capacidad técnica viable, tomando en cuenta las condiciones normales de trabajo, producción y venta, derivadas del estudio de mercado. Además tomando en cuenta los factores de determinación del tamaño que se estima en la Hostería Turística.

##### **Disponibilidad de recursos financieros**

Es necesario mencionar que los propietarios del Complejo cuentan con el terreno de 5000 m<sup>2</sup> cuyo valor comercial es de 5,00 USD por m<sup>2</sup> equivalente a 25.000,00 dólares, la diferencia se accederá a un crédito en las instituciones del sistema financiero.

##### **4.1.2.2. Materias primas e insumos**

En el medio existe suficiente cantidad de materias primas e insumos para este tipo de actividad económica.

Las carnes materia prima básica para la preparación de los platos típicos que se ofertará en el restaurant de la hostería turística se producen en la provincia área de influencia del proyecto; por tanto contamos con suficiente oferta en el mercado local. Además reúnen las condiciones de excelente calidad y de acuerdo a lo que el mercado requiera para satisfacer su demanda. Al igual, se procederá a seleccionar proveedores para la adquisición de insumos complementarios que se utilizarán para la prestación de todos los servicios con calidad.

#### 4.1.2.3. Fijación de capacidad de la hostería turística

Este aspecto en el tamaño del proyecto tiene relación con el volumen de su producción y su capacidad instalada, es decir, determinar cuál es capacidad técnica viable, tomando en cuenta las condiciones normales de trabajo derivada del estudio de mercado.

**CUADRO N° 48: CAPACIDAD INSTALADA**

<b>AÑO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>
AÑO 1	55%	205,219.76
AÑO 2	60%	225,640.20
AÑO 3	65%	244,443.55
AÑO 4	70%	263,246.90
AÑO 5	70%	263,246.90

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.2. Localización del proyecto

Se refiere al sitio óptimo a localizar el proyecto, este aspecto es muy importante, ya que será aquel que permita producir con eficiencia obteniendo máxima producción y la mayor rentabilidad. Al momento de determinar la respectiva ubicación se debe analizar dos puntos:

- ✓ Área geográfica llamada (Macro localización)
- ✓ Lugar preciso de asentamiento denominado también (Micro localización)

#### 4.2.1. Macro localización

La Macro localización comprende el establecimiento del lugar geográfico en donde se llevará a cabo el proyecto por lo que es necesario tomar en cuenta varios aspectos como: La región, Provincia, Cantón o área geográfica con el único objetivo de conocer con precisión el lugar donde se desarrollará el proyecto.

**Región:** Sierra

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Ibarra

El mapa que presentamos a continuación podemos ver con exactitud su localización.

**GRÁFICO N° 30: MACROLOCALIZACIÓN**



Elaborado por: La Autora

El cantón Ibarra se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, la ciudad de Ibarra, es la cabecera cantonal y capital de la provincia de Imbabura, está estratégicamente ubicada cerca de Quito, Capital de la República a 126 Km., a 135 Km., de la frontera con la República de Colombia, y a 185 Km. de San Lorenzo, en el Océano Pacífico.; sus límites son: al norte la provincia del Carchi, al noreste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha. Tiene una superficie de 1.162,22 Km<sup>2</sup>

La superficie de la zona urbana del cantón cubre un área de 41.68 Km<sup>2</sup>, al norte con la provincia del Carchi, al este con Sucumbíos, al oeste con Esmeraldas y al sur con Pichincha.

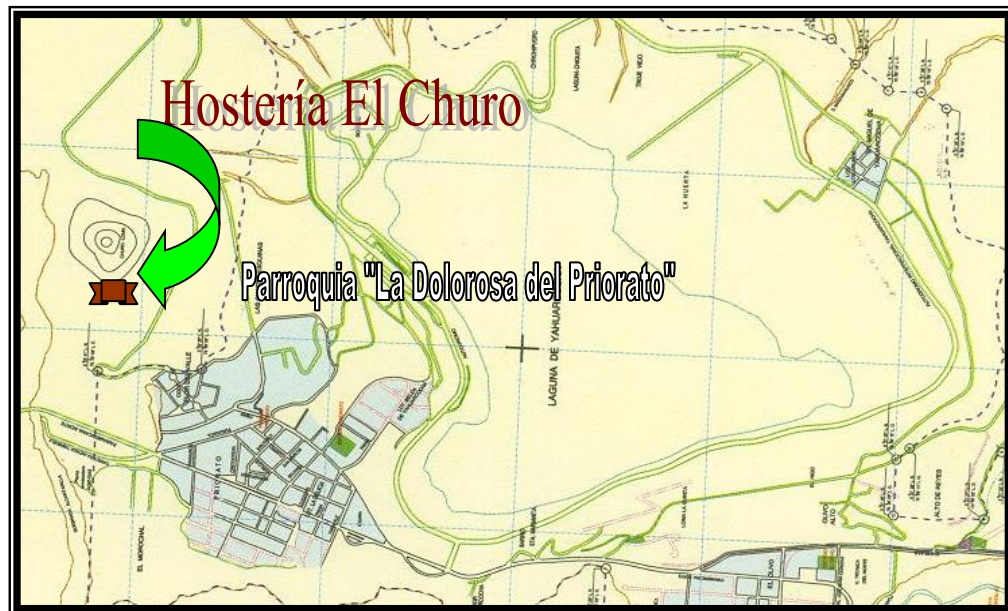
#### **4.2.2. Micro localización**

El proyecto se implantará en el Cantón Ibarra en la parroquia La Dolorosa de Priorato exactamente en el sector llamado el Churo.

Las vías de acceso están 1 km trayecto:

- ❖ Panamericana norte – parroquia dolorosa de priorato – calle piman – vía Aloburo antigua carretera “Hostería turística”
- ❖ Panamericana norte, pista de Yahuarcocha – tras los hoteles (conquistador e imperio del sol) – desvió barrio santa rosa – calle piman - vía Aloburo antigua carretera “Hostería Turística”.

## GRÁFICO N° 31: MICROLOCALIZACIÓN



Elaborado por: La Autora

### 4.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos de producción, producto, equipo y maquinaria, tecnología, cálculo de materia prima, recursos humanos, entre otros.

#### 4.3.1. Requerimiento de infraestructura Civil

Representan las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde funcionará las oficinas administrativas y operativas. Para diagramar los espacios que necesita el proyecto.



Es importante indicar que va a contener las diferentes áreas con que va a estar formada la empresa para tener claro los requerimientos para lo cual a continuación se indica las instalaciones que contemplará el proyecto.

- ❖ Bodegas
- ❖ Cocina
  - Horno y Parrillas
  - Área de fritura
  - Área de faenado y aliñado
  - Baños de empleados y personal del local.
- ❖ Área de recepción, restaurante y una oficina administrativa
- ❖ Área de Hospedaje
- ❖ Baños
- ❖ Piscina
- ❖ Área de recreación infantil
- ❖ Áreas verdes y deportivas
- ❖ Área de parqueaderos.

#### **4.3.2. Edificio y áreas recreativas**

La hostería para su funcionamiento contará con lo siguiente:

##### **Cabañas**

El complejo contará con 16 cabañas distribuidas de la siguiente manera: 10 cabañas de confort de 8 m<sup>2</sup>, todas van a contar con los siguientes servicios: Tv con cable, baño privado (agua caliente) y teléfono.

### **Áreas verdes y espacios recreativos**

Un espacio verde que ocupa m<sup>2</sup>, una piscina de 900 m<sup>2</sup> equipada con sauna y turco, en un área de 10m<sup>2</sup> todos estos servicios adicionales serán atendidos profesionalmente.

### **Área de restaurante**

El área de restaurante será de 170 m<sup>2</sup>, ofrecerá desayunos desde las 6H00 hasta las 9H00, y el menú del día se servirá a partir de las 12H30 hasta las 22H00, la especialidad será comida típica de los cantones de la provincia

### **Área garaje**

Descubierto con un área total de 500 m<sup>2</sup> mismo que será vigilado las 24 horas del día para salvaguardar a los usuarios y su pertenencias.

### **Sala de convenciones**

Para este servicio a más de los anteriores se ofrecerá una sala de eventos y convenciones con capacidad para 200 personas área 250 m<sup>2</sup>. A quienes se les atenderá como su agenda lo prevea.

En este punto se cuenta con el asesoría de un Ingeniero Civil, el mismo que nos brinda una sugerencia para la elaboración de los respectivos planos y distribución adecuada de las instalaciones, de acuerdo a los requerimientos; facilitando el plano y costos estimados de la obra.

### **4.3.3. Estructura**

La estructura que tendrá la construcción civil del proyecto es mixta, combinado de madera , ladrillo y paja, basado en columnas localizadas de forma que permitan un soporte estructural adecuado. Los materiales utilizados son Madera, hierro y paja.

#### **Pisos**

El piso será hormigón simple, con revestimiento con cerámica no resbalosa para su fácil limpieza y seguridad del personal.

#### **Paredes**

Las paredes serán de bloque, pero es enlucido y pintado.

#### **Cubierta**

La cubierta de las cabañas es de teja y con tumbado falso y para mantener un adecuado equilibrio giroscópico, temperatura y humedad relativa en los ambientes físicos, en cambio la cubierta del restaurante será de paja y madera.

### **4.3.4. Área y costo**

El área del edificio en la cual funcionará la parte operativa y administrativa es de 2.416m<sup>2</sup>.

### CUADRO N°49: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

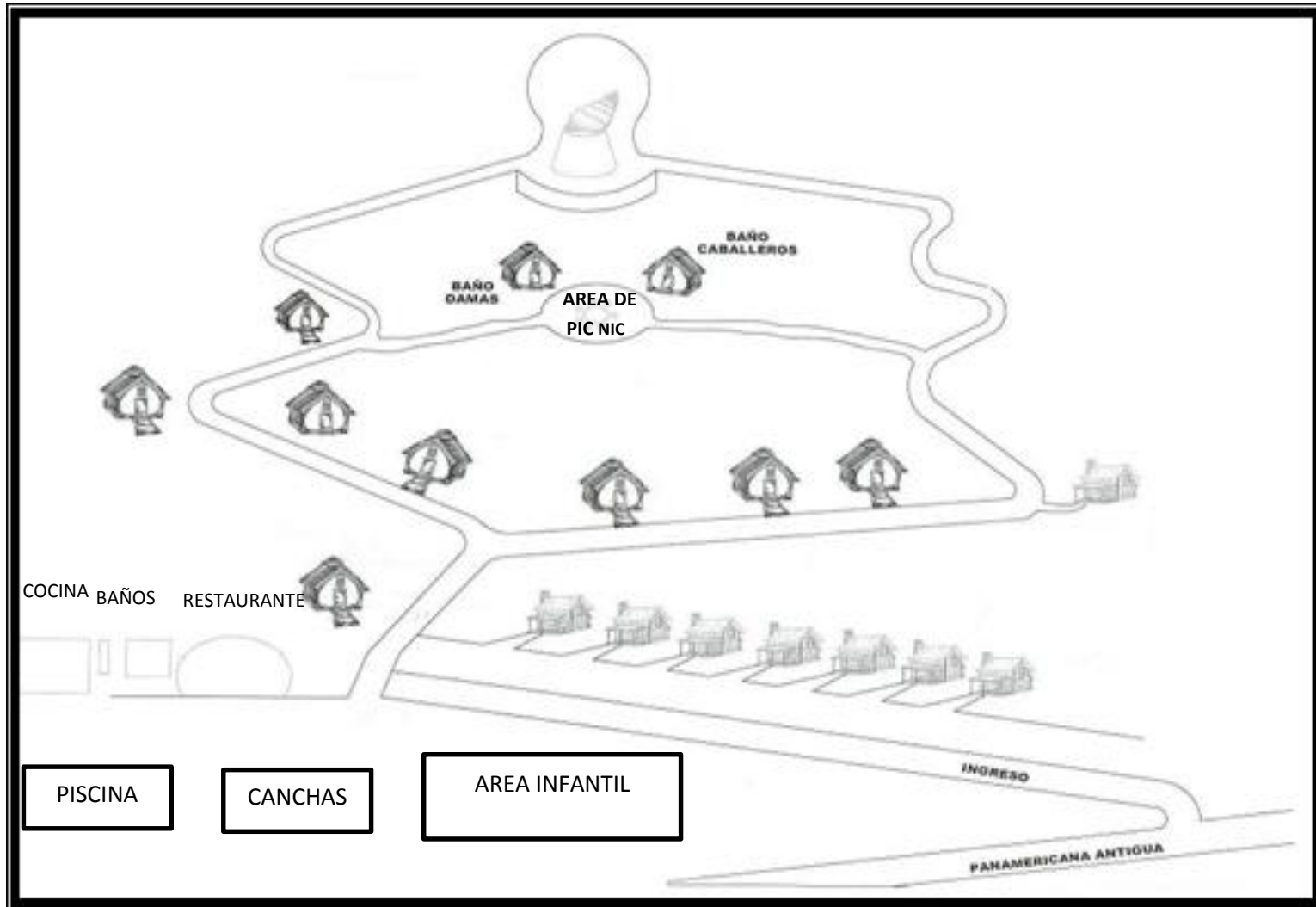
DESCRIPCIÓN	Nº	TAMAÑO M2	TOTAL M2	COSTO POR M2 DE CONSTRUCCIÓN	TOTAL
Cabañas extra confort	16	64	1024	120	122,880.00
Piscina	1	40	40	220	8,800.00
Sauna	1	5	5	120	500.00
Turco	1	5	5	100	5,000.00
Área de juegos infantiles	1	200	200	25	20,000.00
Área de recreación	2	500	1000	20	6,000.00
Espacios verdes	2	400	400	15	8,000.00
Sala de eventos	1	250	250	130	37,500.00
Restaurante y cocina	1	170	170	250	42,500.00
Garaje	1	500	500	8	5,000.00
Baños	23			380	8,740.00
<b>TOTAL</b>		<b>2134</b>			<b>251,520.00</b>

Fuente: Arq., Andrés Tafur

Elaborado por: La Autora

#### 4.3.5. DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

GRÁFICO N° 32: DISEÑO DE LAS INSTALACIONES










Elaborado por: La Autora

#### 4.4. FLUJOGRAMAS DE PROCESOS

Los símbolos y diagramas son usados en el control de procesos para indicar la aplicación en el proceso, el tipo de señales empleadas, la secuencia de componentes interconectadas y la instrumentación empleada.

**CUADRO N° 50: SIMBOLOGÍA**

SÍMBOLO	DESCRIPCIÓN
	Muestra los puntos de inicio y fin de un proceso.
	Proceso
	Decisión
	(Flecha, conector)
	Documento
	Preparación
	Representa el archivo de oficina

**Fuente:** Internet

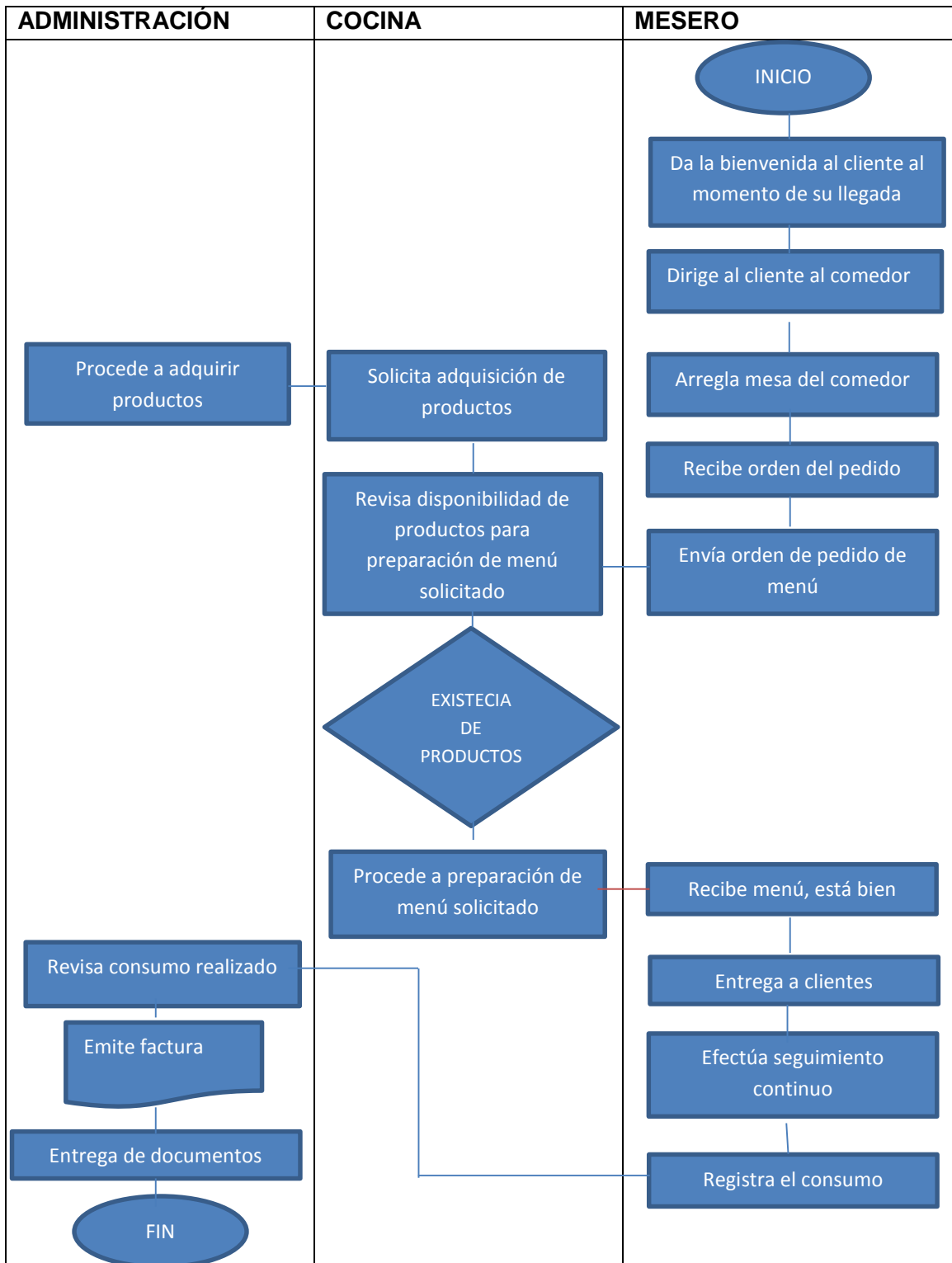
**Elaborado por:** La Autora

##### 4.4.1. Flujograma de proceso de servicio de restaurante

La Hostería turística tendrá como eje principal el servicio gastronómico de los platos típicos de la provincia de Imbabura y de hospedaje en sus acogedoras cabañas; bajo estos aspectos se describirán y determinarán los requerimientos que van a producir para el desarrollo óptimo del proyecto.

A continuación se presenta el flujo grama del proceso de generación del servicio del complejo turístico

**GRÁFICO N° 33: FLUJOGRAMA DE PROCESO DE SERVICIO DE RESTAURANTE**



## **Descripción del Flujograma de procesos del servicio de restaurante**

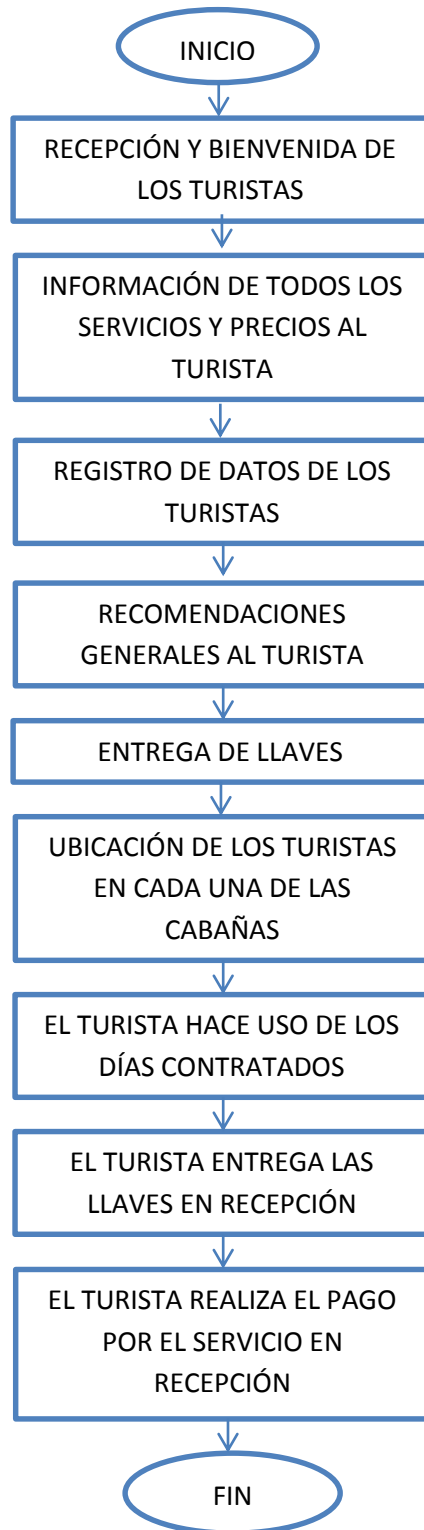
El mesero es el encargado de dar la bienvenida al cliente al momento de su llegada de forma atenta y cordial con la finalidad de que se sienta a gusto desde el primer momento, luego les ubica a en una mesa para y la arregla para que los clientes se sientan como en casa, una vez que se encuentran cómodos les toma el pedido y enseguida envía el pedido del menú.

Una vez que revisa la existencia de todos los materiales se procede a la preparación del menú solicitado, revisa que el menú se encuentra bien y se dirige a entregar al cliente, y siempre revisa continuamente la mesa y al final registra todo el consumo.

Una vez ya determinado todo lo que consumió el cliente pasa la factura, cancela y se le entrega el documento.



**GRÁFICO N° 34:** FLUJOGRAMA DE PROCESO DE SERVICIO DE HOSPEDAJE



## 4.5. PRESUPUESTO TÉCNICO

### 4.5.1. Inversión fija

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión en equipos, muebles y enseres y menaje, necesarios para la prestación del servicio de hostería turística. Por este motivo, se consideró que las inversiones totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto.

La adquisición de activos fijos se realizara de la siguiente manera: compra de terreno y obras civiles, equipos, muebles y enseres, menaje.

**CUADRO N° 51: TERRENO Y OBRA CIVIL**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
TERRENO	5000	M2	6	30.000
OBRA CIVIL	2134	U	251,520.00	251,520.00

Fuente: Propietario

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 52: VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	MARCA	VALOR
CAMIONETA	MITSUBISHI	7.500,00

Fuente: Propietario

Elaborado por: La Autora

### 4.5.2. Requerimiento de mobiliario

Es el conjunto de muebles, que sirven para facilitar los usos y actividades habituales en casas, oficinas y otro tipo de locales. Normalmente el término alude a los objetos que facilitan las actividades humanas comunes, tales como dormir, comer, cocinar, descansar, etc., mediante mesas, sillas, camas, estanterías, muebles de cocina entre otros

**CUADRO N° 53: REQUERIMIENTO DE MOBILIARIO**

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
OPERATIVA	Restaurante	Mesas 4 puestos	12	50.00
		Mesas 6 puestos	20	70.00
		Sillas	170	6.00
		Barra	1	400.00
		Butaca para bar	4	25.00
		Bar empotrado	1	370.00
		Basureros	4	10.00
	Cocina	Alacena	1	280.00
		Mesas auxiliares de acero inoxidable	2	200.00
	Sala Múltiple	Mesas 8 puestos	8	90.00
		Sillas	64	6.00
		Bar esquinero	1	550.00
		Basureros	1	10.00
	Bodega	Estanterías	3	70.00
ADMINISTRATIVA	Gerencia-Administrativa	Escritorio ejecutivo	1	280.00
		Silla ejecutiva	1	95.00
		Archivador	1	55.00
		Mesa reuniones	1	380.00
		Silla reuniones	6	25.00
		Basureros	1	10.00
	Contabilidad	Estación de trabajo	1	280.00
		Archivador	1	55.00
		Silla operativa	1	35.00
		Basureros	1	10.00
HOSPEDAJE	Cabañas	Camas literas 1 plaza	15	180.00
		Cama de 1,5 plaza	5	140.00
		Camas 2 plazas	5	200.00
		Veladores	16	35.00
		Closet	16	200.00
		Basureros	16	5.00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaborado por: La Autora

#### 4.5.3. Requerimiento de equipo de oficina

Son bienes tangibles de uso permanente referente a muebles y enseres de oficina que contribuyen a las operaciones y actividades administrativas.

**CUADRO N° 54: REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE OFICINA**

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	
OPERATIVA	Restaurante	teléfono con fax	1	150.00	
		televisor 26 pulgadas LCD	1	550.00	
		Minicomponente	1	390.00	
		central telefónica	1	410.00	
	Sala Múltiple	Teléfono	1	18.00	
		proyector SONY VPL DX125	1	531.00	
		Minicomponente	1	390.00	
		Laptop	1	650.00	
ADMINISTRATIVA	Gerencia	Teléfono	1	18.00	
		caja fuerte	1	150.00	
		Papelera	1	15.00	
		Grapadora	1	5.00	
		Lámpara	1	20.00	
	Contabilidad	Teléfono	1	18.00	
		Papelera	1	15.00	
HOSPEDAJE	Cabañas	televisor 21 pulgadas LCD	16	400.00	
		Teléfonos	16	18.00	
		Lámpara	16	15	

**Fuente:** Internet Mercado libre

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.5.4. Requerimiento de equipo de cómputo

En cuanto a los requerimientos de equipo de computación es importante resumirlo en el siguiente cuadro para una mejor apreciación.

**CUADRO N° 55: REQUERIMIENTO DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
OPERATIVA	Restaurante y sala Múltiple	Registradora	1	350.00
		Computadora	1	750.00
ADMINISTRATIVA	Gerencia	Impresora	1	150.00
		Computadora	1	750.00
	Contabilidad	Computadora	1	750.00
		Impresora	1	150.00

Fuente: Word Computer

Elaborado por: La Autora

#### **4.5.5. Requerimiento maquinaria y equipo**

El siguiente cuadro permite un enfoque general de los requerimientos tecnológicos para el óptimo funcionamiento del complejo turístico.

**CUADRO N° 56: REQUERIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

ÁREA	DEPARTAMENTO	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO
<b>OPERATIVA</b>	<b>Cocina</b>	Cocina industrial	2	250.00
		Cocina industrial con plancha y horno	1	1,100.00
		Congelador	1	700.00
		Nevera	1	580.00
		Extractor industrial	1	870.00
		Licuadaora	3	90.00
		Cafetera	1	69.00
		Microondas y tostadora	1	250.00
		Cilindros de gas	3	125.00
	<b>Restaurante</b>	Nevera	1	580.00
<b>COMPLEMENTARIAS</b>	<b>Hospedaje</b>	Lavadora	1	730.00
		Aspiradora	1	150.00
		Plancha normal	1	30.00
		Plancha industrial	1	500.00
	<b>Canchas Deportivas, Espacios Verdes Y Garaje</b>	Carretillas	2	40.00
		Pala	3	12.00
		Herramientas varias	6	15.00

**Fuente:** Internet Mercado libre

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 57: DETALLE DE MENAJE Y UTILERÍA**

<b>MENAJE DE COCINA Y RESTAURANTE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>
Juegos de cubiertos (100 piezas)	3	100,00
Cristalería (100 piezas)	3	50,00
Juego de cubiertos	6	50,00
Bandejas y charoles	10	25,00
Juego de ollas doméstico (5 piezas)	4	180,00
Ollas N° 40	6	50,00
Pailas N°40	3	40,00
Pailas pequeñas	3	12,00
Pailas medianas	4	22,00
Juegos de vajilla de cocina	1	500,00
Vajilla de restaurante unidades	200	10,50
Hielera	20	12,00
Jarras (vidrio)	30	5,00
Colchones de 1 plaza	35	90,00
Colchones 1,5 plaza	5	140,00
Colchones de 2 plazas	5	168,00
Juegos de sábanas ( 1 plaza)	35	19,50
Juegos de sábanas ( 1,5 plaza)	8	21,50
Juegos de sábanas ( 2 plaza)	8	23,50
Cobijas	60	28,00
Cobertores ( 1 plaza)	35	30,00
Cobertores ( 1,5 plaza)	8	32,00
Cobertores ( 2 plaza)	8	35,00
Almohadas	80	5,00
Espejos	23	8,00
Juego de manteles	3	250,00
Servilletas	160	0,80
Cortinas	48	20,00
Juego de toallas	20	18,00
Botiquín	1	25,00

**Fuente:** Internet Mercado libre

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO N° 58: RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Terreno	30,000.00
Obra civil	251,520.00
Muebles y enseres	16,174.00
Equipo de oficina	10,253.00
Equipo de computo	2,750.00
Maquinaria y equipo	6,910.00
Menaje	17,059.50
Vehículo	7,500.00

Fuente: Cuadros 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57

Elaborado por: La Autora

## 4.6. COSTOS DE PRODUCCIÓN

### 4.6.1. Materia Prima Directa

Por el tipo de productos que el proyecto generará nuestra materia prima primordial serán los cárnicos, papas, maíz y verduras en los diferentes platos típicos. Con estos antecedentes se ha procedido a obtener datos por sondeo y, se conoce que los proveedores entregan a un precio mínimo de 7.00 USD el cuy de 700 gramos, que es que es con que se trabajará, la libra de carne de res en 1.80 USD al igual que la carne de cerdo 2.00 USD y la de pollo 2.00 USD y la tilapia 1.50 USD.

### CUADRO N° 59: MATERIA PRIMA DIRECTA

PLATO DE CUY			
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
Cuy	1	Unidad	7,00
Papas	150	Gramos	0,00091
Maíz	20	Gramos	0,02272



<b>CARNES COLORADAS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Carne de res	114	Gramos	0,00396
Papas	150	Gramos	0,00091
Maíz	20	Gramos	0,02272
Mote	30	Gramos	0,01818

<b>PLATO DE FITADA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Carne de chancho	114	Gramos	0,00441
Papas	150	Gramos	0,00091
Maíz	20	Gramos	0,02272
Mote	30	Gramos	0,01818

<b>PESCADO FRITO</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Tilapia	227	Gramos	0,00330
Papas	150	Gramos	0,00091
Cebolla paiteña	20	Gramos	0,00050
Tomate	20	Gramos	0,00068
Limón	30	Gramos	0,00036

<b>CALDO DE GALLINA</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
Gallina de campo	227	Gramos	0,00440
Papas	150	Gramos	0,00091
Zanahoria	10	Gramos	0,00050
Cebolla blanca	5	Gramos	0,00220
Ajo	3	Gramos	0,00330

**Fuente:** Mercado mayorista, Camal, Distribuidor de tilapia

**Elaborado por:** La Autora

#### **4.6.2. MATERIA PRIMA INDIRECTA**

Son los demás requerimientos de materiales o suministros y mano de obra que no se pueden medir en función unitaria o en función de cada unidad elaborada, sino más bien en función total de la producción.

Para el caso del proyecto estos costos son los referentes a productos e insumos que forman parte del producto como: condimentos, aceite, sal, aguas, colas, cerveza, limonada.

**CUADRO N° 60: MATERIA PRIMA INDIRECTA**

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
Sal	1	Kilogramo	0.75
Aceite	1	Galones	8.50
Comino	1	Libra	1.00
Culantro	1	Atado	1.00
Perejil	1	Atado	1.00
Achiote	1	Litros	1.25
Pimiento	1	Libra	0.50

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 61: BEBIDAS**

BEBIDAS	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
Colas	12	Paquete	5.24
Aguas Tesalias	12	Paquete	4.75
Aguas Dasani	14	Paquete	3.45
Cerveza	12	Jaba	8.35

**Fuente:** Tesalia, Pilsener, Coca Cola

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 62: JARRA DE LIMONADA DE 1 LITRO**

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
LIMONES	200	GRAMOS	0.00036
AZUCAR	227	GRAMOS	0.00080

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.3. Mano de obra directa

La mano de obra directa por definición sabemos que se la relaciona directamente con la producción del producto terminado y la podemos medir en forma unitaria. En nuestro caso lo hemos asociado con la parte operativa del proyecto, está representado por el personal que trabaja en la cocina, el restaurante, y el área de hospedaje, se le pagará como salario básico unificado que es de 318 dólares en el año 2013, y la tasa promedio tomado en cuenta de 5 años anteriores que es de 9.9%.

**CUADRO N° 63: SALARIO DE LA MANO DE OBRA DIRECTA**

CONCEPTO	N	SALARIO BÁSICO
Jefe de cocina	1	4,360.00
Ayudante de cocina	2	3,466.20
Posillero	1	3,466.20
Mesero	3	3,466.20
Camarera	1	3,466.20

**Fuente:** Sueldo básicos

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.4. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Estos tienen relación, con los costos indirectos de fabricación en el proyecto está directamente relacionado la energía eléctrica y el agua potable que detallamos a continuación.

**CUADRO N° 64: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN**

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
Agua	1	Metros cúbicos	0.43
Energía eléctrica	1	Kw	0.07
Gas	1	Unidades	18

**Fuente:** EMELNORTE, EMAPA, AGIP GAS

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.5. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Los gastos administrativos son los que se encuentran relacionados con la parte administrativa de la empresa como lo vamos a detallar en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 65: SALARIOS DE PERSONAL**

CONCEPTO	CANTIDAD	REMUNERACIÓN
Gerente	1	769,30
Contador	1	439,60
Cajera-recepcionista	1	349,48
Guardia	1	349,48
Jardinero	1	349,48

**Fuente:** Sueldo básicos

**Elaborado por:** La Autora

#### **Servicios básicos**

Los servicios básicos para la parte administrativa no son muy referenciales ya que no tiene mayor influencia en la parte operacional, pero permite tener una mayor agilidad en los planes de la empresa.

**CUADRO N° 66: SERVICIOS BÁSICOS**

CONCEPTO	PRECIO
Agua	15
Energía eléctrica	20
Teléfono	12
Internet	30

**Fuente:** EMELNORTE, EMAPA, CNT

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 67: SUMINISTROS DE OFICINA**

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
Resmas de papel bond	1	Resma	4.50
Grapas	1	Cajas	0.25
Esferos	1	Caja	4.50
Archivadores	1	Unidad	3.00
Lápices	1	Caja	2.00
Perforadora	1	Unidad	2.25
Grapadora	1	Unidad	3.00
Clips	1	Cajas	0.30

**Fuente:** Papelería Sánchez

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 68: SUMINISTROS DE LIMPIEZA**

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
Escobas	1	Unidad	2.00
Trapeadores	1	Cajas	2.50
Recogedores	1	Caja	1.50
Limpiones	1	Unidad	0.75
Desinfectante de piso	1	Galón	8.00
Cloro	1	Galón	9.00
Detergente	1	Kilos	3.00
Cepillo de baño	1	Cajas	0.30
Guantes	1	Unidad	1.50

**Fuente:** Supermercado Tía

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.5.1. Estudios de factibilidad

Los gastos de la investigación son todos los gastos incurridos en el proceso de investigación del estudio de factibilidad. Se ha considerado los siguientes rubros que se resumen en el siguiente cuadro.

#### CUADRO N° 69. COSTO DE INVESTIGACIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	
CONCEPTO	VALOR
Asesoría profesional	400,00
Recurso materia	450,00
Imprevistos	200,00

**Fuente:** Propia

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.5.2. Gastos de constitución

Los gastos de constitución son erogaciones de efectivo, que con el paso del tiempo se los puede amortizar ya que se convierten en activo de la nueva empresa. A continuación se presenta un cuadro resumen.

#### CUADRO N° 70: LEGALIZACIÓN DE LA COMPAÑÍA ANÓNIMA

CONCEPTO	VALOR
Apertura de la cuenta	800.00
Honorarios notario	100.00
Elaboración de la minuta	200.00
Registro notaria publica	150.00
Registro mercantil	100.00
Tramite ruc	5.00
Afiliación a la cámara de comercio	60.00
Registro al ministerio de turismo	150.00

**Fuente:** Abg. Edison Muñoz

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.6.6. GASTOS DE VENTA

Son los gastos en que se incurre al momento de dar a conocer el producto o servicio al turista, con la finalidad de tener mayor ventas y por ende rentabilidad. Esta herramienta nos permitirá dar a conocer lo que tenemos para ofrecer a nuestros potenciales clientes.

### CUADRO N° 71: CUÑAS RADIALES

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
Radio	1	Cuña radial	15

Fuente: Patricio Yandún

Elaborado por: La Autora

Otra estrategia para poder dar a conocer la hostería es crear una página web donde se dé a conocer todos los servicios y comida típica que oferta la hostería.

### CUADRO N° 72: CREACIÓN DE PÁGINA WEB

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	PRECIO
Página web	1	Página	500

Fuente: Tgnl. Anita Muñoz

Elaborado por: La Autora

#### 4.7. Capital de trabajo

Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes sean mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una entidad organizativa desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad de cada una.

### CUADRO N° 73: CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	MONTO
Costos de producción	142,577.85
Gastos administrativos	39,515.31
Gastos de ventas	1,437.44
<b>TOTAL</b>	<b>183,530.60</b>

Fuente: Cuadro 100, 105, 106

Elaborado por: La Autora

El capital de trabajo para un año es de 183,530.60, pero dividimos para 12 meses que tiene el año y tenemos un valor mensual que es de 15,294.22 y para poder

empezar a generar ingresos en la empresa se estimó que es de 2 meses y el valor es de **30,588.43**.

### **Estructura de la inversión**

A continuación se describe la estructura de la inversión para el proyecto en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 74: INVERSIÓN TOTAL**

<b>CONCEPTO</b>	<b>MONTO</b>
Activos fijos	342,166.50
Capital de trabajo	30,588.43
<b>TOTAL</b>	<b>372,754.93</b>

**Fuente:** Cuadro 108 y 73

**Elaborado por:** La Autora

### **Estructura de Financiamiento**

A continuación se presenta la estructura del financiamiento, donde el 27% se financiará con crédito y el 73% será aporte propio de parte del inversionista. La Corporación Financiera Nacional (CFN) financia montos nuevos proyectos productivos. Para la obtención de este crédito se requiere presentar una garantía del 125% sobre el valor solicitado y aplica una tasa de interés del 9,7% anual al segmento de crédito para la microempresa.

**CUADRO N° 75: ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Inversión propia	272,754.93	73%
Inversión financiera	100,000.00	27%
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>372,754.93</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** propietario, CFN

**Elaborado por:** La Autora



## **CAPÍTULO V**

### **5. EVALUACIÓN FINANCIERA**

En éste capítulo se realizará un análisis minucioso del capital necesario, para empezar a operar la microempresa, también se definirá la forma y la fuente de financiamiento que permita la implementación del nuevo proyecto. Además se presentan los presupuestos de costos y gastos y los futuros ingresos que se generan a lo largo de su vida útil o periodo de evaluación, como también los estados financieros proyectados, los cuales permiten conocer los flujos de efectivo, en base de los cuales aplicamos la evaluación del proyecto desde el punto de vista financiero, los mismos que nos permiten conocer la viabilidad del proyecto.

#### **5.1. Determinación de ingresos**

Se refiere al volumen de ventas en unidades, multiplicadas por su precio. Se estima un incremento de acuerdo a la demanda que la hostería Turística podría cubrir, la determinación de las ventas se estima en base al promedio de ventas de los diferentes platos, en unidades de producto y monetarios, y sobre éste realizar la proyección de unidades a ser comercializadas en base a los objetivos de crecimiento. A continuación presentamos ingresos anual, separados por la venta de los productos gastronómicos y por concepto de bebidas, hospedaje y piscina; para luego presentar la proyección de ingresos consolidados para los cinco períodos, cabe recalcar que el precio no variará durante éste período, como estrategia de posicionamiento.

A continuación se presenta en el siguiente cuadro un presupuesto de ingresos en términos monetarios anuales para los cinco períodos de evaluación, para lo cual se consideró los siguientes precios: en el caso del

cuy 12.00; carnes coloradas 4.00; fritada 4.00 y la tilapia en 3,00 dólares y caldos de gallina en 3.50 dólares.

**CUADRO N° 76: ALIMENTACIÓN**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
PLATO DE CUY	9,120	9,335	9,556	9,781	10,012
Precio	12.50	13.56	14.12	14.71	15.32
<b>Valor</b>	<b>113,992.70</b>	<b>126,592.88</b>	<b>134,971.02</b>	<b>143,903.64</b>	<b>153,427.43</b>
PLATO DE CARNES COLORADAS	9,120	9,335	9,556	9,781	10,012
Precio	3,65	3,96	4,12	4,29	4,47
<b>Valor</b>	<b>33.247,87</b>	<b>36.922,92</b>	<b>39.366,55</b>	<b>41.971,89</b>	<b>44.749,67</b>
PLATO DE FRITADA	9,120	9,335	9,556	9,781	10,012
Precio	3,65	3,80	3,96	4,12	4,29
<b>Valor</b>	<b>33.247,87</b>	<b>35.448,27</b>	<b>37.794,30</b>	<b>40.295,60</b>	<b>42.962,43</b>
PLATO DE TILAPIA FRITA	9,120	9,335	9,556	9,781	10,012
Precio	2,60	2,71	2,83	2,94	3,07
<b>Valor</b>	<b>23.748,48</b>	<b>25.320,20</b>	<b>26.995,93</b>	<b>28.782,57</b>	<b>30.687,45</b>
PLATO DE CALDO DE GALLINA	9,120	9,335	9,556	9,781	10,012
Precio	3.65	3.80	3.96	4.12	4.29
<b>Valor</b>	<b>33,247.87</b>	<b>35,448.27</b>	<b>37,794.30</b>	<b>40,295.60</b>	<b>42,962.43</b>
<b>TOTAL</b>	<b>237.484,80</b>	<b>259.732,55</b>	<b>276.922,10</b>	<b>295.249,30</b>	<b>314.789,41</b>

Fuente: Competencia Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO N° 77: BEBIDAS

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Agua Tesalia	1,824	1,867	1,911	1,956	2,002
Precio	0.78	0.81	0.85	0.88	0.92
<b>Valor</b>	<b>1,424.91</b>	<b>1,519.21</b>	<b>1,619.76</b>	<b>1,726.95</b>	<b>1,841.25</b>
Aguas Dasani	1,824	1,867	1,911	1,956	2,002
Precio	0.78	0.81	0.85	0.88	0.92
<b>Valor</b>	<b>1,424.91</b>	<b>1,519.21</b>	<b>1,619.76</b>	<b>1,726.95</b>	<b>1,841.25</b>
Gaseosa	1,824	1,867	1,911	1,956	2,002
Precio	0.78	0.81	0.85	0.88	0.92
<b>Valor</b>	<b>1,424.91</b>	<b>1,519.21</b>	<b>1,619.76</b>	<b>1,726.95</b>	<b>1,841.25</b>
Cerveza	1,824	1,867	1,911	1,956	2,002
Precio	1.56	1.63	1.70	1.77	1.84
<b>Valor</b>	<b>2,849.82</b>	<b>3,038.42</b>	<b>3,239.51</b>	<b>3,453.91</b>	<b>3,682.49</b>
Jarras de limonada	456	467	478	489	501
Precio	2.60	2.71	2.83	2.94	3.07
<b>Valor</b>	<b>1,187.42</b>	<b>1,266.01</b>	<b>1,349.80</b>	<b>1,439.13</b>	<b>1,534.37</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8,311.97</b>	<b>8,862.07</b>	<b>9,448.58</b>	<b>10,073.90</b>	<b>10,740.61</b>

Fuente: Competencia Directa

Elaborado por: La Autora

### CUADRO N° 78: HOSPEDAJE

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Personas	5,040	5,159	5,281	5,405	5,533
Precio	12.50	13.02	13.56	14.12	14.71
<b>Valor</b>	<b>62,995.97</b>	<b>67,165.15</b>	<b>71,610.26</b>	<b>76,349.55</b>	<b>81,402.50</b>

Fuente: Propietario

Elaborado por: La Autora

### CUADRO N° 79: PISCINA

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Personas	4,320	4,422	4,526	4,633	4,742
Precio	2,60	2,71	2,83	2,94	3,07
<b>Valor</b>	<b>11.249,28</b>	<b>11.993,78</b>	<b>12.787,55</b>	<b>13.633,85</b>	<b>14.536,16</b>

Fuente: Propietario

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 80: CONSOLIDADO DE INGRESOS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Alimentación	237.484,80	259.732,55	276.922,10	295.249,30	314.789,41
Bebidas	8.311,97	8.862,07	9.448,58	10.073,90	10.740,61
Hospedaje	62.995,97	67.165,15	71.610,26	76.349,55	81.402,50
Piscina	11.249,28	11.993,78	12.787,55	13.633,85	14.536,16
<b>TOTAL</b>	<b>320.042,02</b>	<b>347.753,54</b>	<b>370.768,49</b>	<b>395.306,60</b>	<b>421.468,68</b>

Fuente: Cuadros 76, 77, 78, 79

Elaborado por: La Autora

**5.1. PRESUPUESTOS DE EGRESOS****5.1.1. Materia prima directa**

Se refiere al volumen de producción de los platos típicos que se va a ofertar en la hostería determinando los costos de materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

**CUADRO N° 81: PROYECCIÓN DE CUY**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad unidades	9,120	9,335	9,556	9,781	10,012
Precio	7.00	7.29	7.59	7.91	8.24
<b>VALOR</b>	<b>63,840.00</b>	<b>68,065.04</b>	<b>72,569.71</b>	<b>77,372.50</b>	<b>82,493.15</b>

Fuente: Chaltura

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 82: PROYECCIÓN DE CARNE DE RES**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	1,040	1,065	1,090	1,115	1,142
Precio	3.95	4.11	4.29	4.46	4.65
<b>VALOR</b>	<b>4,108.00</b>	<b>4,379.87</b>	<b>4,669.74</b>	<b>4,978.79</b>	<b>5,308.30</b>

Fuente: Camal

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 83: PROYECCIÓN DE CARNE DE CHANCHO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	1,040	1,065	1,090	1,115	1,142
Precio	4.40	4.11	4.29	4.46	4.65
<b>VALOR</b>	<b>4,576.00</b>	<b>4,379.87</b>	<b>4,669.74</b>	<b>4,978.79</b>	<b>5,308.30</b>

Fuente: Camal

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 84: PROYECCIÓN DE TILAPIA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	260	266	272	279	285
Precio	3,95	4,11	4,29	4,46	4,65
<b>VALOR</b>	<b>1027.00</b>	<b>1.094,96</b>	<b>1.167,43</b>	<b>1.244,69</b>	<b>1.327,07</b>

Fuente: Sr. Ernesto Sandoval

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 85: PROYECCIÓN DE POLLO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	1,040	1,065	1,090	1,115	1,142
Precio	4.40	4.11	4.29	4.46	4.65
<b>VALOR</b>	<b>4,576.00</b>	<b>4,379.87</b>	<b>4,669.74</b>	<b>4,978.79</b>	<b>5,308.30</b>

Fuente: Sr. Napoleón Lema

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 86: PROYECCIÓN DE PAPAS**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	6,840	7,001	7,167	7,336	7,509
Precio	0.30	0.31	0.33	0.34	0.35
<b>VALOR</b>	<b>2,052.00</b>	<b>2,187.80</b>	<b>2,332.60</b>	<b>2,486.97</b>	<b>2,651.57</b>

Fuente: Mercado Mayorista de Ibarra

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 87: PROYECCIÓN DE MAÍZ**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	548	561	574	588	602
Precio	1.00	1.04	1.08	1.13	1.18
<b>VALOR</b>	<b>548.00</b>	<b>584.27</b>	<b>622.94</b>	<b>664.16</b>	<b>708.12</b>

Fuente: Mercado Amazonas Ibarra

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 88: PROYECCIÓN DE MOTE**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	548	561	574	588	602
Precio	1.20	1.25	1.30	1.36	1.41
<b>VALOR</b>	<b>657.60</b>	<b>701.12</b>	<b>747.52</b>	<b>796.99</b>	<b>849.74</b>

Fuente: Mercado Amazonas Ibarra

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 89: PROYECCIÓN DE CEBOLLA PAITEÑA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	183	187	192	196	201
Precio	0.50	0.52	0.54	0.57	0.59
<b>VALOR</b>	<b>91.50</b>	<b>97.56</b>	<b>104.01</b>	<b>110.90</b>	<b>118.24</b>

Fuente: Mercado Mayorista de Ibarra

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 90: PROYECCIÓN DE TOMATE**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	183	187	192	196	201
Precio	0.68	0.71	0.74	0.77	0.80
<b>VALOR</b>	<b>124.44</b>	<b>132.68</b>	<b>141.46</b>	<b>150.82</b>	<b>160.80</b>

Fuente: Mercado Mayorista de Ibarra

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 91: PROYECCIÓN DE LIMÓN**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	274	280	287	294	301
Precio	0.36	0.37	0.39	0.41	0.42
<b>VALOR</b>	<b>98.64</b>	<b>105.17</b>	<b>112.13</b>	<b>119.55</b>	<b>127.46</b>

Fuente: Mercado Mayorista de Ibarra

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 92: PROYECCIÓN DE ZANAHORIA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	92	94	96	99	101
Precio	0.48	0.50	0.52	0.54	0.56
<b>VALOR</b>	<b>44.16</b>	<b>47.08</b>	<b>50.20</b>	<b>53.52</b>	<b>57.06</b>

Fuente: Mercado Mayorista de Ibarra

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 93: PROYECCIÓN DE CEBOLLA BLANCA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	46	47	48	49	50
Precio	1.50	1.25	1.30	1.36	1.41
<b>VALOR</b>	<b>69.00</b>	<b>58.85</b>	<b>62.75</b>	<b>66.90</b>	<b>71.33</b>

Fuente: Mercado Mayorista de Ibarra

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 94: PROYECCIÓN DE AJO**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad kilogramos	28	29	29	30	31
Precio	1.20	1.25	1.30	1.36	1.41
<b>VALOR</b>	<b>33.60</b>	<b>35.82</b>	<b>38.19</b>	<b>40.72</b>	<b>43.42</b>

Fuente: Mercado Mayorista de Ibarra

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 95: RESUMEN MATERIA PRIMA DIRECTA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cuy	63.840,00	68.065,04	72.569,71	77.372,50	82.493,15
Carne de res	4.108,00	4.379,87	4.669,74	4.978,79	5.308,30
Carne de chancho	4.576,00	4.379,87	4.669,74	4.978,79	5.308,30
Tilapia	1.027,00	1.094,97	1.167,44	1.244,70	1.327,07
Pollo	4.576,00	4.379,87	4.669,74	4.978,79	5.308,30
Papas	2.052,00	2.187,80	2.332,60	2.486,97	2.651,57
Maíz	548,00	584,27	622,94	664,16	708,12
Mote	657,60	701,12	747,52	796,99	849,74
Cebolla paiteña	91,50	97,56	104,01	110,90	118,24
Tomate	124,44	132,68	141,46	150,82	160,80
Limón	98,64	105,17	112,13	119,55	127,46
Zanahoria	44,16	47,08	50,20	53,52	57,06
Cebolla blanca	69,00	58,85	62,75	66,90	71,33
Ajo	33,60	35,82	38,19	40,72	43,42
<b>TOTAL</b>	<b>81.845,94</b>	<b>86.249,99</b>	<b>91.958,16</b>	<b>98.044,12</b>	<b>104.532,85</b>

**CUADRO N° 96: SUELDOS BÁSICOS UNIFICADOS**

<b>concepto</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Jefe de cocina	439.60	483.12	530.95	583.51	641.28
Ayudante de cocina	349.48	384.08	422.10	463.89	509.82
Posillero	349.48	384.08	422.10	463.89	509.82
Mesero	349.48	384.08	422.10	463.89	509.82
Camarera	349.48	384.08	422.10	463.89	509.82

**CUADRO N° 97: PROYECCION DE COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>AÑO / RUBROS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Sueldo Básico Unificado	31,512.00	34,631.29	41,826.73	55,517.76	80,984.62
Aporte patronal (12.15%)	3,828.71	4,207.70	5,081.95	6,745.41	9,839.63
Fondos de reserva	-	2,885.94	3,485.56	4,626.48	6,748.72
Décimo Tercer Sueldo	2,626.00	2,885.94	3,485.56	4,626.48	6,748.72
Décimo Cuarto Sueldo	2,544.00	3,498.00	3,498.00	3,498.00	3,498.00
<b>TOTAL</b>	<b>40,510.71</b>	<b>48,108.87</b>	<b>57,377.80</b>	<b>75,014.12</b>	<b>107,819.68</b>

Fuente: Propia

Elaborado por: La Autora



**CUADRO N° 98: PROYECCION DE COSTOS DE MATERIA PRIMA  
INDIRECTA**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Sal					
Cantidad en kilogramos	160	163,78	167,64	171,60	175,65
precio	0,78	0,85	0,88	0,92	0,96
<b>Valor</b>	<b>124,99</b>	<b>138,81</b>	<b>147,99</b>	<b>157,79</b>	<b>168,23</b>
Aceite					
Cantidad en unidades	192	196,53	201,17	205,92	210,78
precio	8,85	9,61	10,01	10,42	10,85
<b>Valor</b>	<b>1699,89</b>	<b>1887,79</b>	<b>2012,73</b>	<b>2145,93</b>	<b>2287,95</b>
Comino					
Cantidad en libras	96	98,27	100,58	102,96	105,39
precio	1,04	1,13	1,18	1,23	1,28
<b>Valor</b>	<b>99,99</b>	<b>111,05</b>	<b>118,40</b>	<b>126,23</b>	<b>134,59</b>
Culantro en atados					
Cantidad en libras	144	98,27	100,58	102,96	105,39
precio	1,04	1,13	1,18	1,23	1,28
<b>Valor</b>	<b>149,99</b>	<b>111,05</b>	<b>118,40</b>	<b>126,23</b>	<b>134,59</b>
Perejil en atados					
Cantidad en libras	144	98,27	100,58	102,96	105,39
precio	1,25	1,36	1,41	1,47	1,53
<b>Valor</b>	<b>179,99</b>	<b>133,26</b>	<b>142,07</b>	<b>151,48</b>	<b>161,50</b>
Achiote					
Cantidad en litros	96	98,27	100,58	102,96	105,39
precio	1,30	1,41	1,47	1,53	1,60
<b>Valor</b>	<b>124,99</b>	<b>138,81</b>	<b>147,99</b>	<b>157,79</b>	<b>168,23</b>
Achiote					
Cantidad en litros	144	147,40	150,88	154,44	158,08
precio	1,56	1,70	1,77	1,84	1,92
<b>Valor</b>	<b>224,99</b>	<b>249,85</b>	<b>266,39</b>	<b>284,02</b>	<b>302,82</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2.604,83</b>	<b>2.770,61</b>	<b>2.953,97</b>	<b>3.149,47</b>	<b>3.357,91</b>

Fuente: Propietario

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 99: PROYECCIÓN DE COSTOS INDIRECTOS DE  
FABRICACIÓN**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Cantidad Agua m <sup>3</sup>	540	553	566	579	593
Precio	4,21	4,38	4,57	4,76	4,95
<b>Valor</b>	<b>2.272,35</b>	<b>2.422,74</b>	<b>2.583,08</b>	<b>2.754,04</b>	<b>2.936,30</b>
Cantidad luz kw	24.000	27.478	27.478	29.401	31.459
Precio	0,07	0,08	0,08	0,08	0,09
<b>Valor</b>	<b>1.749,89</b>	<b>2.086,79</b>	<b>2.173,60</b>	<b>2.422,50</b>	<b>2.699,91</b>
Cantidad de gas en unidades	864	884	905	927	948
Precio	18,75	19,53	20,34	21,19	22,07
<b>Valor</b>	<b>16.198,96</b>	<b>17.271,04</b>	<b>18.414,07</b>	<b>19.632,74</b>	<b>20.932,07</b>
<b>TOTAL</b>	<b>20.221,21</b>	<b>21.780,57</b>	<b>23.170,75</b>	<b>24.809,28</b>	<b>26.568,29</b>

Fuente: ELNORTE, EMAPA, AGIP GAS

Elaborado por: La Autora

**5.1.2. RESUMEN DE EGRESOS CONSOLIDADOS**

Por último se presenta en el posterior cuadro el presupuesto consolidado de egresos que se estima obtener en los cinco períodos de horizonte del proyecto.

**CUADRO N° 100: RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN**

<b>CONCEPTO</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Materia prima directa	81,845.94	86,249.99	91,958.16	98,044.12	104,532.85
Mano de obra directa	40,510.71	43,191.78	46,050.29	49,097.97	52,347.37
CIF	20,221.21	21,780.57	23,170.75	24,809.28	26,568.29
<b>TOTAL</b>	<b>142,577.85</b>	<b>151,222.34</b>	<b>161,179.20</b>	<b>171,951.38</b>	<b>183,448.50</b>

Fuente: cuadros 95, 97, 98

Elaborado por: La Autora

## 5.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son gastos fijos que la empresa debe pagar por remuneraciones al personal que realizará funciones administrativas y proyecta con el 9,9%, que corresponde a la inflación promedio de los últimos 5 años.

**CUADRO N° 101: PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

CONCEPTO	2,014	2,015	2,016	2,017	2,018
Sueldo Básico Unificado	27,088.15	29,769.88	32,717.10	35,956.09	39,515.74
Aporte patronal (12.15%)	3,291.21	3,617.04	3,975.13	4,368.66	4,801.16
Fondos de reserva	-	2,480.82	2,726.42	2,996.34	3,292.98
Décimo tercero	2,257.35	2,480.82	2,726.42	2,996.34	3,292.98
Décimo cuarto	1,590.00	1,747.39	1,920.36	2,110.45	2,319.36
<b>TOTAL</b>	<b>34,226.71</b>	<b>40,095.96</b>	<b>44,065.43</b>	<b>48,427.89</b>	<b>53,222.22</b>

Fuente: cuadro 65

Elaborado por: La Autora

**CUADRO N° 102: SUMINISTROS DE OFICINA**

CONCEPTO	AÑO 2014	2015	2016	2017	2018
Suministros de oficina	520,80	542,47	565,03	588,54	613,02
<b>TOTAL</b>	<b>520,80</b>	<b>542,47</b>	<b>565,03</b>	<b>588,54</b>	<b>613,02</b>

Fuente: cuadro 67

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 103: SERVICIOS BÁSICOS**

CONCEPTO	AÑO 2014	2015	2016	2017	2018
Servicios básicos	924.00	962,44	1002,48	1044,18	1087,62
<b>TOTAL</b>	<b>924.00</b>	<b>962,44</b>	<b>1002,48</b>	<b>1044,18</b>	<b>1087,62</b>

Fuente: cuadro 66

Elaboración: La Autora

### CUADRO N° 104: SUMINISTROS DE LIMPIEZA

CONCEPTO	AÑO 2014	2015	2016	2017	2018
Suministros de limpieza	1.228,80	1.279,92	1.333,16	1.388,62	1.446,39
<b>TOTAL</b>	<b>1.228,80</b>	<b>1.279,92</b>	<b>1.333,16</b>	<b>1.388,62</b>	<b>1.446,39</b>

Fuente: cuadro 68

Elaboración: La Autora

### CUADRO N° 105: RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

CONCEPTO	AÑO 2014	2015	2016	2017	2018
Sueldos administrativos	34.226,71	40.095,96	44.065,43	48.427,89	53.222,22
Servicios básicos	924,00	962,44	1.002,48	1.044,18	1.087,62
Suministros de oficina	520,80	542,47	565,03	588,54	613,02
Suministros de limpieza	1.228,80	1.279,92	1.333,16	1.388,62	1.446,39
Gastos de constitución	2.615,00				
<b>TOTAL</b>	<b>39.515,31</b>	<b>42.880,78</b>	<b>46.966,10</b>	<b>51.449,22</b>	<b>56.369,25</b>

Fuente: cuadros 101, 102, 103, 104

Elaboración: La Autora

### 5.3. GASTOS DE VENTA

El gasto de ventas es importante realizarlo. Esta herramienta nos permitirá dar a conocer lo que tenemos para ofrecer a nuestros potenciales clientes.

### CUADRO N° 106: CONSOLIDADO DE GASTOS VENTAS

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Cuñas radiales	937.44	976.44	1,017.06	1,059.37	1,103.44
Página web	500	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>1,437.44</b>	<b>976.44</b>	<b>1,017.06</b>	<b>1,059.37</b>	<b>1,103.44</b>

Fuente: cuadros 71 y 72

Elaboración: La Autora

## 5.4. GASTOS FINANCIEROS

### 5.4.1. Tabla de amortización

Los pagos del crédito serán trimestrales (cada 3 meses), durante 5 años con una tasa anual 9.7%, considerando el segmento de crédito para las PYMES. A este valor se agrega comisiones e impuestos adicionales. A continuación se presenta la tabla de amortización con pagos fijos cada período.

**CUADRO N° 107: TABLA DE AMORTIZACIÓN**

Deuda	100,000.00	Pagos trimestrales		20
Tasa	0.097			
Tiempo	5			
N	Cuota	Interés	Saldo pagar	Saldo x pagar
0.00				100,000.00
1.00	6,369.36	2,425.00	3,944.36	96,055.64
2.00	6,369.36	2,329.35	4,040.01	92,015.64
3.00	6,369.36	2,231.38	4,137.98	87,877.66
4.00	6,369.36	2,131.03	4,238.32	83,639.34
5.00	6,369.36	2,028.25	4,341.10	79,298.24
6.00	6,369.36	1,922.98	4,446.37	74,851.87
7.00	6,369.36	1,815.16	4,554.20	70,297.67
8.00	6,369.36	1,704.72	4,664.64	65,633.03
9.00	6,369.36	1,591.60	4,777.75	60,855.28
10.00	6,369.36	1,475.74	4,893.61	55,961.66
11.00	6,369.36	1,357.07	5,012.28	50,949.38
12.00	6,369.36	1,235.52	5,133.83	45,815.55
13.00	6,369.36	1,111.03	5,258.33	40,557.22
14.00	6,369.36	983.51	5,385.84	35,171.38
15.00	6,369.36	852.91	5,516.45	29,654.93
16.00	6,369.36	719.13	5,650.22	24,004.70
17.00	6,369.36	582.11	5,787.24	18,217.46
18.00	6,369.36	441.77	5,927.58	12,289.88
19.00	6,369.36	298.03	6,071.33	6,218.56
20.00	6,369.36	150.80	6,218.56	0.00

Fuente: CFN

Elaborado por: La Autora

## 5.5. Depreciaciones

Para la proyección de las depreciaciones se aplicó el método de línea recta ya que es el que autoriza la administración tributaria.

**CUADRO N° 108: RESUMEN DE ACTIVOS**

DESCRIPCION	VALOR TOTAL
Terreno	30.000,00
Obra civil	251.520,00
Muebles y enseres	16.174,00
Equipo de oficina	10.253,00
Equipo de computación	2.750,00
Maquinaria y equipo	6.910,00
Menaje	17.059,50
Vehículo	7.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>342.166,50</b>

**CUADRO N° 109: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

CONCEPTO	VALOR	VALOR RESIDUAL 10%	VALOR DEPRECIADO	DEPRECIACIÓN
Edificio	251.520,00	25.152,00	226.368,00	12.576,00
Maquinaria y equipo	6.910,00	691,00	6.219,00	691,00
Equipo de computo	2.750,00	275,00	2.475,00	916,58
Equipo de oficina	10.253,00	1.025,30	9.227,70	1.025,30
Muebles y enseres	16.174,00	1.617,40	14.556,60	1.617,40
Menaje	17.059,50	1.705,95	15.353,55	1.705,95
Vehículo	7.500,00	750,00	6.750,00	1.500,00

**Fuente:** Resumen de activos fijos

**Elaborado por:** La Autora

### CUADRO N° 110: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS ANUALES

CONCEPTO	2014	2015	2016	2017	2018
Edificio	12.576,00	12.576,00	12.576,00	12.576,00	12.576,00
Maquinaria y equipo	691,00	691,00	691,00	691,00	691,00
Equipo de computación	916,58	916,58	916,58		
Equipo de oficina	1.025,30	1.025,30	1.025,30	1.025,30	1.025,30
Muebles y enseres	1.617,40	1.617,40	1.617,40	1.617,40	1.617,40
Menaje	1.705,95	1.705,95	1.705,95	1.705,95	1.705,95
Vehículo	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>20.032,23</b>	<b>20.032,23</b>	<b>20.032,23</b>	<b>19.115,65</b>	<b>19.115,65</b>

Fuente: Cuadro N°109

Elaborado por: La Autora

### 5.6. ESTADOS FINANCIEROS

Trata de la descripción de la organización en términos de sus activos y su relación con los pasivos, capital contable y el patrimonio. La igualdad fundamental del balance:

Activo = Pasivo + Patrimonio

### CUADRO N° 111: ESTADO DE SITUACION INICIAL

<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>31.022,57</b>	<b>PASIVO</b>	
Caja - Banco	30.588,43	Préstamo	100.000,00
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>342.166,50</b>		
Terreno	30.000,00		
Edificio	251.520,00		
Maquinaria y equipo	6.910,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Muebles y enseres	16.174,00	Capital Propio	272.754,93
Equipo de oficina	10.253,00		
Equipo de computación	2.750,00		
Menaje	17.059,50		
Vehículo	7.500,00		
	_____		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b><u>372.754,93</u></b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b><u>372.754,93</u></b>

**Fuente:** Cuadros consolidados

**Elaborado por:** La Autora

#### 5.7. Estados de Resultados

Representa un resumen de los resultados financieros que proyecta alcanzar la organización durante un plazo determinado, el mismo que se presenta en el siguiente cuadro.



### CUADRO N° 112: ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

<b>RUBROS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Ventas	320,042.02	347,753.54	370,768.49	395,306.60	421,468.68
- costos ventas (MP+MOD+CIF)	142,577.85	151,222.34	161,179.20	171,951.38	183,448.50
<b>= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>177,464.16</b>	<b>196,531.21</b>	<b>209,589.28</b>	<b>223,355.22</b>	<b>238,020.18</b>
- Gastos administrativo	39,515.31	42,880.78	46,966.10	51,449.22	56,369.25
. Gastos de ventas	1,437.44	976.44	1,017.06	1,059.37	1,103.44
- Depreciaciones	20,032.23	20,032.23	20,032.23	19,115.65	19,115.65
<b>= UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>116,479.19</b>	<b>132,641.77</b>	<b>141,573.90</b>	<b>151,730.98</b>	<b>161,431.85</b>
- gastos financieros	11,796.57	9,779.26	7,497.71	4,917.33	1,998.95
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO ANTES DE PARTICIPACION TRABAJADOREES</b>	<b>104,682.62</b>	<b>122,862.51</b>	<b>134,076.19</b>	<b>146,813.65</b>	<b>159,432.90</b>
- 15% de Part. Trab.	15,702.39	18,429.38	20,111.43	22,022.05	23,914.93
<b>= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>88,980.23</b>	<b>104,433.13</b>	<b>113,964.76</b>	<b>124,791.61</b>	<b>135,517.96</b>
- 22% impuesto a la renta	19,575.65	22,975.29	25,072.25	27,454.15	29,813.95
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>69,404.58</b>	<b>81,457.84</b>	<b>88,892.51</b>	<b>97,337.45</b>	<b>105,704.01</b>

**Fuente:** Cuadros consolidados

**Elaborado por:** La Autora

Como se puede observar el proyecto es rentable en términos financieros y su real comportamiento dependerá de implementar una adecuada administración y de calidad del servicio, esto permitirá asegurar un nivel de rentabilidad óptimo que recupere las inversiones iniciales y justifique el riesgo incurrido.

#### **5.8. Flujo de Caja**

Es el resumen del comportamiento financiero de la organización, que muestra de donde se forma el efectivo o los fondos y en qué se aplicaron.

### CUADRO N° 113: FLUJO DE CAJA PROYECTADA

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
Inversión propia	272,754.93					
<b>utilidad neta</b>		<b>69,404.58</b>	<b>81,457.84</b>	<b>88,892.51</b>	<b>97,337.45</b>	<b>105,704.01</b>
(+) depreciación		20,032.23	20,032.23	20,032.23	19,115.65	19,115.65
(+) valor de rescate						280,949.85
<b>= total de ingresos</b>		<b>89,436.80</b>	<b>101,490.07</b>	<b>108,924.74</b>	<b>116,453.10</b>	<b>405,769.51</b>
egresos						
pago al principal		15,401.40	17,418.71	19,700.25	22,280.64	25,199.01
(-) reinversión					2,250.00	
<b>=total de egresos</b>		<b>15,401.40</b>	<b>17,418.71</b>	<b>19,700.25</b>	<b>24,530.64</b>	<b>25,199.01</b>
<b>UTILIDAD NETA FLUJO DE CAJA</b>		<b>74,035.41</b>	<b>84,071.36</b>	<b>89,224.49</b>	<b>91,922.47</b>	<b>380,570.50</b>

Fuente: Estado de resultados proyectados

Elaborado por: La Autora

## 5.9. Evaluación Financiera

La evaluación financiera tiene como objetivos: calcular, estimar los beneficios netos que esperan de la inversión que se realizará en la implementación de la microempresa de producción gastronómica y comercialización de platos de cuy y complementarios, para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación financiera como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de retorno (TIR), Relación Beneficio/Costo y Período de Recuperación.

### 5.9.1. Determinación Del Costo Del Oportunidad

Para realizar el cálculo del costo del capital debemos primero establecer la TMAR (Tasa Mínima de Rentabilidad). Para el cálculo de esta tasa se

ha tomado en cuenta en primer lugar el costo de oportunidad de la inversión.

Para ello consideramos que el monto de la inversión está dividido, en inversión propia y financiada, la misma que se especifica a continuación.

**CUADRO N° 114: TASA MÍNIMA DE RENTABILIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE	6.5	VALOR PONDERADO
Inversión propia	272.255,24	73,14%	6,00%	4,39%
Inversión financiera	100.000,00	26,86%	9,70%	2,60%
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>372.255,24</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,16</b>	<b>0,06991</b>

**Fuente:** Tasa activa y pasiva del CFN

**Elaborado por:** La Autora

Fórmula de cálculo:

$$TRM = (1 + ck)(1 + Rp) - 1$$

$$TRM = (1 + 0.06991)(1 + 0.06) - 1$$

$$TRM=13.41$$

### 5.9.2. Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador muestra el monto monetario de los beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión; la tasa de redescuento es de 13.40%, el VAN para los cinco años proyectado es el siguiente:

$$VAN = -INVERSION + \frac{FE1}{(1+r)^1} + \frac{FE2}{(1+r)^2} + \frac{FE3}{(1+r)^3} + \frac{FE4}{(1+r)^4} + \frac{FE5}{(1+r)^5}$$

### CUADRO N° 115: FLUJOS ACTUALIZADOS

AÑOS	FLUOS NETOS	TRM	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
			- 272,754.93
1	72.465,83	1,46	50,752.86
2	81.928,80	1,65	50,817.06
3	87.292,93	1,88	47,553.87
4	89.862,42	2,13	43,198.02
5	378.373,43	2,41	157,694.89

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: La Autora

$VAN = -273,189.07 + 350,016.69$

**$VAN = 71.569,45$**

El proyecto resulta ser factible por cuanto el VAN es positivo, siendo por lo tanto, factible la contratación de un Hostería Turística en la Parroquia dolorosa de Priorato.

$VAN > 0$ ; VIABLE

$VAN = 0$ ; INDIFERENTE

$VAN <$ ; NO ES VIABLE

#### 5.9.3. Tasa Interna de Retorno

Es el segundo indicador más utilizado en evaluación de un proyecto, consiste en una medida de rentabilidad más adecuada, ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista. Entonces la TIR de un proyecto es la tasa de interés que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. Luego si el  $VAN(i) = 0$ , entonces  $TIR = (i)$

De no encontrar una tasa de interés específica en donde el Van (i) se iguale a cero se busca valores a distintas tasas de interés, de entre los cuales sean lo más cercanos a cero, un positivo y un negativo, de los cuales se efectuará

una interpolación lineal que permita estimar la TIR del proyecto, mediante la siguiente formula de aplicación.

**CUADRO N° 116: FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUOS NETOS</b>	<b>TRM 13.41%</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>	<b>TRM 23%</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
			- 272,754.93		- 272,754.93
1	74,035.41	1.46	50,752.86	1.51	48,936.09
2	84,071.36	1.65	50,817.06	1.86	45,178.60
3	89,224.49	1.88	47,553.87	2.29	38,981.95
4	91,922.47	2.13	43,198.02	3.46	26,545.51
5	380,570.50	2.41	157,694.89	3.46	109,901.71

**Fuente:** Flujo de Caja

**Elaboración:** La Autora

VAN NEGATIVOS= - 273,189.07+ 265,281.75

**VAN (-)= - 7,907.33**

Una vez obtenido el Van+ y el Van- procedemos a calcular la TIR, para lo cual utilizamos la siguiente formula.

$$TIR = TIR + \left[ (TRS - TRI) \left( \frac{VANI}{VANI - VANS} \right) \right]$$

$$TIR = 13.41\% + \left[ (23\% - 13.41\%) \left( \frac{71.569,45}{71.569,45 - (-7,907.33)} \right) \right]$$

**TIR= 22.05%** → La TIR es superior a la tasa mínima vigente en el mercado, lo que indica que la realización del proyecto si es factible.

#### **5.9.4. Período de Recuperación**

Este indicador de evaluación financiera permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión, tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados que recupera el proyecto.

Inversión: 373.180,07

**CUADRO N° 117: PERIODO DE RECUPERACIÓN**

AÑO	F. N. ACTUALIZADO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
1	72.465,83	72.465,83
2	81.928,80	154.394,63
3	87.292,93	241.687,56
4	89.862,42	331.549,98
5	378.373,43	709.923,41

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: La Autora

Se recupera la inversión en 3 años, 4 meses y 11 días que se realizó al inicio del proyecto que es de \$ 372.255,24

**CUADRO N° 118: TIEMPO DE RECUPERACIÓN**

331.549,98	3 Años
29.954,14	4 Meses
11.684,95	11 Días
<b>372.255,24</b>	

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: La Autora

**5.9.5. Relación Costo/ beneficio**

Es la relación que refleja el valor que tiene la inversión en el nuevo proyecto con relación a los beneficios y costos.

La relación B/C es igual a dividir entre valor actual de los beneficios (VAB) y el valor actual de los costos (VAC); o, donde la relación B/C es igual

a la sumatoria de todos los beneficios actualizados a una tasa de descuento (i), dividido para la sumatoria de todos los costos actualizados a la misma tasa de descuento (i). Para su cálculo aplicamos la siguiente fórmula:

**CUADRO N° 119: RELACION COSTO/ BENEFICIO**

AÑO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	320.042,02	282.196,77	217.726,79	177.013,65
2	347.753,54	270.371,96	228.122,64	185.465,56
3	370.768,49	254.177,99	239.605,65	194.801,34
4	395.306,60	238.953,96	251.600,10	166.303,20
5	421.468,68	224.641,78	265.349,63	142.594,62
<b>TOTAL</b>	<b>1.855.339,33</b>	<b>1.635.943,85</b>	<b>1.202.404,81</b>	<b>866.178,37</b>

Fuente: Flujo de Caja

Elaborado por: La Autora

$$C/B = \frac{\sum \text{INGRESOS DEFLACTADOS}}{\sum \text{EGRESOS DEFLACTADOS}}$$

$$C/B = \frac{1.855.339,33}{1.202.404,81}$$

**C/B=1.54** → Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos, determinados en una relación de 1,68. Teóricamente se establece que por cada un dólar invertido se genera \$0.68 de utilidad.

### 5.9.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio representa el valor en la cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, por ende no existe, ni pérdida ni ganancias o también se puede decir, que es el nivel en el cual desaparecen las pérdidas y comienzan las utilidades o viceversa. El punto de equilibrio del presente proyecto se calcula aplicando la siguiente fórmula:

$$YPE = \left( \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE}{VENTAS}} \right)$$

$$YPQ = \left( \frac{COSTO FIJO}{\frac{PRECIO DE VENTA UNITARIO}{COSTO VARIABLE UNITARIO}} \right)$$

A continuación se presenta un cuadro en donde se clasifica en costos fijos y costos variables, para realizar su determinación.

**CUADRO N° 120: PLATO DE CUY**

RUBROS/AÑOS	1	2	3	4	5
COSTO FIJO TOTAL	63.106,85	66.306,29	69.474,31	72.565,40	76.944,05
COSTO VARIABLE TOTAL	77.100,42	82.245,95	87.678,87	93.502,63	99.714,21
CANTIDAD DE PRODUCTOS	9.120,00	9.335,23	9.555,54	9.781,05	10.011,89
COSTO VARIABLE UNITARIO	8,45	8,81	9,18	9,56	9,96
PRECIO DE VENTA	12,50	13,56	14,12	14,71	15,32
P.EQ. UNIDADES	15.600	13.957,78	14.037	14.082	14.342
P.EQ. MONEDA	194.992,52	189.278,16	198.278,56	207.186,81	219.784,41

**Fuente:** Consolidados de costos y gastos

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 121: PLATO DE CARNES COLORADAS**

RUBROS/AÑOS	1	2	3	4	5
COSTO FIJO TOTAL	63.106,85	66.306,29	69.474,31	72.565,40	76.944,05
COSTO VARIABLE TOTAL	22.727,08	24.274,10	25.870,34	27.603,49	29.453,76
CANTIDAD DE PRODUCTOS	9.120,00	9.335,23	9.555,54	9.781,05	10.011,89
COSTO VARIABLE UNITARIO	2,49	2,60	2,71	2,82	2,94
PRECIO DE VENTA	3,65	3,96	4,12	4,29	4,47
P.EQ. UNIDADES	54.704	48.936	49.188	49.397	50.363
P.EQ. MONEDA	199.430,70	193.553,29	202.646,81	211.972,59	225.107,28

**Fuente:** Consolidados de costos y gastos

**Elaborado por:** La Autora



**CUADRO N° 122: PLATO DE FRITADA**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
COSTO FIJO TOTAL	63.106,85	66.306,29	69.474,31	72.565,40	76.944,05
COSTO VARIABLE TOTAL	23.195,08	24.274,10	25.870,34	27.603,49	29.453,76
CANTIDAD DE PRODUCTOS	9.120,00	9.335,23	9.555,54	9.781,05	10.011,89
COSTO VARIABLE UNITARIO	2,54	2,60	2,71	2,82	2,94
PRECIO DE VENTA	3,65	3,80	3,96	4,12	4,29
P.EQ. UNIDADES	57.251	55.394	55.675	55.922	57.027
P.EQ. MONEDA	208.715,05	210.345,99	220.206,37	230.384,65	244.709,71

**Fuente:** Consolidados de costos y gastos

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N°123: PLATO DE TILAPIA FRITA**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
COSTO FIJO TOTAL	63.106,85	66.306,29	69.474,31	72.565,40	76.944,05
COSTO VARIABLE TOTAL	19.922,20	21.184,30	22.476,79	23.886,08	25.391,04
CANTIDAD DE PRODUCTOS	9.120,00	9.335,23	9.555,54	9.781,05	10.011,89
COSTO VARIABLE UNITARIO	2,18	2,27	2,35	2,44	2,54
PRECIO DE VENTA	2,60	2,71	2,83	2,94	3,07
P.EQ. UNIDADES	150.416	149.662	146.901	144.954	145.449
P.EQ. MONEDA	391.683,35	405.931,37	415.017,38	426.554,04	445.814,81

**Fuente:** Consolidados de costos y gastos

**Elaborado por:** La Autora

**CUADRO N° 124: PLATO DE CALDOS DE GALLINA**

<b>RUBROS/AÑOS</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
COSTO FIJO TOTAL	63.106,85	66.306,29	69.474,31	72.565,40	76.944,05
COSTO VARIABLE TOTAL	21.254,38	22.490,66	23.770,33	25.165,96	26.656,36
CANTIDAD DE PRODUCTOS	9.120,00	9.335,23	9.555,54	9.781,05	10.011,89
COSTO VARIABLE UNITARIO	2,33	2,41	2,49	2,57	2,66
PRECIO DE VENTA	3,65	3,80	3,96	4,12	4,29
P.EQ. UNIDADES	47.987	47.770	47.338	46.912	47.243
P.EQ. MONEDA	174.942,18	181.394,84	187.231,76	193.267,40	202.728,35

**Fuente:** Consolidados de costos y gastos

**Elaborado por:** La Autora

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

#### 6.1. Empresa

La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.

Para poder desarrollar su actividad la empresa necesita disponer de una tecnología la cual especifique que tipo de factores productivos precisa y como se combinan.

**GRÁFICO N° 35: LOGOTIPO**



A la empresa es “ hostería el Churo” S.A. es el nombre que se ha escogido, posterior al análisis del lugar donde se encuentra ubicado, servicios que va a ofertar y monto de capital a invertir.

#### 6.2. Beneficiarios

La implementación de esta nueva actividad económica tendrá beneficiarios directos e indirectos. Los primeros serán los gestores del proyecto, mientras que los segundos serán los que describimos a continuación:

- Los primeros beneficiarios indirectos serán los productores, porque tienen otra posibilidad de venta que los ya existentes, además la empresa pagará precios justos que les permita a estos, mejorar sus ingresos y lograr mayores beneficios económicos.
- En segundo lugar se beneficiarán los consumidores finales, al ofrecer productos de calidad y nutritivos, aptos para el consumo humano

### **6.3. Base Legal**

Los aspectos legales para la constitución y funcionamiento de la empresa “ hostería el Churo Cía. Ltda.”

**COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.** - Intervienen en la celebración de este contrato, los siete socios que conformaran la compañía y se hará constar los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad, y dirección domiciliaria. Declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada “HOSTERÍA EL CHURO” la misma que se registrá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y sus estatutos.

### CUADRO N° 125: LISTA DE SOCIOS

NOMBRES	APELLIDOS	NACIONALIDAD	ESTADO CIVIL	DOMICILIO
Luis Edgar	Morocho Cartagena	Ecuatoriano	Casado	Dolorosa de priorato
Rosa	Enríquez	Ecuatoriano	Casado	Dolorosa de priorato
Vinicio	Morocho Enríquez	Ecuatoriano	Casado	Dolorosa de priorato
Mariela	Morocho Enríquez	Ecuatoriano	Casado	Dolorosa de priorato
Marcelo	Morocho	Ecuatoriano	Casado	Dolorosa de priorato
Melida	Morocho Enríquez	Ecuatoriano	Soltera	Dolorosa de priorato
Anita	Morocho Enríquez	Ecuatoriano	Soltera	Dolorosa de priorato

**Fuente:** Propietario

**Elaborado por:** La Autora

#### 6.3.1. Determinación de la forma jurídica

La forma jurídica de será **Compañía de Responsabilidad Limitada**, con capacidad legal para realizar actividades de comercio, para lo cual son necesarios los siguientes requisitos:

#### Apertura de una cuenta

La apertura de la cuenta se lo realiza en principio para cumplir lo legal ya que para crear una Compañía de Responsabilidad Limitada se necesita un capital

social pagado de \$800 como mínimo según la ley de compañías. Este capital de la empresa es recuperable.

### **Elaborar de la minuta ante un abogado**

Se debe elaborar una minuta ante un abogado donde se detalla el capital social, los nombres de los socios, que como mínimo son tres y demás requisitos para este efecto.

### **Registrar en la notaria publica**

Luego de elaborar la minuta se debe elevar a escritura pública, para que se legalice la creación de la Compañía de Responsabilidad Limitada y donde estar presente la firma de un notario público y el detalle del capital social pagado.

### **Registro mercantil**

Continuando con la creación de la Compañía de Responsabilidad Limitada se debe realizar el registro mercantil. Un requisito indispensable si esta compañía desea celebrar un contrato con cualquier persona natural o jurídica.

### **Afiliación a la cámara de turismo**

Para poder operar en turismo en el Ecuador se necesita estar afiliado a la cámara de turismo.

## REGISTRO DE OPERACIÓN TURÍSTICA

Para poder funcionar en el Ecuador se necesita estar registrado en los siguientes.

### ➤ Registro ante el MINTUR

Según la Ley de Turismo. Capítulo II. Artículo 9. Registro Oficial No 97 del 27 de diciembre del 2002 *“El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, Cumpliendo con los requisitos que establece el reglamento de esta ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda”*.

### ➤ Licencia anual de funcionamiento

Las personas tanto naturales como jurídicas que preste servicios turísticos deberán renovar la licencia única anual de funcionamiento y la patente de operador en el ministerio de turismo.

Una vez realizado los trámites y procedimientos enumerados anteriormente, es necesario tener los siguientes requisitos para el funcionamiento de la empresa.

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria, constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias. Para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) con esta denominación el Servicio de Rentas Internas solicita:

1. Original y copia de cédula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación.
2. Para extranjeros original y copia del pasaporte con cualquier visa (excepto de transeúnte).
3. Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, o Pago del Impuesto Predial (año actual) o pago del servicio de Tv cable o telefonía celular o estados de cuenta que este a nombre del sujeto pasivo (contribuyente) de máximo tres meses atrás desde la fecha de emisión (no Servipagos)
  - ✓ Del domicilio actual y,
  - ✓ Del lugar en que realiza la actividad económica (si es el caso) contrato de arrendamiento legalizado o notariado por el inquilinato, donde conste obligatoriamente el número de RUC del arrendador.

Los requisitos para afiliar la empresa a la Superintendencia de Compañías son:

1. Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).
2. Copia de la cédula de ciudadanía
3. Listado de maquinarias y equipos valorados a precio de costo
4. Croquis de ubicación con la dirección exacta de la empresa

## **Patentes Municipal**

Para obtener la Patente Municipal son necesarios los siguientes requisitos:

1. Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
2. Copia de la cédula de ciudadanía Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
3. Cancelar el valor de la patente de acuerdo a la actividad de la empresa

## **Permiso de Funcionamiento de los Bomberos**

Conjuntamente con la patente municipal se cobra la Tasa de autorización de funcionamiento para el Cuerpo de Bomberos por un monto correspondiente al 10% del impuesto de patente, pero nunca será mayor de USD \$ 100,00. El valor recaudado será entregado al Cuerpo de Bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y Evaluación de los medios de prevención contra incendios, al fortalecimiento del Plan Fuego, a los programas de capacitación sobre prevención de incendios y a la Unidad Especializada de Quemados.

Los requisitos para la obtención de este permiso son:

1. Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de bomberos de Ibarra y adjuntar. Informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Ibarra.
2. Copia de la Patente Municipal
3. Copia de la cédula de ciudadanía si es persona natural o del representante Legal en el caso de persona jurídica.



4. Registro Único de Contribuyentes (RUC) original y copia, otorgado por el SRI
5. Copia de la inspección del año anterior en caso de existir

### **Permiso sanitario**

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario. Este documento es expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

### **Régimen tributario para PYMES**

En el Ecuador existe una estructura tributaria muy compleja que complica a las actividades. Por lo que es necesario realizar una estructura tributaria.

1. Impuesto a la renta
2. Impuesto al valor agregado
3. Impuestos a los consumos especiales
4. Impuestos municipales

### **Responsabilidad laboral**

Según el código de trabajo vigente en el país son obligaciones del empleador a continuación enumero las principales.

1. Pagar un sueldo en la cantidad que corresponde y a su tiempo.
2. Adecuar lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales.
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieran en el trabajo.
4. Respetar las asociaciones de los trabajadores.

5. Tratar a los trabajadores con la debida consideración.
6. Dar gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificado relativos a su trabajo.
7. Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar.

#### **6.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

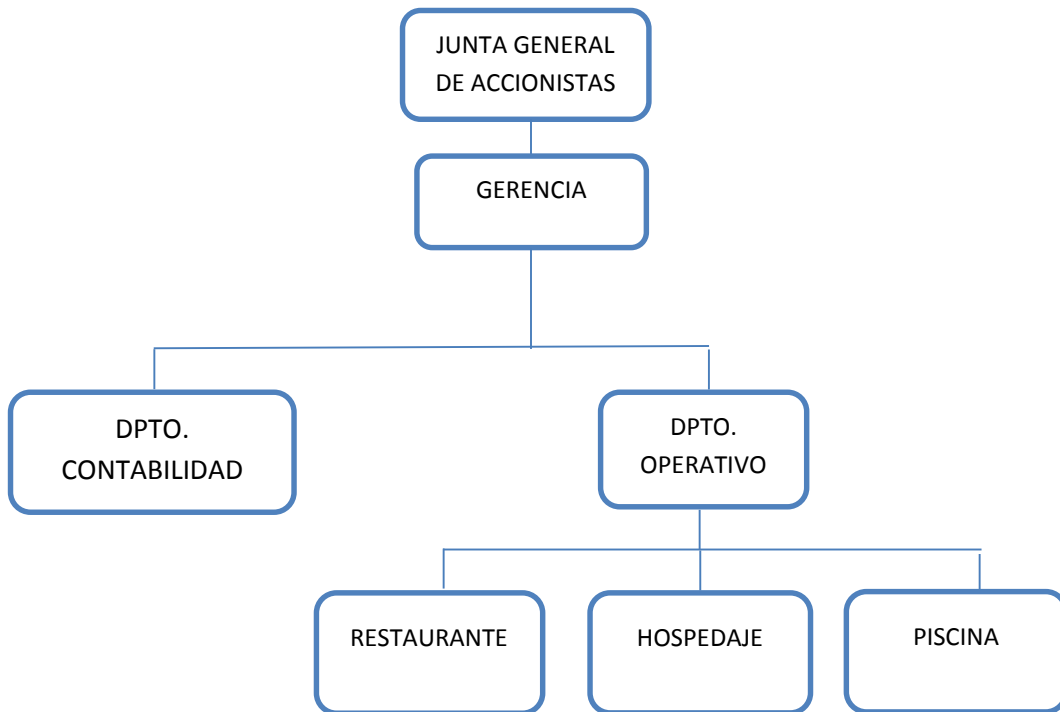
La organización es medio por el cual se derivan los niveles de autoridad y responsabilidad, además de que con esta base, es posible identificar aspectos como los niveles salariales y niveles de responsabilidad de las personas que conforman la organización

##### **6.4.1. Organigrama Estructural**

El organigrama es un gráfico que nos muestra la ubicación de los cargos y su responsable dentro de la organización.

La estructura de la empresa, se muestra en el organigrama a través de las áreas con las que está constituida.

**GRÁFICO N° 36: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



### **6.5. Descripción de perfiles y funciones del personal**

La descripción de perfiles y funciones del personal es indispensable ya que luego de conocer el organigrama debemos conocer funciones, requerimientos mínimos y demás aspectos de los cargos que se van a crear con la microempresa.

## a) IDENTIFICACIÓN DEL CARGO ÁREA ADMINISTRATIVA

### **Gerente – administrativo**

Departamento: Administrativo

Salario: \$ 659. 40

**Objetivo del Cargo:** Optimizar y organizar de manera eficiente y eficaz los recursos de la hostería.

#### **FUNCIONES**

- ✓ Representar a la organización tanto en lo legal como en lo administrativo.
- ✓ Establecer todos los mecanismos de funcionamiento administrativo y de recursos humanos necesarios para que las unidades técnicas reciban todo el apoyo y soporte de servicios logísticos que necesiten.
- ✓ Responsabilizarse de las tareas administrativas y logísticas de la microempresa.
- ✓ Desarrollar, conjuntamente con los colaboradores, un plan estratégico y velar para cumplirlo.
- ✓ Formular las políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con las compras, el almacenaje, y el mantenimiento de la hostería.
- ✓ Ejercer un efectivo control administrativo y financiero de los recursos de la Dirección Administrativa.
- ✓ Coordinar, supervisar, monitorear todos los procesos operativos; cocina, restaurant, cabañas, piscina, sala de eventos.
- ✓ Realizar otras funciones relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.

#### **PERFIL:**

##### **Profesionales:**

- ✓ Formación: educación superior
- ✓ Especialidad : Ingeniero comercial o afines
- ✓ Experiencia : Mínimo 2 años en cargos similares

##### **Personales:**

- ✓ Discreción y honestidad comprobadas.
- ✓ Muy buenas relaciones humanas.
- ✓ Capacidad de trabajo en equipo a nivel profesional.
- ✓ Habilidad administrativa y capacidad para dirigir personal.

## **b) IDENTIFICACIÓN DEL CARGO ÁREA CONTABLE**

### **Contador**

Sección: contabilidad

Salario: \$ 439.60

**Objetivo del cargo:** Manejar los recursos financieros con eficiencia y transparencia.

#### **FUNCIONES:**

- ✓ Llevar a cabo el registro de todas las operaciones contables de la Hostería
- ✓ Elaborar semestralmente los Estados Financieros e informes especiales que le sean solicitados.
- ✓ Velar porque los libros de contabilidad se mantengan al día.
- ✓ Dirigir el inventario del Activos cada seis meses.
- ✓ Mantener registro actualizado de la disponibilidad de fondos en las cuentas de la Microempresa.
- ✓ Registrar las Cuentas por Pagar.
- ✓ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.

#### **PERFIL**

##### **Profesionales:**

- ✓ Formación: Educación superior
- ✓ Especialidad : CPA
- ✓ Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares

##### **Personales:**

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Capacidad organizativa.
- ✓ Capacidad para resolver problemas.
- ✓ Discreción y honestidad comprobadas.

## **Cajera- Recepcionista**

Sección: contabilidad

Sueldo: \$ 349.48

Objetivo del cargo: Dar la mejor atención a los clientes

### **FUNCIONES**

- ✓ Recibir los pedidos en el restaurante
- ✓ Cobrar por los servicios entregados, tanto del restaurante, hospedaje y de la piscina
- ✓ Ayudar en el buen funcionamiento del restaurante
- ✓ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.

### **PERFIL:**

#### **Profesionales:**

- ✓ Formación: Secundaria
- ✓ Especialidad : Contabilidad
- ✓ Conocimientos en atención a los turistas
- ✓ Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares

#### **Personales:**

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Capacidad organizativa.
- ✓ Capacidad para resolver problemas.
- ✓ Discreción y honestidad comprobadas.

## c) IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PARA EL ÁREA OPERACIONAL

### **Jefe de cocina**

Sección: producción

Salario: \$ 439.60

**Objetivo del cargo:** Planificar y coordinar todas las actividades de producción de la microempresa

#### **FUNCIONES:**

- ✓ Coordinar con el departamento de comercialización lo necesario para la producción de servicios.
- ✓ Formular, junto con el gerente, las políticas, normas y procedimientos administrativos, relacionados con las compras, el almacenaje, y el mantenimiento de la planta física.
- ✓ Supervisar y controlar las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios.
- ✓ Dirigir estudios de reorganización administrativa para mantener actualizados los sistemas y procesos, según las necesidades de la microempresa.
- ✓ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.

#### **PERFIL**

##### **Profesionales:**

- ✓ Formación: Educación superior
- ✓ Especialidad : Ingeniero comercial o afines
- ✓ Conocimientos en la producción de servicios turísticos
- ✓ Experiencia : Mínimo 2 años en cargos similares

##### **Personales:**

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Capacidad organizativa.
- ✓ Capacidad para resolver problemas.
- ✓ Discreción y honestidad comprobadas.

## **Ayudante de cocina**

Sección: producción

Salario: \$ 349.48

**Objetivo del cargo:** Colaborar con el jefe de cocina en todo lo que requiera

### **FUNCIONES:**

- ✓ Colaborar con el jefe de cocina en las compras de bienes y servicios, así como su almacenamiento, oportuno suministro y control de los inventarios con respecto a productos destinados para su área de trabajo.
- ✓ Ayudar al chef a desarrollar los menús que crea necesario para el restaurant.
- ✓ Realizar otras tareas relacionadas con el puesto y que no hayan sido listadas en este documento.

### **PERFIL**

#### **Profesionales:**

Formación: Secundaria

- ✓ Conocimientos en atención a clientes
- ✓ Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares

#### **Personales:**

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Capacidad organizativa.
- ✓ Capacidad para resolver problemas.
- ✓ Discreción y honestidad comprobadas.



## **Mesero**

Sección: producción

Salario: \$ 349.48

**Objetivo del cargo:** Colaborar con el jefe de cocina y cajera en todo lo que requiera.

### **FUNCIONES:**

- ✓ Brindar la bienvenida y atención personalizada a clientes.
- ✓ Asignar una mesa buscando siempre la comodidad del cliente.
- ✓ Informar al cliente sobre el menú del día.
- ✓ Registrar adecuadamente los pedidos y pasar inmediatamente a cocina.
- ✓ Mantener limpias las mesas y ubicar de manera que se proyecte una buena imagen y ambiente agradable al cliente.
- ✓ Cuidar de del aseo integral del local.

### **PERFIL**

#### **Profesionales:**

- ✓ Formación: Secundaria
- ✓ Conocimientos en atención a clientes
- ✓ Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares

#### **Personales:**

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Capacidad organizativa.
- ✓ Capacidad para resolver problemas.
- ✓ Discreción y honestidad comprobadas.

## **Camarera**

Sección: producción

Salario: \$ 349.48

**Objetivo del cargo:** Planificar todo lo referente al uso de las habitaciones.

### **FUNCIONES:**

- ✓ Mantenimiento apto de las habitaciones
- ✓ Responsable del buen uso de los equipos de la empresa
- ✓ Promover los servicios y facilidades de la hostería
- ✓ Lavado de todos los artículos de habitaciones como alfombras y lencería
- ✓ Calendario de servicios
- ✓ Presupuesto de operaciones
- ✓ Coordinación de equipos de trabajo para mantenimiento del área de hospedaje

### **PERFIL:**

#### **Profesionales:**

- ✓ Formación: Secundaria
- ✓ Conocimientos en atención a los turistas
- ✓ Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares

#### **Personales:**

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Capacidad organizativa.
- ✓ Capacidad para resolver problemas.
- ✓ Discreción y honestidad comprobadas.

## **Guardia**

Sección: producción

Salario: \$ 349.48

**Objetivo del cargo:** Cuidado y vigilancia de toda la hostería

### **FUNCIONES:**

- ✓ Proteger a las personas como a la propiedad y toda clase de bienes
- ✓ Evitar en lo posible que sucedan siniestros y accidentes en general
- ✓ Poner en conocimiento del administrador o jefe superior de cualquier incidente o hecho delictivo o atentatorio.
- ✓ Velar por el funcionamiento de las actividades tanto de los clientes como del personal que labora en las instalaciones.

### **PERFIL:**

#### **Profesionales:**

- ✓ Formación: Secundaria
- ✓ Experiencia : Mínimo 2 años en cargos similares

#### **Personales:**

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Capacidad organizativa.
- ✓ Capacidad para resolver problemas.
- ✓ Discreción y honestidad comprobadas.

## **Jardinero**

Sección: producción

Salario: \$ 349.48

**Objetivo del cargo:** Manejo del mantenimiento de la hostería

### **FUNCIONES:**

- ✓ Cuidado de todos los espacios verdes de la hostería
- ✓ Mantenimiento de la piscina
- ✓ Programación de la limpieza por áreas
- ✓ Hacer presupuestos de para éstos trabajos
- ✓ Coordinar equipos de trabajo con el jefe inmediato superior
- ✓ Reportar cualquier anomalía dentro y fuera de las instalaciones

### **PERFIL:**

#### **Profesionales:**

- ✓ Formación: Secundaria
- ✓ Experiencia : Mínimo 1 años en cargos similares

#### **Personales:**

- ✓ Capacidad de trabajo en equipo.
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Capacidad organizativa.
- ✓ Capacidad para resolver problemas.
- ✓ Discreción y honestidad comprobadas.

## **6.6. Planificación estratégica**

### **6.6.1. MISIÓN**

“Brindar a todos nuestros clientes nacionales y extranjeros un servicios gastronómicos y de hospedaje de calidad y la oportunidad de realizar convenciones y eventos turísticos, empresariales, académicos y sociales, en nuestras instalaciones, contando con personal comprometido y motivado para brindar una eficiente atención, satisfaciendo las expectativas, al tener siempre presente valores como honestidad, honradez, responsabilidad y amabilidad, respaldados en la experiencia”.

### **6.6.2. VISIÓN**

“**Hostería El Churo Cía. Ltda.**” será una empresa que brindará el mejor servicio gastronómico, de hospedaje y recreación en un ambiente agradable de relajamiento y distracción; líder en el mercado a nivel local, cantonal y provincial, reconocido por nuestros clientes, alcanzando la excelencia y calidad en nuestros servicios, gracias a un personal preparado y de esta manera contribuir al desarrollo turístico del norte del país.

### **6.6.3. OBJETIVOS**

#### **6.6.3.1. Objetivo General**

Mejorar las condiciones productivas y de comercialización de la empresa optimizando recursos materiales y humanos, fortaleciendo el desarrollo turístico del cantón y la provincia realizando alianzas estratégicas entre entidades y organismos públicos y privados relacionados con el sector turístico.

#### 6.6.3.2. **Objetivos Específicos**

- Lograr el desarrollo integral de la empresa mejorando la calidad de servicios y rentabilidad de “**Hostería El Churo Cía. Ltda.**”
- Mejorar las condiciones de recepción de los visitantes locales nacionales y extranjeros que permita generar mayores ingresos que mejoren la rentabilidad del inversionista.
- Alcanzar el mayor margen operativo mejorando la cadena de valor desarrollando un sentimiento de empatía entre el personal y los futuros clientes.

#### 6.6.4. **Valores y principios**

Los principios y los valores permanentemente, están orientados a las diversas acciones corporativas cuyo afán es contribuir a la institución, que decide actuar bajo valores trascendentes y permanentes, al mismo tiempo, necesita estimular los cambios de la sociedad actual, generando una identidad que le permita constituirse como meta ineludible para convertirse en una empresa hotelera de calidad al servicio de quienes la demanden.

Los siguientes valores y principios son un marco de referencia para promover buenas prácticas éticas y evitar entornos irregulares dentro y fuera de la institución.

**Orientación hacia el servicio al cliente.**- Una permanente actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los clientes internos,

externos y consumidor final; así como una constante investigación de sus necesidades.

**Búsqueda permanente de la excelencia en los procesos, productos y servicios.**- Constante preocupación y ejecución de acciones concretas para suministrar productos y servicios que cumplan con las expectativas de los clientes en cuanto a tiempo, costo, calidad y eficiencia considerando la protección del medio ambiente.

**Transparencia interna y frente a la opinión pública.**- Actuación empresarial y de sus funcionarios en apego a la legalidad, criterios técnicos y principios éticos; así como una adecuada información a las instituciones interesadas y a la ciudadanía.

**Trabajo en equipo y convergencia de esfuerzos.**- Disposición de esfuerzos en procura de la realización de los objetivos estratégicos de la empresa, compatibilizando los objetivos individuales y grupales con los de la organización.

**Responsabilidad.**- Cumplir con los compromisos y obligaciones adquiridas con una persona, empresa o institución, grupo o sociedad, dando respuestas adecuadas a lo que se espera , yendo más allá de la obligación estricta y asumiendo las consecuencias de los actos,

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. Descripción

El análisis de impactos se realiza en el presente proyecto mediante la aplicación de una matriz de impactos como son: sociocultural, económico, ambiental, educativo y general, estableciendo al final una matriz general a fin de establecer, si el proyecto es aceptable.

La evaluación de impactos se realiza en función de las actividades realizadas y de los resultados previstos con el proyecto de creación de la hostería **“Hostería El Churo Cía. Ltda.”**

Determinados los impactos a evaluar se realizan los cálculos respectivos para identificar el nivel de impacto, con las escalas de puntuación para luego realizar el análisis de los diferentes impactos.

En la matriz se señala una valoración de -3 a 3 que se califica de acuerdo a los siguientes criterios:

**CUADRO N° 126: MATRIZ DE IMPACTOS**

<b>CRITERIOS PUNTAJE</b>	<b>SIGNIFICADO</b>
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo



El indicador se constituye por cada uno de los criterios que se adoptan con la finalidad de realizar el análisis de un determinado impacto.

## 7.2. Impacto Económico- Social

**CUADRO N° 127: MATRIZ DE IMPACTO ECONÓMICO – SOCIAL**

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO					
	-3	-2	-1	1	2	3
Fuentes de empleo						X
Estabilidad laboral					X	
Nuevas actividades económicas					X	
Desarrollo del lugar					X	
<b>TOTAL</b>					<b>6</b>	<b>3</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} \quad \frac{6+3}{4} = \frac{9}{4} = 2.3$$

De acuerdo al análisis; el nivel de impacto económico es positivo, por lo que la implantación de este proyecto generara, fuentes de empleo y por ende garantiza estabilidad laboral para todos los empleados en el lugar que va está situado generar nuevas actividades económicas y esto dará paso al desarrollo económico de la zona de implantación del proyecto.

### 7.3. Impacto Comercial

**CUADRO N° 128: MATRIZ DE IMPACTO COMERCIAL**

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO					
	-3	-2	-1	1	2	3
Inversión				X		
Rentabilidad					X	
Posicionamiento en el mercado				X		
Competitividad					X	
<b>Total</b>				<b>2</b>	<b>4</b>	<b>0</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} \quad \frac{2+4+0}{4} = \frac{6}{4} = 1.5$$

El nivel de impacto comercial es positivo, pero de acuerdo al análisis en lo que se refiere a inversión, esta es muy significativa por la caracterización del proyecto, en lo referente a la rentabilidad es buena considerando que la inversión es alta, y el posicionamiento del mercado es un poco dificultoso debido a que existe competencia en el lugar, y con respecto a la competitividad es un poco dificultoso porque en el sector existen empresas que se dicen a ofertar los mismos servicios, pero sus costos son muy elevados. Esta sería una ventaja para mi proyecto.

#### 7.4. Impacto Ambiental

**CUADRO N° 129: MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL**

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO					
	-3	-2	-1	1	2	3
Manejo de normas ambientales y manejo de desechos					X	
Implementación de normas de manufactura de alimentos						X
Políticas de comercialización y consumo de materiales y materia prima					X	
<b>TOTAL</b>				<b>0</b>	<b>4</b>	<b>3</b>

**Fuente:** Investigación Propia

**Elaboración:** La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} \quad \frac{0+4+3}{3} = \frac{7}{3} = 2.3$$

El proyecto concibe la aplicación de normas ambientales y manejo de desechos para el faenamiento y eliminación de desechos que los servicios que se van a brindar en esta área, por lo que tiene un impacto medio positivo. Se implantarán normas para un mejor tratamiento de los alimentos, con la finalidad de obtener materias primas e insumos de primera calidad, que garantizan la salud del cliente, se generará un impacto alto positivo.

El portafolio de oferta de la empresa se proyecta a la atención del mercado de la comercialización y prestación de servicios gastronómicos, de hospedaje y esparcimiento, con un afán de brindar un servicio de calidad al turismo en general, por lo que implementa también una política sana de competencia y oferta del servicio. Se prevé generar un impacto medio positivo alto.

## 7.5. Impacto general

**CUADRO N° 130: MATRIZ DE IMPACTO GENERAL**

INDICADOR	NIVEL DE IMPACTO					
	-3	-2	-1	1	2	3
Impacto socio-económico					X	
Impacto comercial					X	
Impacto ambiental					X	
<b>TOTAL</b>				<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaboración:** La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} \quad \frac{0+6+0}{3} = \frac{6}{3} = 2$$

En términos generales diríamos que el proyecto genera un nivel medio positivo, de acuerdo a la matriz de valorización, lo cual es muy bueno ya que se puede determinar que la creación de la hostería turística es viable en todos los aspectos.

## 8. CONCLUSIONES

- ✓ El diagnóstico situacional elaborado en la parroquia La Dolorosa de Priorato, Cantón Ibarra, permitió caracterizar a la zona donde estará situada la hostería y del área de influencia del Proyecto formulado. Se analizaron aspectos tales como: la historia de formación de la parroquia, su geografía, demografía, y sobre todo conocer de la actividad y desarrollo económico, todos estos datos fueron cimientos estables para ejecutar los siguientes pasos del proyecto. Se logró determinar que en La parroquia Dolorosa de Priorato, provincia de Imbabura, se dan las potencialidades económicas y turísticas suficientes como para implantar una hostería.
  
- ✓ Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado. Consultas bibliográficas y aportes personales que enfocan conceptos y definiciones importantes de los variados aspectos y variables descritas para la formulación del presente proyecto.
  
- ✓ El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda potencial insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por la nueva empresa a constituirse. Esta parte del estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada a la demanda, oferta, precios y formas de comercialización este tipo de servicio y lograr la satisfacción de los posibles clientes. Se identificó la demanda y oferta del servicio de hospedaje y recreación en Ibarra, dándonos una pauta positiva, para la creación de una hostería.

- ✓ En el estudio técnico, se estableció como lugar de constitución y funcionamiento de la hostería en la Parroquia Dolorosa de Priorato, del Cantón Ibarra, debido a que el servicio que se ofrecerá es de hospedaje y comida típica la parroquia es el sitio ideal, porque tiene una hermosa vista hacia la laguna de Yahuarcocha que es el centro turístico más visitados por turistas locales como extranjeros.
- ✓ En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible. Al inicio la inversión es alta pero se lograra recuperar en 3 años, 4 meses y 11 días; es decir dentro de los cinco años. Se tiene una tasa interna de retorno del 13.41% y un valor actual neto positivo de 71.569,45, costo beneficio se ubica en 1.54, de lo que garantiza la ejecución del proyecto para la creación de la hostería Turística “El Churo”.
- ✓ En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas de la hostería. Se definió el aspecto legal de creación de la empresa, su misión, visión, principios, las funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la compañía, por tal razón una vez establecido los términos de funcionamiento y organización no existirá errores y deslindo de trabajos ni de responsabilidades.
- ✓ El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable, en la zona de influencia como es la parroquia La Dolorosa de Priorato.

## 9. RECOMENDACIONES

- ✓ El lugar donde se pretende crear la Hostería, posee una vista impresionante, que debería ser aprovechada; ya que en la actualidad los turistas optan por los lugares tranquilos y rodeados de naturaleza.
- ✓ Se debe tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una empresa.
- ✓ Para satisfacer a la demanda es necesario, brindar un servicio de calidad; y a un más, cuando éste es muy escaso en la zona. Para darse a conocer se deberá realizar publicidad y de esta manera irse posesionando en el mercado, que debido a la escasa competencia no será tan difícil.
- ✓ El diseño de la hostería debe ser llamativo y atractivo, se debe tomar en cuenta la naturaleza y tratar de que sobresalgan algunos aspectos importantes del lugar como la cultura, costumbres y raíces. De esta manera se logrará atraer a los turistas amantes de nuevas alternativas.
- ✓ En lo que se refiere a inversión al inicio es una cantidad considerable, pero que en poco tiempo será recuperada. Se sugiere a los inversionistas o socios que ejecuten el proyecto con toda seguridad, ya que obtendrán beneficios en corto tiempo y brindarán empleo a varias personas que necesitan una fuente de ingreso.
- ✓ Una compañía debe tener establecido todos los parámetros de organización y funcionamiento; designado, estatutariamente, todas las

responsabilidades de cada empleado, para evitar problemas en el desarrollo de las actividades.

- ✓ Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes, en caso de que se presentaran.



## **BIBLIOGRAFÍA:**

- ✓ BARRERO Luis, “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos”, Primera Edición, Quito 2004, págs. 98,99.
- ✓ BACA Urbina Gabriel, “Evaluación de Proyectos”, págs. 204, 205,206.
- ✓ CALDAS, Marco, Preparación y Evaluación de Proyectos, Ecuador, 1995
- ✓ MINA, Manuel, metodología de investigación, Ecuador, 2008, pág. 145-159.
- ✓ CHIAVENATO, Idalberto, (2001); Iniciación de la Organización y Técnica Comercial
- ✓ CHIAVENATO, Idalberto, (2006); Fundamentos de la administración; Quinta edición.
- ✓ CHIAVENATO, Idalberto, (2007); Administración de Recursos Humanos; Octava edición
- ✓ DÍAZ, Hernando, (2002); Contabilidad General
- ✓ Gómez, Giovanni E. (2001), Contabilidad de Costos
- ✓ JACOBSON, Lyle. (1995), Contabilidad de Costos
- ✓ JOHN J. Wild (2007), Administración Financiera; Novena edición
- ✓ KOTTLER, Philip, (2008); Principios de Marketing; Doceava edición

- ✓ LAWRENCE J. Gitman, (2003); Principios de Administración Financiera; Décima edición.
- ✓ RAMIREZ, Angoitia. (2005), Contabilidad de Costos
- ✓ STANTON, Willian J. (2007); Fundamentos de Marketing; Décima edición

**LINKOGRAFÍA:**

- <http://www.sica.gov.ec/>
- <http://www.cna-ecuador.com>
- <http://www.bce.fin.ec/>
- <http://es.inec.gob.ec>
- <http://www.ministeriodeturismo.gob.ec>

# Anexos



**ANEXO N°1**  
**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

Encuesta se realizara a los Administradores o dueños de los diferentes complejos turísticos.

Recuerde: su información es muy importante y valiosa para esta investigación, por lo tanto su respuesta debe ser clara y verdadera.

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente las preguntas antes de su respuesta.

Marque con una X de acuerdo a su criterio.

La encuesta es anónima para la veracidad de su respuesta.

**Establecimiento**.....

**CIUDAD**.....      **FECHA**.....      **EDAD:** .....

1. La atención que ofrece a los clientes es:
  - Permanente ( )
  - Fines de semana y feriados ( )
  - Ocasionalmente ( )
2. ¿Para cuántas personas tiene capacidad su complejo turístico?
  - De 30 a 50 personas ( )
  - De 51 a 70 personas ( )
  - De 71 a 80 personas ( )
  - Más de 80 personas ( )
3. ¿Qué servicios presta usted a sus clientes?
  - Restaurante ( )
  - Hospedaje ( )
  - Piscina, sauna, turco ( )

- Área infantil ( )
- Canchas deportivas ( )
4. ¿Cuál es el número promedio de turistas y o clientes que semanalmente visita su establecimiento?
- De 50 a 100 ( )
- De 101 a 150 ( )
- De 151 a 200 ( )
- Más de 2001 ( )
5. ¿Cuáles son las temporadas o meses que el turista Visitas establecimiento?
- Enero ( )
- Febrero ( )
- Marzo ( )
- Abril ( )
- Mayo ( )
- Junio ( )
- Julio ( )
- Agosto ( )
- Septiembre ( )
- Octubre ( )
- Noviembre ( )
- Diciembre ( )
6. ¿qué precios ha fijado para el servicio de hospedaje?
- De \$15 a \$25 dólares ( )
- De \$25 a \$35 dólares ( )
- De \$35 a \$45 dólares ( )
- Más de \$50 dólares ( )
7. ¿Qué precios ha fijado para los servicios de restaurante?
- De \$ 8 a \$ 11 ( )
- De \$ 12 a \$ 15 ( )
- De \$ 16 a\$ 20 ( )
- Más de \$ 20 ( )
8. ¿cuál es el precio que ha fijado por el servicio de piscina por persona?
- De \$3 a \$5 dólares ( )

De \$5 a \$7 dólares ( )

Más de \$8 Dólares ( )

**9.** ¿Qué medios publicitarios utiliza para promocionar los servicios que ofrece?

Televisión ( )

Radio ( )

Prensa ( )

Afiches ( )

Internet ( )

Hojas volantes ( )

Otros ( )

**10.** Las utilidades que genera su establecimiento según su criterio son:

Altas ( )

Medias ( )

Bajas ( )

**Gracias por su Colaboración....**



**ANEXO N°2**  
**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Encuesta dirigida a los turistas que frecuentan la laguna de Yahuarcocha, que requieren un nuevo servicio turístico para que puedan disfrutar de un fin de semana familiar o de relajación.

La presente encuesta tiene por objetivo recopilar información y establecer la factibilidad para la creación de una hostería turística en la Parroquia Dolorosa de Priorato.

**INSTRUCCIONES:** Lea detenidamente las preguntas antes de su respuesta.

Marque con una X de acuerdo a su criterio.

La encuesta es anónima para la veracidad de su respuesta.

**ENCUESTAS A DEMANDANTES DE SERVICIOS HOTELEROS Y DE GASTRONOMÍA EN LA LAGUNA DE YAHUARCOCHA.**

**GENERO:** M ( ) F ( )      **EDAD:** .....      **FECHA:**.....

1. ¿conoce usted la laguna de Yahuarcocha ubicada en la ciudad de Ibarra?  
Si ( )  
No ( )
2. ¿Le gustaría pasar unos días o un fin de semana de vacaciones con su familia, en una hostería turística que le brinde todas las comodidades y requerimientos que usted necesita?  
Si ( )  
No ( )
3. ¿En compañía de quien visita la laguna de Yahuarcocha?  
Grupo familiar ( )  
Grupo estudiantil ( )  
Grupo de amigos ( )  
Otros ( )

4. ¿Visita lugares turísticos en feriados y días festivos?
- Siempre ( )
- A veces ( )
- Rara vez ( )
- Nunca ( )
5. Le gustaría hospedarse en un lugar donde haya:
- La vista a la laguna de Yahuarcocha ( )
- La vista a la ciudad ( )
- Aire puro y tranquilidad ( )
- Lugares de diversión ( )
6. ¿Qué número de días Ud. se queda hospedado en la ciudad?
- 1 Noche ( )
- 2-3 noches ( )
- 4-5 noches ( )
7. De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar por persona los servicios de Hospedaje?
- De \$ 8 a \$12 ( )
- De \$ 12 a \$16 ( )
- De \$ 16 a \$20 ( )
- Más de \$21 ( )
8. De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar por persona los servicios de Restaurante?
- De \$ 3 a \$ 5 ( )
- De \$ 5 a \$ 7 ( )
- De \$ 7 a \$ 9 ( )
- Más de \$10 ( )
9. ¿Qué tipo de gastronomía le gustaría que se sirviera en el lugar?
- Típica ( )
- Tradicional ( )
- Gourmet ( )
10. De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar por familia los servicios adicionales como: deporte, tour por la laguna de Yahuarcocha?



De \$3 a \$5 ( )

De \$5 a \$8 ( )

De \$8 a \$10 ( )

11. ¿Qué medios de comunicación utiliza para conocer los lugares turísticos?

Televisión ( )

Radio ( )

Internet ( )

Revistas ( )

Hojas volantes ( )

**Gracias por su Colaboración....**