



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL
TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERIA ECOTURÍSTICA UBICADA EN LA ZONA DE INTAG, PARROQUIA APUELA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial

AUTORES: KAREN ELIANA VERGARA TAQUEZ

NELLY JANETH ARIAS PERUGACHI

DIRECTOR: ECON. LUIS CERVANTES

IBARRA, 2017

RESUMEN EJECUTIVO

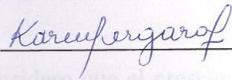
El presente estudio titulado, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERIA ECOTURÍSTICA UBICADA EN LA ZONA DE INTAG, PARROQUIA APUELA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”, se ha elaborado con la finalidad de determinar la factibilidad de la creación de una hostería ecoturística que brinde los servicios de hospedaje, alimentación y recreación en el sector. La investigación parte del diagnóstico situacional que ha permitido conocer las condiciones del entorno en el que se crearía la hostería. En el estudio de mercado, se identificó la demanda insatisfecha a la que nos podemos dirigir. En el estudio técnico, se determinó la localización, el tamaño y las inversiones del proyecto, determinando la conveniencia de que este se ubique en uno de los sectores de mayor actividad turística dentro de la Zona de Intag. Al realizar el estudio financiero se pudo comprobar la viabilidad, sustentabilidad y rentabilidad del proyecto. Para el análisis organizacional, se ha tomado en cuenta los aspectos administrativos y jurídicos respectivos. Concluyendo con el análisis de los impactos se pudo observar que estos son positivos, para los propietarios de la hostería ecoturística, la población y la zona de influencia del proyecto.

SUMMARY

The present study entitled "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF AN ECOTOURISTIC INN LOCATED IN THE AREA OF INTAG, PARLIAMENT APUELA, COTACACHI CITY, PROVINCE OF IMBABURA", has been elaborated with the purpose of determining the feasibility of the creation of an Ecotourism Inn, that provides the services of lodging, food and recreation in the sector. The investigation starts from the situational diagnosis that has allowed to know the conditions of the environment in which the inn would be created. In the market study, we identified the unsatisfied demand that we can address. In the technical study, the location, size and investments of the project were determined, determining the suitability of the project to be located in one of the sectors with the highest tourist activity within the Intag Zone. When carrying out the financial study, it was possible to verify the feasibility, sustainability and profitability of the project. For the organizational analysis, the respective administrative and legal aspects have been taken into account. Concluding with the analysis of the impacts it was observed that these are positive, for the owners of the ecotourism inn, the population and the zone of influence of the project.

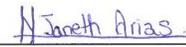
AUTORÍA

Nosotras, Karen Eliana Vergara Taquez y Nelly Janeth Arias Perugachi, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en el mismo.



Karen Eliana Vergara T.

C.I. 040135296-8



Nelly Janeth Arias P.

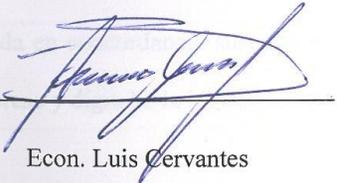
C.I. 100328162-1

CERTIFICACIÓN

En calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por las Señoritas **Karen Eliana Vergara Taquez** y **Nelly Janeth Arias Perugachi**, para optar por el título de **Ingeniería Comercial**, cuyo tema es “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERIA ECOTURÍSTICA UBICADA EN LA ZONA DE INTAG, PARROQUIA APUELA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación y evaluación por parte del Jurado Examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los treinta días del mes de Mayo de 2017.



Econ. Luis Cervantes

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

**CESIÓN DE DERECHOS DE LAS AUTORAS DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR
DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Nosotras, Karen Eliana Vergara Taquez, con cédula de identidad N° 040135296-8 y, Nelly Janeth Arias Perugachi, con cédula de identidad N° 100328162-1, manifestamos nuestra 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 autores del trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERIA ECOTURÍSTICA UBICADA EN LA ZONA DE INTAG, PARROQUIA APUELA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERO COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestras condiciones de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada en concordancia suscribo este documento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Karen Vergara

Karen Eliana Vergara T.

C.I. 040135296-8

Nelly Arias

Nelly Janeth Arias P.

C.I. 100328162-1

**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:

DATOS DEL CONTACTO	
Cédula de Identidad	100328162-1 040135296-8
Apellidos y nombres	Arias Perugachi Nelly Janeth Vergara Taquez Karen Eliana
Dirección	Comunidad Punyaro, Calle la tejería, Otavalo. Calle Guaranda S/N e Isla Santa Isabel, Ibarra.
E-mail	Janeth_ariasperugachi@hotmail.com Karenely_16@hotmail.com
Teléfonos fijos	062-925845 062-558329
DATOS DE LA OBRA	
Título	“Estudio de factibilidad para la creación de una hostería ecoturística ubicada en la zona de Intag, Parroquia Apuela, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura”
Autoras	Arias Perugachi Nelly Janeth Vergara Taquez Karen Eliana
Fecha	2017/05/30
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
Programa	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/>
Título por el que opta	Ingeniero Comercial
Asesor/Director	Econ. Luis Cervantes

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Nosotras, Karen Eliana Vergara Taquez, con cédula de identidad N° 040135296-8 y, Nelly Janeth Arias Perugachi, con cédula de identidad N° 100328162-1, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el repositorio digital institucional y con uso del archivo digital en la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la ley del educación superior artículo 144.

3. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización y se la desarrollo; sin violar derechos del autor de terceros por lo tanto la obre es original, y que son las autoras de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la universidad en caso de reclamos por parte de terceros.

Imbabura, Mayo del 2017.

AUTORAS:

Firma: *Karen Vergara*

Karen Eliana Vergara T.

C.I. 040135296-8

Firma: *Nelly Arias*

Nelly Janeth Arias P.

C.I. 100328162-1

DEDICATORIA

A nuestros padres por ser el pilar más importante de nuestras vidas, por su apoyo y motivación constante, a nuestros hermanos por acompañarnos en toda nuestra etapa universitaria y a cada una de las personas que nos ayudaron a salir adelante sin dejarnos solas en ningún momento.

Karen V. & Nelly A.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar agradecemos a Dios por darnos la vida y sobre todo por iluminarnos día tras día nuestro camino para poder cumplir con nuestros objetivos propuestos.

A la Universidad Técnica del Norte, en especial a nuestros profesores de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, quienes nos brindaron sus conocimientos para nuestra formación profesional.

Agradecemos al Economista Luis Cervantes, por compartimos sus conocimientos y oportunas sugerencias, que fueron de mucha ayuda para la realización de la tesis.

Karen V. & Nelly A.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de grado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOTURÍSTICA UBICADA EN LA ZONA DE INTAG, PARROQUIA APUELA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA", está conformado por los siguientes capítulos:

- (a) En el primer capítulo se realizará el Diagnóstico Situacional, que contiene, los antecedentes del diagnóstico, objetivos generales, objetivos específicos, las variables e indicadores relacionados en una matriz diagnóstica, el análisis de cada una de las variables y la matriz de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.
- (b) En el segundo capítulo, Marco Teórico se presenta el sustento teórico y científico de los conceptos de los temas a desarrollarse en el proyecto.
- (c) En el tercer capítulo, Estudio de Mercado se determinará la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha así como también el análisis de las estrategias de comercialización.
- (d) En el cuarto capítulo, Estudio Técnico que detalla donde está situado el proyecto, su micro y macro localización, la forma de cómo serán distribuidas sus áreas, los equipos, muebles, y menaje que se va a necesitar para equipar y poner en marcha la hostería.
- (e) En el quinto capítulo, el Estudio Económico- Financiero, determina la cantidad de la inversión en dólares, calculando los ingresos, egresos, costos y gastos lo que permite conocer la viabilidad en la implementación del proyecto a través de los indicadores financieros como son VAN, TIR, Costo-beneficio, IR, el periodo para recuperar la inversión y análisis de sensibilidad.

- (f) En el sexto capítulo, Estructura Administrativa, se establece parámetros de constitución de la empresa, misión, visión, valores institucionales y principales funciones y responsabilidades del personal.
- (g) En el séptimo capítulo, Impactos, se analiza los principales impactos positivos y negativos más relevantes que se presentarían en la ejecución del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

La zona de Intag perteneciente al cantón Cotacachi es un lugar donde la naturaleza, la cultura, las costumbres y la diversión se unen armoniosamente, para que quién lo visite, se lleve una maravillosa e inolvidable experiencia. Es un lugar que además de ofrecer sus exuberantes frutas tropicales, sitios ideales para pescar, le brinda la oportunidad de disfrutar de sus cálidas aguas termales y de sus paisajes montañosos. La mayoría de turistas que visitan esta zona llegan en busca de un turismo familiar, de aventura y de relajación.

A pesar del potencial turístico de la zona, la parroquia de Apuela se ve afectada por varios aspectos, como el incremento del índice de pobreza y el limitado desarrollo socio - económico el cual se evidencia en los habitantes de la parroquia quebrantando la poca esperanza de progreso. El posicionamiento económico de pocos sectores involucrados en la actividad turística crea un ambiente individual de competencia y rivalidad conllevando así a la desorganización y carencia de la calidad del servicio turístico, disminuyendo considerablemente el avance turístico de este sector. Los conocimientos empíricos de ciertos empresarios turísticos no han permitido la innovación y diversificación de los servicios hoteleros que ofrecen, la insuficiente preparación de los empleados acompañado de la poca cultura turística que tienen sus habitantes provocan inestabilidad empresarial que en el peor de los casos contribuye a la desaparición de establecimientos y por ende la disminución de ingresos económicos, y el retraso en el desarrollo socio- económico; causando un deficiente desarrollo de los deportes de eco turísticos en la parroquia de Apuela.

En la parroquia no existen grandes establecimientos hoteleros que ofrezcan servicios complementarios con excelencia, por lo que la instalación de la hostería ecoturística será de gran eficacia y tendrá muy buena acogida turística debido a los diferenciales que se ofrecerán. Además, en vista de la gran afluencia de turistas nacionales y extranjeros, se requiere de instalaciones adecuadas para cubrir las necesidades de alojamiento, alimentación y recreación, ya que cada vez se hace más notoria la necesidad de la gente por alejarse de los molestos ruidos de la ciudad.

Por esta razón la alternativa del “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERIA ECOTURÍSTICA UBICADA EN LA ZONA DE INTAG, PARROQUIA APUELA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”., permitirá ser un lugar donde sus características de infraestructura y decoración, permitirán a los clientes disponer de las facilidades e instalaciones necesarias, así como contar con el equipamiento adecuado. El servicio que se pretende ofrecer, tratará de satisfacer todas las necesidades de esa gran población que requiere de comodidad, confort y sobre todo de tranquilidad y paz. Todo esto contribuye a una mejor calidad de vida de los habitantes de la Parroquia de Apuela y se enmarca en el concepto de seguridad, salud, recreación, bienestar económico, conocimiento, aprovechamiento y goce de la infraestructura natural que nos proporciona la Zona.

OBJETIVOS

GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una hostería ecoturística ubicada en la Zona de Intag, Parroquia Apuela, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura con el fin de brindar servicio de alojamiento, alimentación y recreación al turista nacional y extranjero que visite la zona de Intag.

ESPECÍFICOS

- (a) Realizar un diagnóstico situacional para identificar las necesidades de la población objetivo a partir de la identificación e interpretación de aliados, oponente, oportunidades y riesgos
- (b) Definir las bases teóricas y científicas que sustenten la investigación.
- (c) Efectuar el estudio de mercado a fin de determinar la oferta, la demanda, la demanda insatisfecha, precios y competencia del proyecto.
- (d) Determinar el estudio técnico que establezca el tamaño, localización, inversiones, organización y estructura de la hostería en la parroquia de Apuela.
- (e) Evaluar los aspectos que determine la viabilidad de la creación de la hostería ecoturística a través de un estudio económico- financiero.
- (f) Determinar la incidencia de los impactos: social, económico, ambiental, tecnológico, cultural, técnico y turístico en la ejecución del proyecto.

INDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	II
SUMMARY.....	III
AUTORÍA	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN.....	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE LAS AUTORAS DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VI
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTOS	X
PRESENTACIÓN	XI
JUSTIFICACIÓN	XIII
OBJETIVOS.....	XV
Capítulo I. Diagnóstico situacional.....	1
1.1. Antecedentes del diagnóstico.....	1
1.2. Objetivos del diagnóstico.....	4
General.....	4
Específicos.....	4
1.3. Variables.....	5
1.4. Indicadores.....	5
1.5. Matriz Relación Diagnóstica.....	7
1.6. Mecánica operativa.....	8
1.7. Análisis de las variables diagnósticas.....	8
1.7.1. Antecedentes históricos.....	8

1.7.1.1.	Historia.....	8
1.7.2.	Antecedentes geográficos.....	9
1.7.2.1.	Ubicación	9
1.7.2.2.	Clima	10
1.7.2.3.	Altitud y Latitud	10
1.7.2.4.	Agua	10
1.7.2.5.	Vías de acceso.....	11
1.7.3.	Antecedentes demográficos	12
1.7.3.1.	Población Urbana.....	12
1.7.3.2.	Población Rural.....	12
1.7.4.	Datos socio-económicos	14
1.7.4.1.	Población económicamente activa.....	14
1.7.4.2.	Empleo.....	17
1.7.4.3.	Desempleo	17
1.7.4.4.	Salud	17
1.7.4.5.	Educación.....	18
1.7.4.6.	Infraestructura e instalaciones	19
1.7.4.7.	Sectores económicos	21
1.7.4.7.1.	Sector Agrícola	21
1.7.4.7.2.	Sector Industria.....	22
1.7.4.7.3.	Sector Servicios	23
1.7.5.	Análisis de las políticas públicas.....	30
1.7.6.	Análisis del aspecto legal- regulatorio	31
1.8.	Matriz AOOR	32
1.9.	Determinación de necesidades y oportunidades de inversión.....	32
Capítulo II.	Marco teórico	34

2.1. Marco teórico.....	34
2.1.1. Hostería.....	34
2.1.2. Ecoturismo	34
2.1.2.1. Categorías	35
2.1.3. Hostería eco turística	35
2.1.4. Empresa	36
2.1.4.1. Clasificación	37
2.1.4.1.1. Según su Actividad.....	37
2.1.4.1.2. Según su Capital.....	37
2.1.5. Microempresas	38
2.1.6. Estudio de factibilidad.....	38
2.2. Estudio de mercado	39
2.2.1. Mercado meta.....	39
2.2.2. Segmentación.....	40
2.2.3. Visitante	40
2.2.4. Demanda turística.....	41
2.2.5. Oferta turística	41
2.2.6. Demanda insatisfecha.....	42
2.2.7. Servicio	42
2.2.8. Precio	43
2.2.9. Marketing o comercialización	43
2.2.10. Plaza	44
2.3. Estudio técnico.....	44
2.3.1. Localización	45
2.3.1.1. Macro localización	45

2.3.1.2.	Micro localización	45
2.3.2.	Inversión del proyecto	46
2.3.2.1.	Materia prima	46
2.3.2.2.	Mano de obra directa	47
2.3.2.3.	Costos indirectos de fabricación.....	47
2.3.2.4.	Mano de obra indirecta	48
2.3.2.5.	Gastos administrativos	48
2.3.2.6.	Gastos de ventas.....	49
2.3.2.7.	Gastos financieros.....	49
2.3.3.	Utilidad bruta	50
2.3.4.	Utilidad neta.....	50
2.3.5.	Impuesto a la renta	51
2.3.6.	Capital de trabajo.....	51
2.3.7.	Tamaño del proyecto	52
2.3.8.	Capacidad instalada	52
2.3.9.	Activos fijos	53
2.3.9.1.	Terrenos.....	53
2.3.9.2.	Edificios.....	53
2.3.9.3.	Muebles y enseres	54
2.4.	Estudio financiero	54
2.4.1.	Estado de situación financiera	55
2.4.2.	Estado de resultados.....	55
2.4.3.	Estado de flujo de efectivo.....	56
2.4.4.	Tasa interna de retorno (TIR).....	56
2.4.5.	Valor actual neto.....	56

2.4.6.	Relación costo beneficio	57
2.4.7.	Periodo de recuperación de capital	57
2.4.8.	Punto de equilibrio.....	58
2.5.	Estructura administrativa.....	58
2.5.1.	Misión.....	58
2.5.2.	Visión.....	59
2.6.	Impactos.....	59
2.6.1.	Impacto económico	60
2.6.2.	Impacto social	60
2.6.3.	Impacto ambiental.....	61
Capítulo III. Estudio de mercado.....		62
3.1.	Introducción.....	62
3.2.	Objetivos del estudio de mercado	62
3.2.1.	General.....	62
3.2.2.	Específicos.....	63
3.3.	Variables Diagnósticas	63
3.4.	Indicadores.....	64
3.5.	Matriz del estudio de mercado.....	65
3.6.	Identificación del servicio	65
3.6.1.	Servicio de alojamiento.....	66
3.6.2.	Servicio de restaurante	66
3.6.3.	Servicio de recreación.....	66
Ecoturismo		67
3.6.4.	Valor agregado.....	69

3.6.4.1. Paquetes turísticos	69
3.6.7. Servicios sustitutos.....	71
3.7. Segmentación de mercado	72
3.8. Población (Universo).....	72
3.9. Muestra.....	74
3.10. Investigación de campo	75
3.10.1. Levantamiento de información.....	75
3.10.2. Análisis e interpretación de datos	76
3.11. Análisis de la demanda	90
3.11.1. Demanda actual	90
3.11.2. Proyección de la demanda.....	91
3.12. Análisis de la oferta.....	93
3.12.1. Capacidad instalada de alojamiento en el cantón Cotacachi	94
3.12.2. Oferta actual	95
3.12.3. Características de la oferta	97
3.12.4. Porcentaje de ocupación hotelera.....	98
3.12.5. Habitaciones reales ocupadas de los establecimientos de alojamiento de la zona de Intag en el año 2015	99
3.12.6. Cálculo de la capacidad de alojamiento de los establecimientos en la zona de Intag 101	
3.12.7. Proyección de la oferta	102
3.13. Demanda insatisfecha.....	103
3.14. Determinación del precio.....	103
3.15. Estrategias de comercialización	104

3.15.1.	Estrategia de Producto.....	104
3.15.2.	Estrategia de Plaza	105
3.15.3.	Estrategias de promoción	106
3.15.4.	Estrategias de Precio.....	107
3.16.	Conclusiones del estudio de mercado	107
Capítulo IV. Estudio técnico		108
4.1.	Introducción.....	108
4.2.	Objetivo General.....	108
4.3.	Objetivos Específicos.....	108
4.4.	Localización del proyecto.....	109
4.4.1.	Macro localización	109
4.4.2.	Micro localización	111
4.4.2.1.	Factores relevantes para la micro localización.....	111
4.4.2.1.1.	Selección del lugar	111
4.4.2.1.2.	Selección de factores.....	111
4.4.2.2.	Matriz de factores.....	112
4.5.	Tamaño del proyecto	116
4.5.1.	Factores que definen el tamaño del proyecto.....	116
4.5.1.1.	Existencia de mercado	116
4.5.1.2.	Disponibilidad de materia prima e insumos	117
4.5.1.3.	Inversión o financiamiento	117
4.5.1.4.	Mano de obra requerida.....	117
4.6.	Distribución de la planta	118
4.6.1.	Diseño de la planta.....	120

4.7.	Ingeniería del proyecto	120
4.7.1.	Procesos de prestación del servicio	120
4.8.	Inversiones del proyecto.....	125
4.8.1.	Inversiones en activos fijos	125
4.8.1.1.	Requerimiento de Terreno	125
4.8.1.2.	Construcción e instalaciones	125
4.8.1.2.1.	Instalaciones	125
4.8.1.2.2.	Construcción	126
4.8.1.3.	Requerimiento de maquinaria y equipos	127
4.8.1.4.	Muebles y enseres	128
4.8.1.5.	Equipo de computación.....	129
4.8.1.6.	Equipo de oficina	129
4.8.1.7.	Resumen de Inversiones en activos fijos.....	129
4.8.2.	Inversiones en activos diferidos.....	130
4.8.2.1.	Gastos de Constitución	130
4.8.3.	Inversiones en activos corrientes.....	130
4.8.3.1.	Materia prima directa.....	131
4.8.3.2.	Mano de obra directa	132
4.8.3.3.	Costos indirectos de fabricación.....	132
4.8.3.3.1.	Suministros y materiales.....	132
4.8.3.3.2.	Útiles de aseo.....	134
4.8.3.3.3.	Servicios básicos	135
4.3.4.	Gastos.....	136
4.3.4.1.	Administrativos.....	136
4.3.4.2.	Ventas	137
4.3.4.3.	Resumen de inversión en capital de trabajo	137
4.3.5.	Inversión total del proyecto.....	138

4.4. Financiamiento.....	138
4.4.1. Amortización de la deuda	139
4.4.1.1. Tabla de amortización.....	139
Capitulo V. Estudio financiero.....	143
5.1. Objetivo general	143
5.2. Presupuesto de ingresos.....	143
5.4. Presupuesto de Costos y Gastos	144
5.4.1. Presupuesto de costos operativos del servicio.....	144
5.4.1.1. Presupuesto de materia prima directa	144
5.4.1.2. Presupuesto de mano de obra directa	145
5.4.1.3. Presupuesto de CIF	146
5.4.2. Presupuesto de gastos operativos.....	146
5.4.2.1. Gastos administrativos	147
5.4.2.2. Gastos de venta	147
5.4.2.3. Gastos financieros.....	148
5.5. Estado de Situación Financiera	149
5.6. Estado de Resultados.....	150
5.7. Estado de Flujo de Efectivo.....	152
5.7.1. Presupuesto de caja (Cash Flow)	152
5.8. Indicadores financieros.....	155
5.8.1. TMAR.....	155
5.8.2. Valor Actual Neto.....	156
5.8.2. Tasa Interna de Retorno	157
5.8.3. Periodo de recuperación de la inversión	157

5.8.4. Relación Costo- Beneficio	158
5.8.5. Índice de Rentabilidad	158
5.8.6. Análisis de sensibilidad	159
5.8.7. Punto de equilibrio	159
5.8.7.1. Punto de equilibrio en unidades.....	159
5.8.7.2. Punto de equilibrio en dólares.....	161
Capítulo VI. Estructura administrativa.....	162
6.1. Objetivo.....	162
6.2. La Empresa	162
6.2.1. Nombre o Razón Social	162
6.2.2. Tipo de empresa	163
6.2.3. Creación de la empresa.....	164
6.2.4. Requisitos para su funcionamiento.	164
6.2.5. Aspecto legal para la formación de la sociedad civil	165
6.2.6. Base filosófica	166
6.2.6.1. Misión	166
6.2.6.2. Visión	166
6.2.6.3. Objetivos.....	167
6.2.6.4. Valores Corporativos	167
6.2.6.5. Estructura Orgánica Funcional.....	168
6.2.6.6. Manual de funciones	169
CAPÍTULO VII. IMPACTOS.....	179
7.1. Objetivo.....	179
7.2. Análisis de impactos.....	179
7.2.1. Nivel de impactos	179

7.2.1.1. Impacto económico	180
7.2.1.2. Impacto social	181
7.2.1.3. Impacto ambiental.....	182
CONCLUSIONES.....	183
RECOMENDACIONES.....	185
BIBLIOGRAFÍA.....	186
ANEXOS.....	193

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE COTACACHI.....	2
<i>GRÁFICO N° 2.</i> LÍMITES DEL CANTÓN COTACACHI.....	2
<i>GRÁFICO N° 3.</i> UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA ZONA DE INTAG.....	9
GRÁFICO N° 4. POBLACIÓN DEL CANTÓN COTACACHI POR PARROQUIAS 2001-2010.....	13
<i>GRÁFICO N° 5.</i> DIVISIÓN POLÍTICO- ADMINISTRATIVA POR PARROQUIAS DE LA ZONA DE INTAG.....	14
<i>GRÁFICO N° 6.</i> PEA POR PARROQUIA, CANTÓN COTACACHI.....	16
<i>GRÁFICO N° 7.</i> RANGO DE EDAD.....	76
<i>GRÁFICO N° 8.</i> NACIONALIDAD.....	77
<i>GRÁFICO N° 9.</i> VISITA TURÍSTICA.....	78
<i>GRÁFICO N° 10.</i> CONOCIMIENTO DE SERVICIOS.....	79
<i>GRÁFICO N° 11.</i> CONCURRENCIA DE VISITAS.....	80
<i>GRÁFICO N° 12.</i> IMPORTANCIA DE LOS SERVICIOS.....	81
<i>GRÁFICO N° 13.</i> ACEPTACIÓN DEL PROYECTO.....	82
<i>GRÁFICO N° 14.</i> INTERÉS EN SERVICIOS ADICIONALES.....	83
<i>GRÁFICO N° 15.</i> INTERÉS EN SERVICIOS ADICIONALES.....	84
<i>GRÁFICO N° 16.</i> FRECUENCIA DE VISITA.....	85
<i>GRÁFICO N° 17.</i> TIEMPO DE PERMANENCIA.....	86
<i>GRÁFICO N° 18.</i> PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO.....	87
<i>GRÁFICO N° 19.</i> COSTOS DE SERVICIO.....	88
<i>GRÁFICO N° 20.</i> COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO.....	89
<i>GRÁFICO N° 21.</i> PORCENTAJE MENSUAL DE OCUPACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE LUJO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN EL PERÍODO DE SEPTIEMBRE 2014 A JUNIO DE 2015.....	98
<i>GRÁFICO N° 22.</i> PORCENTAJE MENSUAL DE OCUPACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS DE PRIMERA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA EN EL PERÍODO DE SEPTIEMBRE 2014 A JUNIO DE 2015.....	99
GRÁFICO N° 23. MAPA DE MACROLOCALIZACIÓN.....	110
<i>GRÁFICO N° 24.</i> MAPA DE LA ZONA DE INTAG.....	110
<i>GRÁFICO N° 25.</i> MAPA DE LA PARROQUIA APUELA.....	115
<i>GRÁFICO N° 26.</i> DISEÑO DE LA PLANTA.....	120
<i>GRÁFICO N° 27.</i> ELEMENTOS DE UN DIAGRAMA DE PROCESOS.....	121
<i>GRÁFICO N° 28.</i> FLUJOGRAMA GENERAL DEL SERVICIO ECOTURÍSTICO.....	122
<i>GRÁFICO N° 29.</i> FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DE ALOJAMIENTO.....	123
<i>GRÁFICO N° 30.</i> FLUJOGRAMA DEL SERVICIO DE RESTAURANTE.....	124
<i>GRÁFICO N° 31.</i> ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL HOSTERÍA ECOTURÍSTICA “CAYAPAS”.....	168

INDICE DE TABLAS

TABLA N° 1	13
TABLA N° 2	15
TABLA N° 3	21
TABLA N° 4	69
TABLA N° 5	70
TABLA N° 6	70
TABLA N° 7	71
TABLA N° 8	72
TABLA N° 9	72
TABLA N° 10	73
TABLA N° 11	73
TABLA N° 12	74
TABLA N° 13	76
TABLA N° 14	77
TABLA N° 15	78
TABLA N° 16	79
TABLA N° 17	80
TABLA N° 18	81
TABLA N° 19	82
TABLA N° 20	83
TABLA N° 21	84
TABLA N° 22	85
TABLA N° 23	86
TABLA N° 24	87
TABLA N° 25	88
TABLA N° 26	89
TABLA N° 27	90
TABLA N° 28	91
TABLA N° 29	92
TABLA N° 30	92
TABLA N° 31	94
TABLA N° 32	96
TABLA N° 33	97

TABLA N° 34	100
TABLA N° 35	101
TABLA N° 36	102
TABLA N° 37	103
TABLA N° 38	104
TABLA N° 39	109
TABLA N° 40	113
TABLA N° 41	113
TABLA N° 42	114
TABLA N° 43	115
TABLA N° 44	117
TABLA N° 45	119
TABLA N° 46	125
TABLA N° 47	126
TABLA N° 48	127
TABLA N° 49	128
TABLA N° 50	129
TABLA N° 51	129
TABLA N° 52	129
TABLA N° 53	130
TABLA N° 54	131
TABLA N° 55	131
TABLA N° 56	131
TABLA N° 57	132
TABLA N° 58	132
TABLA N° 59	134
TABLA N° 60	135
TABLA N° 61	135
TABLA N° 62	135
TABLA N° 63	136
TABLA N° 64	137
TABLA N° 65	137
TABLA N° 66	138
TABLA N° 67	138
TABLA N° 68	139

TABLA N° 69	139
TABLA N° 70	144
TABLA N° 71	145
TABLA N° 72	145
TABLA N° 73	146
TABLA N° 74	147
TABLA N° 75	148
TABLA N° 76	148
TABLA N° 77	149
TABLA N° 78	149
TABLA N° 79	150
TABLA N° 80	152
TABLA N° 81	155
TABLA N° 82	155
TABLA N° 83	156
TABLA N° 84	156
TABLA N° 85	157
TABLA N° 86	157
TABLA N° 87	158
TABLA N° 88	158
TABLA N° 89	159
TABLA N° 90	160
TABLA N° 91	161
TABLA N° 92	165
TABLA N° 93	169
TABLA N° 94	170
TABLA N° 95	171
TABLA N° 96	171
TABLA N° 97	172
TABLA N° 98	173
TABLA N° 99	174
TABLA N° 100	175
TABLA N° 101	176
TABLA N° 102	177
TABLA N° 103	179

TABLA N° 104	180
TABLA N° 105	181
TABLA N° 106	182

Capítulo I. Diagnóstico situacional

1.1. Antecedentes del diagnóstico

En la época colonial Fray Pedro de la Peña, proyecta la creación de un nuevo cantón, este acometido se materializa en 1824 año en el que el territorio de Cotacachi es elevado a la categoría de cantón por Simón Bolívar. Según distintas creencias Cotacachi significaba cerro alto o torre, también en el idioma Cara significa “lago con las mujeres de mama”, en el quichua significa “sal en polvo”, este Cantón apareció como tal, el 25 de junio de 1822, confirmado el 24 de junio de 1842, pero sus habitantes toman en cuenta la cantonización del 06 de julio de 1861, en que se logra la cantonización iniciando así, su vida política administrativa con el nombre de Santa Ana de Cotacachi. Las fiestas más importantes son: Fiesta de Jora: 21 de septiembre; Fiesta del Inti Raymi: 21 de junio; fiestas de cantonización: 6 de Julio; mes de las culturas: Marzo. Cada año, en la segunda semana de septiembre, se celebra la tradicional Fiesta de la Jora, evento que recuerda el homenaje de los adoradores del Sol durante el equinoccio de septiembre. Las fiestas Inti Raymi se celebran en junio, con el baño ritual el cual es conocido como un acto de purificación dentro de su calendario agrícola junto con la cosecha del maíz, en esto se realiza manifestaciones de la cultura indígena por su colorido, vestuario, música y danza.

El cantón Cotacachi está ubicado al norte de Quito, capital del Ecuador, en la Provincia de Imbabura, es el cantón más extenso de los seis que conforman la Provincia con una superficie de 1809 km² aproximadamente. (Asociación de Municipalidades Ecuatorias [AME], 2016)



Gráfico N° 1. Localización Geográfica de Cotacachi

Mapa: Ubicación Geográfica de Cotacachi.

Fuente: (Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador [SIISE], 2016)

Limita al norte con el cantón Urcuquí; al sur con el cantón Otavalo y la Provincia de Pichincha; al este con el cantón Antonio Ante y al oeste con la Provincia de Esmeraldas. (‘‘Visita Ecuador’’ , 2015)



Gráfico N° 2. Límites del Cantón Cotacachi

Mapa: Límites del Cantón Cotacachi

Fuente: (Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador [SIISE], 2016)

El clima de la ciudad de Cotacachi es templado; tiene una temperatura promedio entre 15 y 18 °C, temperaturas que pueden descender o aumentar dependiendo de la época del año. Tiene como altitud: 2.418 m.s.n.m. y latitud: 0.3.

Para ingresar a Cotacachi se toma la vía panamericana de Otavalo a Ibarra encontrándose un desvío hacia el occidente y se tarda 15 minutos para llegar a la próspera ciudad.

Santa Ana de Cotacachi tiene 40.036 habitantes que corresponde a la totalidad de su población de acuerdo al censo 2010, de los cuáles el 50,18% (20.090) son hombres y el 49,82 % (19.946) mujeres. Además, los datos del último censo de población, realizado por el INEC 2010, el cantón de Cotacachi tiene un bajo crecimiento poblacional, debido a que, por su gran extensión territorial, la concentración de la población se focaliza en el área rural.

Cotacachi ofrece una experiencia única en compras de artículos y artesanías de cuero donde se puede encontrar chaquetas, carteras, calzado, maletaría, línea de viaje, cinturones y un sin número de productos finamente acabados. En el centro de la ciudad existe una gran cantidad de almacenes que exhiben elegantemente sus productos.

En el centro del cantón se encuentran sitios interesantes para la visita como el parque principal y la Iglesia Matriz, varios museos y una amplia zona peatonizada para disfrutar caminando. También el cantón cuenta con la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, que es una de las áreas de mayor riqueza florística y faunística del Ecuador. Por otro lado, incluye solo unos pocos tipos de ecosistemas acuáticos tales como los ríos Santiago, Cayapas, entre otros, además de esteros y lagunas (Cuicocha y Donoso de Piñán). Su privilegiada ubicación geográfica en las faldas del Volcán Cotacachi, permite visualizar un hermoso paisaje y disfrutar de un entorno natural inigualable; por lo cual Cotacachi ha sido declarado Cantón Ecológico y ha recibido varios

reconocimientos y galardones por su positiva gestión. (Asociación de Municipalidades Ecuatorias [AME], 2016)

Dentro del cantón se encuentra la zona de Intag que cuenta con irregulares paisajes que muestran en su parte alta las nieves eternas del Cotacachi (4.939 msnm), y en su parte baja se puede disfrutar de un clima subtropical, en ella se albergan una mega diversidad de ambientes naturales con una gama de bosques nublados, que se constituyen en el hábitat de numerosas especies endémicas. Es una reserva natural que permite la observación de flora y fauna exótica, esta zona se extiende hasta Esmeraldas en la costa. Es un lugar que además de ofrecer sus exuberantes frutas tropicales, paisajes únicos en el mundo, cuenta con ríos y sitios ideales para pescar, además le brinda la oportunidad de disfrutar de sus piscinas con cálidas aguas termales. (Mena, 2013).

1.2. Objetivos del diagnóstico

General

Realizar un diagnóstico situacional del entorno, para determinar la matriz con: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto.

Específicos

(a) Determinar los datos históricos, geográficos y demográficos de la Zona de Intag.

- (b) Establecer la situación socio- económica actual de la zona de Intag.
- (c) Describir los aspectos políticos para el emprendimiento.
- (d) Conocer el aspecto legal – regulatorio para la implementación de un servicio turístico en la parroquia de Apuela.

1.3. Variables

Nº	Objetivo	Variables
1	Determinar los aspectos históricos, geográficos y demográficos de la zona de Intag.	Antecedentes históricos, geográficos y demográficos
2	Establecer la situación socio- económico actual de Cotacachi y la Zona de Intag	Situación socio económica
3	Describir el aspecto político para el emprendimiento	Políticas públicas
4	Conocer el aspecto legal – regulatorio para la implementación de un servicio turístico en la parroquia de Apuela.	Aspecto legal

Elaborado por: Las Autoras

1.4. Indicadores

Nº	Variables	Indicadores
1	Antecedentes históricos, geográficos y demográficos	Historia Ubicación Clima Altitud Latitud Agua

2	Situación socio económica	Vías de acceso Población Urbana Población Rural Población Económicamente Activa Empleo Desempleo Salud Educación Infraestructura e Instalaciones Sector Agrícola Sector Industrial Sector Servicios Sector Turístico
3	Políticas públicas	Ministerio de Turismo Gobierno Provincial de Imbabura Ministerio del Ambiente Organismos de la Red Ecoturística de Intag
4	Aspecto legal	Constitución de la República del Ecuador Ley del Turismo Ley Ambiental

Elaborado por: Las Autoras

1.5. Matriz Relación Diagnóstica

Objetivo	VARIABLES	Indicadores	Fuentes de información	Técnicas	Informante
Determinar los aspectos históricos, geográficos de la zona de Intag.	Antecedentes históricos, geográficos y demográficos	Historia Ubicación Clima Altitud Latitud Agua Vías de acceso Población urbana Población rural	Secundaria	Investigación documental	Internet
Establecer la situación socio-económico actual de cotacachi y la zona de Intag	Situación económica	socio Población económicamente activa Empleo Desempleo Salud Educación Infraestructura e instalaciones Sector agrícola Sector industrial Sector servicios Servicios turísticos	Secundaria	Investigación documental	Inec
Precisar el apoyo de las políticas públicas a los emprendimientos turísticos	Políticas públicas	Ministerio de Turismo Gobierno provincial de Imbabura Ministerio del Ambiente Organismos de la Red Ecoturística de Intag	Secundaria	Investigación documental	Internet
Conocer el aspecto legal – regulatorio para la implementación de un servicio turístico en la parroquia de Apuela.	Aspecto legal	Constitución de la República del Ecuador Ley del Turismo Ley Ambiental	Secundaria	Investigación documental	Internet

1.6. Mecánica operativa

Se acudió a información documental para el desarrollo de la situación actual de la zona de Intag y del Cantón Cotacachi.

1.7. Análisis de las variables diagnósticas

1.7.1. Antecedentes históricos

1.7.1.1. Historia

En el período prehispánico, la zona de Intag fue parte de un hábitat selvático donde existían asentamientos dispersos de etnias que desaparecieron aproximadamente a finales del siglo XVII. Las etnias predominantes de esta área eran los llamados "Bolas Niguas" y especialmente la etnia "Yumba", que compartían los mismos hábitats. Los territorios ocupados por estas etnias se extendían hasta el noroccidente de la actual Provincia de Pichincha en Gualea, Nanegal, Pacto y otras zonas adyacentes a Intag.

En muchos lugares de Intag existían numerosas tolas, muestras del paso de indígenas que se establecieron en esta región. Las montañas en épocas pasadas sirvieron de refugios seguros en las batallas que se daban entre los distintos pueblos.

Desde sus inicios se crearon los caminos de herradura que han servido para penetrar en la zona y sacar los diversos productos a lomo de mula que hasta la actualidad se usa (Verdejo & Pillajo, 2012).

1.7.2. Antecedentes geográficos

1.7.2.1. Ubicación

El Área de Intag, es una zona subtropical de aproximadamente 1.462 Km²; ubicada en el pie de monte occidental de la cordillera de los Andes, en las jurisdicciones de los cantones Cotacachi y Otavalo -Provincia de Imbabura-, al Norte del Ecuador.



Gráfico N° 3. Ubicación Geográfica de la Zona de Intag

Mapa: Ubicación geográfica de la Zona de Intag

Fuente: (Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador [SIISE], 2016)

Geográficamente, se encuentra ubicada entre 0° 30' y 0° 20' de latitud norte; y, 79° 0' y 78° 20' de longitud Oeste.

Se caracteriza por una gran extensión geográfica con baja densidad poblacional, encontrando en las distancias y malas comunicaciones viales grandes limitantes para su desarrollo económico.

1.7.2.2. Clima

La zona de Intag presenta una gran diversidad de microclimas desde gélidos en la zona alta hasta tropical en la zona baja.

La temporada de verano es entre junio y septiembre. De octubre a mayo comprende la temporada más lluviosa, invierno.

1.7.2.3. Altitud y Latitud

La Zona de Intag es un área geográfica que presenta una formación topográfica irregular, con un rango altitudinal que va desde los 4.000 msnm., en los páramos asentados al pie del Volcán Cotacachi, hasta los 700 msnm., en la zona denominada “Los Manduriacos”, cubriendo una superficie de 1367 Km².

1.7.2.4. Agua

Río Intag

Está formado por las aguas de los ríos: Pamplona, Junín Aguagrún, San Pedro, Nangulví, Toabunche, y Cristopamba, que descienden del río Yanahurco, y la Cordillera del Toisan. Sus aguas poseen gran riqueza ictiológica apta para la pesca deportiva.

En la zona de Intag las principales fuentes abastecedoras son el río Intag con 15.098,86 l/s, donde 14.000 habitantes son beneficiarios de agua proveniente de Toisan¹⁰.

1.7.2.5. Vías de acceso

Para ingresar a Intag existen dos vías de acceso desde la ciudad de Otavalo:

La primera por la panamericana Norte a la altura de la entrada a la fábrica de cemento "HOLCIM ECUADOR S.A.", siendo un camino de primer orden hasta llegar a la fábrica, en adelante el camino es prácticamente de segundo orden (lastrado en algunos sectores); existe dos cooperativas de transporte público: Otavalo y 6 de Julio que salen de la ciudad de Otavalo con destino a la zona de Íntag, tomando un tiempo de viaje aproximado de 3 horas.

La segunda vía se encuentra a la altura del control de la laguna de Cuicocha (desvío izquierdo), este camino se encuentra en condiciones básicas, por lo que para ingresar por esta vía se necesita de un vehículo 4x4 en épocas de lluvia.

Cabe mencionar que el 6,84% de vías requieren reconstrucción y están localizadas en el sector urbano, mientras que el 93,16% están en el sector rural; el 23,94% de vías que requieren rehabilitación están localizadas en el sector urbano, mientras que el 76,06% se localizan en el sector rural.

En la zona de Intag, existe riesgo de deslizamientos en las vías que conducen a las parroquias rurales y en los alrededores de Apuela y Vacas Galindo; la vulnerabilidad aumenta ya que dichas parroquias albergan mayor cantidad de población y las viviendas sobre la carretera Apuela – Aguagrú han sido construidas muy cerca de taludes inestables.

Los ríos Ambi, Pichaví y Pitzambitza en la zona andina, presentan cauces con escarpes de pendiente fuerte, y se han formado terrazas de depósitos aluviales cuyo ancho va desde los 30 hasta los 150 metros en las partes más anchas de las riberas.

1.7.3. Antecedentes demográficos

Santa Ana de Cotacachi, tiene 40.036 habitantes que corresponden a la totalidad de su población de los cuales el 21,10% (8848) corresponden a la población urbana y el 77,9% (31188) para la población rural (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2014).

El cantón está organizado territorialmente en parroquias y comunidades o comunas y de manera espacial en zonas. Existen 10 parroquias, de las cuales 8 son rurales y 2 son urbanas.

1.7.3.1. Población Urbana

Las zonas establecidas y reconocidas son tres: Urbana, Andina e Intag. La zona urbana comprende las parroquias urbanas de San Francisco y El Sagrario, así como el área urbana de la parroquia de Quiroga (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014).

1.7.3.2. Población Rural

La zona andina comprende las parroquias rurales de Imantag, Quiroga y las comunidades rurales de la cabecera cantonal.

La población por parroquias se concentra en la cabecera cantonal con 17.139 habitantes, seguida de Quiroga con 5.561 habitantes, García Moreno 5.060, Imantag con 4.951, Apuela 1.824, 6 de Julio Cuellaje 1.780, Vacas Galindo 698, Plaza Gutiérrez 496.

En los últimos años, hubo una tendencia a aumentar la población en la cabecera cantonal y disminuir en cinco parroquias de menor cantidad de habitantes. (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014).

Tabla N° 1

Cuadro comparativo: Población de Cotacachi por parroquias 2001-2010

Año	2001	2010
Cotacachi	15.002	17.139
Apuela	1.909	1.824
García Moreno	4.682	5.060
Imantag	4.660	4.941
Peñaherrera	1.999	1.644
Plaza Gutiérrez	653	496
Quiroga	5.561	6.454
6 de Julio	1.903	1.780
Vacas Galindo	846	698

Fuente: (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014)

Elaborado por: Las Autoras

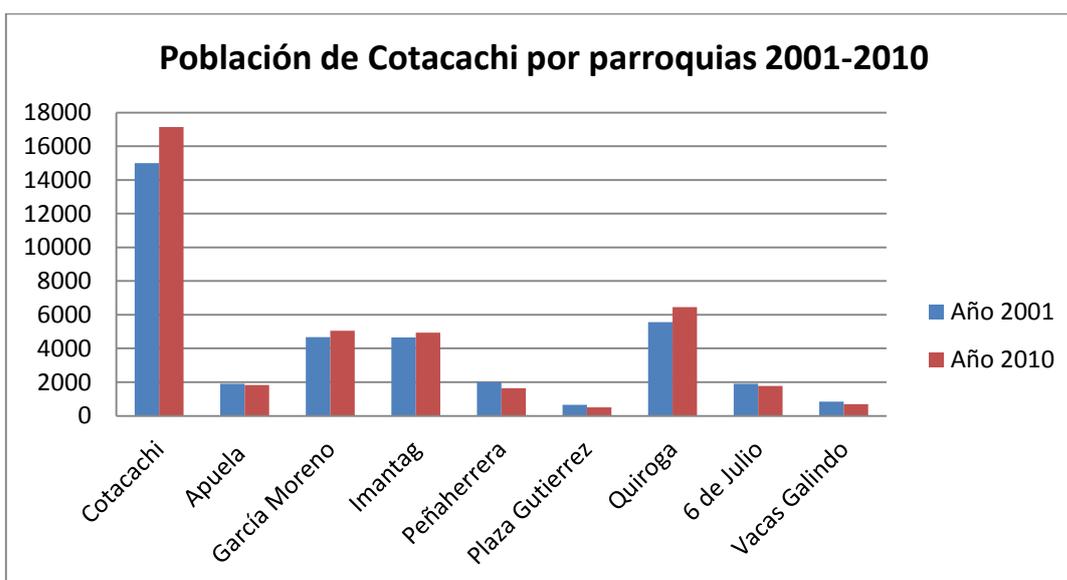


Gráfico N° 4. Población del Cantón Cotacachi por parroquias 2001-2010

Fuente: (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014).

Elaborado por: Las Autoras

La Zona de Intag está conformada por seis parroquias rurales de Apuela, Plaza Gutiérrez, Cuellaje, Peñaherrera, Vacas Galindo y García Moreno en el Cantón Cotacachi y una del Cantón Otavalo la parroquia Selva Alegre.

Su población asciende aproximadamente a 12.800 habitantes, el 32% del total del Cantón Cotacachi, de los cuales son hombres 50,2% y mujeres 49,8%.

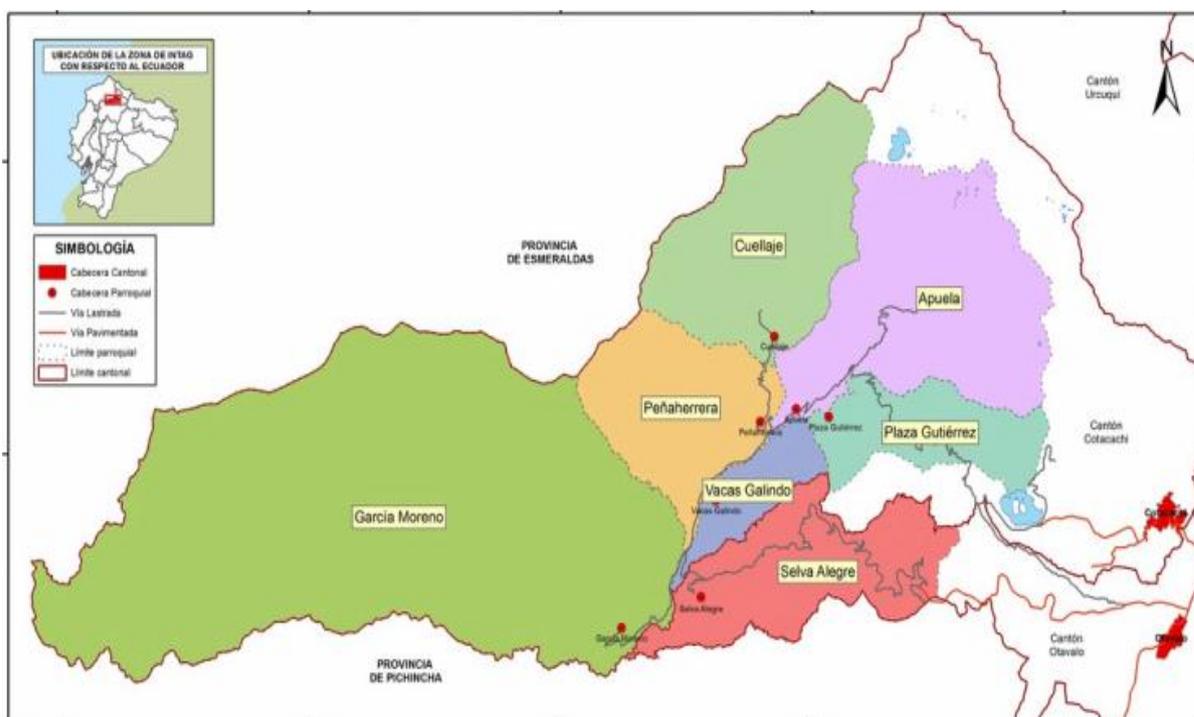


Gráfico N° 5. División político- administrativa por parroquias de la Zona de Intag

Mapa: Parroquias de la Zona de Intag

Fuente: (Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador [SIISE], 2016)

1.7.4. Datos socio-económicos

1.7.4.1. Población económicamente activa

A un nivel más desagregado se identifica a 22.118 habitantes que se encuentran en edad para trabajar, es decir la mayor concentración poblacional se encuentra en el rango de 15 a 64

años de edad, lo que impacta directamente en la definición de la Población Económicamente Activa, considerando a Cotacachi como un cantón joven.

De la población en edad de trabajar se determina que, la población económicamente activa PEA es de 14.967 que representan el 37.38% de la población total y el 8.87% de la población económicamente activa de la provincia de Imbabura.

La población económicamente activa del Cantón Cotacachi, se encuentra en 37.38%, en sus parroquias la PAE se encuentra distribuida en su cabecera cantonal con 46.06%, seguida de la Parroquia de Quiroga con un 15,77%, García Moreno con 11,89%; Imantag 11,18%; Peñaherrera 4,22%; Apuela 4,00%; Cuellaje 3,96%; Vacas Galindo 1,55% y Plaza Gutiérrez 1,38% (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2015).

Tabla N° 2
PEA por Parroquia, Cantón Cotacachi

PEA POR PARROQUIA	
Parroquia	Número de habitantes
Cotacachi	6.894
Apuela	599
García Moreno	1.779
Imantag	1.673
Peña herrera	632
Plaza Gutiérrez	206
Quiroga	2.360
6 de Julio	592
Vacas Galindo	232
Total PEA Cantón	14.967

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2015).

Elaborado por: Las Autoras

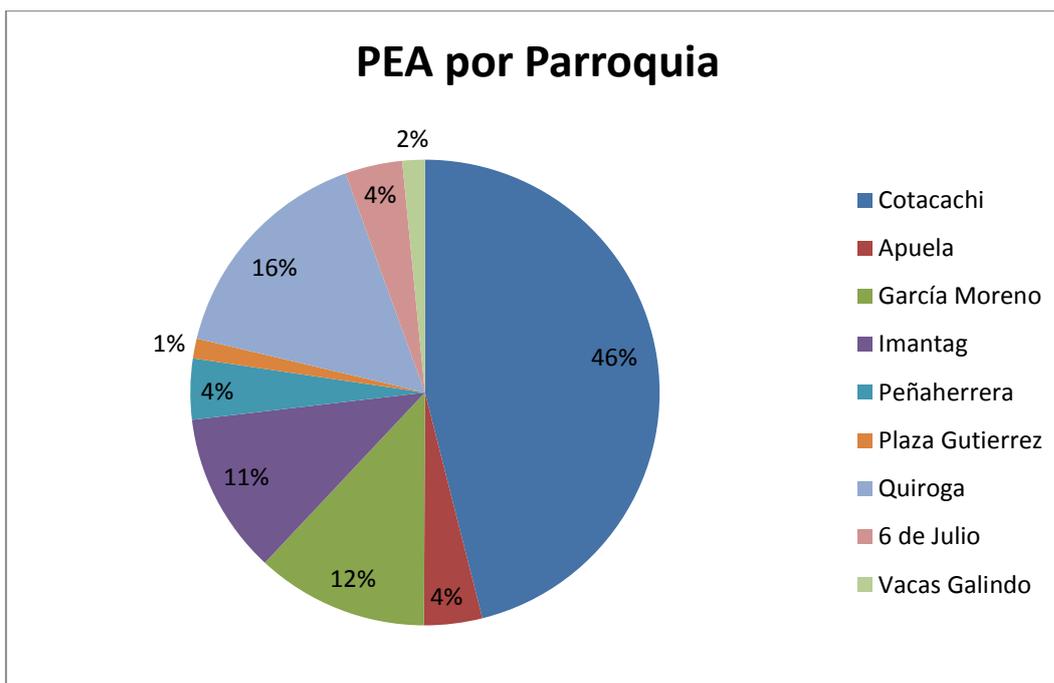


Gráfico N° 6. PEA por Parroquia, Cantón Cotacachi

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2015).

Elaborado por: Las Autoras

El cantón Cotacachi, se caracteriza por ser agrícola, se evidencia entonces que una de cada dos personas de la población económicamente activa, se encuentra ubicada en la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca 40,4%; seguida de las industrias manufactureras que tiene un 16,5%; comercial al por mayor y menor 9,8%; construcción 9,1%.

En menor porcentaje está la enseñanza 4,3%, actividades de los hogares como empleadores 3,9%, transporte y almacenamiento 3,3%, administración pública y defensa 2,9%, actividades de alojamiento y servicio de comidas 2,7%, actividades de la atención y la salud humana 1,6% y otras actividades 5,4%.

Además, las principales actividades que generan mayor ingreso en el cantón son el comercio al por mayor y menor y la reparación de vehículos automotores y motocicletas 40,5%, las actividades de salud humana y asistencia social con el 22,2% y las actividades de alojamiento y de servicio de comidas con el 22,2%. (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014).

1.7.4.2. Empleo

Los datos de empleo a nivel nacional para el tercer trimestre apuntan a un fuerte incremento del empleo pleno: alza de 240 mil en relación a un año atrás, sin embargo se refleja un débil incremento de la población económicamente activa: sólo creció 63 mil cuando debido al incremento de la población en edad de trabajar debían haber aumentado por lo menos en 120 mil. (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014)

1.7.4.3. Desempleo

El desempleo a nivel nacional es de 7,4% en el tercer trimestre del año 2010. Se puede observar que, el índice más alto de pobreza por necesidades básicas insatisfechas, es en García Moreno 96%; luego está en Imantag con 94,9%; Apuela 90,2%; Plaza Gutiérrez 88,1%; Cuellaje 87,8%, Peñaherrera 85,9%; Quiroga 70,1%; y, Cotacachi 64,1%; entonces se evidencia que la pobreza es más alta en las zonas rurales; y, comparado a Cotacachi como cantón la pobreza es del 77,7% y en la provincia llega al 58,18%. (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014)

1.7.4.4. Salud

En el cantón y únicamente en la cabecera cantonal, existe un Centro de Salud: Hospital denominado “Asdrúbal de la Torre” que es administrado por el Ministerio de Salud Pública. El Hospital presta el servicio de consulta externa, emergencias y hospitalización, de acuerdo a la aplicación de radios de influencia (1500 m por la OMS), el hospital cubre toda el área urbana.

Además, existen 7 centros de Salud Rurales del Ministerio de Salud Pública, localizados en las cabeceras parroquiales de: Apuela, García Moreno, Imantag, Peñaherrera, Quiroga, Cuellaje, y en la comunidad Las Golondrinas.

Existen puestos de Salud de las comunidades: Plaza Gutiérrez, Vacas Galindo, Chalguayaco, Chontal, Naranjal y Magdalena; de estas últimas cuatro comunidades, aún no están funcionando legalmente, es decir con el sustento de registro oficial (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014).

1.7.4.5. Educación

En cuanto al sistema educativo de Cotacachi se encuentra en la parroquia San Francisco, 11 instituciones educativas, de las cuáles una es de sostenimiento particular. En la parroquia el Sagrario se ubican 14 instituciones educativas fiscales, una fisco misional y una particular; en Quiroga encontramos 15 establecimiento educativos; En la parroquia Peña herrera existen 11 instituciones educativas; En García Moreno 33 establecimientos siendo dos de ellos de sostenimiento fisco misional; en Vacas Galindo 5 instituciones educativas; 6 de Julio de Cuellaje 8 planteles de educación; en Plaza Gutiérrez, cinco; en Imantag 10 establecimientos educativos, además se cuenta con la Unidad Educativa del Milenio Sumak Yachana Wasi; en Apuela existen 10 instituciones educativas, siendo una de sostenimiento fiscomisional.

Además en Cotacachi la escolaridad se ve reflejada en 91,05% de asistencia a establecimientos educativos de educación Básica (94,88%\$ urbana y rural 90,25%). Mientras que en el caso del Nivel de Asistencia de Educación Bachillerato la tasa de asistencia es del 42% (sector urbano 64% y Rural 36, 66%). En cuanto al porcentaje de analfabetismo en el Cantón se registra el 18, 70% de analfabetos, derivándose en urbano 5,54 %, rural 22, 96%.

La población masculina representa el 15,05 y la femenina el 22,35%, El cantón tiene el mayor porcentaje de analfabetismo a nivel de los cantones de la provincia de Imbabura. (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014)

1.7.4.6. Infraestructura e instalaciones

Alcantarillado: El porcentaje de viviendas con acceso a la red de alcantarillado en el cantón es de 37,69%; mientras que la media provincial es 63,74%; media región 62,2% y media nacional 48,50%. Esto significa que la cobertura cantonal es inferior a las medias provincial, regional y nacional. En cuanto a tratamiento de aguas negras se observa que el 38% de la población tiene sistema de alcantarillado abarcando en su mayoría a la zona urbana y cabeceras parroquiales, el 62% cuenta con otros sistemas como pozo ciego y pozo séptico.

Calidad del Agua: Con base en un análisis microbiológico realizado a las Juntas administradoras de agua potable de Cotacachi, el 57% de la población cuenta con agua en buenas condiciones, un 27% en medianas condiciones y un 16% en malas condiciones especialmente en la Parroquia de García Moreno, en el sector de Las Golondrinas, en los poblados de La Independiente, Santa Rosa, 8 de Julio y Chalguyacu Alto, donde no cuentan con un sistema de agua y la población se abastece del líquido de pozos abiertos sin protección.

Agua para el consumo humano: En el cantón Cotacachi, el 37,30% de las viviendas tienen acceso al agua entubada por red pública; este porcentaje está por debajo de la media provincial (60,45%), regional (56,3%) y nacional (47,9%). En la zona urbana se cuenta con dos plantas de tratamiento, en la casa del agua y en Quiroga. Actualmente la municipalidad dispone de un laboratorio de análisis de agua mediante el cual se lleva un control permanente de la calidad del agua.

A nivel rural los sistemas de agua no tienen plantas de tratamiento, solo en algunos casos tanques sedimentadores y aplicación de cloración, en estos lugares no se realizan análisis de calidad de agua, esto se debe a los costos elevados de construcción ya que no se han puesto en práctica modelos alternativos de purificación de agua a nivel familiar, los actuales modelos de diseños de construcción de sistemas de agua son comunitarios y por la dispersión geográfica no tienen buenas coberturas.

Recolección de desechos sólidos: El promedio del cantón, que poseen servicio de recolección de basura por carro recolector es de 58.79%, existiendo un gran porcentaje de diferencia en el área urbana ya que llega casi en su totalidad con un 97.40%, mientras que en el área rural existe un gran déficit ya que apenas se puede intervenir en un 46.24%.

Energía eléctrica: La cobertura de energía eléctrica en el cantón es de 69,45% de acuerdo al Infoplan 2001, esto significa que la cobertura cantonal, es inferior a la media provincial (89,60%), regional (92,9%) y nacional (90,8%). De los cuales el 86% de las viviendas del sector urbano, tienen el servicio eléctrico, mientras que en lo rural la media es de 92,38%. Esto significa que el sector rural está en mejores condiciones de cobertura del servicio eléctrico que el urbano.

Telefonía y comunicaciones: El porcentaje de familias con servicio de telefonía en el cantón es del 20,50%, es un porcentaje que se encuentra por debajo de la media provincial (29,77%), regional (39,1%) y nacional (32,2%). El 39% de las viviendas del sector urbano cantonal, tienen el servicio telefónico, mientras que en lo rural la media es de apenas del 21,25%. Según los datos proporcionados por CNT 2010, en el cantón el porcentaje de viviendas con servicio de internet es 3,98%, lo que significa que existe un escaso servicio de internet y transmisión de datos. En las parroquias rurales, existe servicio de internet, es decir parte de la

comunidad ya maneja el internet, sin embargo, en la zona de Intag existe poca cobertura de telefonía celular. (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014)

1.7.4.7. Sectores económicos

Los sectores productivos o económicos son las distintas ramas o divisiones de la actividad económica, atendiendo al tipo de proceso que se desarrolla. En el cantón Cotacachi se distinguen tres grandes sectores denominados primario, secundario y terciario.

Tabla N° 3

Clasificación de los Sectores productivos, Cantón Cotacachi

Primario (Agrícola)	Secundario (Industrial)	Terciario (Servicios)
Uso y cobertura de suelo	Artesanal	Turismo
Unidades agropecuarias	Pequeña industria	Servicios
Aptitud del suelo	Industria	Comercio
Categorías ocupacionales del uso del suelo		

Fuente: Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, Cotacachi 2014-2020.

Elaborado por: Las Autoras

1.7.4.7.1. Sector Agrícola

La actividad económica principal en Cotacachi es la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; debido a que la mayor concentración de la población se encuentra en el sector rural (77.9%) de pequeños agricultores que cultivan sobre todo maíz, fréjol, papa, arveja, trigo y cebada, en las partes altas; y en las partes bajas se produce café, caña, madera y ganadería.

La agricultura de la región de Intag es mayormente autosuficiente, aunque también una parte importante va a los mercados exteriores como Otavalo e Ibarra. La agricultura de Intag también está emergiendo en los mercados de exportación. Debido a la gran variedad altitudinal de la zona, pueden sembrar productos agrícolas, tales como: frutas tropicales, café, cacao, maíz, frijol, papa, tomate de árbol, la caña de azúcar, banano y naranjillas. Además crían vacas, cerdos, gallinas y cuyes.

Intag también produce café de sombra de comercio justo que se vende en Ecuador y también se exportan al exterior. Los residentes también tejen a mano artesanías tales como bolsas, carteras y cinturones de las fibras de la planta de cabuya para la venta local y en Otavalo, y también para exportación a Japón y los EE.UU. Un grupo de mujeres en Rosal produce jabones y champús hechos a mano, y también hay un proyecto en marcha para construir pequeñas represas hidroeléctricas en la región para utilizar los ríos de Intag para generar electricidad. Asimismo, eco-turismo se está convirtiendo en un importante motor de la economía de la zona. Los pobladores de Junín han construido una cabaña que permite a los turistas disfrutar el bosque tropical nublado. Estos bosques mismos son el blanco de la explotación minera. (Corporación Nacional del Cobre [CODELCO], 2012).

1.7.4.7.2. Sector Industria

Dentro del sector industria se encuentra la segunda actividad económica en abarcar mayor número de trabajadores que es la industria manufacturera, siendo la producción artesanal en cerámica, tejidos, canastas, esteras, lana y cuero la actividad que simboliza al cantón misma que se encuentra ubicada en la zona urbana y a la vez enfrenta problemas relacionados principalmente con calidad, precio y sobreoferta.

El cantón Cotacachi, produce 8 de los 15 productos de la sección de alimentos y bebidas de la canasta básica en Ecuador, por lo tanto tiene un abastecimiento local y el excedente es comercializado con los mercados fundamentalmente de Otavalo e Ibarra, importa productos como pescados y mariscos, grasas y aceites comestibles.

Dentro del rubro de indumentaria, importa telas y accesorios y al contar con dos centros artesanales de corte y confección, se elabora prendas de vestir pues hay mano de obra calificada al interior del cantón. (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014).

1.7.4.7.3. Sector Servicios

El sector terciario está comprendido por actividades relacionadas con los servicios, dentro de los cuales en Cotacachi se identificaron varias, como por ejemplo el comercio al por mayor y menor, actividades de alojamiento y servicio de comidas, transporte, enseñanza, turismo y entre otras actividades.

Dentro de las actividades de alojamiento en el cantón existen lugares para alojarse como por ejemplo:

- (a) Hostales de primera, segunda y tercera categoría.
- (b) Cabañas de segunda y tercera categoría.
- (c) Hosterías de primera y segunda categoría, hoteles de primera categoría.
- (d) Hostal residencia de primera y segunda categoría.

1.7.4.7.3.1. Sector turístico

La cadena productiva del turismo en Cotacachi está conformada por: servicios de alojamiento comunitario, alojamiento familiar, alimentación, transporte (terrestre) en vehículo, visitas guiadas a espacios naturales y comunidades rurales, actividades de turismo de aventura, paseos en bicicleta y paseos a caballo, turismo místico (medicina ancestral), actividades culturales de música y danza para los turistas, producción y venta de artesanías y plantas medicinales, actividades agrícolas para consumo del turismo.

Cabe mencionar la relevancia de Otavalo, Cotacachi e Ibarra como destinos turísticos en el contexto nacional, tanto para visitantes nacionales como internacionales (Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial, 2014).

En la zona de Intag, existen establecimientos que prestan servicios de alojamiento, entre ellos, paraderos, complejos, cabañas, albergues comunitarios, hoteles comunitarios y hostales, los cuales cuentan con precios de acuerdo a los servicios que ofrecen. (Plan Estratégico de Turismo de Intag, 2014)

1.7.4.7.3.1.1. Ventajas turísticas

- (a) Recursos hidrológicos.
- (b) Lugares paradisíacos.
- (c) Diversidad geográfica, climática, cultural.
- (d) Poseedor de una historia milenaria, con usos y costumbres tradicionales muy singulares y sobre todo con una población muy trabajadora y activa.
- (e) Distancias cortas.
- (f) Operadoras turísticas que actúan como intermediarias para la venta de paquetes turísticos con el fin de facilitar al turista la organización de sus vacaciones.

1.7.4.7.3.1.2. Desventajas turísticas

- (a) La pérdida cultural de las comunidades.
- (b) La contaminación medioambiental.
- (c) La falta de concientización de la comunidad.

1.7.4.7.3.1.3. Promoción del turismo

A fin de trabajar mancomunadamente en la sostenibilidad del sector turístico, es necesario convertir al turismo en una pieza estratégica para alcanzar el desarrollo y combatir la pobreza desde una práctica responsable y comprometida con el entorno, que permita canalizar el gasto de los visitantes y las inversiones asociadas hacia la mejora de los ingresos y de la calidad de vida de la población (especialmente de aquella que vive en las zonas rurales).

Debido a la escasa promoción de las parroquias rurales del cantón Cotacachi como atractivos turísticos, a partir del año 2016, se crea el departamento de turismo el cual se enfoca en que las comunidades de Imantag formen parte de la Ruta del Conocimiento.

Así mismo también apoya al turismo en la zona de Intag, especialmente en lo que respecta al hospedaje tomando en cuenta la existencia de alojamientos dentro de la zona y a los sitios turísticos como el complejo de Nangulvi, trabajando en forma coordinada con los gobiernos parroquiales. (Araque, 2016)

1.7.4.7.3.2. Actividades turísticas

En el cantón podemos disfrutar de un variado ecoturismo, deporte, paseos, gastronomía y fiestas culturales.

- (a) La actividad turística, es incipiente en la zona de Intag y es cíclica. Los servicios turísticos están actualmente localizados en Nangulví (en temporadas vacacionales), que cuenta con piscinas termales y cabañas, de propiedad privada y municipal, y es visitado por nacionales y extranjeros.
- (b) El ecoturismo, en el área circundante de Santa Rosa de Pucará, es impulsado por iniciativas privadas y está dirigido básicamente a turistas extranjeros. Se estima que el empleo que se genera en ese sector en particular y en la zona de Intag en general, es escaso.
- (c) La actividad minera en la zona se ha vuelto un nuevo tipo de turismo con fines laborales; de acuerdo a testimonios, se han explotado desde los años 70 las minas de caliza en la parroquia Vacas Galindo para la fábrica de Cemento HOLCIM ECUADOR S.A. También la Compañía Cevallos Calisto (CECAL) explota minas de mármol y calizas y se menciona la posible explotación de minas de mármol en la parroquia García Moreno, en el sector de Santa Rosa. Sin embargo, existe desconformidad por parte de los moradores puesto que esta actividad no produce ningún beneficio para la zona defendiendo su patrimonio natural y la conservación de su modo de vida.
- (d) La combinación entre deportes extremos, aventura y turismo es lo que ofrece la Zona de Intag a sus visitantes como nuevos productos turísticos, iniciativas creadas por gente emprendedora amantes de la naturaleza y la aventura con una visión empresarial sobre el futuro de la actividad turística. Entre el turismo de aventura encontramos varios deportes como:

Parapentismo: Intag, es privilegiada por sus condiciones geográficas como son paisaje, clima y ubicación para la práctica del parapentismo y Alas Delta como deporte y actividad

dirigida a un grupo de gente de economía alta. Se puede emprender vuelo desde la Parroquia de Peñaherrera en su mirador, desde el Mirador del Picacho en Apuela, del Mirador de Gualiman y aterrizar en el Valle de Cristopamba gracias a sus vastas planicies. Este deporte lo promueve, practica y promociona el Syrius Aero Club de Imbabura, la Escuela de Parapente y Aventura FLY Ecuador.

Automovilismo, motociclismo, ciclismo: La práctica de estos deportes llama mucho la atención de turistas, aficionados y pilotos que gustan de la emoción, la aventura y el turismo. Por ser un deporte constantemente seguido por la prensa permite conocer al resto del país pueblos y paisajes exóticos y bastante atractivos para el incremento del turismo tanto nacional como extranjero en el sector.

Rafting y kayak: Existen muchos lugares privilegiados para realizar rafting y actualmente son utilizados algunos como el río Apuela y el río Intag.

Trekking: o caminatas en caminos de difícil acceso se lo pueden realizar bajo la coordinación de todas las experiencias de turismo comunitario así como también las cabalgatas o horse back riding, estas dos modalidades se pueden solicitar en las operadoras turísticas locales en la ciudad de Otavalo e Ibarra. Existen varios pueblos dentro de la zona de Intag que se pueden visitar y ofrecen variedad de paisajes y servicios como alojamiento, alimentación, recorridos a bosques primarios y cascadas, visitas a fincas orgánicas de café, paseos a caballos, hospedaje en cabaña ecológica y actividades para voluntarios. (Plan Estratégico de Turismo de Intag, 2014).

1.7.4.7.3.3. Lugares turísticos

Entre los lugares turísticos más reconocidos de Cotacachi podemos encontrar los siguientes:

- (a) Reserva Ecológica Cotacachi- Cayapas.
- (b) Iglesia Matriz.
- (c) Iglesia Santa Ana de Cotacachi.
- (d) Laguna de Cuicocha.
- (e) Lagunas de Piñan.
- (f) Zona de Intag.

De acuerdo a la información de los catastros turísticos de la provincia, se detallan los hoteles, restaurantes, discotecas y centros recreativos que brindan servicio en el cantón, dentro de lo que son establecimientos prestadores de servicios, principalmente de alojamiento, comidas y bebidas, recreación y diversión.

De los 422 establecimientos registrados por el MINTUR a nivel provincial, el cantón Cotacachi cuenta con 14 hoteles, 10 restaurantes, 24 sitios naturales, 20 atractivos turísticos con manifestación cultural.

Dentro de la Zona de Intag, se encuentran los siguientes lugares turísticos:

- (a) El muy conocido balneario de Nangulvi ubicado en la zona de Intag, es un complejo turístico, conformado por piscinas de aguas termales, cuyo origen se da en las vertientes del volcán Gualimán, sus aguas son transparentes y con una temperatura de 71 grados centígrados en el manantial.

Éste está rodeado de colinas cubiertas de bosque primario, además brinda una vista refrescante ya que muy cerca se encuentran las cascadas de Balsapamba.

Además se encuentran como destinos turísticos accesibles para su visita:

- (b) La zona de Manduriacos.
- (c) Cielo Verde.
- (d) Gualiman y su museo.
- (e) Laguna del Piñan,
- (f) Minas de Junín.
- (g) El Chontal.
- (h) Loma Negra y el Valle de Cristopamba.
- (i) El turismo comunitario se pone de moda en la zona de Intag, especialmente en el Valle de Manduriacos y Pucará.

Para llevar a cabo este tipo de turismo se necesita no sólo pensar en el desarrollo económico sino sociocultural y ambiental.

- (j) Uno de los atractivos del país según la Organización Mundial del Turismo OMT consiste en el tema de la medicina tradicional o como en la terminología turística se conoce, como el Turismo Místico, que nace de las prácticas culturales y ancestrales de grupos étnicos que trata sobre la medicina ancestral como un medio para curar enfermedades físicas y espirituales, conocido también como shamanismo, estas prácticas como conocimiento se han pasado de generación en generación.

1.7.4.7.3.4. Tipos de turistas

Turistas nacionales

Según el Ministerio de Turismo el cantón Cotacachi en el año 2015 tuvo un registro de 10.229 turistas nacionales que representa el 2.90% del total de turistas que viajan a la provincia de Imbabura, considerando que la ciudad más visitada es Ibarra representada por el 72%.

Turistas extranjeros

Según el Ministerio de Turismo el cantón Cotacachi en el año 2015 tuvo un registro de 22.037 turistas extranjeros que representa el 7.5% del total de turistas que viajan a la provincia de Imbabura, considerando que la ciudad más visitada es Ibarra representada por el 42.9% seguida de la ciudad de Otavalo con un 42.3%.

Es importante mencionar que los datos obtenidos en el Ministerio de Turismo sobre los turistas nacionales y extranjeros son del año 2015, es decir, no son datos actuales pero son los últimos datos con los que cuenta la institución.

1.7.5. Análisis de las políticas públicas

Para el desarrollo de las actividades turísticas en el país, se cuenta con los siguientes organismos:

- (a) Ministerio de Turismo: a través de la implementación de sus planes, programas, proyectos campañas y políticas permite que existan inversiones en el sector motivando a los ecuatorianos a proteger y promover el negocio turístico.
- (b) Gobierno Provincial de Imbabura: en su plan estratégico institucional del periodo 2014-2019, uno de sus objetivos es el promover la protección, conservación y recuperación de unidades hidrográficas. Además regularizar las obras de inversión en infraestructura física y vial diversificándose de tal manera la oferta turística resaltando la riqueza natural.

- (c) Ministerio del Ambiente actuará como un aliado en el proceso del reconocimiento o certificación del Punto Verde para la empresa, el cual procederá como una herramienta para fomentar mejores prácticas en los servicios, comprometidos con la protección y la conservación del ambiente.
- (d) Organismo de la Red Ecoturística de Intag: En el año 2006 algunos grupos de la Zona de Intag decidieron agruparse en una Red Ecoturística de turismo como parte del Comité Intersectorial de Turismo de Cotacachi, perteneciente a la Asamblea de Unidad Cantonal actuando como articulador y regulador de las actividades turísticas, para consolidar la economía local de las comunidades de la Zona de Intag, la cual desarrolla un modelo de turismo comunitario propio dinamizando fuentes de empleo para frenar la migración y la explotación de la minería de cobre. Actualmente está conformada por 12 agrupaciones.

1.7.6. Análisis del aspecto legal- regulatorio

- (a) Constitución de la República del Ecuador: los establecimientos turísticos deben cumplir con lo decretado en la constitución tomando como referencia el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir.
- (b) Ley del Turismo: el cumplimiento de esta ley permite a los establecimientos turísticos funcionar con normalidad, acceder a los beneficios tributarios, dar publicidad a su categoría y gozar de los incentivos y beneficios en general.
- (c) Ley Ambiental: Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

1.8. Matriz AORR

Aliados	Oponentes
a) Organismos de la Red Ecoturística de Intag. b) El interés de los turistas nacionales y extranjeros en conocer la zona de Intag. c) Gobierno Provincial de Imbabura. d) Alianzas estratégicas con operadoras que ofertan servicios turísticos. e) Cobertura de telefonía celular limitada.	a) Escasa publicidad del sector como atractivo turístico. b) Existencia de establecimientos de alojamiento en la zona de Intag c) Falta de agua potable en la zona.
Oportunidades a) Ubicación geográfica. b) El sector agrícola de la zona. c) Vías de acceso a la zona de Intag. d) Variedad de sitios turísticos en la zona de Intag. f) Ministerio del Ambiente (punto verde). g) Apoyo a proyectos turísticos por parte del Ministerio de Turismo.	Riesgos a) El deslizamiento o derrumbes en las vías. b) Manifestaciones de los moradores de la zona. c) Competencia desleal por los ofertantes de servicios turísticos de la zona. d) Uso inadecuado de recursos naturales

Elaborado por: Las Autoras

1.9. Determinación de necesidades y oportunidades de inversión

Al realizar el diagnóstico situacional se determinaron los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del entorno del proyecto.

Se pretende aprovechar la ubicación geográfica, el sector agrícola, la variedad de sitios y atractivos turísticos así como el fácil acceso a la zona de Intag y las oportunidades que el Ministerio de Turismo y el Ministerio del Ambiente proporcionen para este tipo de servicio.

Dentro del proyecto se presentan necesidades o falencias como son la escasa publicidad del sector, la existencia de establecimientos que ofrecen servicios similares y la falta de agua

potable que puede afectar la decisión de los turistas en visitar la zona. Sin embargo, se cuenta con el apoyo de algunos organismos como la Red ecoturística de Intag, el Gobierno Provincial de Imbabura, las operadoras y los turistas como principales aliados.

Por tanto el “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERIA ECOTURÍSTICA UBICADA EN LA ZONA DE INTAG, PARROQUIA APUELA, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”; es un proyecto factible de realizarse ya que cuenta con las condiciones necesarias para su implementación.

Capítulo II. Marco teórico

2.1. Marco teórico

2.1.1. Hostería

Según el Reglamento General de actividades turísticas en su art. 23 la define como:

Es hostería todo establecimiento hotelero, situado fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes y en el que, mediante precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones. (Reglamento General de Actividades Turísticas , 2002, pág. 8)

El reglamento General de Actividades Turísticas nos da a entender a una hostería como una industria que se ocupa de proporcionar alojamiento, comida y otros servicios a huéspedes y viajeros mediante el pago de una cantidad de dinero.

2.1.2. Ecoturismo

Existen autores que definen al ecoturismo como:

El ecoturismo es una actividad que combina la pasión por el viaje con la preocupación por el ambiente la sostenibilidad, la conservación y la participación de la comunidad local. (Vanegas, 2006, pág. 1)

Argumentando la definición, el ecoturismo busca la preservación del medio natural, buscando el desarrollo sostenible, que concierne el crecimiento actual que no dañe las posibilidades futuras.

2.1.2.1. Categorías

El eco turismo se puede clasificar en por lo menos tres grandes categorías y según (Monroy, 2016) cuando sólo se refiere a la conservación de la naturaleza es un eco turismo de categoría 1; si se refiere además a la conservación de la cultura local y de su patrimonio histórico, es un eco turismo categoría 2, y si se le añade un eco turismo socialmente sustentable es de categoría 3, que sería el que en realidad integraría los aspectos medioambientales, socioculturales y de la distribución de la riqueza.

Esta clasificación nos permite reconocer en que categoría está el proyecto a ejecutarse, tomando en cuenta que el ecoturismo de categoría 3 genera un impacto positivo.

2.1.3. Hostería eco turística

Para la autora:

La importancia de las hosterías eco turísticas es que: se enfoca en cumplir con la normativa vigente y sobre todo, respetar el paisaje del lugar sin alterarlo ni provocarle daños. Este sistema es más caro que una construcción tradicional, pero esta diferencia se amortiza en aproximadamente diez años, momento en el que se obtienen resultados positivos mayores que con un sistema convencional. (Vásquez, 2010)

Para la creación de una hostería eco turística se requiere de una gran inversión estimulando el mercado con propuestas ecológicas que atraigan cada vez a más turistas a través de la educación ambiental.

2.1.4. Empresa

Las empresas se definen como:

Una fuente de ingresos para trabajadores, proveedores, gobierno y empresarios, promueve el desarrollo económico de la sociedad, contribuyen al sostenimiento de servicios, representan un medio para la satisfacción personal, y fomentan la capacitación y el desarrollo de habilidades, así como la inversión y formación de capital. (Galindo, 2006, pág. 11)

La empresa es una organización en la cual participa el talento humano que son quienes con la utilización de los materiales y recursos tecnológicos generan un producto y/o servicio con el fin de atender las necesidades de la sociedad.

2.1.4.1. Clasificación

Las empresas se clasifican:

2.1.4.1.1. Según su Actividad

Las empresas pueden clasificarse de acuerdo a la actividad que desarrollan según (Gómez, 2007, pág. 12) en servicios que son aquellos que brindan servicio a la comunidad y pueden tener o no fines lucrativos.

La hostería eco turística ofrece varios servicios por lo cual se encuentra en dicha clasificación según su actividad.

2.1.4.1.2. Según su Capital

Para (Gómez, 2007, pág. 13) las empresas se clasifican según su capital dependiendo del origen de las aportaciones y del carácter a quien se dirijan sus actividades en pública donde el capital pertenece al Estado y su finalidad es satisfacer necesidades sociales y privadas que son cuando el capital es propiedad de inversionistas privados y su finalidad es lucrativa.

La presente clasificación nos permite conocer que el proyecto es de carácter privado que será creado con capital de inversionistas privados por lo cual sus intereses serán netamente lucrativos, para generar valor económico por la prestación de servicios.

2.1.5. Microempresas

El autor menciona que:

Las microempresas son unidades económicas dedicadas a la producción, comercialización o prestación de servicios, que tienen un tamaño reducido tanto en lo que se refiere a capital, activos y volumen de ventas, y que utilizan de forma intensiva la mano de obra, generando empleo e ingresos para unos trabajadores que no tienen otro medio de vida. (De Asis, 2010, pág. 10)

La microempresa en forma general, es un conjunto reducido en financiamiento, materiales, tecnología y talento humano.

2.1.6. Estudio de factibilidad

El autor menciona:

Del estudio de factibilidad se puede esperar o abandonar el proyecto por no encontrarlo suficientemente viable, conveniente u oportuno; o mejorarlo, elaborando un diseño definitivo, teniendo en cuenta las sugerencias y modificaciones que surgirán de los analistas representantes de las alternas fuentes de financiación, o de funcionarios estatales de planeación en los diferentes niveles, nacional, sectorial, regional, local o empresarial. (Miranda, 2012, pág. 14)

La factibilidad para el desarrollo de un proyecto es importante, para determinar la posibilidad de generar ganancias dentro de un plazo determinado y de esta manera tener la seguridad de vender la idea e invertir en ella o caso contrario evitar gastos innecesarios.

2.2. Estudio de mercado

El autor menciona que:

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Shujel, 2015, pág. 2)

De lo anteriormente expuesto se determina que el estudio de mercado es una herramienta útil para enfocar un negocio y el proceso de examinar sistemáticamente la viabilidad de un nuevo proyecto.

2.2.1. Mercado meta

Los autores consideran que un mercado meta "consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir". (Kotler y Armstrong, 2013, pág. 160)

Un mercado meta hace referencia al grupo de clientes que se desea captar, servir y dirigir los esfuerzos de mercadeo, con la finalidad de obtener utilidades o beneficios para la empresa.

2.2.2. Segmentación

Para los autores la segmentación de mercado es:

El proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada características, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento. (Bonta y Farber, 2011, pág. 48)

La segmentación es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños, para conocer realmente a los posibles consumidores de nuestro producto o servicio además la segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa.

2.2.3. Visitante

Según la Organización Mundial del Turismo:

El visitante es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Los visitantes pueden ser turistas o excursionistas, en función de que se pernocte o no en el destino:

Turista o visitante que pernocta: es el visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o lugar visitado.

Excursionista o visitante de día: es el visitante que no pernocta en el país o lugar visitado. (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2012)

Según la clasificación de los visitantes, el mercado objetivo para el proyecto son los turistas y no los excursionistas.

2.2.4. Demanda turística

Según el autor la demanda turística "es el conjunto de consumidores que se desplazan y consumen servicios o productos turísticos motivados por diferentes intereses como el descanso, la cultura, etc. " (Dahdá, 2013, pág. 25)

La demanda turística es el conjunto de servicios que se han adquirido o se tiene previsto comprar.

2.2.5. Oferta turística

Según el autor la oferta turística "es el total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados

como elemento de atracción hacia una zona turística en las infraestructuras necesarias que permiten el desarrollo de la actividad turística, todos ellos disponibles para que puedan ser utilizados por el visitante. “ (Dahdá, 2013, pág. 24)

La oferta turística es el conjunto de servicios prestados en el mercado turístico con un precio concreto y en un momento determinado.

2.2.6. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha según (Valencia, 2011) es aquella en donde parte de una población no reciben el servicio o producto que requieren o es aquella donde se brinda el servicio o producto a casi la totalidad del mercado, pero se satisface en forma parcial la necesidad identificada.

La demanda insatisfecha es aquella cantidad de personas que no han sido atendidas por el servicio o no hayan adquirido un producto en específico.

Para determinar la demanda insatisfecha en el proyecto se toma en cuenta la cantidad de demandantes menos la cantidad de ofertantes del servicio.

2.2.7. Servicio

Según los autores “Definimos los servicios como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción diseñada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades”. (Stanton, Etzel , & Bruce, 2008, pág. 189)

Los servicios son acciones que ofrecen valores intangibles y que satisfacen necesidades, gustos y deseos de los clientes a cambio de un valor monetario.

2.2.8. Precio

“El precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio”. (Kotler y Armstrong, 2013, pág. 14)

El precio es la cantidad de dinero que se obtiene por la venta de un producto o por un servicio ofrecido; es decir, es el valor adquisitivo que tienen los clientes para beneficiarse y satisfacer sus necesidades.

2.2.9. Marketing o comercialización

Según el autor “El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactorios de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización”. (Stanton, Etzel , & Bruce, 2008)

La comercialización dentro del proyecto es importante ya que permite promocionarlo y distribuirlo de acuerdo a las necesidades del servicio; tomando en cuenta las necesidades identificadas del cliente o usuario.

2.2.10. Plaza

El autor define la plaza como:

La plaza comprende las actividades de la empresa que ponen al producto a disposición de los consumidores meta. Los canales de distribución hacen posible el flujo de los bienes del productor, a través de los intermediarios y hasta el consumidor. (Kotler, 2012, pág. 26)

La plaza dentro del proyecto se refiere a los canales de distribución o promoción que es la manera en que el proyecto hace llegar el servicio hasta el cliente.

2.3. Estudio técnico

Los autores mencionan que:

... En síntesis, el objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. (Sapag & Sapag, 2013, pág. 85)

El estudio técnico es aquel que permite determinar el tamaño, localización y los recursos de instalación y equipamiento, indispensables para el proyecto.

2.3.1. Localización

2.3.1.1. Macro localización

La autora menciona que:

La macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región. (Marín, 2012, pág. 57)

La macro localización es la localización del proyecto a nivel general tomando en cuenta el país, la provincia y el cantón de acuerdo a la obtención de la máxima utilidad para la organización.

2.3.1.2. Micro localización

La autora define a la micro localización como:

Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para elaborar el proyecto, en el cual se va a elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, este dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido. (Marín, 2012)

La micro localización es la ubicación específica del lugar donde se va a establecer definitivamente el proyecto tomando en cuenta factores que condicionan y hacen más favorable la ubicación.

2.3.2. Inversión del proyecto

Según el autor “Las inversiones constituye el pilar de cualquier proyecto y se obtiene a partir del estudio de mercado, del estudio técnico y del estudio organizacional”. (Guzmán, 2013, pág. 1)

Las inversiones del proyecto son la base del proyecto ya que permitirán saber cuánto dinero se necesita para la ejecución del proyecto. Además es el único indicador económico que genera empleo.

2.3.2.1. Materia prima

Según el autor la materia prima “Es el conjunto de elementos o materiales que se extraen de la naturaleza y se convierten en el principal recurso que utiliza la industria para transformarlo en un producto elaborado”. (Uribe, 2013, pág. 1)

La materia prima es el recurso que se utiliza para transformarlo en producto final, es decir, es aquello que se encuentra en estado natural y que sufre un proceso de industrialización.

La materia prima para el presente proyecto será aquella utilizada para la elaboración de alimentos es decir, únicamente para el servicio de restaurante; ya que como hostería no se transforman productos sino que se ofrecen servicios turísticos.

2.3.2.2. Mano de obra directa

La mano de obra directa según el autor “Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa”. (Choton, 2016, pág. 4)

La mano de obra directa representa todos los sueldos que se relacionan directamente a la producción de un producto o prestación de un servicio. Para el proyecto la mano de obra directa representa a todo el personal que repercute directamente en los servicios a ofrecer, es decir, quienes estarán relacionados con el servicio de alojamiento, restaurante y recreación y atención al cliente.

2.3.2.3. Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación según el autor “Se denominan: “Servicios de planta”, “Gastos indirectos de fabricación”, “Gastos indirectos de producción”, etc. Es decir, están constituidos por todos los desembolsos o aplicaciones necesarias para llevar a cabo la producción y los cuales por su naturaleza, no son aplicables directamente al costo de un producto en particular”. (Choton, 2016, pág. 5)

Los costos indirectos de fabricación representan todos los desembolsos necesarios para la producción de un producto o la prestación de un servicio que no están relacionados directamente pero que son parte de ello. En el proyecto los costos indirectos de fabricación son la mano de obra indirecta, materia prima indirecta, suministros de oficina, útiles de aseo, etc.

2.3.2.4. Mano de obra indirecta

Según el autor la mano de obra indirecta es “Los salarios pagados a los empleados dentro de la organización que no están directamente involucrados en la fabricación de mercancías representan los costos indirectos de una empresa”. (Vivas, 2013, pág. 2)

La mano de obra indirecta son los salarios pagados al personal que no está relacionado directamente con la producción de un producto o la prestación de un servicio, pero que son parte del proceso indirectamente.

2.3.2.5. Gastos administrativos

Según el autor los gastos administrativos “Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas”. (Nuñez, 2016, pág. 4)

Los gastos administrativos son aquellos que se relacionan directamente con la parte administrativa del proyecto mas no con la parte operativa del mismo incluyen salarios, servicios básicos, materiales de oficina, entre otros; representan los costos fijos del proyecto ya que son costos que se incurren indirectamente con el servicio.

2.3.2.6. Gastos de ventas

El autor menciona que:

Los gastos de venta usualmente comprenden todos los costos asociados o vinculados con las ventas de la compañía. Esto incluye salarios del personal de ventas y de ejecutivos, publicidad y gastos de viaje. En general, los gastos de venta crecen y caen con las ventas de la compañía. (Salazar, 2013, pág. 2)

Los gastos de venta son aquellos que se relacionan directamente con las ventas del negocio más no con la producción o administración del mismo, incluyen salarios, publicidad, viajes, entre otros. Estos gastos generalmente son costos variables ya que son costos directamente relacionados con el servicio.

2.3.2.7. Gastos financieros

Los gastos financieros según el autor “Son los que reflejan el costo de capital o el costo que representa para la empresa financiarse con terceros. Son el costo de los pasivos, es decir de las deudas que tiene la empresa”. (Nuñez, 2016, pág. 5)

Los gastos financieros son el costo del capital o el costo de la deuda con terceras personas.

2.3.3. Utilidad bruta

Según el autor “La utilidad bruta es la diferencia entre los ingresos del negocio y su costo de ventas o costo de producción. Esto implica restar a las ventas que se han generado, todos aquellos costos en los que hemos incurrido para la elaboración de nuestro producto”. (Arias, 2016, pág. 1)

La utilidad bruta es el resultado de restar los ingresos menos los costos de venta o producción.

2.3.4. Utilidad neta

La utilidad neta según el autor “Ésta tiene por finalidad mostrar el rendimiento total de la empresa respecto a la explotación de sus recursos. Es el resultado de restarle a la utilidad operativa los gastos financieros y los impuestos del periodo. Es decir, el resultado final que considera ingresos menos todos los gastos.” (Arias, 2016, pág. 2)

La utilidad neta resulta de restar la utilidad operativa menos los gastos financieros y los impuestos, es decir, menos todos los gastos incurridos para la producción de un producto o prestación de un servicio, permite determinar los beneficios para cada accionista si fuere el caso.

2.3.5. Impuesto a la renta

Según el autor “El impuesto sobre la renta (ISR) es un impuesto que grava la utilidad de las personas, empresas, u otras entidades legales”. (Fernández, 2008, pág. 15)

El impuesto a la renta es un impuesto que grava la utilidad del proyecto, es decir, la ganancia o pérdida anual del mismo, tomando en cuenta que es el 22%.

2.3.6. Capital de trabajo

Para el autor “La definición más básica de capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios)”. (Madrid, 2011, pág. 2)

El capital de trabajo es el monto que necesita la empresa para operar a corto plazo, es decir, la capacidad que tiene el proyecto para continuar con sus operaciones; se obtiene restando los

activos a corto plazo menos los pasivos a corto plazo. Es conocido además como activo corriente.

En el proyecto el capital de trabajo se calcula tomando en cuenta los tres primeros meses de operatividad.

2.3.7. Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. (Rojas, 2007, pág. 4)

El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. En el proyecto su tamaño depende directamente de la disponibilidad del terreno.

2.3.8. Capacidad instalada

Según la autora la capacidad instalada es “El mayor nivel de producción que la empresa puede generar, utilizando para ello, el total de activos productivos, ya sea para productos o entregar servicios intangibles”. (Armendariz, 2014, pág. 8)

La capacidad instalada es el tamaño óptimo o el mayor nivel de producción que el proyecto genera para la entrega de servicios expresada en unidades de producción anual.

2.3.9. Activos fijos

Según la autora menciona que:

Los activos fijos son las propiedades, bienes materiales o derechos que en el curso normal de los negocios no están destinados a la venta, sino que representan la inversión de capital o patrimonio de una dependencia o entidad en las cosas usadas o aprovechadas por ella, en la producción o en la fabricación de artículos para venta o la prestación de servicios a la propia entidad, a su clientela o al público en general. (Dávila, 2013, pág. 3)

Los activos fijos representan propiedades, bienes materiales o derechos, que no son destinados a la venta sino que son utilizados para la prestación del servicio.

2.3.9.1. Terrenos

Los terrenos según el autor “Son todos los predios o lotes que dispone la compañía y que le pertenecen”. (Lara, 2012, pág. 8)

Los terrenos son lotes de tierra que le pertenecen al proyecto.

2.3.9.2. Edificios

Según el autor los edificios “Representa el valor de construcción de los edificios, plantas comerciales o industriales, etc., que sean empleados por la empresa para la producción de bienes o servicios”. (Lara, 2012, pág. 9)

Los edificios son las construcciones de edificios, plantas, casas, etc., que son usados por la empresa para desarrollar sus actividades de producción o prestación. Para el proyecto la cuenta edificios corresponde a la construcción de la hostería ecoturística.

2.3.9.3. Muebles y enseres

Según el autor “La cuenta Muebles y Enseres, también denominada Mobiliario, la emplearemos para controlar las mesas, sillas, archivos, etc., usadas en las diversas oficinas de la empresa”. (Lara, 2012, pág. 10)

Los muebles y enseres o mobiliarios son los activos fijos que son usados en las oficinas de la empresa, incluyen, mesas, sillas, archivadores, etc.

2.4. Estudio financiero

El autor menciona que “El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo”. (Anzil, 2012, pág. 6)

El estudio financiero permite analizar la capacidad del proyecto para determinar si es sustentable, viable y rentable a través del tiempo.

2.4.1. Estado de situación financiera

El estado de situación financiera o “El Balance General es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de activo pasivo y patrimonio y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”. (Zapata, 2008, pág. 85)

El balance general es el estado de situación financiera que presenta los activos, pasivos y patrimonio del proyecto, y lo permite visualizar financieramente en un momento dado.

2.4.2. Estado de resultados

El autor menciona que “El Estado de Resultados es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa”. (Sarmiento, 2010 , pág. 26)

La utilidad o pérdida de un ejercicio económico se refleja en él estado de resultados donde se determina la diferencia de ingresos menos gastos y permite identificar el rendimiento económico del proyecto.

2.4.3. Estado de flujo de efectivo

Según el autor “Es un estado financiero que mide los movimiento de efectivo, excluyendo aquellas operaciones como la depreciación y amortización”. (Córdova, 2011, pág. 98)

El estado de flujo de efectivo, mide el efectivo existente en el proyecto.

2.4.4. Tasa interna de retorno (TIR)

Según los autores La TIR “representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo”. (Bierman & Smidt, 2008, pág. 1)

La tasa interna de retorno es la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero en periodo actual.

2.4.5. Valor actual neto

Según los autores “Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual”. (Sapag & Sapag, 2013, pág. 116)

El valor actual neto es la utilidad neta expresada en moneda actual, si es igual o superior a cero el proyecto es aceptable.

2.4.6. Relación costo beneficio

Según el autor la relación de costo beneficio “Se define como la razón del valor equivalente de los beneficios con respecto al valor equivalente de los costos”. (Yépez, 2012, pág. 39)

La relación costo beneficio es el beneficio equivalente al valor de los costos, es decir, por cada dólar invertido el proyecto me dará un valor de ganancia.

2.4.7. Periodo de recuperación de capital

Para el autor el periodo de recuperación de capital “Tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada en él, es decir, los años, meses y días que habrán de transcurrir para que la erogación se reembolse”. (Yépez, 2012, pág. 40)

El período de recuperación del capital es el que identifica el tiempo donde el proyecto o las inversiones realizadas en el mismo se recuperarán, es decir, en cuantos años, meses y días se recuperará la inversión inicial.

2.4.8. Punto de equilibrio

Para el autor “El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida”. (Gallardo, 2012, pág. 7)

El punto de equilibrio es el punto en donde el proyecto no ganará ni perderá ningún valor monetario, es decir los ingresos se igualan a los costos. Es el volumen mínimo de ventas que debe realizarse para comenzar a obtener utilidades. Tomando en cuenta que el punto de equilibrio se calcula en dólares y en unidades

2.5. Estructura administrativa

2.5.1. Misión

La misión: “Es donde radica el éxito de las pequeñas empresas, es su porqué o razón de ser, porque define la interrelación de la organización con sus actores: cliente, proveedores, empleados, comunidad, accionistas y medio ambiente”. (Leon, 2012, pág. 25)

La misión es la razón de ser de la empresa, es decir, representa la existencia de la misma, el ¿por qué? de su creación. Además la misión es importante dentro del proyecto ya que lo identifica y obliga indirectamente a los actores involucrados en el mismo a cumplirla a cabalidad.

2.5.2. Visión

La visión: “La visión del negocio, es la idea central que dirigirá, dará rumbo y aliciente a las pequeñas empresas, los próximos cinco años en promedio, a través de una presentación y una redacción clara, competitiva, motivadora, que es informada y compartida”. (Leon, 2012, pág. 26)

La visión es el rumbo que quiere seguir la empresa a futuro, es decir, la meta propuesta que le permitirá mantenerse en el tiempo y ser competitivo. Es importante que se defina una visión clara, real y alcanzable.

2.6. Impactos

Según el autor “Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando, porque permite establecer las posibles bondades o los posibles defecto que tiene el proyecto”. (Jácome, 2008, pág. 82)

Los impactos son las consecuencias de la implementación de un proyecto por lo que es necesario cuantificarlos y cualificarlos estableciendo aspectos positivos y negativos de dicha implementación.

Dentro del proyecto se analizaran los tres principales impactos, económico, social y ambiental.

2.6.1. Impacto económico

El autor menciona que “El impacto económico es el más importante debido a que el efecto económico tiene un efecto multiplicador en la comunidad. Los indicadores de medición pueden ser: Oferta de empleo, demanda de mano de obra, estabilidad económica familiar, capacidad de compra, etc”. (Jácome, 2008, pág. 85)

El impacto económico es la consecuencia que repercute en la economía del entorno donde se desarrolla el proyecto los indicadores pueden ser oferta, demanda, estabilidad, capacidad de compra, etc.

2.6.2. Impacto social

Según el autor “El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general. Es la medición de los efectos sociales que se originan como consecuencia de una intervención sea de bienes o servicios en un ciclo de vida del proyecto. Los indicadores serían: vivienda, seguridad familiar, vías de comunicación, servicios básicos, etc.” (Jácome, 2008, pág. 86)

El impacto social es la consecuencia de la intervención del proyecto en la comunidad, es decir, los efectos sociales del mismo, los indicadores pueden ser; vivienda, seguridad, vías, servicios básicos, etc. En este proyecto se pretende generar un impacto social que contribuya a

cambios positivos y sostenibles en beneficio de los moradores de la comunidad donde se implementara el proyecto.

2.6.3. Impacto ambiental

El autor menciona que el impacto ambiental “es el efecto que produce una determinada acción sobre el medio ambiente ya sea positiva o negativamente”. (Jácome, 2008, pág. 86)

El impacto ambiental es el efecto positivo o negativo que la implementación del proyecto produce sobre el ambiente y lo hace vulnerable al mismo.

Capítulo III. Estudio de mercado

3.1. Introducción

El estudio de mercado dentro de un proyecto de factibilidad permite conocer la viabilidad comercial del mismo, a través del conocimiento del mercado. Este conocimiento se refleja en la identificación de la oferta y la demanda pues influyen tanto en la valoración de cifras y análisis de la factibilidad del proyecto como en los demás componentes del mismo: estudio técnico, de ingeniería, financiero y económico.

En el estudio de mercado existen dos aspectos importantes: el aspecto cuantitativo y el cualitativo. El primero se refiere a la demanda actual y sus proyecciones; el segundo pues a, la consideración de las diferentes variables que determinan la demanda así como a la comercialización. A través del estudio de mercado se pretende conocer la demanda turística tanto nacional como extranjera que corresponde al mercado potencial, así como la oferta turística actual de servicios de alojamientos turísticos enfocados especialmente en las hosterías. Con el objeto de determinar si la creación de la hostería ecoturística tiene potenciales de aceptación y crecimiento dentro del mercado turístico del cantón.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1. General

Determinar la oferta, demanda, demanda insatisfecha, precios y comercialización del servicio mediante un estudio de mercado a través de una investigación de campo.

3.2.2. Específicos

- (a) Describir el servicio que se va a ofrecer.
- (b) Identificar la demanda turística que va adquirir los servicios de la hostería ecoturística.
- (c) Conocer la oferta de los servicios de la hostería ecoturística.
- (d) Establecer el precio del servicio.
- (e) Determinar las estrategias para posicionarse dentro del mercado turístico.

3.3. Variables Diagnósticas

N°	Objetivo	Variables
1	Describir el servicio que se va a ofrecer	Servicio
2	Identificar la demanda turística que va adquirir los servicios de la hostería ecoturística	Demanda
3	Conocer la oferta de los servicios de la hostería ecoturística	Oferta
4	Establecer el precio del servicio	Precio
5	Determinar las estrategias para posicionarse dentro del mercado turístico	Comercialización

Elaborado por: Las Autoras

3.4. Indicadores

N°	Variables	Indicadores
1	Servicio	Identificación Valor agregado Servicios Sustitutos
2	Demanda	Demanda actual Características
3	Oferta	Capacidad instalada Oferta actual Características Porcentaje de ocupación Habitaciones reales ocupadas Densidad de ocupación
4	Precio	Precio de la competencia Preferencia de precios Paquetes turísticos
5	Comercialización	Estrategias de marketing Producto Precio Promoción Plaza

Elaborado por: Las Autoras

3.5. Matriz del estudio de mercado

Objetivos	VARIABLES	Indicadores
Describir el servicio que se va a ofrecer	Servicio	Identificación Valor agregado Servicios Sustitutos
Identificar la demanda turística va adquirir los servicios de la hostería eco turística	Demanda	Capacidad instalada Oferta actual
Conocer la oferta de los servicios de la hostería eco turística	Oferta	Características Porcentaje de ocupación Habitaciones reales ocupadas Densidad de ocupación
Establecer el precio del servicio	Precio	Precio de la competencia Preferencia de precios Paquetes turísticos
Determinar las estrategias para posicionarse dentro del mercado turístico	Comercialización	Estrategias de Marketing Producto Precio Promoción Plaza

Elaborado por: Las Autoras

3.6. Identificación del servicio

Existe diversidad en la manifestación del turismo como turismo de aventura, recreación y eco turismo. Dentro de este último estará la hostería eco turística ubicada en la Zona de Intag, Parroquia Apuela, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, la cual además de ofrecer alojamiento brindará oportunidades a sus usuarios de aprovechar el ambiente natural y cultural de la zona. La hostería eco turística ofrecerá los siguientes servicios:

3.6.1. Servicio de alojamiento

La hostería eco turística tendrá un ambiente relajado, cómodo y agradable en sus habitaciones que serán amplias, con vista a las áreas verdes de las instalaciones, iluminación moderada, una cama matrimonial y una cama litera, muebles como veladores y closet y un baño privado con ducha de agua caliente.

3.6.2. Servicio de restaurante

El servicio de restaurante contará con variedad en los platos típicos del sector, así como con menús ejecutivos elaborados con los estándares de calidad y la manipulación de alimentos vigente. Aprovechando las frutas, verduras y vegetales que proporciona la zona; tomando en cuenta los valores nutricionales. La hostería contará con dos restaurantes, el primero que se ubicará junto al área de cocina y el segundo sobre las áreas verdes y tendrán capacidad para 40 personas.

3.6.3. Servicio de recreación

Recreación deportiva

Con las instalaciones de canchas de vóley, básquet y fútbol los turistas podrán realizar diversas actividades físicas como recreación, pasatiempo, placer, diversión o ejercicio físico.

Recreación social

La hostería contará con una sala múltiple en la cual los turistas tendrán la oportunidad de desarrollar relaciones sociales entre personas que comparten los mismos intereses.

Ecoturismo

Para el turismo ecológico la hostería eco turística contará con guías turísticos (personas nativas que conocen el lugar) y moradores que se dedican al alquiler de semovientes que permitirán la realización de las siguientes actividades:

Áreas verdes:

Las áreas verdes estarán alrededor de la hostería donde se realizarán sembradíos de cultivos ecológicos y un jardín con plantas de frutos tropicales propios de la zona.

Recreación al aire libre:

Los usuarios podrán realizar actividades al aire libre como búsqueda de especies animales y vegetales o cualquier otra cosa que involucre estar en contacto directo con la naturaleza, siempre y cuando no altere el ecosistema y la infraestructura de la hostería.

Recreación medioambiental:

En este tipo de recreación el turista recibirá directa e indirectamente ideas y acciones para cuidar y conservar el medio ambiente contra las acciones nocivas.

Caminatas y excursiones:

Se llevará a cabo rutas para conocer los principales atractivos turísticos, brindando conocimientos de la flora y la fauna exótica de la zona.

Cabalgatas:

Se contará con caballos de las personas que viven dentro de la zona para dar paseos cortos sobre los alrededores de la hostería y en algunas parroquias aledañas a la misma.

Aviturismo:

Para las personas que les encanta observar las aves típicas de la zona, se contará con lugares estratégicos para que los turistas puedan apreciar y tomar fotografías de las diferentes especies.

Cabe mencionar que la hostería ecoturística no contará con piscinas puesto que la zona ya cuenta con el complejo de Nangulví y el objetivo del proyecto es brindar servicio de alojamiento, restaurante, recreación y ecoturismo. Considerando que poseerá parqueadero exclusivo para sus clientes

3.6.4. Valor agregado

La hostería ecoturística además de ofrecer los servicios antes mencionados contará con paquetes turísticos creados con la finalidad de que el turista aproveche todos los servicios ofrecidos, tomando en consideración precios razonables y competitivos.

3.6.4.1. Paquetes turísticos

Los paquetes turísticos que se ofrecerán son 3, los cuales están conformados con los siguientes servicios:

Tabla N° 4
Paquete turístico 1

Descripción	Pecio
Alojamiento 1 habitación y baño privado	\$25
Restaurante (Desayuno-Almuerzo-Merienda)	\$12
Guía Turístico	\$5
Total	\$42

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 5
Paquete turístico 2

Descripción	Precio
Alojamiento 1 habitación y baño privado	\$25
Restaurante (Desayuno-Almuerzo-Merienda)	\$12
Paseo a Caballo	\$3
Total	\$40

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 6
Paquete turístico 3

Descripción	Precio
Alojamiento 1 habitación y baño privado	\$25
Restaurante (Desayuno-Almuerzo-Merienda)	\$12
Total	\$37

Elaborado por: Las Autoras

Estos precios incluyen:

- (a) IVA.
- (b) Utilización de áreas verdes.
- (c) Utilización de canchas deportivas.
- (d) Utilización de sala múltiple.
- (e) Parqueadero.

1.6.7. Servicios sustitutos

Entre los principales alojamientos que cuentan con servicios similares y reconocidos por un buen servicio en la zona de Intag son:

Tabla N° 7

Servicios sustitutos en la Zona de Intag

Tipo de alojamiento	Nombre del establecimiento	Ubicación	Principal servicio
Paradero	Paradero Turístico "La Cucharita"	Pucara Parroquia Apuela.	Alojamiento Ecoturismo
Complejo Ecoturístico	Complejo Ecoturístico Termas de Nangulvi	Nangulvi Parroquia Peñaherrera.	Recreación Alojamiento
Asociación de Ecoturismo	Asociación de Ecoturismo "Ecojunín"	Junín Parroquia García Moreno	Alojamiento Recreación social
Hotel	Hotel Comunitario "Hormiga Verde"	Magdalena Parroquia García Moreno	Alojamiento Ecoturismo
Albergue	Albergues Comunitarios Chontal	El Chontal Parroquia García Moreno	Alojamiento Ecoturismo
Albergue	Albergues Comunitarios Rosal	El Rosal Parroquia García Moreno	Alojamiento Aviturismo
Centro Ceremonial	Centro Ceremonial Wariman	Km 6 Vía a Peñaherrera. Gualiman Centro Arqueológico	Ecoturismo Alojamiento
Reserva	Reserva Los Cedros	Magdalena Alto Parroquia García Moreno.	Alojamiento Aviturismo Excursiones
Cabañas	Cabañas Intag	A 300 metros. Vía a García Moreno	Alojamiento Restaurante
Cabañas	Cabañas Flor del valle	Km 1 1/2. Vía a García Moreno	Alojamiento Restaurante
Cabañas	Cabañas Osho	Km 40. Vía Cielo Verde Sector Magdalena	Alojamiento Restaurante
Cabañas	Cabañas Cielo Verde Lodge	Km. 50. Comunidad Cielo Verde	Alojamiento Restaurante
Cabañas	Cabañas Pradera tropical	Km 5. Parroquia Apuela	Alojamiento Restaurante
Cabañas	Cabañas Tierra sol	Km.1 1/2. Vía Apuela	Alojamiento
Hostal	Hostal Valle hermoso	Km 2. Vía Apuela	Alojamiento Restaurante
Campo turístico	Campo turístico Playa real	Km 1. Vía Puranqui	Alojamiento Restaurante
Hostería	Hostería La isla	Km 3. Vía a García Moreno	Alojamiento Restaurante

Fuente: (Municipio de Cotacachi, Departamento de Turismo, año 2015)

Elaborado por: Las Autoras

1.7. Segmentación de mercado

Se seleccionará al mercado de consumo en grupos de clientes potenciales tomando en cuenta aquellos turistas nacionales y extranjeros que ingresan al país, así como los que ingresan a los cantones. Este tipo de segmentación se plantea así:

Tabla N° 8

Matriz de segmentación

Primera segmentación	Segunda segmentación
Turistas nacionales	Turismo receptivo de la Sierra, Costa y Oriente
Turistas extranjeros	Turismo receptivo de los diferentes países del mundo

Elaborado por: Las Autoras

En cuanto al tipo de cliente se utilizarán las siguientes dimensiones y variables:

Tabla N° 9

Variables de segmentación

Dimensiones	Variables
Geográfica	País, Provincias, Cantones
Económica	Clase: media, alta

Elaborado por: Las Autoras

1.8. Población (Universo)

La población o universo comprende el mercado objetivo, mediante el estudio de mercado se determinará los posibles clientes de la hostería ecoturística, por lo tanto, se toma en cuenta los turistas nacionales y extranjeros que ingresaron a la Provincia de Imbabura tomando como referencia aquellos turistas nacionales que visitaron a los cantones en el año 2015, según datos

del Ministerio de Turismo, considerando que no existen datos de la demanda turística mensual en la provincia.

Tabla N° 10

Llegada de turistas nacionales a la Provincia de Imbabura en el año 2015

Destinos	Turistas	Porcentaje
Ibarra	253.952	72,0%
Otavalo	52.554	14,9%
Antonio Ante	18.241	5,2%
Urcuqui	17.636	5,0%
Cotacachi	10.229	2,9%
Total	352.710	100%

Fuente: (Ministerio del Turismo, Zona 1, año 2015)

Elaborado por: Las Autoras

Se toma en cuenta además los turistas extranjeros que ingresaron a la provincia de Imbabura en el año 2015.

Tabla N° 11

Llegada de turistas extranjeros a la Provincia de Imbabura en el año 2015

Destinos	Turistas	Porcentaje
Ibarra	126.053	42,89%
Otavalo	124.290	42,3%
Cotacachi	22.037	7,5%
Antonio Ante	9.109	3,1%
Urcuqui	8.227	2,8%
Otros cantones	4.114	1,3%
Total	293.829	100%

Fuente: (Ministerio del Turismo, Zona 1, año 2015)

Elaborado por: Las Autoras

1.9. Muestra

Para el cálculo de la muestra de estudio se toma en cuenta los turistas tanto nacionales como extranjeros que ingresaron a los cantones Otavalo y Cotacachi en el año 2015.

Tabla N° 12

Llegadas de turistas al Cantón Otavalo y Cotacachi en el año 2015

Cantón	Número de visitantes		Total
	Turistas Extranjeros	Turistas Nacionales	
Otavalo	124.290	52.554	176.844
Cotacachi	22.037	10.229	32.266
Total	146.327	62.783	209.110
%	70%	30%	100%

Fuente: (Ministerio del Turismo, Zona 1, año 2015)

Elaborado por: Las Autoras

Se tiene como población universo 209.110 turistas en el año 2015 que ingresaron al Cantón Otavalo y Cotacachi para calcular la muestra. A continuación se muestra a forma de aplicación. El porcentaje o límite aceptable de error que se utilizó para este estudio es de 6%. La fórmula es la siguiente:

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

Dónde:

$n =$	Tamaño de la muestra
$N =$	Tamaño de la población
$Z^2 =$	Nivel de confianza al cuadrado 88% (1,88)
$E^2 =$	Error muestral del 6% (0,06)
$\delta^2 =$	Probabilidad de que ocurra o no el evento (0,25)

Elaborado por: Las Autoras

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{209.110 * (1,88)^2(0,25)}{(0,06)^2(209.110 - 1) + (1,88)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{184.769,596}{753,676} \quad n = 245,158$$

$$n = 245$$

Aplicando la formula, se obtiene como muestra 245 turistas a los que se debe aplicar la encuesta.

1.10. Investigación de campo**3.10.1. Levantamiento de información**

Las encuestas se aplicaron a turistas nacionales y extranjeros que visitaron los cantones de Otavalo y Cotacachi en el año 2016, tomando en cuenta que los datos muestrales identifican a los turistas del año 2015. Sin embargo, intentamos hacer una relación coherente de la información para obtener resultados probables.

El cuestionario aplicado para la investigación de campo, contiene preguntas dicotómicas, de información, de intención e identificación y de conjunto. Consta de 13 preguntas.

3.10.2. Análisis e interpretación de datos

Seleccione el rango de edad en que se encuentra:

Tabla N° 13
Rango de edad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
18 a 28 años	16	6,70%
29 a 39 años	29	11,70%
40 a 49 años	192	78,39%
50 años en adelante	8	3,30%
Total	245	100%

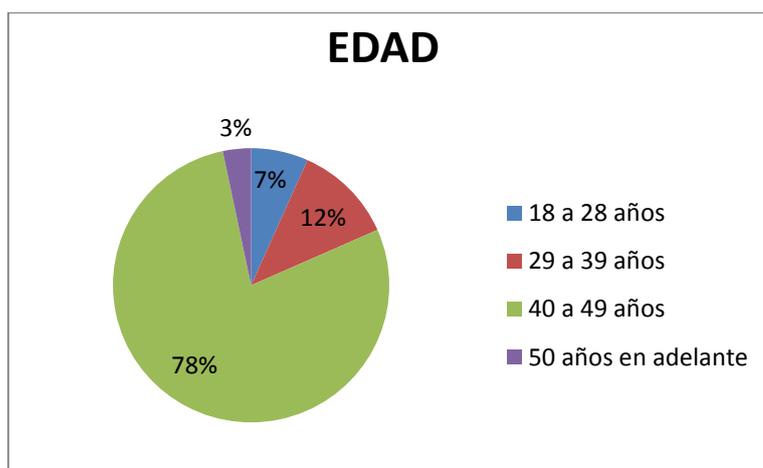


Gráfico N° 7. Rango de edad

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La mayoría de turistas que realizaron la encuesta se encuentran en un rango de edad de 40 a 49 años lo que permite conocer que las personas de esta edad serán los clientes de la hostería ecoturística en su mayoría.

¿Cuál es su nacionalidad?

Tabla N° 14
Nacionalidad

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatorianos	237	96,70%
Extranjeros	8	3,30%
Total	245	100%

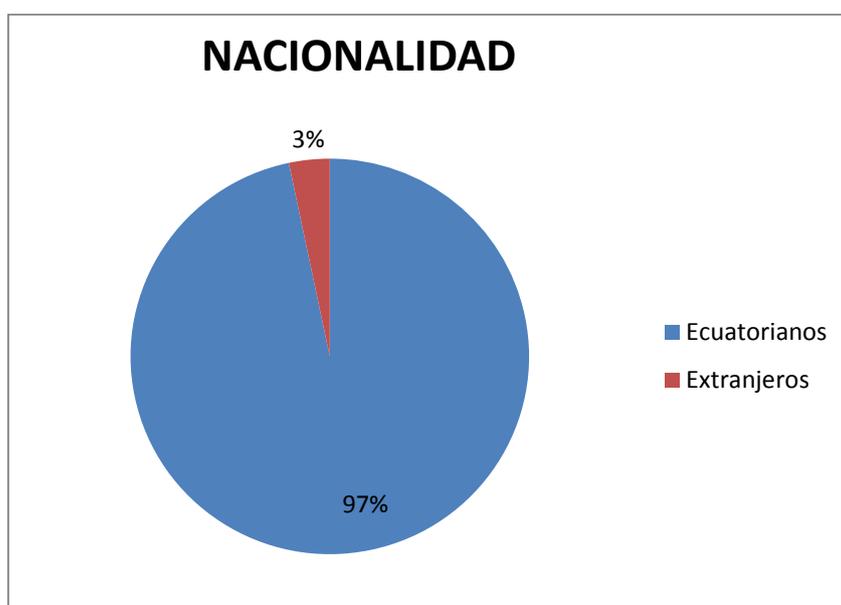


Gráfico N° 8. Nacionalidad
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La mayoría de las encuestas fueron realizadas a los turistas nacionales que visitaron los cantones de Otavalo y Cotacachi.

1. ¿Usted realiza o ha realizado turismo en la Provincia de Imbabura?

Tabla N° 15
Visita Turística

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	192	78,30%
NO	53	21,70%
Total	245	100%

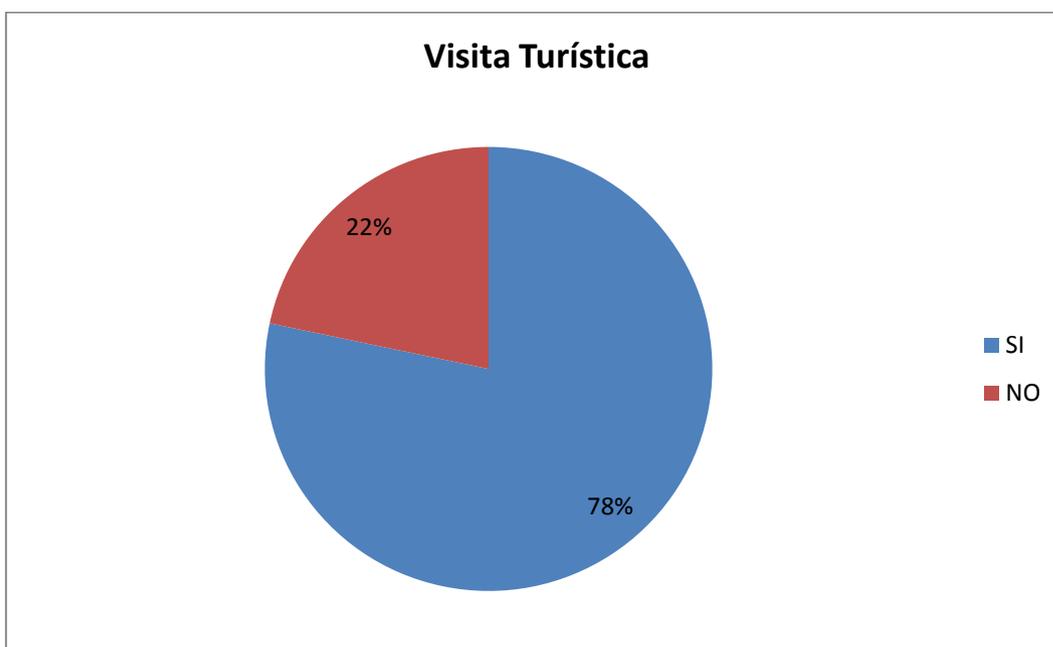


Gráfico N° 9. Visita Turística

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La mayor parte de turistas encuestados realizan o han realizado turismo en la Provincia de Imbabura lo cual es beneficioso para el presente proyecto en vista que existirá demanda del servicio turístico.

2. ¿Usted conoce si existe una hostería que preste los servicios de alojamiento, restaurante, piscina, sauna, turco, hidromasaje, cabalgatas, excursiones, bar-discoteca y guía turístico en la Provincia de Imbabura?

Tabla N° 16
Conocimiento de servicios

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	163	66,70%
NO	82	33,30%
Total	245	100%

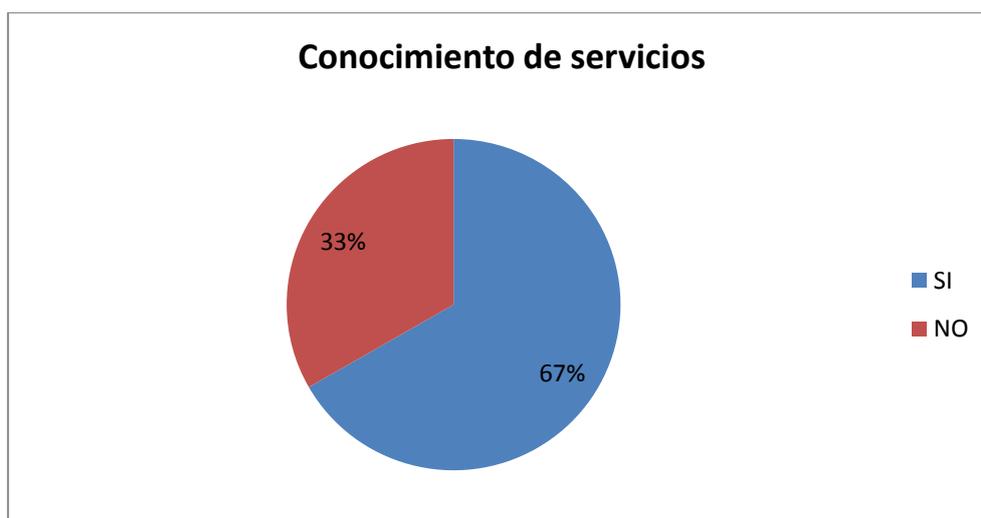


Gráfico N° 10. Conocimiento de servicios

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La mayor parte de la población encuestada conoce de hosterías que brindan dichos servicios lo cual nos ayudará a determinar a que tipo de servicios se inclinan los turistas.

3. De los siguientes sitios turísticos, señale a cuál acude con mayor frecuencia:

Tabla N° 17

Concurrencia de visitas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Nangulvi	26	10,52%
Chachimbiro	129	52,63%
Otros	90	36,84%
Total	245	100%



Gráfico N° II. Concurrencia de visitas

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La concurrencia de turistas al balneario de Chachimbiro es significativa. Sin embargo también existen turistas que han visitado Nangulví que está dentro de la zona en la cual se realizara el proyecto.

4. ¿Cuál es el grado de importancia que tienen los siguientes servicios para usted como turista? Califique del 1 al 4, siendo el 1 la calificación con menos importancia y el 4 con mayor importancia

Tabla N° 18

Importancia de los servicios

Alternativas	Frecuencia	%
Alojamiento	135	55%
Restaurante	55	22%
Recreación	38	16%
Ecoturismo	17	7%
Total	245	100%

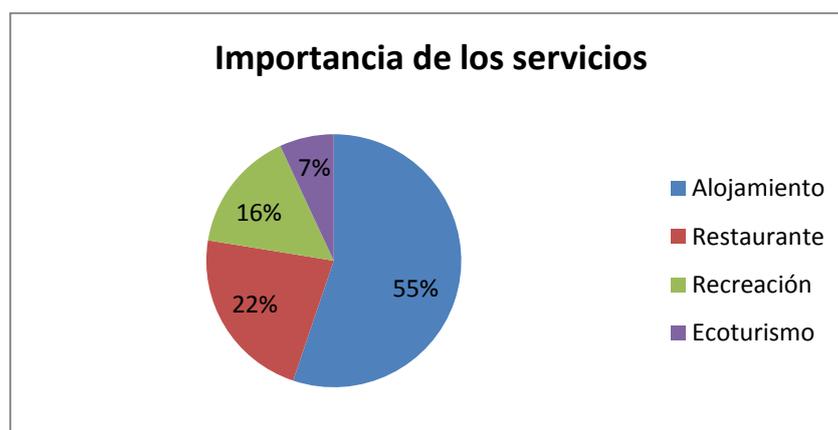


Gráfico N° 12. Importancia de los servicios

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Según los resultados de las encuestas, indican que los turistas se inclinan por el servicio de alojamiento lo cual nos ayuda a saber que dicho servicio deberá tener mayor importancia en el proyecto.

5. ¿Estaría de acuerdo que se cree una hostería ecoturística que cuente con los servicios de alojamiento, restaurante, recreación, y ecoturismo en la Zona de Intag?

Tabla N° 19

Aceptación del proyecto

Alternativas	Frecuencia	%
SI	241	98%
NO	4	2%
Total	245	100%

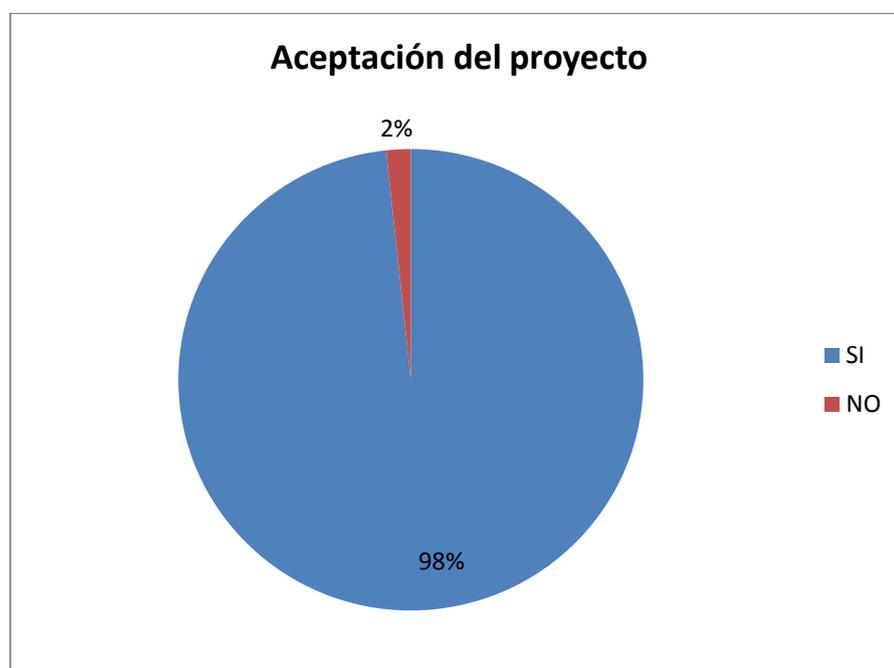


Gráfico N° 13. Aceptación del proyecto

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

La implementación del proyecto tiene acogida por la mayor parte de los turistas encuestados por lo que proporciona seguridad en la creación de la hostería ecoturística ubicada en la zona de Intag.

6. ¿Le gustaría que la hostería cuente con servicios adicionales a los mencionados?

Tabla N° 20

Interés en servicios adicionales

Alternativas	Frecuencia	%
SI	155	63%
NO	90	37%
Total	245	100%

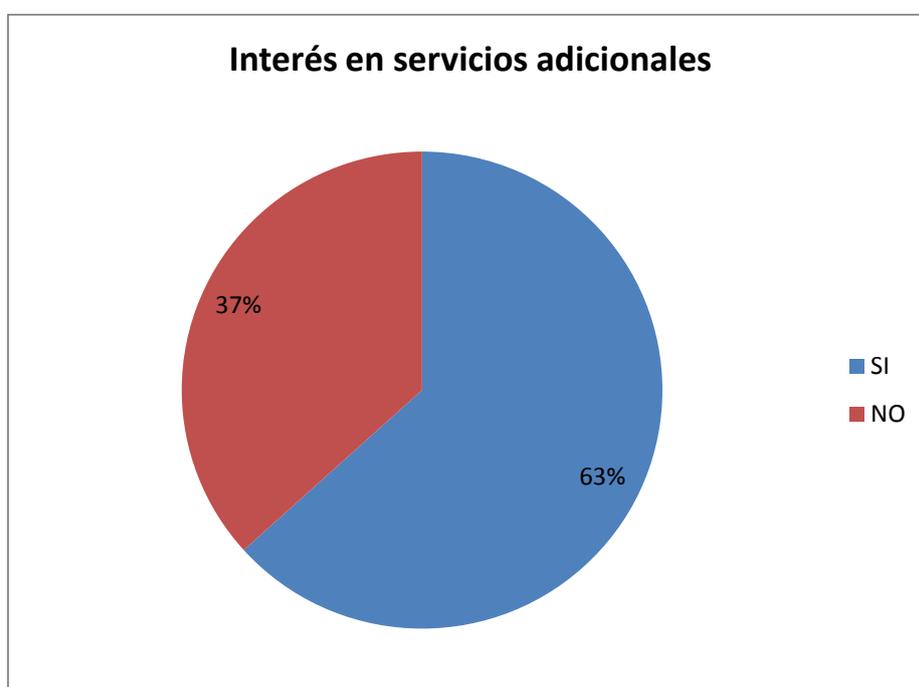


Gráfico N° 14. Interés en servicios adicionales

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

De acuerdo a las encuestas realizadas la mayor parte de los turistas les gustaría que la hostería ecoturística cuente con servicios adicionales.

7. Si la respuesta de la pregunta anterior es SI, escriba ¿qué o cuales servicios adicionales le gustaría?

Tabla N° 21
Servicios adicionales

Alternativas	Frecuencia	%
Transporte	64	26%
Presentaciones tradicionales	39	16%
Guardería	13	5%
Rutas bicicleta	58	24%
Áreas para acampar	71	29%
Total	245	100%

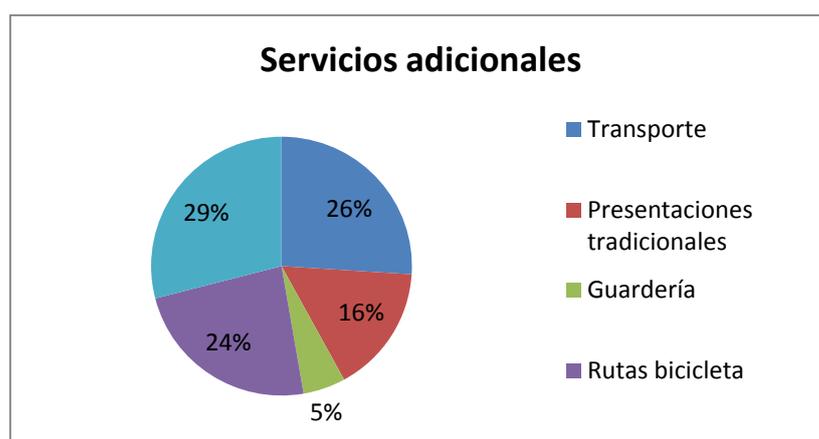


Gráfico N° 15. Interés en servicios adicionales

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

A la mayor parte de turistas les agrada que se implemente áreas para acampar dentro de la hostería (29%), y a otra parte significativa de turistas se inclinan por el servicio de transporte para conocer la zona (26%).

8. ¿Con qué frecuencia visitaría usted la hostería ecoturística ubicada en la Parroquia Apuela, Zona de Intag?

Tabla N° 22
Frecuencia de visita

Alternativas	Frecuencia	%
Fines de semana	17	7%
Feridos	137	56%
1 vez al mes	39	16%
1 vez al año	52	21%
Total	245	100%

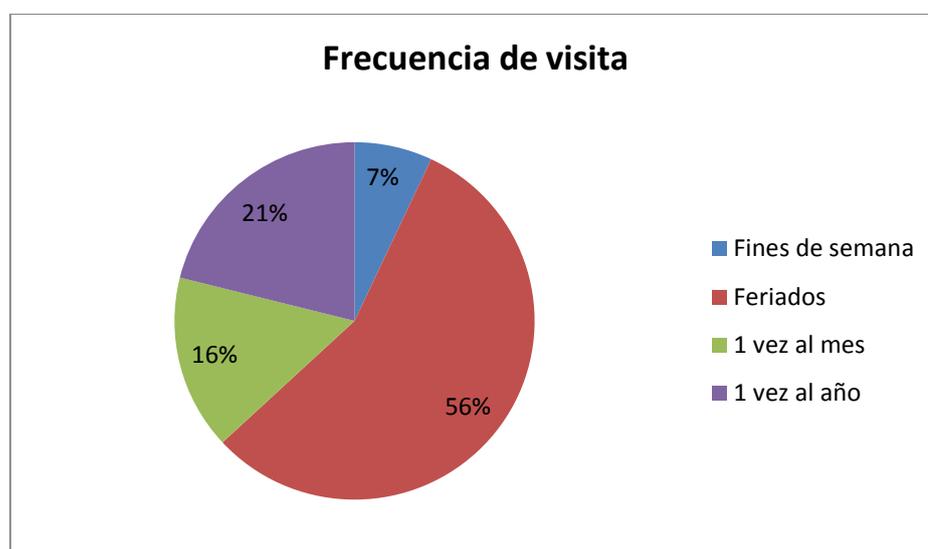


Gráfico N° 16. Frecuencia de visita

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Los datos obtenidos muestran que los turistas visitarían frecuentemente a la hostería ecoturística en feriados por lo que se estima cuantificar la capacidad utilizada de las instalaciones.

9. ¿Cuántos días estaría dispuesto a alojarse en la hostería ecoturística?

Tabla N° 23

Tiempo de permanencia

Alternativas	Frecuencia	%
De 1 a 2 días	123	50%
De 2 a 3 días	106	43%
De 3 a 5 días	8	3%
Más de 5 días	8	3%
Total	245	100%

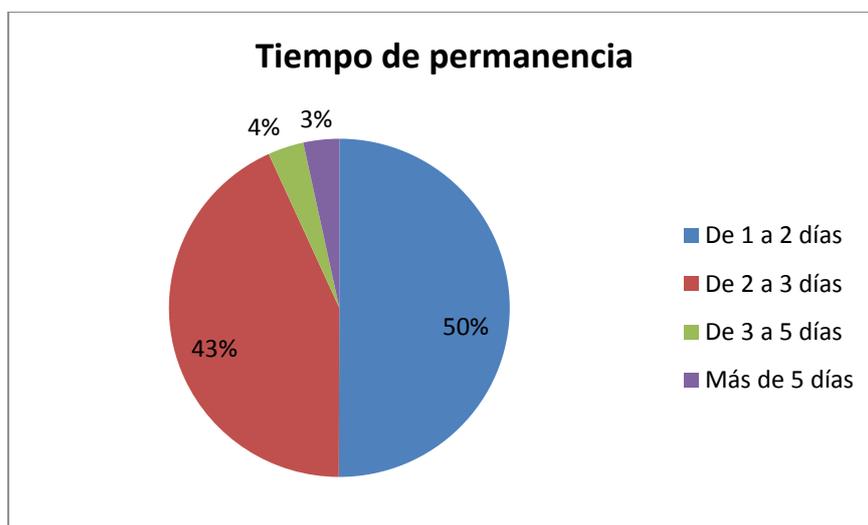


Gráfico N° 17. Tiempo de permanencia

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Según las encuestas realizadas los turistas estarían dispuestos a alojarse de 1 a 2 días en su mayoría lo que nos ayudara a estimar la rotación de turistas en el hospedaje.

10. ¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para hospedarse?

Tabla N° 24

Preferencia de alojamiento

Alternativas	Frecuencia	%
Ubicación	33	13%
Precio	86	35%
Infraestructura	20	8%
Servicios que ofrece	106	43%
Total	245	100%

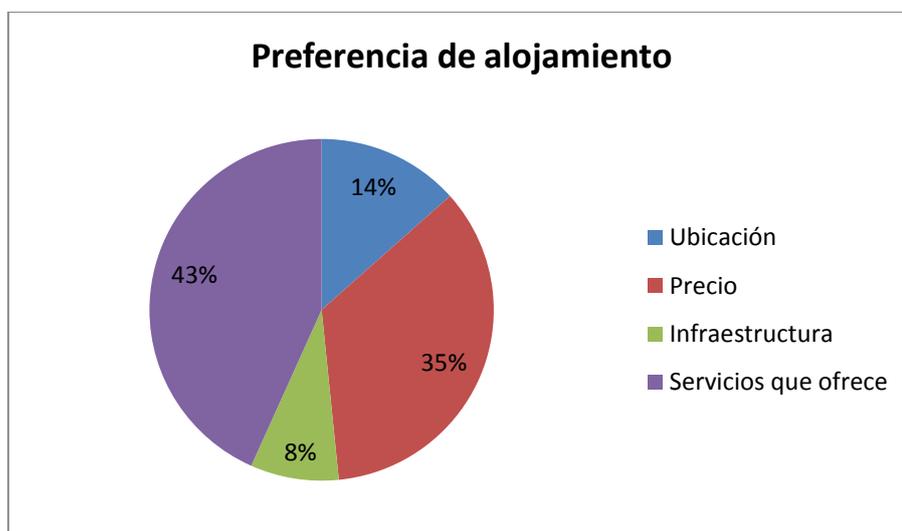


Gráfico N° 18. Preferencia de alojamiento

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Los turistas para elegir el lugar donde hospedarse toman en consideración la variedad y calidad en los servicios, lo cual ayuda a que los servicios que ofrece la hostería ecoturística cubra las expectativas de los clientes.

11. De los siguientes paquetes turísticos, ¿Cuál usted escogería para alojarse en una hostería ecoturística, tomando en cuenta que los precios son diarios?

Tabla N° 25

Paquetes turísticos

Alternativas	Precio	Frecuencia	%
Paquete 1 (Alojamiento 1 habitación y baño privado, Restaurante: Desayuno-Almuerzo-Merienda, Guía Turístico)	\$42	17	7%
Paquete 2 (Alojamiento 1 habitación y baño privado, Restaurante: Desayuno-Almuerzo-Merienda, Paseo a Caballo)	\$40	29	12%
Paquete 3 (Alojamiento 1 habitación y baño privado, Restaurante: Desayuno-Almuerzo-Merienda)	\$37	199	81%
Total		245	100%

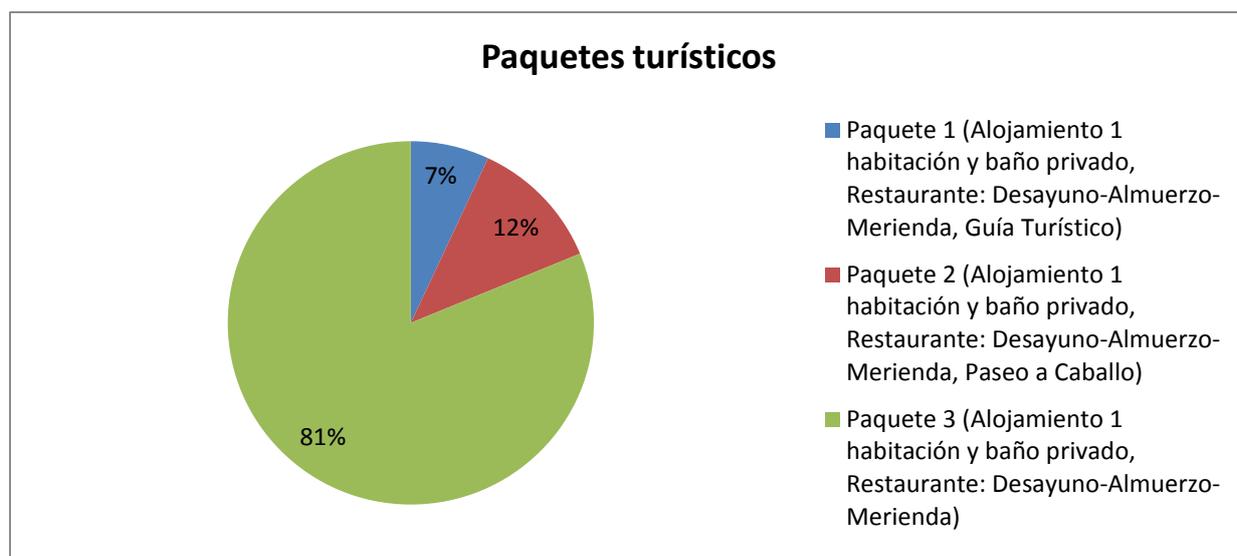


Gráfico N° 19. Costos de servicio

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS: Los turistas prefieren acceder al paquete 1 por los servicios de la hostería en un día. Esta información permite estimar el precio al cual se podría basar para el cálculo de los ingresos de la hostería ecoturística.

12. ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría informarse de este servicio?

Tabla N° 26

Comercialización del servicio

Alternativas	Frecuencia	%
Televisión	20	8%
Radio	8	3%
Redes Sociales	151	62%
Página web	57	23%
Vallas publicitarias	8	3%
Volantes	0	0%
Total	245	100%

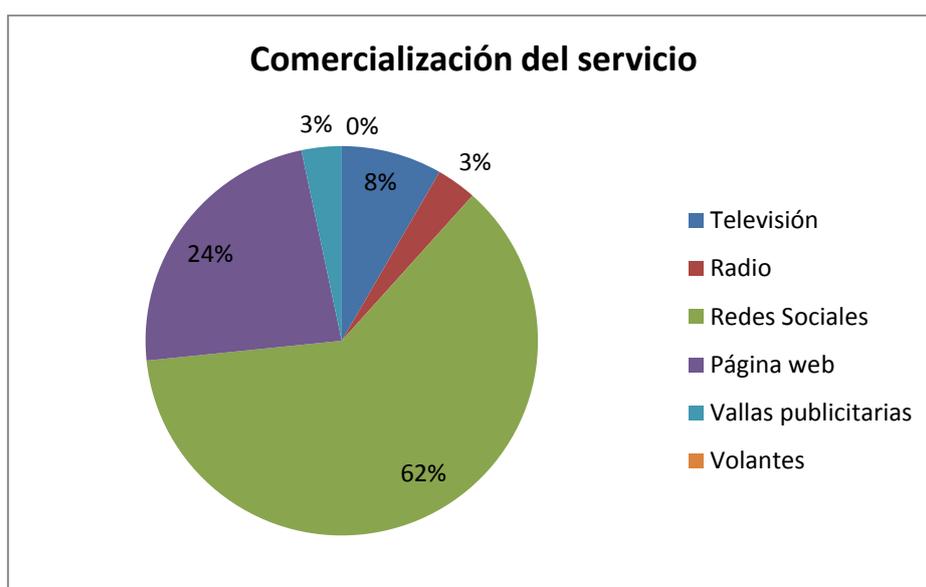


Gráfico N° 20. Comercialización del servicio

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Las Autoras

ANÁLISIS:

Para promocionar la hostería ecoturística se utilizará principalmente las redes sociales como un medio de comunicación entre los turistas y el proyecto.

3.11. Análisis de la demanda

El turismo en la Provincia de Imbabura por sus innumerables recursos naturales, es una actividad importante ya que potencializa la economía del territorio y se ha ido desarrollando durante los últimos años por ser una “tradicción turística”. Según el Ministerio de Turismo de la Zona 1, existe una mayor afluencia de turistas extranjeros a los cantones de Otavalo y Cotacachi que la afluencia de los turistas nacionales a los mismos, considerando que Ibarra es la ciudad más visitada dentro de la provincia. La demanda turística del proyecto se la identifica analizando el movimiento turístico de la provincia a través de datos del año 2015 facilitados por el Ministerio de Turismo.

3.11.1. Demanda actual

Para determinar la demanda actual se toma en cuenta la llegada de turistas a los cantones Otavalo y Cotacachi para el año 2015, información proporcionada por el Ministerio de Turismo.

Tabla N° 27

Llegada de turistas a los cantones Otavalo y Cotacachi en el año 2015

Año	Número de turistas
2015	209.110

Fuente: Ministerio de Turismo, Zona 1, año 2015.

Elaborado por: Las Autoras

La demanda actual son los 209.110 turistas que visitaron a los cantones de Otavalo y Cotacachi en el año 2015. Además, para proyectar la demanda actual en el proyecto se toma

en cuenta el porcentaje de aceptación del mismo resultado de la encuesta realizada a los turistas que visitaron los cantones de Otavalo y Cotacachi en el año 2016.

Tabla N° 28

Cálculo de la demanda actual para el proyecto

Número de turistas que visitaron los Cantones de Otavalo y Cotacachi 2015	209.110
% de Preferencia del proyecto (Dato obtenido del estudio de mercado Pregunta N° 5)	98%
Demanda actual en número de turistas para el proyecto	204.927

Elaborado por: Las Autoras

3.11.2. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda turística utilizamos los datos históricos de los años 2014 y 2015 correspondientes al número de turistas que llegaron a los cantones de Otavalo y Cotacachi facilitados por el Ministerio de Turismo de la Zona 1.

Debido a que no existe algún índice o tasa de crecimiento de la demanda turística a nivel provincial o cantonal, la proyección se la determina utilizando el método de regresión lineal.

Fórmulas: $y = a + bx$

$b = 13.233$

$a = 178.471$

Tabla N° 29
Demanda de turistas del proyecto en los años 2014-2015

Año	Período (x)	Turistas (y)	x*y	x²
2014	1	191.694	191.694	1
2015	2	204.927	409.854	4
Suma	3	396.621	601.548	5
Promedio	1,5	198.311	300.774	2,5

Fuente: Ministerio de Turismo, Zona 1, año 2014/2015

Elaborado por: Las Autoras

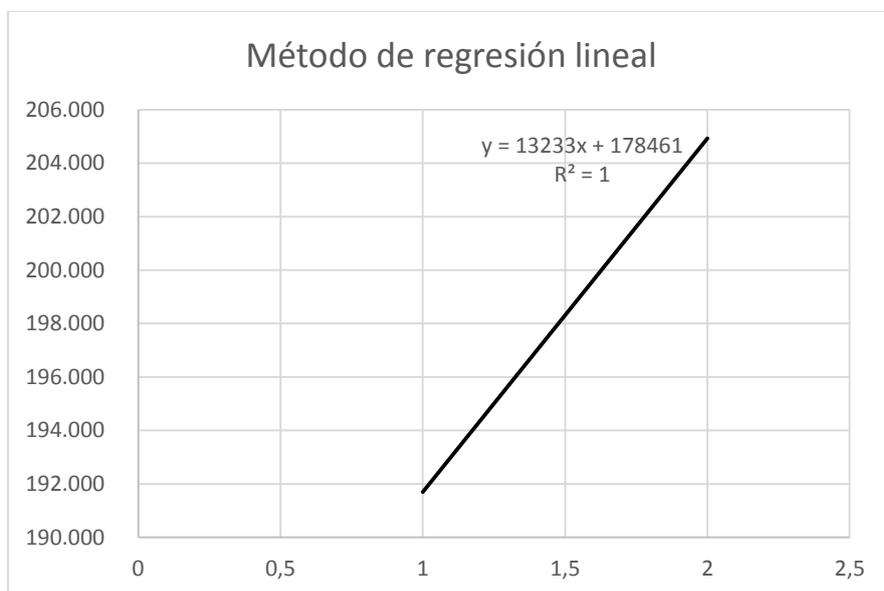


Gráfico N° 22. Método de regresión lineal

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 30

Proyección de la demanda

Año	Periodo (x)	Turistas (y)
2015	2	204.927
2016	3	218.160
2017	4	231.393
2018	5	244.626
2019	6	257.859
2020	7	271.092

Elaborado por: Las Autoras

Tomando el 2015 como año base para la proyección de la demanda turística del proyecto, se calcula en base a la fórmula del método de regresión lineal, obteniendo como crecimiento lineal de la demanda en los próximos 5 años, un total de 13.233 turistas que aumentarían su visita año tras año a los cantones de Otavalo y Cotacachi respectivamente, con una tasa de crecimiento del 0,069, considerando que este crecimiento es una estimación y no un dato específico del número de turistas debido a que no se tuvieron los índices reales de crecimiento, puesto que las cifras y datos del Ministerio de Turismo de la Zona 1 se encuentran desactualizados.

3.12. Análisis de la oferta

La oferta de servicios está en constante crecimiento por lo que se toma como principales indicadores: la cantidad de establecimientos, habitaciones y camas, las de agencias de viajes y tour de operadoras, así como de establecimientos de alimentación, distracción y recreación. Para realizar el correspondiente análisis de la oferta, se tomó en consideración a los centros turísticos legales existentes del cantón Cotacachi, pero analizaremos específicamente la oferta que existen en la Zona de Intag.

3.12.1. Capacidad instalada de alojamiento en el cantón Cotacachi

De acuerdo a la información proporcionada por el departamento de turismo del Municipio de Cotacachi del año 2015, tomando en consideración la zona de Intag, la zona andina y la cabecera cantonal (urbana).

El cantón cuenta con los siguientes establecimientos turísticos de alojamiento registrados en el catastro: 2 asociaciones ecoturísticas, 6 albergues, 8 cabañas, un campo turístico, un complejo, 9 hostales, 4 hosterías, 3 hoteles, una reserva y un paradero. Sumando un total de 36 establecimientos de alojamiento.

Tabla N° 31

Detalle general de la capacidad hotelera instalada en el cantón Cotacachi del año 2015.

Tipos de alojamientos	Número de alojamientos
Asociaciones eco turísticas	2
Albergues	6
Cabañas	8
Campo turístico	1
Complejo	1
Hostales	9
Hosterías	4
Hotel	3
Reservas	1
Paraderos	1
Total	36

Fuente: Departamento de Turismo del Municipio de Cotacachi, 2015

Elaborado por: Las Autoras

3.12.2. Oferta actual

En la actualidad existen establecimientos turísticos que brindan servicios de hospedaje en la Zona de Intag, dentro de los cuales están categorizados en los siguientes tipos de alojamientos:

Tabla N° 32

Establecimientos de alojamiento de la Zona de Intag en el año 2015

Tipo de alojamiento	Nombre del establecimiento	Ubicación
Paradero	Paradero Turístico "La Cucharita"	Pucara Parroquia Apuela.
Complejo Ecoturístico	Complejo Ecoturístico Termas de Nangulvi	Nangulvi Parroquia Peñaherrera.
Asociación de Ecoturismo	Asociación de Ecoturismo "Ecojunín"	Junín Parroquia García Moreno
Hotel	Hotel Comunitario "Hormiga Verde"	Magdalena Parroquia García Moreno
Albergue	Albergues Comunitarios El Chontal	El Chontal Parroquia García Moreno
Albergue	Albergues Comunitarios El Rosal	El Rosal Parroquia García Moreno
Centro Ceremonial	Centro Ceremonial Wariman	Km 6 Vía a Peñaherrera. Gualiman Centro Arqueológico
Reserva	Reserva Los Cedros	Magdalena Alto Parroquia García Moreno.
Cabañas	Cabañas Intag	A 300 metros. Vía a García Moreno
Cabañas	Cabañas Flor del valle	Km 1 1/2. Vía a García Moreno
Cabañas	Cabañas Osho	Km 40. Vía Cielo Verde Sector Magdalena
Cabañas	Cabañas Cielo Verde Lodge	Km. 50. Comunidad Cielo Verde
Cabañas	Cabañas Pradera tropical	Km 5. Parroquia Apuela
Cabañas	Cabañas Tierra sol	Km.1 1/2. Vía Apuela
Hostal	Hostal Valle hermoso	Km 2. Vía Apuela
Campo turístico	Campo turístico Playa real	km 1. Vía Puranqui
Hostería	Hostería La isla	Km 3. Vía a García Moreno

Fuente: Departamento de Turismo del Municipio de Cotacachi, 2015.

Elaborado por: Las Autoras

3.12.3. Características de la oferta

Tabla N° 33

Detalle de los establecimientos de alojamiento en la zona de Intag, Año 2015

Nombre del establecimiento	Habitaciones	Camas	Plazas
Paradero Turístico "La Cucharita"	7	21	23
Complejo Ecoturístico Termas de Nangulvi	10	30	40
Asociación de Ecoturismo "Ecojunín"	6	21	28
Hotel Comunitario "Hormiga Verde"	6	23	27
Albergues Comunitarios El Chontal	18	54	59
Albergues Comunitarios El Rosal	3	7	15
Centro Ceremonial Wariman	7	17	20
Reserva Los Cedros	5	16	20
Cabañas Intag	5	15	18
Cabañas Flor del valle	6	18	20
Cabañas Osho	8	16	30
Cabañas Cielo Verde Lodge	10	17	20
Cabañas Pradera tropical	5	15	15
Cabañas Tierra sol	5	15	15
Hostal Valle hermoso	10	20	25
Campo turístico Playa real	4	16	24
Hostería La isla	6	18	35
Total	121	339	434

Fuente: Municipio de Cotacachi, 2015.

Elaborado por: Las Autoras

Los establecimientos de alojamiento turístico de la zona de Intag que se encuentran registrados en el catastro en el año 2015 cuentan con 121 habitaciones, 339 camas y 434 plazas.

3.12.4. Porcentaje de ocupación hotelera

La tasa de ocupación de la capacidad disponible promedio de establecimientos de alojamiento de la Provincia de Imbabura para el año 2015 es de 64% en establecimientos de lujo y el 51% en establecimientos de primera.

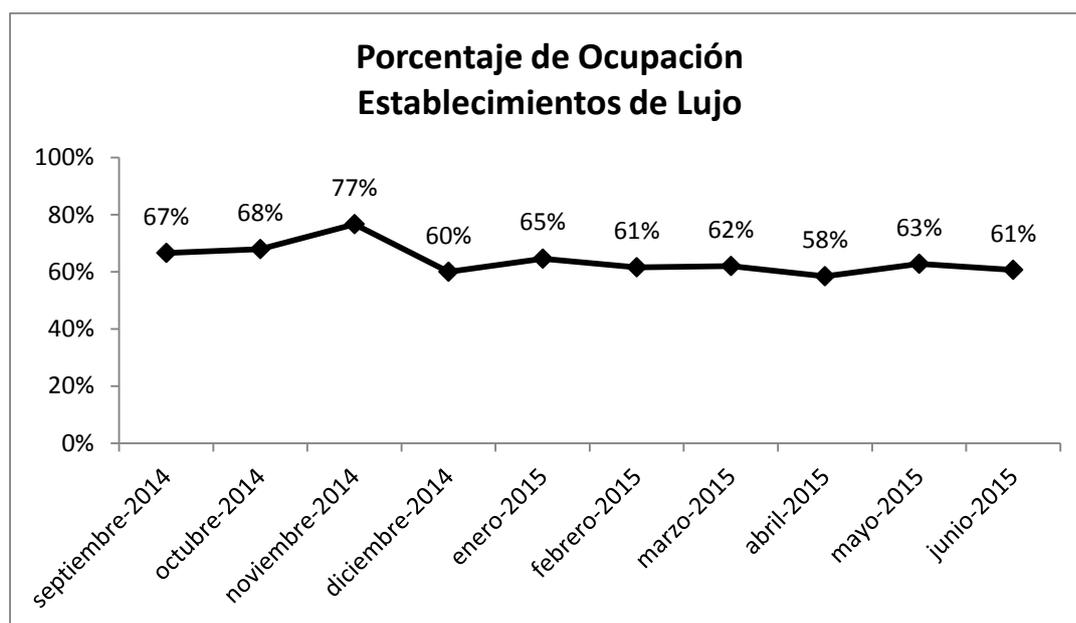


Gráfico N° 21. Porcentaje mensual de ocupación de establecimientos de lujo en la Provincia de Imbabura en el período de Septiembre 2014 a Junio de 2015

Fuente: Encuesta coyuntural de alojamiento del Ministerio del Turismo en el periodo de Septiembre de 2014 a Junio de 2015.

Elaborado por: Las Autoras

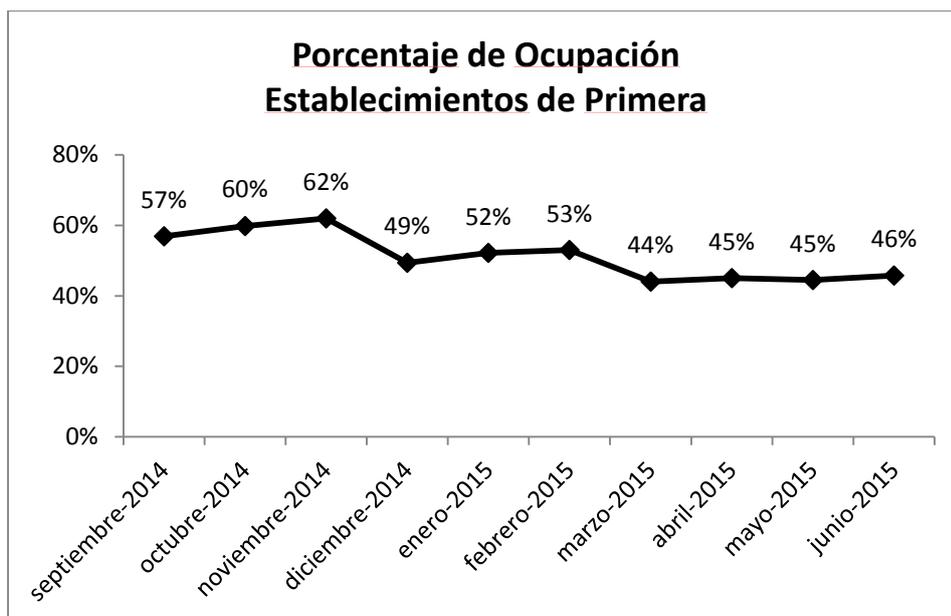


Gráfico N° 22. Porcentaje mensual de ocupación de establecimientos de primera en la Provincia de Imbabura en el período de Septiembre 2014 a Junio de 2015

Fuente: Encuesta coyuntural de alojamiento del Ministerio del Turismo en el periodo de Septiembre de 2014 a Junio de 2015.

Elaborado por: Las Autoras

3.12.5. Habitaciones reales ocupadas de los establecimientos de alojamiento de la zona de Intag en el año 2015

Para calcular las habitaciones reales ocupadas se toma en cuenta el número de habitaciones disponibles, el porcentaje promedio de ocupaciones de establecimientos de alojamiento de primera de la Provincia de Imbabura (51%), el promedio de la densidad ocupacional (obtenida por información directa con los gerentes o propietarios de los diferentes establecimientos hoteleros de la zona de Intag) y los 365 días del año (no se excluyen ningún día por ser una actividad turística), considerando que no se resta el número de días de mantenimiento puesto que para la limpieza no será necesario detener el servicio de habitación. Para el cálculo utilizaremos la siguiente fórmula de habitaciones reales ocupadas (Ascario, 2003):

Fórmula:

$$\text{Hab. real ocup.} = \text{hab. disp.} \cdot \% \text{ de ocupación promedio} \cdot 365 \text{ días} \cdot \text{densidad ocupacional}$$

Fuente: Revista de Turismo en análisis, Artículo: La evaluación social de proyectos turísticos: un enfoque simplificado con criterio de productividad, 2003.

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 34.

Calculo del número de habitaciones reales ocupadas de establecimientos de alojamiento en la zona de Intag en el año 2015

Nombre del establecimiento	Habitaciones disponibles	% Ocup. promedio	Días del año	Índice de ocupación	Hab. reales ocup. anual
Paradero Turístico "La Cucharita"	7	51%	365	1,2	1.564
Complejo Ecoturístico Termas de Nangulvi	10	51%	365	1,3	2.420
Asociación de Ecoturismo "Ecojunín"	6	51%	365	1,2	1.340
Hotel Comunitario "Hormiga Verde"	6	51%	365	1,2	1.340
Albergues Comunitarios El Chontal	18	51%	365	1,2	4.021
Albergues Comunitarios El Rosal	3	51%	365	1,2	670
Centro Ceremonial Wariman	7	51%	365	1,2	1.564
Reserva Los Cedros	5	51%	365	1,4	1.303
Cabañas Intag	5	51%	365	1,4	1.303
Cabañas Flor del valle	6	51%	365	1,4	1.564
Cabañas Osho	8	51%	365	1,4	2.085
Cabañas Cielo Verde Lodge	10	51%	365	1,4	2.606
Cabañas Pradera tropical	5	51%	365	1,3	1.210
Cabañas Tierra sol	5	51%	365	1,3	1.210
Hostal Valle hermoso	10	51%	365	1,2	2.234
Campo turístico Playa real	4	51%	365	1,2	894
Hostería La isla	6	51%	365	1,2	1.340
Total	121			1,3	28.667

Fuente: Municipio de Cotacachi, Departamento de turismo, año 2015.

Elaborado por: Las Autoras

En la zona existen un total 121 establecimientos de alojamiento que cuentan con 28.667 habitaciones reales ocupadas al año, tomando en cuenta que la densidad promedio es de 1,3 turistas por habitación.

3.12.6. Cálculo de la capacidad de alojamiento de los establecimientos en la zona de Intag

Fórmula:

$$Hab. real ocup. = \frac{hab. disp. * \% de ocupación promedio * 365 días * densidad ocupacional}{Estancia media del turista}$$

Fuente: Revista de Turismo en análisis, Artículo: La evaluación social de proyectos turísticos: un enfoque simplificado con criterio de productividad, 2003.

Elaborado por: Las Autoras

Es necesario calcular la estancia media del turista ya que no existen datos sobre este índice y se calcula en base a la encuesta realizada específicamente en la pregunta N° 9.

¿Cuántos días estaría dispuesto a alojarse en la hostería ecoturística?

Tabla N° 35

Tiempo de permanencia

Alternativas	Frecuencia	%
De 1 a 2 días	123	50%
De 2 a 3 días	106	43%
De 3 a 5 días	8	3%
Más de 5 días	8	3%
Total	245	100%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado: por las autoras

El resultado de la pregunta es que la mayoría de los turistas estiman permanecer en la hostería de 1 a 2 días entonces la estancia media de turismo es 1,2 para este proyecto. Teniendo este dato se calcula la capacidad de alojamiento anual así:

$$Cap. \text{ alojamiento} = \frac{28.667}{1,2}$$

$$Cap. \text{ alojamiento} = 23.889 \text{ hab. por turistas día}$$

3.12.7. Proyección de la oferta

Debido a que el crecimiento del sector turístico de la zona de Intag no es significativo porque existe poca inversión en alojamiento, se considera que durante los próximos 5 años no va a crecer la oferta quedando 23.889 habitaciones anuales.

Tabla N° 36
Proyección de la oferta

Año	Proyección de oferta
2015	23.889
2016	23.889
2017	23.889
2018	23.889
2019	23.889
2020	23.889

Elaborado por: Las Autoras

3.13. Demanda insatisfecha

En la estimación de la demanda insatisfecha se identifica si existe un mercado al que no se haya llegado o no está satisfecho con el servicio, además es ahí donde se establecerá las estrategias de marketing para lograr satisfacer este tipo de necesidad, la introducción de la hostería ecoturística al mercado y poder entregar el servicio deseado al turista final. Los resultados corresponden a la demanda proyectada menos la oferta proyectada y se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla N° 37.
Proyección de la demanda insatisfecha

Año	Proyección demanda	Proyección oferta	Proyección DI
2015	204.927	23.889	181.038
2016	218.160	23.889	194.271
2017	231.393	23.889	207.504
2018	244.626	23.889	220.737
2019	257.859	23.889	233.970
2020	271.092	23.889	247.203

Elaborado por: Las Autoras

3.14. Determinación del precio

Para determinar el precio de los servicios que ofrecerá la hostería, se toma en cuenta los precios y características de las hosterías del cantón Cotacachi que se encuentran registradas (Competidores).

Tabla N° 38
Precios de oferta turística en el Cantón Cotacachi

N°	Establecimiento	Capacidad instalada alojamiento (N° personas)	Precio por persona en un día	Servicios que ofrece
1	Hostería La isla	35	15 USD	Desayuno, trapiche, canchas deportivas y pesca deportiva
2	Hostería Cuicocha	35	55 USD	Desayuno, cena, paseo en lancha (duración: 20 min)
3	Hostería la Mirage	50	241,80 USD	Sólo desayuno
4	Hostería San Isidro de Italqui	25	60 USD	Desayuno, ecoturismo
5	Hostería Oro Azul	14	49 USD	Desayuno, paseos a caballo

Fuente: Municipio de Cotacachi, 2015.

Elaborado por: Las Autoras

3.15. Estrategias de comercialización

Para la comercialización del servicio de la hostería propuesto en el presente estudio, se analizarán las cuatro variables estratégicas que permitirán establecer las ventajas competitivas y plasmar la viabilidad y factibilidad del proyecto.

3.15.1. Estrategia de Producto

El servicio a ofertar será el alojamiento en la hostería eco turística, con esto se pretende atender la demanda insatisfecha existente en los turistas que visitan la provincia de Imbabura, principalmente quienes realizan turismo en las ciudades de Otavalo y Cotacachi.

Para ello se aplicaran las siguientes estrategias:

- (a) Brindar un servicio de calidad, a través de una buena atención que refleje la calidez y eficiencia de los trabajadores.
- (b) Garantizar que los productos que se ofertaran dentro del servicio cumplirán con la respectiva calidad y asepsia para el consumo humano.
- (c) El servicio de alojamiento además contara con demás servicios que den placer al cliente en el tiempo que dure su estadía.
- (d) El servicio de la hostería cumplirá con el punto verde, con el fin de ejecutar diversas actividades en armonía con el medio ambiente.

3.15.2. Estrategia de Plaza

Los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el turista podrá tener acceso al servicio que ofrece la hostería ecoturística son los siguientes:

- (a) Canal directo: los turistas visitan la hostería contando con sus propios medios.
- (b) Canal indirecto: los turistas visitan la hostería a través de intermediarios como operadoras turísticas.

3.15.3. Estrategias de promoción

Las promociones que ofrecerá la hostería se realizará por medio de descuentos por un número considerable de personas, premios a la fidelidad, exposición en ferias. Tomando como referencia el resultado que arrojan las encuestas el servicio será promocionado principalmente por:

Redes sociales: este medio es muy eficaz debido al alcance que presenta, por lo cual se compartirá información sobre las ofertas turísticas existentes, en páginas sociales como: Facebook, twitter, youtube, etc. A la vez es una estrategia comercial muy económica para la empresa.

Página Web: la creación de una página web, dónde se detalle los servicios y se dé a conocer a la empresa como tal, es una estrategia que ayudará a mostrar la infraestructura y todos los componentes de la hostería.

Para proyectar nuestro trabajo en el plazo de un año se determina las siguientes tácticas publicitarias:

Radio: se optará por realizarlas en las ciudades principales, como es Quito, Ibarra, Cuenca y Guayaquil, especialmente en los días feriados (estimados a 5 feriados anuales).

Vallas publicitarias: instalar de tres a cuatro vallas publicitarias en la provincia de Imbabura, dónde se visualice con claridad el anuncio hacia futuros clientes. Cada valla publicitaria medirá 2x1 m2.

Volantes: que serán distribuidos en diferentes lugares de las ciudades de Quito, Cotacachi, y Otavalo, en los días festivos y también en los diferentes municipios de las localidades y en las jefaturas de turismo de las zonas todo el año.

3.15.4. Estrategias de Precio

Para una captación de clientes se aplicaran las siguientes estrategias de precios:

- (a) Establecer precios convenientes, que incluyan la utilización de todas las instalaciones que ofrece la hostería dependiendo del número de personas hospedadas por grupo.
- (b) Descuentos a los clientes que estén cumpliendo años.
- (c) En temporadas bajas, los niños menores de 7 años, no pagan la estadía de pernoctación.
- (d) En grupos de 20 personas, una persona ingresará a disfrutar de las instalaciones.
- (e) En los meses de enero y marzo, la hostería cobrará la mitad del valor del alojamiento.

3.16. Conclusiones del estudio de mercado

- (a) Con la realización del estudio de mercado se logró identificar qué servicios se implementarán dentro de la hostería ecoturística. Tomando en cuenta el principal servicio que es de preferencia para el turista.
- (b) Con la información obtenida del Ministerio de Turismo se conoció la demanda turística nacional e internacional que visita la Provincia de Imbabura. También por medio de la encuesta realizada se obtuvo un 98% de aceptación del proyecto.
- (c) Aunque existen establecimiento de alojamiento turístico en el cantón Cotacachi, no son suficientes para cubrir la demanda turística, por lo que se refleja una demanda insatisfecha a la cual se pretende cubrir de acuerdo a la capacidad instalada.
- (d) Para determinar el precio se tomó en cuenta los precios de la competencia que existe en la Zona de Intag y por medio de la encuesta se identificó la aceptación de los diferentes precios establecidos de acuerdo a los paquetes turísticos ofertados.

Capítulo IV. Estudio técnico

4.1. Introducción

En el presente capítulo se contempla los elementos requeridos para la implementación del proyecto, las variables de ubicación, tamaño del proyecto e inversión. La importancia del estudio técnico es demostrarla viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa que mejor se adapte a los criterios de optimización. Este estudio se basa en los aspectos técnicos óptimos que se requieren en las instalaciones de la planta así como también determinar la maquinaria y materiales necesarios para el desarrollo de las actividades logrando eficiencia y consecuentemente la generación de rentabilidad.

4.2. Objetivo General

Elaborar el estudio técnico para determinar la localización, el tamaño y las inversiones que requerirá el estudio.

4.3. Objetivos Específicos

- (a) Determinar la localización óptima del proyecto, en base a los factores que condicionen su mejor ubicación.
- (b) Determinar el tamaño del proyecto, en relación a los factores condicionantes.
- (c) Establecer la distribución y diseño de las instalaciones para efectuar las actividades turísticas.

(d) Especificar el presupuesto de inversión dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.

4.4. Localización del proyecto

La localización del proyecto determina el lugar donde se realizará los servicios de la hostería y se desarrollara las diferentes actividades, para lo cual se toma en cuenta los siguientes factores:

- (a) Área geográfica (macro localización).
- (b) Lugar específico del asentamiento (Micro Localización).

4.4.1. Macro localización

Tabla N° 39
Macro localización

País	Ecuador
Provincia	Imbabura
Cantón	Cotacachi
Zona	Intag

Elaborado por: Las Autoras

La macro localización del proyecto será en el país de Ecuador, Provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, zona de Intag respectivamente.



Gráfico N° 23. Mapa de macrolocalización

Fuente: Mapa satelital del Ecuador (Google Maps)

Elaborado por: Las Autoras

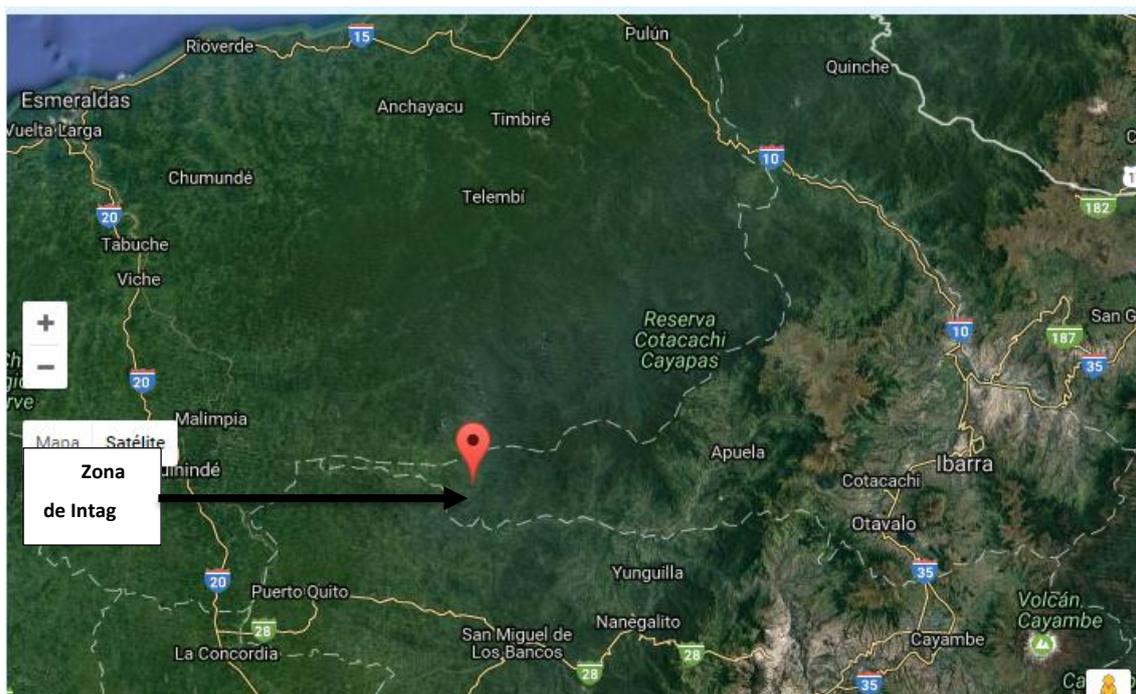


Gráfico N° 24. Mapa de la Zona de Intag

Fuente: Mapa del Ecuador Satelital (Google Maps)

Elaborado por: Las Autoras

Para determinar la macro localización se toma en cuenta la ubicación geográfica del proyecto. El presente proyecto se ubicará al norte del Ecuador, en la provincia de Imbabura. El

lugar se ha seleccionado porque cuenta con una gran variedad de paisajes, flora, fauna y un clima tropical favorable lo cual hace de esta zona un lugar atractivo para el turista nacional y extranjero.

4.4.2. Micro localización

4.4.2.1. Factores relevantes para la micro localización

La micro localización del proyecto se ha determinado mediante el análisis de factores de gran relevancia que tendrán impacto en la implementación del proyecto, a continuación se detalla los factores analizados:

4.4.2.1.1. Selección del lugar

- (a) **Parroquia:** Apuela
- (b) **Zona:** Intag
- (c) **Cantón:** Cotacachi

4.4.2.1.2. Selección de factores

Factores de ubicación

- (a) Ubicación comercial

- (b) Canales de distribución (directo e indirecto)
- (c) Proveedores de materia prima
- (d) Competencia
- (e) Seguridad
- (f) Servicios básicos

Factores ambientales

- (a) Contaminación
- (b) Manejo de desperdicios

Factores legales

- (a) Servicio de Rentas Internas
- (b) Ordenanza Municipal
- (c) Permiso de Bomberos

4.4.2.2. *Matriz de factores*

La matriz de factores permite la selección más óptima del lugar en donde debe ubicarse el proyecto para lo cual se realiza una evaluación y calificación de las posibles alternativas de localización.

La calificación se realizó de acuerdo al cuadro que se muestra a continuación:

Tabla N° 40*Escala para la calificación de factores*

Indicador	Valor
Óptima	5
Muy buena	4
Buena	3
Regular	2
Malo	1

Elaborado por: Las Autoras**Tabla N° 41***Matriz de factores*

Factores	Apuela	Plaza Gutiérrez	Vacas Galindo
Factores de Ubicación			
Ubicación comercial	5	3	2
Canales de Distribución	5	3	2
Proveedores de materia prima	4	2	1
Competencia	3	4	4
Seguridad	4	4	4
Servicios Básicos	3	2	2
Vías de acceso	4	3	3
Sub Total	28	21	18
Factores Ambientales			
Sitios Ecológicos	5	5	5
Contaminación	1	1	1
Manejo de Desechos	3	2	2
Sub Total	9	8	8
Factores Legales			
Servicio de Rentas Internas	4	4	4
Ordenanza Municipal	4	3	3
Permisos Bomberos	4	4	4
Sub Total	12	11	11
Factor Económicos			
Valor del Terreno	3	5	4
Mano de Obra	3	4	4
Transporte	4	3	2
Sub Total	10	12	10
TOTAL	59	52	47

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 42
Ponderación de factores

Factores	Ponderación	Apuela	Plaza Gutiérrez	Vacas Galindo
De ubicación				
Ubicación comercial	7%	0,5	0,3	0,2
Canales de Distribución	6%	0,5	0,3	0,2
Proveedores de materia prima	7%	0,4	0,2	0,1
Competencia	6%	0,3	0,4	0,4
Seguridad	7%	0,4	0,4	0,4
Servicios Básicos	3%	0,3	0,2	0,2
Vías de acceso	4%	0,4	0,3	0,3
Sub Total	40%	0,28	0,21	0,18
Ambientales				
Sitios Ecológicos	10%	0,5	0,5	0,5
Contaminación	5%	0,1	0,1	0,1
Manejo de Desechos	5%	0,3	0,2	0,2
Sub Total	20%	0,9	0,8	0,8
Legales				
Servicio de Rentas Internas	2%	0,4	0,4	0,4
Ordenanza Municipal	3%	0,4	0,3	0,3
Permisos Bomberos	5%	0,4	0,4	0,4
Sub Total	10%	0,12	0,11	0,11
Económicos				
Valor del Terreno	10%	0,3	0,5	0,4
Mano de Obra	10%	0,3	0,4	0,4
Transporte	10%	0,4	0,3	0,2
Sub Total	30%	0,10	0,12	0,10
TOTAL	100%	1,40	1,24	1,19

Elaborado por: Las Autoras

En la tabla presentada anteriormente se puede identificar los factores que tendrían impacto en la implementación de la hostería eco turística, estas variables han sido evaluadas en un rango

de 1 a 5 puntos las mismas que permiten identificar el lugar más apropiado para la ejecución del proyecto.

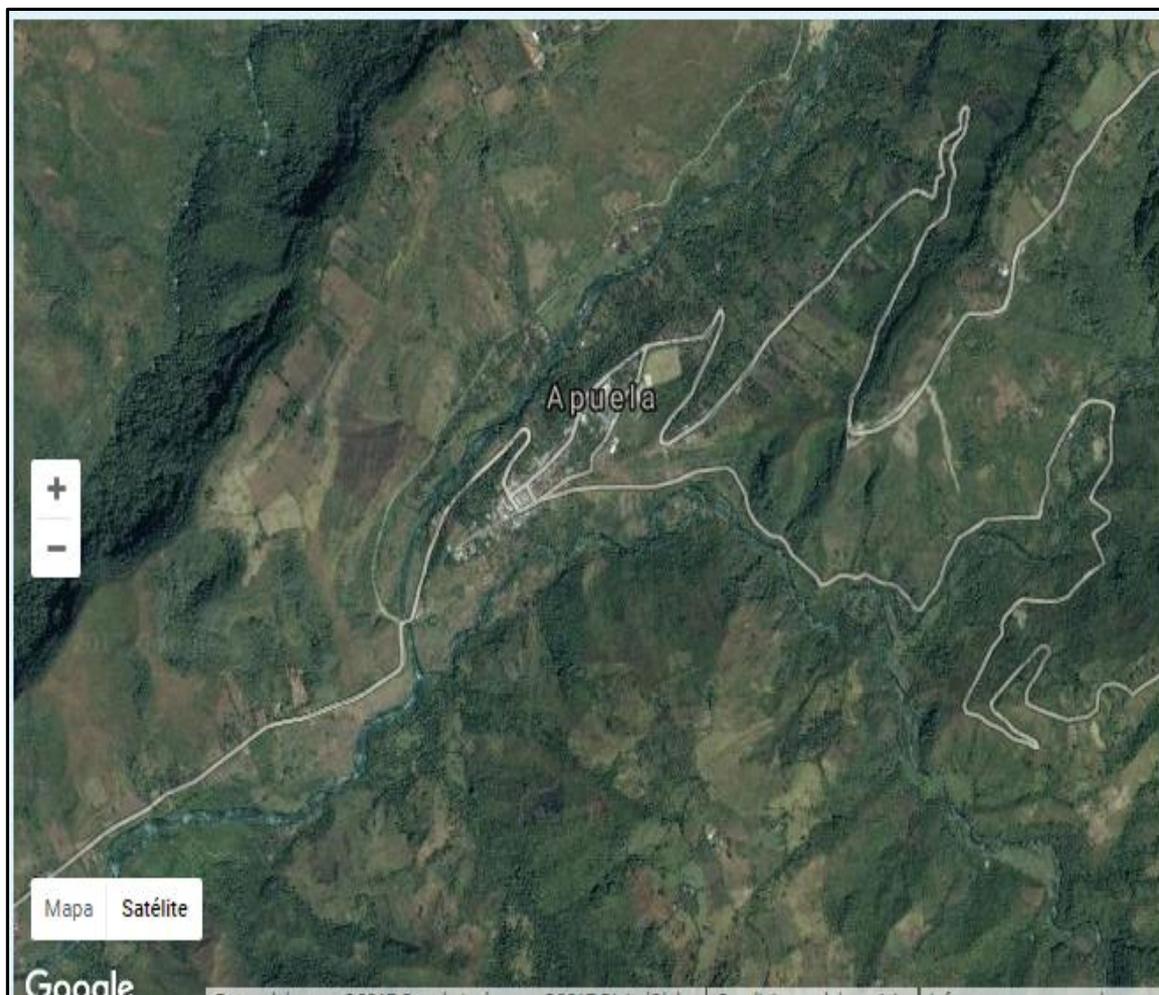


Gráfico N° 25. Mapa de la Parroquia Apuela

Fuente: Mapa del Ecuador Satelital

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 43

Micro localización

Zona	Intag
Parroquia	Apuela

Elaborado por: Las Autoras

Los resultados obtenidos determinan que la ubicación de la hostería ecoturística será en la zona de Intag, parroquia de Apuela, a 5,7 km de las termas de Nangulvi, vía a Puranquí; debido a que la puntuación ha establecido el lugar con mayor impacto positivo para la implementación del proyecto.

La ubicación del proyecto en cuanto a su área geográfica ofrece varias ventajas, principalmente que está ubicada en una área que dispone de agua, puesto a que se encuentra cerca del río, lo cual es un punto estratégico para los servicios que se pretende ofrecer a nuestros clientes.

4.5. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción y comercialización del servicio que se ofertará durante un periodo de tiempo los mismos que deben satisfacer los gustos y expectativas del cliente.

4.5.1. Factores que definen el tamaño del proyecto

4.5.1.1. Existencia de mercado

Efectuando el estudio de mercado en el capítulo anterior, se pudo confirmar la existencia suficiente de turistas que desean contratar los servicios de una hostería ecoturística en la zona de Intag, parroquia de Apuela, contando con 194.271 turistas como demanda insatisfecha para el año 2016; lo cual genera una gran expectativa para la presente propuesta.

4.5.1.2. Disponibilidad de materia prima e insumos

La materia prima e insumos corresponde a los productos que se necesitan para la elaboración de los menús a ofertarse en la hostería, la zona de Intag cuenta con una gran variedad de productos de origen agropecuario como frutas, , verduras y granos, etc., que serán utilizados en las actividades culinarias del proyecto.

4.5.1.3. Inversión o financiamiento

4.5.1.4. Mano de obra requerida

Para el desarrollo eficiente de actividades y la satisfacción de los clientes, es necesario contar con el siguiente recurso humano:

Tabla N° 44
Requerimiento de Mano de Obra

Cantidad	Recurso Humano
1	Cocineras
2	Ayudantes de cocina
1	Meseros
1	Camareros
1	Gerente
1	Recepcionista
1	Vigilante
1	Auxiliar
9	Total

Elaborado por: Las Autoras

4.6. Distribución de la planta

La distribución de la planta o área está definida por las siguientes áreas:

Área administrativa: Consta una superficie de 30m², estará diseñada para las actividades administrativas tanto del gerente como del recepcionista.

Área de alojamiento: El alojamiento ocupará un área de 200m², distribuidas en 10 habitaciones con una capacidad para hospedar a 40 personas.

Área de servicios: Esta área comprende al cuarto de limpieza como lavandería y planchado y la recepción de pertenencias, que cuentan con un área de 24m².

Área de restaurante: El espacio destinado para el restaurante será de 148m², dónde estarán ubicadas las secciones de cocina y el área para servir los alimentos, con una capacidad de 40 personas.

Área de recreación:

(a) **Deportiva:** El espacio para el área de recreación será de 239m², los cuales serán distribuidos en tres canchas deportivas.

(b) **Social:** Se contará con un salón múltiple. Este salón tendrá capacidad para 40 personas en un área de 40m².

Áreas verdes: El espacio de áreas verdes está comprendido por 50m², espacios en los cuales se podrán realizar parrilladas, campamentos, picnic, Aviturismo, recreación activa y medioambiental.

Parqueadero: El área del parqueadero será de 120 m², tendrá una capacidad para 30 vehículos.

Tabla N° 45
Distribución de la planta

Áreas	(Metros Cuadrados)
<i>Administrativa</i>	30
Recepción y Lobby (4x4)	16
Oficina administrativa (4x3.5)	14
<i>Alojamiento</i>	200
10 Habitaciones (4X5)	200
<i>Restaurante</i>	148
Comedor	90
Comedor 2	30
Cocina (5x5)	25
Baño (1.5x1.5)	3
<i>Servicios</i>	24
Lavandería (4x4)	16
Recepción de pertenecías (4*2)	8
<i>Recreación</i>	239,25
Cancha de Futbol (12.5x7.5)	93,75
Cancha de Básquet (14x7.5)	105
Cancha de Vóley (9x4.5)	40,5
<i>Verdes</i>	50
Jardín 1	25
Jardín 2	25
<i>De Eventos Sociales</i>	40
Sala múltiple	40
<i>Parqueadero (4x3)</i>	120
Total	851

Elaborado por: Las Autoras

4.6.1. Diseño de la planta

Para el diseño de la planta se toma en cuenta la capacidad de las instalaciones, las áreas y los metros cuadrados respectivos, dando un total de 851 m² de construcción.



Gráfico N° 26. Diseño de la planta

Fuente: Arq. Armando Bastidas

Elaborado por: Las Autoras

4.7. Ingeniería del proyecto

4.7.1. Procesos de prestación del servicio

El diagrama de procesos es una representación gráfica de la secuencia con las que deben ejecutarse las actividades para realizar el trabajo de una manera más eficiente, estandarizar los procesos y cumplir con las expectativas del cliente.

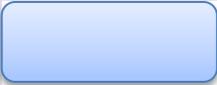
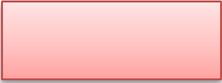
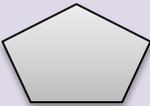
Simbología	Significado
	Inicio
	Actividad
	Documentación
	Decisión
	Conectores
	Archivo
	Fin

Gráfico N° 27. Elementos de un diagrama de procesos
Elaborado por: Las Autoras

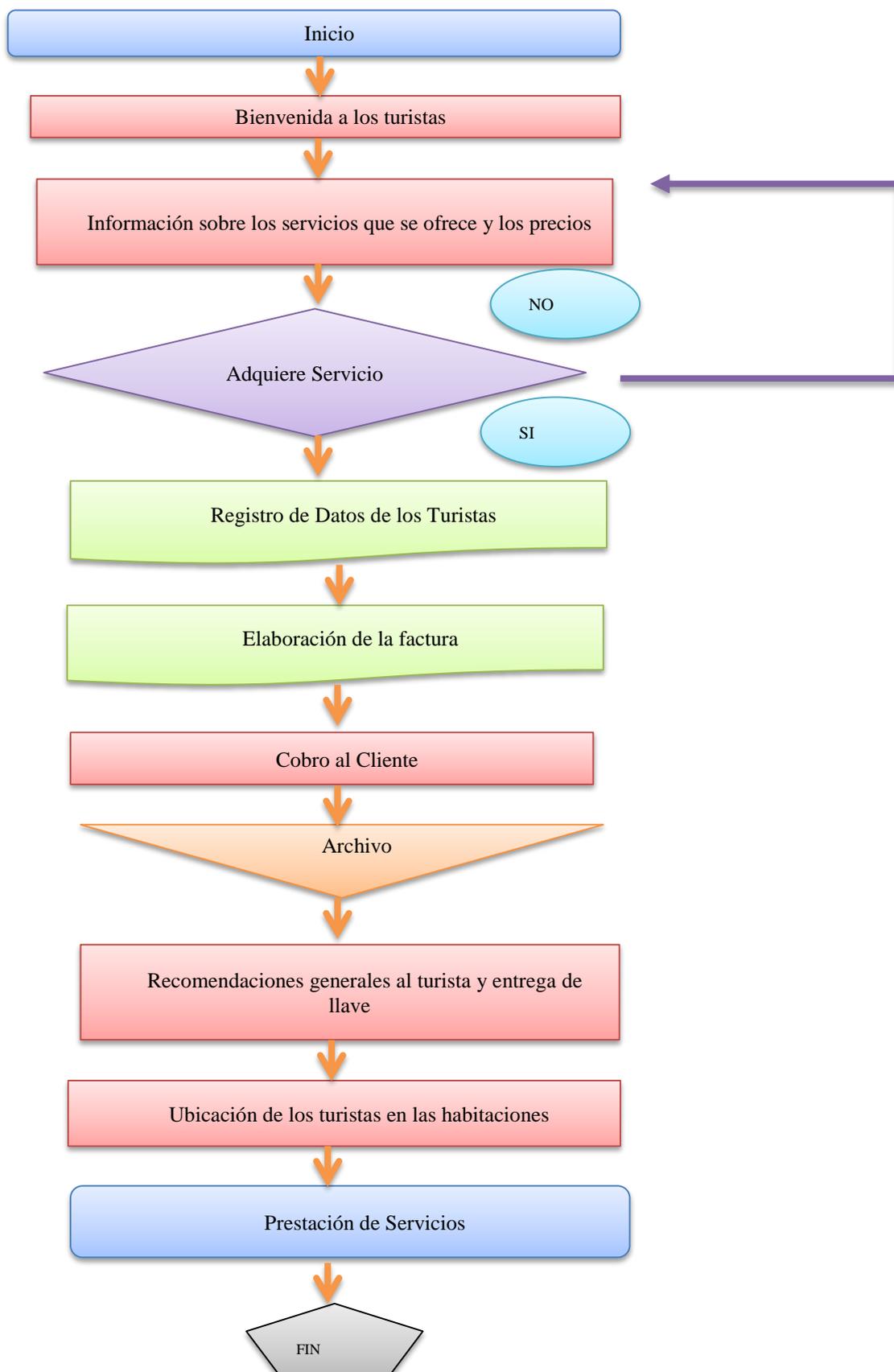


Gráfico N° 28. Flujograma general del servicio ecoturístico
Elaborado por: Las Autoras

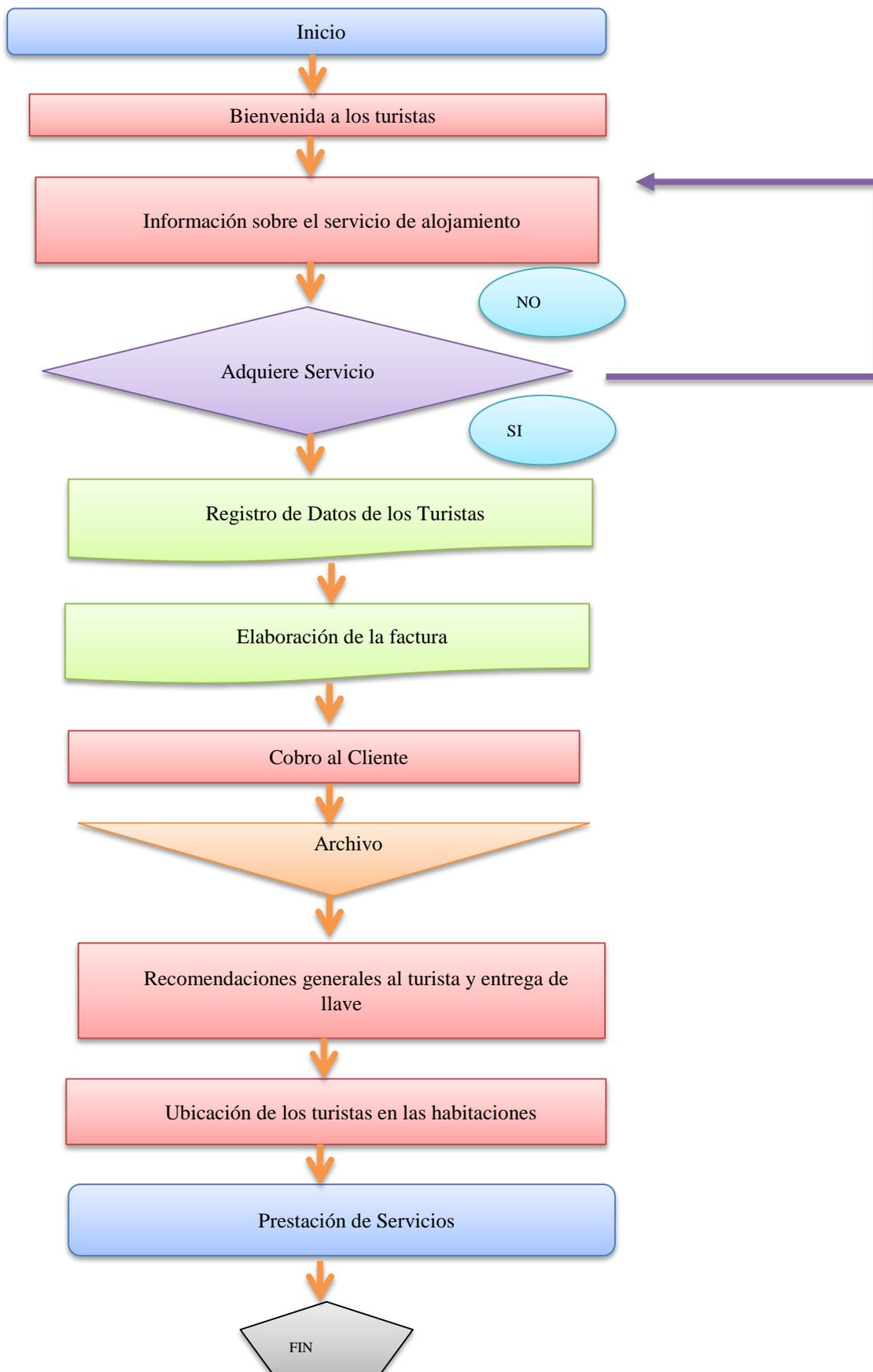


Gráfico N° 29. Flujograma del Servicio de Alojamiento
Elaborado por: Las Autoras

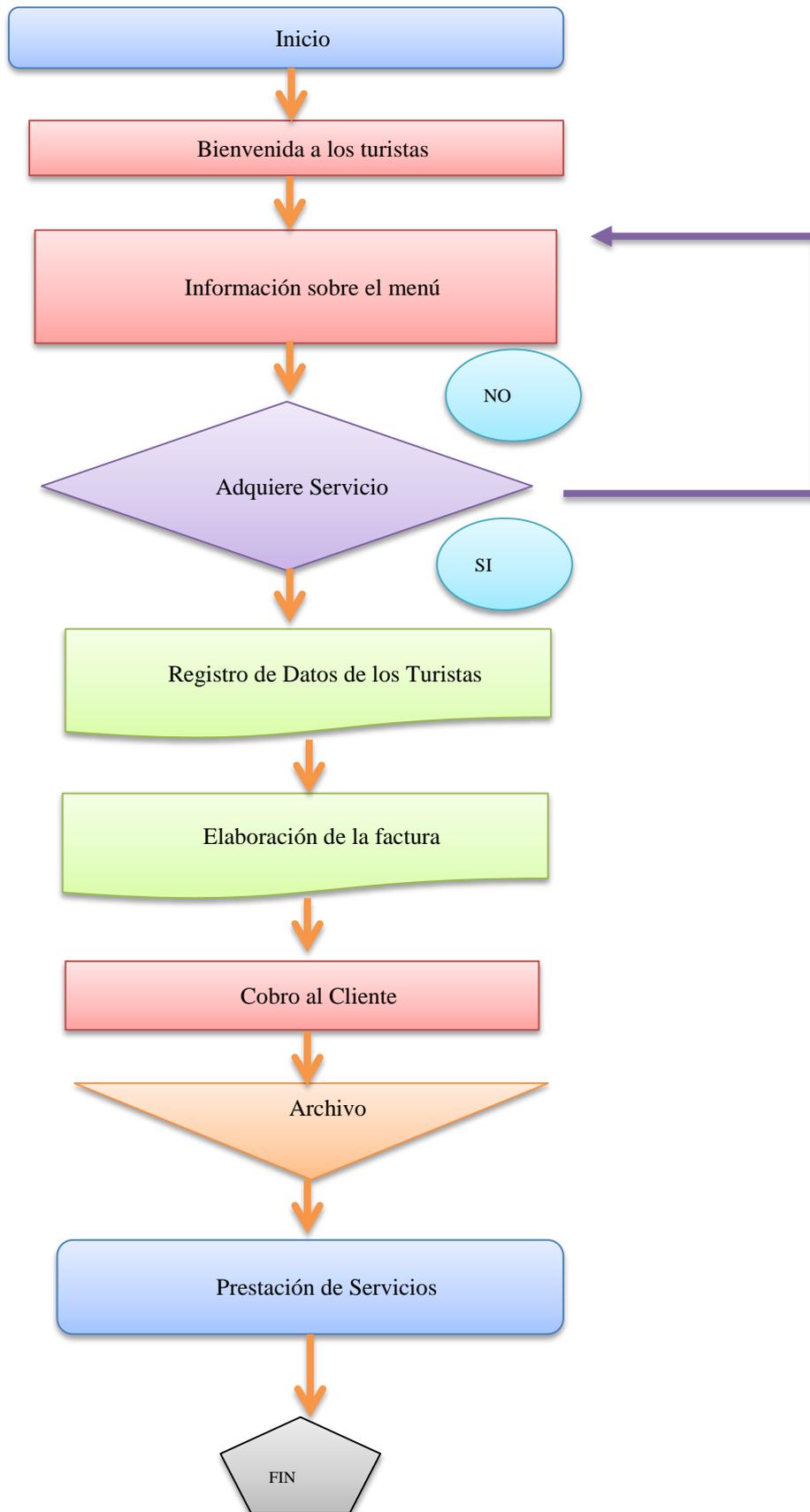


Gráfico N° 30. Flujograma del servicio de restaurante
Elaborado por: Las Autoras

4.8. Inversiones del proyecto

A continuación se detallan los requerimientos para la implementación de la hostería ecoturística:

4.8.1. Inversiones en activos fijos

4.8.1.1. *Requerimiento de Terreno*

Dentro del proyecto se tiene disponible un terreno de 30.000 metros cuadrados, donde se distribuirá las áreas de la hostería y sus especificaciones son las siguientes:

Tabla N° 46

Terreno

Descripción	Cantidad	M2	Valor unitario m2	Valor total
Terreno	1	30.000	\$1.00	\$30.000

Fuente: Avalúos y Catastros del Municipio de Santa Ana de Cotacachi

Elaborado por: Las Autoras

4.8.1.2. *Construcción e instalaciones*

4.8.1.2.1. *Instalaciones*

Las instalaciones necesarias para la implementación de la hostería suman un total de 851 m2 de construcción.

4.8.1.2.2. *Construcción*

Para el cálculo del valor de la construcción se toma en cuenta el costo de acuerdo a las áreas de construcción y los metros respectivos.

Tabla N° 47
Construcción

Detalle	Especificaciones Técnicas	Q	m2	Costo unitario	Costo Total
Administrativa					\$ 7.960,14
Recepción y lobby	Baldosa	1	16	\$ 265,34	\$ 4.245,41
Oficina Administrativa	Baldosa	1	14	\$ 265,34	\$ 3.714,73
Alojamiento					\$ 53.067,60
Habitaciones	Baldosa	1	200	\$ 265,34	\$ 53.067,60
Restaurante					\$ 39.270,02
Comedor 1		1	90	\$ 265,34	\$ 23.880,42
Comedor 2		1	30	\$ 265,34	\$ 7.960,14
Cocina		1	25	\$ 265,34	\$ 6.633,45
Baño		1	3	\$ 265,34	\$ 796,01
Servicios					\$ 6.368,11
Lavandería		1	16	\$ 265,34	\$ 4.245,41
Recepción pertenencias	de	1	8	\$ 265,34	\$ 2.122,70
Recreación					\$ 3.150,00
Cancha de Futbol	Tierra	1	93,75	\$ --	\$ --
Cancha de Básquet	Cemento	1	105	\$ 30,00	\$ 3.150,00
Cancha de Vóley	Tierra	1	40,5	\$ --	\$ --
Verdes					-
Jardín 1	Césped natural	1	25	-	-
Jardín 2	Césped natural	1	25	-	-
De eventos sociales					\$ 10.613,52
Sala múltiple	Cemento	1	40	\$ 265,34	\$ 10.613,52
Parqueadero (4x3)	Cemento	1	120	\$ 30,00	\$ 3.600,00
Total construcción			851		\$124.029,39

Fuente: Arquitecto. Armando Bastidas

Elaborado por: Las Autoras

4.8.1.3. *Requerimiento de maquinaria y equipos*

El mobiliario y equipos requeridos para el proceso productivo son:

Tabla N° 48

Requerimiento de maquinaria y equipos

Detalle	Cantidad	Costo Unit	Costo total
Área de restaurante			\$ 1.486,00
Cocina Industrial 4 quemadores en acero inoxidable más gas	1	\$ 580,00	\$ 580,00
Refrigeradora grande	1	\$ 470,00	\$ 470,00
Licadora Oster	1	\$ 76,00	\$ 76,00
Batidora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Cafetera Electrolux	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Tostadora	1	\$ 55,00	\$ 55,00
Purificador de Agua	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Extractor de jugos	1	\$ 165,00	\$ 165,00
Área de servicios			\$ 1.070,00
Lavadora Samsung	1	\$ 555,00	\$ 555,00
Secadora Mabe	1	\$ 515,00	\$ 515,00
Área de eventos sociales			\$ 1.034,00
Led Smart Tv 50" Diggio	1	\$ 660,00	\$ 660,00
Caja amplificadora	1	\$ 175,00	\$ 175,00
Infocus	1	\$ 199,00	\$ 199,00
Total maquinaria y equipos			\$ 3.590,00

Fuente: Proformas y cotizaciones

Elaborado por: Las Autoras

4.8.1.4. Muebles y enseres

Tabla N° 49
Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Costo U.	Costo total
Área administrativa			\$ 937,00
Counter (Recepción)	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Escritorios metal	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Sillas giratorias	2	\$ 31,00	\$ 62,00
Archivadores metal	1	\$ 149,00	\$ 149,00
Sillas metálicas oficina	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Juego de sofá	1	\$ 480,00	\$ 480,00
Área de alojamiento			\$ 5.880,00
Camas de 2 plazas	10	\$ 89,00	\$ 890,00
Litera	10	\$ 115,00	\$ 1.150,00
Colchones Chaide&Chaide 2p	10	\$ 75,00	\$ 750,00
Colchones Chaide&Chaide 1 p	20	\$ 65,00	\$ 1.300,00
Veladores económicos	10	\$ 49,00	\$ 490,00
Armarios	10	\$ 130,00	\$ 1.300,00
Área de restaurante			\$ 1.300,00
Muebles de cocina (100\$ cada metro)	5	\$ 100,00	\$ 500,00
Juego de Comedor (4 personas)	10	\$ 65,00	\$ 650,00
Sillas para comer de bebe	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Área de servicios			\$ 150,00
Closets	1,5	\$ 100,00	\$ 150,00
Total muebles y enseres			\$ 8.267,00

Fuente: Anexo 2

Elaborado por: Las Autoras

4.8.1.5. *Equipo de computación*

Tabla N° 50

Equipo de computación

Descripción	Cantidad	Costo Unit	Costo Total
Área administrativa			\$ 1.065,00
Computadora	1	\$ 765,00	\$ 765,00
Impresora Multifunción	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Total equipos de computación			\$ 1.065,00

Fuente: Anexo 2

Elaborado por: Las Autoras

4.8.1.6. *Equipo de oficina*

Tabla N° 51

Equipo de oficina

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Central telefónica	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Teléfono	11	\$ 10,00	\$ 110,00
Total equipos de oficina			\$ 310,00

Fuente: Anexo 2

Elaborado por: Las Autoras

4.8.1.7. *Resumen de Inversiones en activos fijos*

Tabla N° 52

Inversión en activos fijos

Detalle	Costo Total
Construcción e instalaciones	\$ 124.029,39
Maquinaria y equipo	\$ 3.590,00
Equipos de computación	\$ 1.065,00
Equipos de oficina	\$ 310,00
Muebles y enseres	\$ 8.267,00
Subtotal Inversiones fijas	\$ 137.261,39
Imprevistos 2%	\$ 2.745,23
Total Inversiones fijas	\$ 140.006,62

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

4.8.2. Inversiones en activos diferidos

4.8.2.1. Gastos de Constitución

Constituyen aquellos gastos intangibles que se necesitan para crear o constituir la hostería y que se reflejan en:

Tabla N° 53
Gastos de Constitución

Detalle	Cantidad	Costo Unit	Costo Total
Gastos de notaría e inscripción en el registro mercantil	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Patente anual (Municipio Cotacachi)	1	\$ 50,00	\$ 50,00
1*1000 AF (Mintur)	1	\$ 1.372,61	\$ 1.372,61
Permiso de funcionamiento (Municipio de Cotacachi)	1	\$ 40,10	\$ 40,10
Total gastos de constitución			\$ 1.962,71

Fuente: Notaría 4ta del Cantón Ibarra (Notario Diego Andrade Armas)

Elaborado por: Las Autoras

4.8.3. Inversiones en activos corrientes

El capital de trabajo es el monto de dinero que se necesita antes de percibir ingresos. Refiriéndose para la hostería un capital de trabajo para los primeros tres meses. Para el cálculo del capital de trabajo se toma en cuenta la mano de obra directa y los CIF (Insumos indirectos, gastos administrativos y gastos de venta).

4.8.3.1. *Materia prima directa*

Para el cálculo de la materia prima directa se toman en cuenta los insumos necesarios para desayuno, almuerzo y cena por plato.

Tabla N° 54

Materia prima directa por desayuno diario

Desayuno	costo unitario
Café, leche, agua aromática	0,1
Bolón de verde/ Tortilla de yuca	0,15
Jugo Natural	0,35
Huevo de campo	0,15
Total costo desayuno	0,75

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 55

Materia prima directa por almuerzo diario

Almuerzo	Costo Unit
Sopa Caldo de gallina	\$ 1,25
Fuerte Trucha frita	\$ 0,90
Ensalada Tomate y pepinillo	\$ 0,15
Postre Ensalada de frutas	\$ 0,50
Total costo almuerzo	\$ 2,80

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 56

Materia prima directa por cena diario

Cena	Costo unit
Sopa Sancocho	\$ 1,15
Fuerte Pollo	\$ 0,90
Ensalada Rusa	\$ 0,16
Postre Ensalada de frutas	\$ 0,50
Total costo cena	\$ 2,71

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

4.8.3.2. *Mano de obra directa*

Para el cálculo de la mano de obra directa se toma en cuenta el salario básico unificado a Enero 2016 de \$375 y el índice de inflación de 1,12% al 31 de Diciembre de 2016 según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2016)

Tabla N° 57
Mano de Obra Directa

Cargo	Puestos	Total mensual	Total 3 meses
Cocinero	1	\$ 501,29	\$ 1.503,88
Ayudante de cocina	2	\$ 999,98	\$ 2.999,94
Mesero	1	\$ 501,29	\$ 1.503,88
Camarero	1	\$ 501,29	\$ 1.503,88
Vigilante	1	\$ 501,29	\$ 1.503,88
Auxiliar	1	\$ 501,29	\$ 1.503,88
Total MOD	7	\$ 3.506,44	\$ 10.519,31

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

4.8.3.3. *Costos indirectos de fabricación*

4.8.3.3.1. *Suministros y materiales*

Tabla N° 58
Suministros y materiales

Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total
Área administrativa			\$ 64,33
Perforadora	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Grapadora	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Caja de esferos	1	\$ 2,88	\$ 2,88
Corrector	1	\$ 1,25	\$ 1,25
Resma de papel bond	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Tijeras	1	\$ 0,65	\$ 0,65

Caja de Clips	1	\$ 0,95	\$ 0,95
Caja de grapas	1	\$ 0,85	\$ 0,85
Carpetas archivadores	5	\$ 3,25	\$ 16,25
Factureros	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Área operativa			\$ 2.039,30
Lencería			\$ 1.188,00
Alojamiento			\$ 1.135,00
Juego de sábanas 2 plazas	10	\$ 10,00	\$ 100,00
Juegos de sábanas 1 plaza	20	\$ 9,00	\$ 180,00
Cubrecama 2 plazas	10	\$ 25,00	\$ 250,00
Cubrecama plaza	20	\$ 10,00	\$ 200,00
Almohadas	40	\$ 4,00	\$ 160,00
Cortinas habitaciones	10	\$ 10,00	\$ 100,00
Cortinas de baño	10	\$ 4,50	\$ 45,00
Juego de toallas	10	\$ 10,00	\$ 100,00
Restaurante			\$ 53,00
Juego de manteles	10	\$ 5,00	\$ 50,00
Limpiones	3	\$ 1,00	\$ 3,00
Menaje de cocina			\$ 295,70
Juego de ollas 4 piezas	1	\$ 146,00	\$ 146,00
Juego de sartén UMCO 3 piezas	1	\$ 51,80	\$ 51,80
Juego de cuchillos para cocina 4 piezas	1	\$ 8,70	\$ 8,70
Juego de utensilios de cocina	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Jarras grandes	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Escurreidor de arroz	1	\$ 1,40	\$ 1,40
Balde plástico para jugos 20 litros	1	\$ 9,80	\$ 9,80
Bandejas	10	\$ 2,60	\$ 26,00
Juego de saleros 4 piezas	10	\$ 3,10	\$ 31,00
Vajilla			\$ 544,20
Juego de platos + tazas 20 piezas	10	\$ 23,00	\$ 230,00
Juego de vasos 6 piezas	7	\$ 6,00	\$ 42,00
Set de tenedores 12 unidades	4	\$ 16,00	\$ 64,00
Set de cuchillos de mesa 12 unidades	4	\$ 14,00	\$ 56,00
Set de cucharas de 12 unidades	4	\$ 2,60	\$ 10,40
Set de tazas grafiladas para postres 4 piezas	12	\$ 3,90	\$ 46,80
Set de canastillas	10	\$ 0,50	\$ 5,00

Set de copas 6 unidades	6	\$ 15,00	\$ 90,00
Otros			\$ 307,10
Balón Futbol Mikasa	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Balón Básquet	1	\$ 19,00	\$ 19,00
Balón Voléy	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Red de Vóley	1	\$ 28,00	\$ 28,00
Red para aros de básquet	2	\$ 22,80	\$ 45,60
Basureros plásticos baño	11	\$ 4,50	\$ 49,50
Set de limpieza	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Basurero plástico grande	3	\$ 22,00	\$ 66,00
Juego de extintores	2	\$ 18,50	\$ 37,00
Total suministros y materiales			\$ 2.103,63

Fuente: Anexo 2

Elaborado por: Las Autoras

4.8.3.3.2. Útiles de aseo

Tabla N° 59

Útiles de aseo

Detalle	Especificaciones	Cantidad	Costo Unit	Costo Total
Cloro	Galón	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Desinfectante	Galón	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Jabón	tocador pequeño	50	\$ 0,10	\$ 5,00
Shampoo	Sachet	50	\$ 0,20	\$ 10,00
Detergente	en polvo	1	\$ 8,00	\$ 8,00
	Total materiales de aseo			\$ 30,50

Fuente: Anexo 2

Elaborado por: Las Autoras

En los útiles de aseo se especifica el 50% de utilización es para gastos administrativos y el 50% para costos de producción mensual.

Tabla N° 60*Porcentaje de utilización de útiles de aseo mensual*

Útiles de aseo	Adm.	Op.
100%	50%	50%
\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 15,25

Fuente: Anexo 2**Elaborado por:** Las Autoras4.8.3.3.3. *Servicios básicos***Tabla N° 61***Servicios básicos*

Detalle	Costo por mes	Costo por 3 meses
Luz	\$ 40,00	\$ 120,00
Agua	\$ 30,00	\$ 90,00
Teléfono	\$ 20,00	\$ 60,00
Internet	\$ 20,00	\$ 60,00
Total	\$ 110,00	\$ 330,00

Fuente: Investigación directa**Elaborado por:** Las Autoras

Así mismo, para los servicios básicos se especifican los porcentajes de utilización para los gastos administrativos y los costos de producción respectivamente.

Tabla N° 62*Porcentaje de utilización de servicios básicos mensuales*

SB mes	Adm.	Porcentaje	Op.	Porcentaje
\$ 40,00	\$ 8,00	20%	\$ 32,00	80%
\$ 30,00	\$ 6,00	20%	\$ 24,00	80%
\$ 20,00	\$ 16,00	80%	\$ 4,00	20%
\$ 20,00	\$ 16,00	80%	\$ 4,00	20%
\$ 110,00	\$ 46,00		\$ 64,00	

Fuente: Investigación directa**Elaborado por:** Las Autoras

4.3.4. Gastos

4.3.4.1. Administrativos

Dentro de los gastos administrativos se incluyen los sueldos y los suministros de oficina, los servicios básicos y los útiles de aseo respectivos (calculados para los tres primeros meses de operatividad), además del gasto guía turístico y de recreación detallándose de la siguiente manera: (a) Para el pago del guía turístico se toma en cuenta cancelarle 3,5\$ por cada persona y haciendo el cálculo se basa en la preferencia del servicio (27 personas mensuales quieren adquirir este servicio). (b) Para el pago del servicio de recreación (paseo a caballo) se toma en cuenta cancelarle 2\$ por cada persona y haciendo el cálculo se basa en la preferencia del servicio (47 personas mensuales quieren adquirir este servicio). (c) Para el pago al contador se toma en cuenta que será un gasto de servicios profesionales y se paga 150\$ mensuales por la realización de las declaraciones respectivas al SRI y cualquier otro servicio que la empresa lo requiera.

Tabla N° 63
Gastos administrativos

Detalle	Costo por mes	Costo por 3 meses
Sueldos administrativos	\$ 1.634,25	\$ 4.902,76
Gasto Guía turístico	\$ 94,50	\$ 283,50
Gasto recreación	\$ 94,00	\$ 282,00
Gasto servicios profesionales (contador)	\$ 150,00	\$ 450,00
Suministros de oficina	\$ 5,36	\$ 16,08
Servicios básicos	\$ 46,00	\$ 138,00
Útiles de aseo	\$ 15,25	\$ 45,75
Total gastos administrativos	\$ 2.039,37	\$ 6.118,10

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

4.3.4.2. Ventas

Dentro del gasto de ventas se incluyen los gastos en publicidad tomando en cuenta la realización de vallas publicitarias, volantes y publicidad por radio; tomando en cuenta que la publicidad se la realizara cuatro veces al año en la radio y el volanteo, mientras que las vallas publicitarias se colocaran una vez al año.

Tabla N° 64
Gastos de venta

Publicidad				
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Costo total	Costo por mes
Vallas publicitarias	3	\$ 98,00	\$ 294,00	\$ 24,50
Tasa anual vallas publicitarias 2*1m2	3	\$ 375,00	\$ 1.125,00	\$ 93,75
Volantes	500	\$ 0,10	\$ 50,00	\$ 12,50
Radio	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 4,17
Total publicidad			\$ 1.494,00	\$ 134,92

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

4.3.4.3. Resumen de inversión en capital de trabajo

Tabla N° 65
Inversión en capital de Trabajo

Detalle	Costo por mes	Capital trabajo (3 m)
Costos de producción		\$ 17.385,19
Mpd	\$ 187,80	\$ 375,60
Mod	\$3.506,44	\$ 10.519,31
Cif	\$2.118,55	\$ 6.355,65
Imprevistos 2% (MPD, CIF)	\$ 46,13	\$ 134,63
Gastos operativos	\$2.292,16	\$ 6.169,21
Gastos adm	\$2.039,37	\$ 6.118,10
Gastos venta	\$ 134,92	\$ 404,75
Depreciaciones	\$ 117,88	\$ 353,63
Total inversión de capital de trabajo		\$ 23.554,40

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

4.3.5. Inversión total del proyecto

La inversión total del proyecto es de \$162.778,50, detallados de la siguiente manera:

Tabla N° 66
Inversión Total

Detalle	Costo total
Activos fijos	\$ 137.261,39
Activos diferidos	\$ 1.962,71
Capital de trabajo	\$ 23.554,40
Inversión total	\$ 162.778,50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

4.4. Financiamiento

La inversión total del proyecto es de \$ 162.778,50, de los cuales 35% es capital propio y 65% es capital financiado, así:

Tabla N° 67
Financiamiento

Detalle	Valor total	Porcentaje
Capital propio	\$ 57.778,51	35%
Capital financiado	\$ 105.000,00	65%
Total inversión	\$ 162.778,50	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

4.4.1. Amortización de la deuda

Para el financiamiento del 65% de la inversión total recurriremos al Banco del Ecuador, a una tasa anual del 11% y un plazo de pago de 10 años.

Tabla N° 68
Gasto Financiero

Detalle	Monto
Capital	\$105.000,00
Interés	11,00%
Plazo (años)	10
Cuota	\$1.446,38
Banco	BAN ECUADOR

Fuente: BAN ECUADOR
Elaborado por: Las Autoras

4.4.1.1. Tabla de amortización

Tabla N° 69
Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Capital	\$ 105.000,00			
Interés	11,00%			
Plazo (años)	10,00			
Cuota	\$1.446,38			
Banco	BAN ECUADOR			
	Fecha	Cuota	Interés	Capital
1	01/02/2012	\$1.446,38	\$962,50	\$483,88
2	02/03/2012	\$1.446,38	\$958,06	\$488,31
3	01/04/2012	\$1.446,38	\$953,59	\$492,79
4	01/05/2012	\$1.446,38	\$949,07	\$497,30
5	31/05/2012	\$1.446,38	\$944,51	\$501,86

6	30/06/2012	\$1.446,38	\$939,91	\$506,46
7	30/07/2012	\$1.446,38	\$935,27	\$511,11
8	29/08/2012	\$1.446,38	\$930,58	\$515,79
9	28/09/2012	\$1.446,38	\$925,86	\$520,52
10	28/10/2012	\$1.446,38	\$921,08	\$525,29
11	27/11/2012	\$1.446,38	\$916,27	\$530,11
12	27/12/2012	\$1.446,38	\$911,41	\$534,96
			\$11.248,12	\$6.108,38
13	26/01/2013	\$1.446,38	\$906,51	\$539,87
14	25/02/2013	\$1.446,38	\$901,56	\$544,82
15	27/03/2013	\$1.446,38	\$896,56	\$549,81
16	26/04/2013	\$1.446,38	\$891,52	\$554,85
17	26/05/2013	\$1.446,38	\$886,44	\$559,94
18	25/06/2013	\$1.446,38	\$881,30	\$565,07
19	25/07/2013	\$1.446,38	\$876,12	\$570,25
20	24/08/2013	\$1.446,38	\$870,90	\$575,48
21	23/09/2013	\$1.446,38	\$865,62	\$580,75
22	23/10/2013	\$1.446,38	\$860,30	\$586,08
23	22/11/2013	\$1.446,38	\$854,93	\$591,45
24	22/12/2013	\$1.446,38	\$849,50	\$596,87
			\$10.541,27	\$6.815,23
25	21/01/2014	\$1.446,38	\$844,03	\$602,34
26	20/02/2014	\$1.446,38	\$838,51	\$607,86
27	22/03/2014	\$1.446,38	\$832,94	\$613,44
28	21/04/2014	\$1.446,38	\$827,32	\$619,06
29	21/05/2014	\$1.446,38	\$821,64	\$624,73
30	20/06/2014	\$1.446,38	\$815,92	\$630,46
31	20/07/2014	\$1.446,38	\$810,14	\$636,24
32	19/08/2014	\$1.446,38	\$804,30	\$642,07
33	18/09/2014	\$1.446,38	\$798,42	\$647,96
34	18/10/2014	\$1.446,38	\$792,48	\$653,90
35	17/11/2014	\$1.446,38	\$786,48	\$659,89
36	17/12/2014	\$1.446,38	\$780,44	\$665,94
			\$9.752,62	\$7.603,88
37	16/01/2015	\$1.446,38	\$774,33	\$672,04
38	15/02/2015	\$1.446,38	\$768,17	\$678,20
39	17/03/2015	\$1.446,38	\$761,95	\$684,42
40	16/04/2015	\$1.446,38	\$755,68	\$690,69
41	16/05/2015	\$1.446,38	\$749,35	\$697,03
42	15/06/2015	\$1.446,38	\$742,96	\$703,42
43	15/07/2015	\$1.446,38	\$736,51	\$709,86
44	14/08/2015	\$1.446,38	\$730,00	\$716,37

45	13/09/2015	\$1.446,38	\$723,44	\$722,94
46	13/10/2015	\$1.446,38	\$716,81	\$729,56
47	12/11/2015	\$1.446,38	\$710,12	\$736,25
48	12/12/2015	\$1.446,38	\$703,37	\$743,00
			\$8.872,71	\$8.483,80
49	11/01/2016	\$1.446,38	\$696,56	\$749,81
50	10/02/2016	\$1.446,38	\$689,69	\$756,69
51	11/03/2016	\$1.446,38	\$682,75	\$763,62
52	10/04/2016	\$1.446,38	\$675,75	\$770,62
53	10/05/2016	\$1.446,38	\$668,69	\$777,69
54	09/06/2016	\$1.446,38	\$661,56	\$784,81
55	09/07/2016	\$1.446,38	\$654,37	\$792,01
56	08/08/2016	\$1.446,38	\$647,11	\$799,27
57	07/09/2016	\$1.446,38	\$639,78	\$806,59
58	07/10/2016	\$1.446,38	\$632,39	\$813,99
59	06/11/2016	\$1.446,38	\$624,92	\$821,45
60	06/12/2016	\$1.446,38	\$617,39	\$828,98

\$7.890,97 \$9.465,53

61	05/01/2017	\$1.446,38	\$609,80	\$836,58
62	04/02/2017	\$1.446,38	\$602,13	\$844,25
63	06/03/2017	\$1.446,38	\$594,39	\$851,99
64	05/04/2017	\$1.446,38	\$586,58	\$859,80
65	05/05/2017	\$1.446,38	\$578,70	\$867,68
66	04/06/2017	\$1.446,38	\$570,74	\$875,63
67	04/07/2017	\$1.446,38	\$562,72	\$883,66
68	03/08/2017	\$1.446,38	\$554,62	\$891,76
69	02/09/2017	\$1.446,38	\$546,44	\$899,93
70	02/10/2017	\$1.446,38	\$538,19	\$908,18
71	01/11/2017	\$1.446,38	\$529,87	\$916,51
72	01/12/2017	\$1.446,38	\$521,47	\$924,91

\$6.795,63 \$10.560,87

73	31/12/2017	\$1.446,38	\$512,99	\$933,39
74	30/01/2018	\$1.446,38	\$504,43	\$941,94
75	01/03/2018	\$1.446,38	\$495,80	\$950,58
76	31/03/2018	\$1.446,38	\$487,08	\$959,29
77	30/04/2018	\$1.446,38	\$478,29	\$968,08
78	30/05/2018	\$1.446,38	\$469,42	\$976,96
79	29/06/2018	\$1.446,38	\$460,46	\$985,91
80	29/07/2018	\$1.446,38	\$451,42	\$994,95
81	28/08/2018	\$1.446,38	\$442,30	\$1.004,07
82	27/09/2018	\$1.446,38	\$433,10	\$1.013,28
83	27/10/2018	\$1.446,38	\$423,81	\$1.022,56
84	26/11/2018	\$1.446,38	\$414,44	\$1.031,94

\$5.573,54 \$11.782,96

85	26/12/2018	\$1.446,38	\$404,98	\$1.041,40
86	25/01/2019	\$1.446,38	\$395,43	\$1.050,94
87	24/02/2019	\$1.446,38	\$385,80	\$1.060,58
88	26/03/2019	\$1.446,38	\$376,08	\$1.070,30
89	25/04/2019	\$1.446,38	\$366,26	\$1.080,11
90	25/05/2019	\$1.446,38	\$356,36	\$1.090,01
91	24/06/2019	\$1.446,38	\$346,37	\$1.100,00
92	24/07/2019	\$1.446,38	\$336,29	\$1.110,09
93	23/08/2019	\$1.446,38	\$326,11	\$1.120,26
94	22/09/2019	\$1.446,38	\$315,84	\$1.130,53
95	22/10/2019	\$1.446,38	\$305,48	\$1.140,89
96	21/11/2019	\$1.446,38	\$295,02	\$1.151,35

\$4.210,03 \$13.146,47

97	21/12/2019	\$1.446,38	\$284,47	\$1.161,91
98	20/01/2020	\$1.446,38	\$273,82	\$1.172,56
99	19/02/2020	\$1.446,38	\$263,07	\$1.183,31
100	20/03/2020	\$1.446,38	\$252,22	\$1.194,15
101	19/04/2020	\$1.446,38	\$241,28	\$1.205,10
102	19/05/2020	\$1.446,38	\$230,23	\$1.216,15
103	18/06/2020	\$1.446,38	\$219,08	\$1.227,29
104	18/07/2020	\$1.446,38	\$207,83	\$1.238,54
105	17/08/2020	\$1.446,38	\$196,48	\$1.249,90
106	16/09/2020	\$1.446,38	\$185,02	\$1.261,36
107	16/10/2020	\$1.446,38	\$173,46	\$1.272,92
108	15/11/2020	\$1.446,38	\$161,79	\$1.284,59

\$2.688,73 \$14.667,77

109	15/12/2020	\$1.446,38	\$150,01	\$1.296,36
110	14/01/2021	\$1.446,38	\$138,13	\$1.308,24
111	13/02/2021	\$1.446,38	\$126,14	\$1.320,24
112	15/03/2021	\$1.446,38	\$114,04	\$1.332,34
113	14/04/2021	\$1.446,38	\$101,82	\$1.344,55
114	14/05/2021	\$1.446,38	\$89,50	\$1.356,88
115	13/06/2021	\$1.446,38	\$77,06	\$1.369,32
116	13/07/2021	\$1.446,38	\$64,51	\$1.381,87
117	12/08/2021	\$1.446,38	\$51,84	\$1.394,53
118	11/09/2021	\$1.446,38	\$39,06	\$1.407,32
119	11/10/2021	\$1.446,38	\$26,16	\$1.420,22
120	10/11/2021	\$1.446,38	\$13,14	\$1.433,24

\$991,40 \$16.365,10

Capítulo V. Estudio financiero

El estudio financiero permite analizar la capacidad de la empresa con la determinación de los costos y gastos en los que incurrirá la organización para su funcionamiento; así como también el presupuesto de ingresos, costos, gastos, indicadores financieros y estados financieros que ayudan a determinar la capacidad de la empresa en términos de viabilidad, sustentabilidad y rentabilidad.

5.1. Objetivo general

Efectuar un estudio económico financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

5.2. Presupuesto de ingresos

Para el cálculo de los ingresos se toman en cuenta los paquetes turísticos (1, 2, 3), la cantidad de turistas diarias y mensuales según las temporadas (alta, media, baja) que se hospedan (información proporcionada por los propietarios de los alojamientos ubicados en la zona de Intag). Además la capacidad instalada de la hostería que es 10 habitaciones con una cama matrimonial y una litera (capacidad para 4 personas por habitación), que serían 40 personas y la preferencia que tiene cada persona por los paquetes turísticos anteriormente mencionados. Para el cálculo se hace referencia a la demanda a cubrir que es 4680 personas al año.

Para la proyección del precio se toma en cuenta el índice de inflación del año 2016 que es de 1,12% anual y para la proyección de la demanda el crecimiento de la demanda turística del 6,9% y se determina el precio por paquete turístico respectivamente.

Tabla N° 70*Presupuesto de Ingresos****Hostería ecoturística “cayapas”******Presupuesto de ingresos***

Año	1	2	3	4	5
Paquete 1	\$13.759,20	\$14.873,32	\$16.077,66	\$17.379,51	\$18.786,78
Paquete 2	\$22.464,00	\$24.282,97	\$26.249,23	\$28.374,71	\$30.672,29
Paquete 3	\$140.259,60	\$151.616,81	\$163.893,65	\$177.164,58	\$191.510,09
Total Ingresos	\$176.483,80	\$190.775,11	\$206.223,54	\$222.922,79	\$240.974,15

Fuente: Anexo 3, 4, 5**Elaborado por:** Las Autoras

Se toma en cuenta que para el año 1, el proyecto generará unos ingresos de \$176.483,80 respectivamente.

5.4. Presupuesto de Costos y Gastos

5.4.1. Presupuesto de costos operativos del servicio

Para el presupuesto de los costos operativos del servicio se toma en cuenta la materia prima directa del servicio de restaurant, la mano de obra directa y los CIF respectivos.

5.4.1.1. Presupuesto de materia prima directa

El presupuesto de materia prima directa se lo calcula tomando en cuenta el costo unitario por cada desayuno, almuerzo y cena diario. Además la inflación de 1,12% y el 0,069 del crecimiento de la demanda turística.

Tabla N° 71
Presupuesto de materia prima directa

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Desayuno					
Cantidad	4.680	5.003	5.348	5.717	6.112
Costo unitario	\$ 0,75	\$ 0,76	\$ 0,77	\$ 0,78	\$ 0,78
Total	\$ 3.510,00	\$ 3.794,21	\$ 4.101,44	\$ 4.433,55	\$ 4.792,54
Almuerzo					
Cantidad	4.680	5.003	5.348	5.717	6.112
Costo unitario	\$ 2,80	\$ 2,83	\$ 2,86	\$ 2,90	\$ 2,93
Total	\$ 13.104,00	\$ 14.165,07	\$ 15.312,05	\$ 16.551,91	\$ 17.892,17
Cena					
Cantidad	4.680	5.003	5.348	5.717	6.112
Costo unitario	\$ 2,71	\$ 2,74	\$ 2,77	\$ 2,80	\$ 2,83
Total	\$ 12.682,80	\$ 13.709,76	\$ 14.819,88	\$ 16.019,89	\$ 17.317,06
Total	\$ 29.296,80	\$ 31.669,04	\$ 34.233,38	\$ 37.005,35	\$ 40.001,77
Imprevistos 2%	\$ 585,94	\$ 633,38	\$ 684,67	\$ 740,11	\$ 800,04
Total mpd proyec.	\$28.710,86	\$ 31.035,66	\$ 33.548,71	\$ 36.265,24	\$ 39.201,74

Fuente: Tabla 52, 53, 54

Elaborado por: Las Autoras

5.4.1.2. Presupuesto de mano de obra directa

La mano de obra directa está proyectada con la inflación del 1,12% anual, Así:

Tabla N° 72
Presupuesto de mano de obra directa

Cargo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cocinero	\$ 6.015,50	\$ 6.082,87	\$ 6.151,00	\$ 6.219,89	\$ 6.289,56

Ayudante de cocina	\$ 11.999,75	\$ 12.134,15	\$ 12.270,05	\$ 12.407,47	\$ 12.546,44
Mesero	\$ 6.015,50	\$ 6.082,87	\$ 6.151,00	\$ 6.219,89	\$ 6.289,56
Camarero	\$ 6.015,50	\$ 6.082,87	\$ 6.151,00	\$ 6.219,89	\$ 6.289,56
Vigilante	\$ 6.015,50	\$ 6.082,87	\$ 6.151,00	\$ 6.219,89	\$ 6.289,56
Auxiliar	\$ 6.015,50	\$ 6.082,87	\$ 6.151,00	\$ 6.219,89	\$ 6.289,56
Total mod proyectada	\$ 42.077,25	\$ 42.548,52	\$ 43.025,06	\$ 43.506,94	\$ 43.994,22

Fuente: Anexo 4

Elaborado por: Las Autoras

5.4.1.3. Presupuesto de CIF

Comprende los costos indirectos del área operativa, tomando en cuenta los suministros y materiales, útiles de aseo y los servicios básicos respectivos para dicha área.

Tabla N° 73

Presupuesto de CIF

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Presupuesto suministros y materiales					
Área operativa	\$ 2.039,30	\$ 2.062,14	\$ 2.085,24	\$ 2.108,59	\$ 2.132,21
Total suministros y materiales proyectados	\$ 2.039,30	\$ 2.062,14	\$ 2.085,24	\$ 2.108,59	\$ 2.132,21
Presupuesto útiles de aseo					
Área operativa	\$ 183,00	\$ 185,05	\$ 187,12	\$ 189,22	\$ 191,34
Total útiles aseo proyectados	\$ 183,00	\$ 185,05	\$ 187,12	\$ 189,22	\$ 191,34
Presupuesto servicios básicos					
Luz	\$ 384,00	\$ 388,30	\$ 392,65	\$ 397,05	\$ 401,49
Agua	\$ 288,00	\$ 291,23	\$ 294,49	\$ 297,79	\$ 301,12
Teléfono	\$ 48,00	\$ 48,54	\$ 49,08	\$ 49,63	\$ 50,19
Internet	\$ 48,00	\$ 48,54	\$ 49,08	\$ 49,63	\$ 50,19
Total sb proyectados	\$ 768,00	\$ 776,60	\$ 785,30	\$ 794,09	\$ 802,99
Total	\$ 2.990,30	\$ 3.023,79	\$ 3.057,66	\$ 3.091,90	\$ 3.126,53
Imprevistos 2%	\$ 59,81	\$ 60,48	\$ 61,15	\$ 61,84	\$ 62,53
Total cif proyectados	\$ 2.930,49	\$ 2.963,32	\$ 2.996,50	\$ 3.030,07	\$ 3.064,00

Fuente: Tabla 56, 57, 59

Elaborado por: Las Autoras

5.4.2. Presupuesto de gastos operativos

5.4.2.1. Gastos administrativos

Comprende los salarios administrativos, el pago al guía turístico, el pago al servicio de recreación, el pago al contador como un servicio profesional, los suministros y materiales, útiles de aseo y finalmente los servicios básicos para el área administrativa.

Tabla N° 74
Presupuesto de gastos administrativos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Gasto sueldos</i>					
Gerente	\$13.595,55	\$13.747,82	\$13.901,80	\$14.057,50	\$14.214,94
Recepcionista	\$ 6.015,50	\$ 6.082,87	\$ 6.151,00	\$ 6.219,89	\$ 6.289,56
Total sueldos	\$19.611,05	\$19.830,69	\$20.052,80	\$20.277,39	\$20.504,50
Gasto guía turístico	\$ 1.134,00	\$ 1.146,70	\$ 1.159,54	\$ 1.172,53	\$ 1.185,66
Gasto recreación	\$ 1.128,00	\$ 1.140,63	\$ 1.153,41	\$ 1.166,33	\$ 1.179,39
Gasto servicios profesionales (contador)	\$ 1.800,00	\$ 1.820,16	\$ 1.840,55	\$ 1.861,16	\$ 1.882,00
Suministros de oficina	\$ 64,33	\$ 65,05	\$ 65,78	\$ 66,52	\$ 67,26
Servicios básicos	\$ 552,00	\$ 558,18	\$ 564,43	\$ 570,76	\$ 577,15
Útiles de aseo	\$ 183,00	\$ 185,05	\$ 187,12	\$ 189,22	\$ 191,34
Total gastos administrativos proyectados	\$24.472,38	\$24.746,47	\$25.023,63	\$25.303,90	\$25.587,30

Fuente: Anexo 5

Elaborado por: Las Autoras

5.4.2.2. Gastos de venta

En los gastos de venta se incluye únicamente el gasto publicidad ya que como hostería no se cuenta con vendedores. Es importante la publicidad ya que impulsara al posicionamiento de la empresa y es provechoso al momento de hacer conocer a la misma dentro de corto plazo.

Tabla N° 75

Presupuesto de gastos de venta

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad					
Vallas publicitarias	\$ 294,00	\$ 297,29	\$ 300,62	\$ 303,99	\$ 307,39
Tasa anual vallas publicitarias 2*1m2	\$ 1.125,00	\$ 1.125,00	\$ 1.125,00	\$ 1.125,00	\$ 1.125,00
Volantes	\$ 200,00	\$ 202,24	\$ 204,51	\$ 206,80	\$ 209,11
Radio	\$ 100,00	\$ 101,12	\$ 102,25	\$ 103,40	\$ 104,56
Total gas. Venta. proyectado	\$ 1.719,00	\$ 1.725,65	\$ 1.732,38	\$ 1.739,18	\$ 1.746,06

Fuente: Tabla N° 62

Elaborado por: Las Autoras

5.4.2.3. Gastos financieros

Tabla N° 76

Presupuesto de gastos financieros

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto interés	\$ 11.248,12	\$ 10.541,27	\$ 9.752,62	\$ 8.872,71	\$ 7.890,97
Total g. Fin proyectados	\$ 11.248,12	\$ 10.541,27	\$ 9.752,62	\$ 8.872,71	\$ 7.890,97

Fuente: Tabla 67

Elaborado por: Las Autoras

Para el cálculo de los egresos se toma en cuenta todos los costos operativos del servicio (materia prima directa, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación) y los gastos operativos (administrativos, de venta y financieros) requeridos para el proyecto; calculados con la tasa de inflación del 1,12% del año 2016.

Tabla N° 77
Presupuesto de Costos y Gastos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos	\$ 73.718,61	\$ 76.547,49	\$ 79.570,27	\$ 82.802,25	\$ 86.259,96
Mpd	\$ 28.710,86	\$ 31.035,66	\$ 33.548,71	\$ 36.265,24	\$ 39.201,74
Mod	\$ 42.077,25	\$ 42.548,52	\$ 43.025,06	\$ 43.506,94	\$ 43.994,22
Cif	\$ 2.930,49	\$ 2.963,32	\$ 2.996,50	\$ 3.030,07	\$ 3.064,00
Gastos	\$ 37.439,50	\$ 37.013,39	\$ 36.508,63	\$ 35.915,78	\$ 35.224,33
Administrativos	\$ 24.472,38	\$ 24.746,47	\$ 25.023,63	\$ 25.303,90	\$ 25.587,30
Ventas	\$ 1.719,00	\$ 1.725,65	\$ 1.732,38	\$ 1.739,18	\$ 1.746,06
Financieros	\$ 11.248,12	\$ 10.541,27	\$ 9.752,62	\$ 8.872,71	\$ 7.890,97
Total costos y gastos	\$ 111.158,11	\$113.560,89	\$116.078,90	\$118.718,03	\$121.484,29
Depreciación	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53
Total costos y gastos	\$ 109.743,58	\$112.146,36	\$114.664,37	\$117.303,50	\$120.069,76

Fuente: Tabla 70; 74

Elaborado por: Las Autoras

5.5. Estado de Situación Financiera

Tabla N° 78
Estado de Situación Financiera

Al 31 de diciembre de 2016

Cuentas	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 176.482,80	\$190.773,11	\$206.220,54	\$222.918,79	\$240.969,15
Paquete 1	\$ 13.759,20	\$ 14.873,32	\$ 16.077,66	\$ 17.379,51	\$ 18.786,78
Paquete 2	\$ 22.464,00	\$ 24.282,97	\$ 26.249,23	\$ 28.374,71	\$ 30.672,29
Paquete 3	\$ 140.259,60	\$ 151.616,81	\$ 163.893,65	\$177.164,58	\$ 191.510,09
(-)Costos operativos	\$ 73.718,61	\$ 76.547,49	\$ 79.570,27	\$ 82.802,25	\$ 86.259,96
Mpd	\$ 28.710,86	\$ 31.035,66	\$ 33.548,71	\$ 36.265,24	\$ 39.201,74
Mod	\$ 42.077,25	\$ 42.548,52	\$ 43.025,06	\$ 43.506,94	\$ 43.994,22
Cif	\$ 2.930,49	\$ 2.963,32	\$ 2.996,50	\$ 3.030,07	\$ 3.064,00
(=)Utilidad bruta	\$ 102.764,19	\$ 114.225,61	\$ 126.650,27	\$140.116,55	\$ 154.709,19
(-) Gastos operacionales	\$ 37.439,50	\$ 37.013,39	\$ 36.508,63	\$ 35.915,78	\$ 35.224,33
Administrativos	\$ 24.472,38	\$ 24.746,47	\$ 25.023,63	\$ 25.303,90	\$ 25.587,30
Ventas	\$ 1.719,00	\$ 1.725,65	\$ 1.732,38	\$ 1.739,18	\$ 1.746,06
Financieros	\$ 11.248,12	\$ 10.541,27	\$ 9.752,62	\$ 8.872,71	\$ 7.890,97
(=)Utilidad operacional	\$ 65.324,69	\$ 77.212,22	\$ 90.141,64	\$104.200,76	\$ 119.484,86
(-)Depreciación	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53
(=)Utilidad antes de part. Trab e imp	\$ 66.739,22	\$ 78.626,75	\$ 91.556,17	\$105.615,29	\$ 120.899,39
(-) 15% part. Trabajadores	\$ 10.010,88	\$ 11.794,01	\$ 13.733,42	\$ 15.842,29	\$ 18.134,91
(=)Utilidad antes de imp	\$ 56.728,33	\$66.832,74	\$77.822,74	\$89.773,00	\$102.764,48
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 12.480,23	\$14.703,20	\$17.121,00	\$19.750,06	\$22.608,19
(=) Utilidad neta	\$ 44.248,10	\$52.129,53	\$60.701,74	\$70.022,94	\$80.156,30

Elaborado por: Las Autoras

5.7. Estado de Flujo de Efectivo

5.7.1. Presupuesto de caja (Cash Flow)

Para la determinación de la rentabilidad del proyecto es necesario determinar el presupuesto de caja para el primer año donde se obtiene el efectivo mensual. Tomando en cuenta los ingresos y costos por cada paquete referido anteriormente.

Tabla N° 80

Presupuesto de caja

Hostería ecoturística "cayapas"

Estado de flujo de efectivo

Al 31 de diciembre de 2016

CUENTAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
ENTRADA EFECTIVO	7.542,00	21.117,60	13.575,60	21.117,60	7.542,00	13.575,60	13.575,60	21.117,60	7.542,00	7.542,00	21.117,60	21.117,60
Q totales	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	200,00	560,00	360,00	560,00	200,00	360,00	360,00	560,00	200,00	200,00	560,00	560,00
Paquete 1	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	588,00	1.646,40	1.058,40	1.646,40	588,00	1.058,40	1.058,40	1.646,40	588,00	588,00	1.646,40	1.646,40
Q (7%)	14	39	25	39	14	25	25	39	14	14	39	39

Costos fijos	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	3.119,96	3.119,96	3.119,96	3.119,96	3.119,96	3.119,96	3.119,96	3.119,96	3.119,96	3.119,96	3.119,96	3.119,96
Gasto adm.	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	2.039,37	2.039,37	2.039,37	2.039,37	2.039,37	2.039,37	2.039,37	2.039,37	2.039,37	2.039,37	2.039,37	2.039,37
Interés	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	937,34	937,34	937,34	937,34	937,34	937,34	937,34	937,34	937,34	937,34	937,34	937,34
Capital	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	509,03	509,03	509,03	509,03	509,03	509,03	509,03	509,03	509,03	509,03	509,03	509,03
FLUJO	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
NETO	774,82	10.388,89	5.047,74	10.388,89	774,82	5.047,74	5.047,74	10.388,89	774,82	774,82	10.388,89	10.388,89

Fuente: Anexo 6, 7, 8.

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 81
Estado de Flujo de Efectivo

Hostería ecoturística "cayapas"						
Estado de flujo de efectivo						
Al 31 de diciembre de 2016						
Detalle	0	1	2	3	4	5
Utilidad neta		\$44.248,10	\$52.129,53	\$60.701,74	\$70.022,94	\$80.156,30
Inversión inicial	\$162.778,50					
=utilidad neta		\$ 44.248,10	\$ 52.129,53	\$60.701,74	\$70.022,94	\$80.156,30
Depreciaciones		\$ 1.414,53	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53	\$ 1.414,53
Valor de rescate						\$ 1.323,20
Recup. Capital de trabajo						\$23.554,40
Amortización gastos diferidos		\$ 392,54	\$ 392,54	\$ 392,54	\$ 392,54	\$ 392,54
Flujo de caja neto proyectado		\$46.055,17	\$53.936,60	\$62.508,80	\$71.830,00	\$106.840,96

Fuente: Tabla 77.

Elaborado por: Las Autoras

5.8. Indicadores financieros

5.8.1. TMAR

Fórmula:

$$TMAR = i + f + if$$

Tabla N° 82
TMAR

	Recursos	%	f (inflación)	I (riesgo)	TMAR	Ponderación
Tasas						
Pasiva	Propios	35,00%	1,12%	5,08%	6%	2,19%
Activa	Ajenos	65,00%	1,12%	11,00%	12%	7,96%
	Costo de capital					10,15%

Elaborado por: Las Autoras

Cálculo del costo de capital del trabajo

Tabla N° 83*Costo de capital*

Recursos	%	Tasas	
Propios	35,00%	6,26%	0,02
Ajenos	65,00%	12,24%	0,08
Costo de capital			0,10

Elaborado por: **Las Autoras**

El costo de capital de trabajo es de 10% respectivamente.

5.8.2. Valor Actual Neto**Tabla N° 84***Valor actual neto*

Año	Flujo efectivo	Factor actual	VAN
1	\$ 46.055,17	0,909	\$ 41.868,33
2	\$ 53.936,60	0,826	\$ 44.575,70
3	\$ 62.508,80	0,751	\$ 46.963,79
4	\$ 71.830,00	0,683	\$ 49.060,86
5	\$ 106.840,96	0,621	\$ 66.339,83
		Valor presente	\$ 248.808,52
		(-) Inversión	\$ 162.778,50
		inicial	
		VPN	\$ 86.030,01

Elaborado por: **Las Autoras**

El valor actual neto proyectado es de \$86.030,01, valor positivo y mayor que cero, por lo el proyecto es factible de realizarlo económica y financieramente.

5.8.2. Tasa Interna de Retorno

Tabla N° 85

Tasa interna de retorno

Años	Flujo efectivo
0	\$ -162.778,50
1	\$ 46.055,17
2	\$ 53.936,60
3	\$ 62.508,80
4	\$ 71.830,00
5	\$ 106.840,96
TIR	26%

Elaborado por: **Las Autoras**

La Tasa Interna de Retorno del proyecto dio como resultado 26%, valor superior al costo de capital del mismo (10%), por lo que el proyecto es factible.

5.8.3. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla N° 86

Periodo de recuperación de la inversión

Año	Flujo efectivo	Flujo actualizado	Flujo acumulado	Inversión inicial
1	\$ 46.055,17	\$ 41.812,08	\$ 41.812,08	
2	\$ 53.936,60	\$ 44.456,00	\$ 86.268,08	
3	\$ 62.508,80	\$ 46.774,74	\$ 133.042,82	
4	\$ 71.510,51	\$ 48.580,67	\$ 181.623,49	\$ 162.778,50
5	\$ 106.521,47	\$ 65.698,31	\$ 247.321,80	

Elaborado por: **Las Autoras**

La inversión del proyecto se recuperará en 5 años 8 meses y 25 días respectivamente.

5.8.4. Relación Costo- Beneficio

Para el cálculo de costo- beneficio se utiliza la siguiente formula:

Fórmula:

$$\frac{C}{B} = \frac{VP}{II}$$

Tabla N° 87

Relación Costo- Beneficio

Costo beneficio	1,53
Valor presente	\$ 248.808,52
Inversión inicial	\$ 162.778,50

Elaborado por: **Las Autoras**

El costo beneficio indica que, por cada dólar invertido en el proyecto se generará \$ 1,53 adicionales.

5.8.5. Índice de Rentabilidad

Para el cálculo del índice de rentabilidad se utiliza la siguiente formula:

Fórmula:

$$IR = \frac{VPN}{II}$$

Tabla N° 88

Índice de Rentabilidad

IR	0,53
VAN	\$ 86.030,01
Inversión inicial	\$ 162.778,50

Elaborado por: **Las Autoras**

Por cada dólar de inversión el proyecto devuelve 0,53 centavos.

5.8.6. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite saber si el proyecto es viable aun con imprevistos, es decir estudiar la inversión aun cuando existan riesgos permitiendo identificar la sensibilidad de un elemento ante una variación. Para dicho análisis se toma un 10% de imprevistos y se calcula el VPN con un 20% de costo de capital. Así:

Tabla N° 89
Análisis de sensibilidad

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FACTOR ACTUAL	VAN
1	\$ 46.055,17	0,833	\$ 38.379,31
2	\$ 53.936,60	0,694	\$ 37.455,97
3	\$ 62.508,80	0,579	\$ 36.174,08
4	\$ 71.830,00	0,482	\$ 34.640,24
5	\$ 106.840,96	0,402	\$ 42.936,99
		Valor Presente	\$ 189.586,58
		(-) Inversión Inicial	\$ 162.778,50
		VPN	\$ 26.808,08

Elaborado por: **Las Autoras**

5.8.7. Punto de equilibrio

5.8.7.1. Punto de equilibrio en unidades

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares se toma en cuenta la cantidad de personas que por temporadas necesitan de los servicios de la hostería, clasificadas por preferencia de paquetes. Además el costo variable unitario, el margen de contribución y el margen de contribución ponderado calculado de la siguiente manera:

Margen de contribución ponderado

$$MCp = (PV - CVu)MC + (PV - CVu)MC + (PV - CVu)MC$$

$$MCp = (\$42 - \$11,20)0,07 + (\$40 - \$11,20)0,12 + (\$37 - \$10,96)0,81$$

$$MCp = \$26,71$$

Punto de equilibrio en unidades

$$P.E.(Q) = \frac{CF}{MCP}$$

$$P.E.(Q) = \frac{\$37.439,50}{\$26,71}$$

$$P.E.(Q) = 1402 \text{ paquetes}$$

Tabla N° 90*Punto de equilibrio en unidades*

Detalle	Unidad	% part	Pv	Cv	Mc	Mpond	Pe (u)
Paquete 1	328	0,07	\$ 42,00	\$ 11,20	\$ 30,80	2,16	98
Paquete 2	562	0,12	\$ 40,00	\$ 11,20	\$ 28,80	3,46	168
Paquete 3	3791	0,81	\$ 37,00	\$ 10,96	\$ 26,04	21,09	1136
Total	4680	1,00		\$ 33,36		26,71	1402

Elaborado por: **Las Autoras**

El punto de equilibrio en unidades de la nueva hostería ecoturística “Cayapas” indica que se necesitará de 98 paquetes N° 1, 168 paquetes N° 2 y 1136 paquetes N° 3, al año para que se recuperen costos y gastos.

5.8.7.2. Punto de equilibrio en dólares

Para el cálculo del punto de equilibrio en dólares se toma en cuenta las unidades anteriormente mencionadas multiplicadas por el precio de venta de cada paquete.

Tabla N° 91

Punto de equilibrio en dólares

Detalle	Pe	Pv	Pe (\$)
Paquete 1	98	\$ 42,00	\$ 4.121,66
Paquete 2	168	\$ 40,00	\$ 6.729,25
Paquete 3	1136	\$ 37,00	\$ 42.015,74
Total	1402		\$ 52.866,65

Elaborado por: Las Autoras

El punto de equilibrio en dólares representa la cantidad de dinero en el primer año que la hostería debe tener para cubrir costos y gastos; el valor es \$52.866,65.

Capítulo VI. Estructura administrativa

6.1. Objetivo

Desarrollar la estructura administrativa para la utilización correcta de los recursos de la empresa.

6.2. La Empresa

6.2.1. Nombre o Razón Social



La microempresa se dedicará a la prestación de servicios turísticos y tendrá como razón social:

HOSTERÍA ECOTURÍSTICA CAYAPAS

Un cita con la naturaleza...

Se ha considerado el nombre de HOSTERÍA ECOTURÍSTICA CAYAPAS, en honor a la riqueza de flora y fauna que posee el sector y tomando en cuenta que la Zona de Intag bordea la Reserva Cotacachi Cayapas que internacionalmente es reconocida por su importancia ecológica, por lo cual el nombre “Cayapas” se podrá posesionar con mayor facilidad en la mente de los posibles clientes.

En cuanto al logotipo, se ha considerado el oso de anteojos, que es una especie en extinción existente en la zona. Además la cabaña que representa una construcción en Junín en el año 2001, para promover el ecoturismo como una alternativa a la minería y que permite a los turistas disfrutar el bosque tropical nublado; estos bosques son el blanco de la explotación minera.

El slogan “una cita con la naturaleza.... o más bien la naturaleza tiene una cita con nosotros”, simboliza la armonía, la quietud y el respirar aire puro en la zona representando las huellas humanas que han sido positivas y que la naturaleza esta agradecida por esto.

6.2.2. Tipo de empresa

El presente proyecto se constituye como una empresa de servicios. El aporte de capital se realizará de fondos propios y mediante financiación bancaria esto conlleva a que será una empresa privada. El elemento principal es el talento humano, no existe procesos de producción complejos y la maquinaria y equipo requerida es elemental. Por ende la presente empresa pertenece al sector privado de servicios turísticos, por lo que se registrará a las leyes y normas del Ministerio de Turismo.

6.2.3. Creación de la empresa

La Hostería será constituida legalmente como una sociedad civil, cumpliendo con la normativa legal vigente, el giro del negocio será ofertar servicios de hospedaje, alimentación y esparcimiento.

Esta sociedad está sujeta a un contrato de dos personas, quienes se obligan a poner en común dinero, bienes o industria, con el fin de obtener ganancias, se sujetará a formalización con escritura pública, puesto que se cuenta con un bien inmueble por parte de un socio. Será regulada por el código civil sustentado en los artículos 1665 al 1708.

6.2.4. Requisitos para su funcionamiento.

Para que la hostería pueda funcionar legalmente debe contar con ciertos permisos como son:

- (a) Solicitud para permiso de funcionamiento.
- (b) Patente Municipal.
- (c) Planilla de inspección.
- (d) Licencia anual de funcionamiento para lugares turísticos emitida por el Ministerio de Turismo.
- (e) Copia RUC del establecimiento.
- (f) Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- (g) Copias de la cédula y certificado de votación del propietario.
- (h) Copias del permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

6.2.5. Aspecto legal para la formación de la sociedad civil

Comparecientes.- comparecen a la celebración de este instrumento público, Socio 1 con cédula de ciudadanía N° 0401352968 y Socio 2 con cedula de ciudadanía N° 1003281621, ecuatorianas, quienes actuando por sus propios derechos manifiestan su voluntad de constituir una compañía que se denominara “Hostería Ecoturística Cayapas”.

Objeto.-El objeto de la compañía que se constituye es la de brindar servicios de hospedaje, alimentación, recreación y ecoturismo, con un servicio de calidad dentro de un entorno ecológico y natural.

Obligación social.- los socios responderán individualmente, hasta por el monto de sus aportaciones en caso de liquidación, que actualmente sería de \$ 87.778,51 por cada socio.

Capital Social.- el capital social de la compañía es de ciento noventa y dos setecientos setenta y ocho dólares con cincuenta centavos en donde cada socio aportara con treinta y cinco por ciento.

Suscripción y pago de las aportaciones.-El cuadro de integración y pago del capital queda como a continuación de detalla:

Tabla N° 92

Suscripción y pago de las aportaciones

Nombre del socio suscrito	Capital pagado	Capital	No. Participaciones
Socio 1	\$ 43.889,25	\$ 43.889,25	4.388
Socio 2	\$ 43.889,25	\$ 43.889,25	4.388
Totales	\$ 87.778,51	\$ 87.778,51	87.778

Elaborado por: Las Autoras

El plazo.-la duración del contrato social civil es de treinta años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía, pudiendo ser disuelta o prorrogada si así lo resolvieren los socios en forma prevista en los estatutos y en el Código Civil.

Domicilio.- La compañía que se constituye es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal estará en la parroquia de Apuela a 5.7 km de las termas de Nangulvi, vía a Puranquí; en la zona de Intag, provincia de Imbabura.

6.2.6. Base filosófica

6.2.6.1.Misión

La hostería ecoturística Cayapas es una empresa comprometida con el medio ambiente dedicada a la prestación de servicios de hospedaje, alimentación, recreación y ecoturismo a turistas nacionales y extranjeros, brindando servicios de calidad en instalaciones cómodas y agradables en un lugar alejado de la ciudad dónde el turista tenga un contacto directo con la riqueza natural que posee la zona de Intag.

6.2.6.2.Visión

La hostería ecoturística cayapas para el año 2022 será el principal destino turístico y una de las más importantes de la provincia de Imbabura reconocida por su respeto al medio ambiente, excelentes servicios, instalaciones y atención exclusiva a sus distinguidos clientes, destacándonos por nuestro personal capacitado y la mejora permanente de nuestros servicios.

6.2.6.3. Objetivos

- (a) Estructurar planes que aporten con el crecimiento turístico en Apuela.
- (b) Estudiar la importancia de los atractivos turísticos que posee el sector para dar a conocer con precisión y veracidad a los turistas.
- (c) Controlar que la prestación de servicios cumplan con las expectativas del cliente en el tiempo esperado.
- (d) Realizar estrategias de marketing con el fin de que el servicio se posea en la mente de los posibles clientes.
- (e) Supervisar que los procesos del cuidado ambiental sean cumplidos en cada una de las actividades.

6.2.6.4. Valores Corporativos

- (a) **Honestidad:** Rectitud que se manifiesta en cada uno de quienes conforman el talento humano de la hostería en sus actividades diarias.
- (b) **Respeto:** Valor primordial que induce a la cordialidad, aceptación de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral.
- (c) **Ética profesional:** Aplicación de las reglas morales para obtener una buena práctica de ejercicio profesional en cuanto a la diligencia, legalidad y lealtad de las actividades a desarrollar.
- (d) **Trabajo en Equipo:** Disposición de esfuerzos para la realización de los objetivos estratégicos de la empresa, en donde los objetivos individuales de cada uno se compaginen con el de la organización.

6.2.6.5. Estructura Orgánica Funcional

La empresa cuenta con jerarquías (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles delimitando las responsabilidades de cada empleado ante su autoridad, siendo el resultado del mismo la creación de una estructura organizacional, dedicada a ofertar servicios turísticos que se pretende brindar al turista.

Con esta estructura organizacional se expresa básicamente la relación que debe existir entre las funciones y niveles, con el propósito de tener la máxima eficiencia en la realización de las diversas actividades y cumplir con las metas planteadas.

La importancia de la presente jerarquía es reducir y en su efecto eliminar la confusión respecto a quien da las órdenes y quién las obedece, además se define como se dividen, agrupan y coordinan cada una de las tareas en los puestos de trabajo.

La estructura organizacional de la empresa, se muestra en el presente organigrama a través de las áreas con las que está constituida respectivamente.



Gráfico N° 31. Estructura Organizacional Hostería Ecoturística “Cayapas”

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

6.2.6.6. Manual de funciones

Tabla N° 93

Manual de funciones de Gerente

<p>Nivel: ejecutivo</p> <p>Puesto: gerente</p>
<p>Descripción del puesto</p>
<p>Es el responsable de toda el área interna y externa de la empresa, sus funciones son planificar, administrar, coordinar, evaluar y dar un seguimiento a las actividades que realiza la hostería eco turística cayapas, optimizando los recursos disponibles en busca de soluciones acertadas.</p>
<p>Funciones básicas</p>
<ul style="list-style-type: none"> (a) Mantenerse al frente de la empresa como representante legal. (b) Velar por el cumplimiento de las normas legales y procedimientos para el correcto funcionamiento de la empresa. (c) Tomar decisiones en base a resultados. (d) Hacer cumplir la misión y los objetivos de la empresa. (e) Solicitar informes de la gestión de todo el personal a cargo para evaluar el rendimiento.
<p>Competencias</p>
<ul style="list-style-type: none"> (a) Pensamiento crítico (b) Comunicación (c) Creatividad (e) Iniciativa (g) Capacidad de planificar (h) Capacidad de negociación (i) Trabajo en equipo (j) Liderazgo
<p>Requisitos de cargo</p>
<p>Personales</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Experiencia de dos años en administración de empresas. (b) Personalidad dinámica, creativa y proactiva. <p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Ingeniero (a) en administración de empresas.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 94*Manual de funciones Recepcionista*

Nivel: administrativo
Puesto: recepción
Descripción del puesto
Es el responsable de seguir las normas de calidad del establecimiento, satisfacer las necesidades de los clientes en cuanto a la acogida, entrada, estancia y despedida además está a su cargo la gestión de reservas, asistencia e información, atención de las comunicaciones. Así como el funcionamiento administrativa de facturación y comerciales que sean necesarias.
Funciones básicas
<ul style="list-style-type: none"> (a) Organizar y gestionar el servicio de recepción en la hostería. (b) Formalizar las entradas y salidas de clientes, aportándoles la información necesaria para la óptima prestación de servicios. (c) Gestionar eficazmente las reservas con el fin de obtener el mayor índice de ocupación a la vez que se satisfaga las expectativas de los clientes. (d) Generar una atención de calidad a los clientes para anticiparse a sus expectativas.
Competencias
<ul style="list-style-type: none"> (a) Habilidades comunicativas (b) Aspecto y comportamiento adecuado (c) Flexibilidad (d) Competencias profesionales
Requisitos de cargo
<p>Personales</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) 6 meses de experiencia. (b) Carismático (a). (c) Disponibilidad y flexibilidad horaria. (d) Residencia en la zona de Intag. <p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Ingeniero en administración turística o que curse el 6to semestre de turismo. (b) Nivel intermedio de inglés.

Fuente: Investigación Directa**Elaborado por:** Las Autoras

Tabla N° 95*Manual de funciones Contador*

Nivel: ejecutivo-asesor
Puesto: contador
Descripción del puesto
Es el responsable de llevar la contabilidad de la empresa.
Funciones básicas
<ul style="list-style-type: none"> (a) Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos. (b) Realizar los trámites correspondientes del negocio ante el servicio de rentas internas (sri). (c) Manejar paquetes informáticos. (d) Llevar los libros de contabilidad de la empresa en su debida forma de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados. (e) Presentar los estados financieros pertinentes en el lapso comprendido. (f) Mantener actualizado el inventario de materiales de oficina, materia prima, clientes y proveedores. (g) Coordinar con la gerencia para realizar los respectivos pagos a los proveedores y empleados.
Competencias
<ul style="list-style-type: none"> (a) Calidad del trabajo (b) Excelencia en el trabajo a realizar (c) Compromiso (d) Ética (e) Dominio de procedimientos, usos y prácticas de la profesión (f) Adaptabilidad al cambio
Requisitos de cargo
Personales
<ul style="list-style-type: none"> (a) Experiencia mínimo de 2 años en el área de contabilidad. (b) Confidencialidad y responsabilidad
Académicos
<ul style="list-style-type: none"> (a) Título profesional de contador público autorizado (c.p.a). (b) Experiencia en declaración de impuestos y conocimientos en nifs.

Fuente: Investigación Directa**Elaborado por:** Las Autoras**Tabla N° 96***Manual de funciones Guía turístico*

Nivel: operativo-guía turístico
Cargo: guía turístico
Descripción del puesto
Es la persona encargada de realizar el guiado y la conducción de la visita turística, brindando información necesaria y requerida por el cliente así como asistir, orientar y asesorar al turista en los casos que se requiera.
Funciones básicas
<ul style="list-style-type: none"> (a) Determinar el inicio del guiado del atractivo turístico y/o lugar de visita. (b) Verificar la presencia de los turistas en el lugar para iniciar la explicación. (c) Realizar la explicación del atractivo turístico de forma amena, clara y precisa, brindando una información veraz sobre los diversos elementos que se observen. (d) Supervisar con sumo cuidado a los grupos, para evitar que deteriore el lugar de visita. (e) Auxiliarlo y asistirlo en los primeros auxilios y coordinar su ingreso a los centros hospitalarios. (f) Apoyarlo en la traducción del idioma a la hora de comunicarse con otras personas.
Competencias
<ul style="list-style-type: none"> (a) Aptitudes para trabajar en el servicio al cliente. (b) Buena memoria. (c) Capaz de mantener la calma bajo presión. (d) Capaz de respetar a personas de todos los orígenes (e) Paciente. (f) Preciso.
Requisitos de cargo
<p>Personales</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Persona ágil en cuanto a la realización de las actividades. (b) Honrado, honesto y respetoso. (c) Conocimientos ancestrales y culturales de la zona. <p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Estudio finalizados de bachillerato o nivel técnico superior en guía de turismo. (b) Credencial de guía nativo local actualizado.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 97

Manual de funciones Cocinero- Chef

Nivel: operativo
Cargo: chef
Descripción del puesto
Será el responsable de la organización general de la cocina y elaboración y composición de menús, por lo que deberá hacer los pedidos de materia prima con anticipación y asesorar a la gerencia de la compra de productos y/o materiales.
Funciones básicas
<ul style="list-style-type: none"> (a) Responsabilizarse del buen funcionamiento de la cocina como jefe de cocina. (b) Repartir, organizar y dirigir el trabajo de sus ayudantes en la preparación de los platos. (c) Supervisar del cerca el trabajo, aclarando e informando sobre las dudas que pueda surgir. (d) Realizar el inventario de cocina. (e) Revisar y controlar el material de uso en la cocina, comunicando cualquier incidencia al respecto. (f) Cuidar de la conservación y aprovechamiento de los productos puestos a su disposición. (g) Preparar los alimentos con aderezos, especies naturales y saludables para los clientes; en su efecto utilizar productos naturales y frescos de la zona.
Competencias
<ul style="list-style-type: none"> (a) Flexibilidad (b) Creatividad (c) Orden (d) Determinación
Requisitos de cargo
<p>Personales</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Trabajo en equipo. (b) Compromiso y liderazgo. <p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Mínimo 2 años de experiencia en el sector. (b) Chef profesional.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 98

Manual de funciones Ayudante de cocina

Nivel: operativo
Cargo: ayudante de cocina
Descripción del puesto
Apoyo en las labores de cocina y comedor en la preparación de alimentos, distribución de raciones de alimentos y bebidas cumpliendo con la normativa sanitaria.
Funciones básicas
<ul style="list-style-type: none"> (a) Realizar las tareas asignadas por el chef. (b) Mantener limpio el lugar de trabajo. (c) Colaborar en la distribución de raciones. (d) Ayudar en la preparación de alimentos y bebidas (e) Preparar los utensilios necesarios para la realización de las actividades. (f) Organizar de manera adecuada los insumos adquiridos. (g) Controlar las existencias que se encuentran bajo su responsabilidad.
Competencias
<ul style="list-style-type: none"> (a) Activo. (b) Bien organizado. (c) Capacidad para trabajar en equipo. (d) Capaz de lidiar con trabajos que implican desorden. (e) Capaz de pesar o medir ingredientes de comida con precisión. (f) Capaz de realizar acciones como agacharse o levantar cosas. (g) Capaz de trabajar con rapidez. (h) Capaz de utilizar cuchillos afilados y otro equipamiento para preparar comida.
Requisitos de cargo
<p>Personales</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Responsabilidad y honestidad. (b) Creatividad. (c) Trabajo en equipo <p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Conocimiento en hotelería y turismo (bachiller). (b) Experiencia de 1 año.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 99

Manual de funciones Mesero

Nivel: operativo
Cargo: mesero
Descripción del puesto
Es responsable de atender a los clientes y proporcionarles un lugar limpio y arreglado en donde puedan disfrutar de los alimentos en un ambiente agradable, aséptico y tranquilo.
Funciones básicas
<ul style="list-style-type: none"> (a) Mantener limpio las mesas, sillas y el área de restaurante. (b) Atender a las necesidades del cliente. (c) Realizar las órdenes de consumo de los clientes. (d) Reportar cualquier irregularidad. (e) Limpiar el lugar donde se sirven los alimentos los clientes. (f) Verificar los pedidos de los clientes. (g) Organizar los utensilios en las mesas.
Competencias
<ul style="list-style-type: none"> (a) Oportuno (b) Confiable (c) Puntual (d) Cooperador (e) Flexibilidad (f) Minucioso (g) Organizado (h) Conocer el producto (i) Ético
Requisitos de cargo
Personales
<ul style="list-style-type: none"> (a) Buena presencia. (b) Responsable de su trabajo. (c) Honesto.
Académicos
<ul style="list-style-type: none"> (a) Tener experiencia mínima de 1 año en atención al cliente. (b) Bachiller y/o especialización en hotelería y turismo.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 100

Manual de funciones Camarero

<p>Nivel: operativo</p> <p>Cargo: camarero</p>
<p>Descripción del puesto</p>
<p>Es responsable de la limpieza y orden de las habitaciones, baños y pasillos, y el servicio de lavandería si lo solicita el cliente.</p>
<p>Funciones básicas</p>
<p>(a) Realizar el aseo de las habitaciones y sus áreas de acceso.</p> <p>(b) Cambiar las sábanas, toallas y cubrecamas.</p> <p>(c) Verificar que las habitaciones estén en perfectas condiciones.</p> <p>(d) Reemplazar y equipar los baños con los diferentes útiles de aseo.</p> <p>(e) Servicio de lavandería de los materiales de las habitaciones.</p>
<p>Competencias</p>
<p>(a) Activo.</p> <p>(b) Amable.</p> <p>(c) Aptitudes para trabajar en el servicio al cliente.</p> <p>(d) Capaz de trabajar bajo presión.</p> <p>(e) Capaz de trabajar con rapidez.</p> <p>(f) Cumple con las normas de higiene y seguridad.</p>
<p>Requisitos de cargo</p>
<p>Personales</p> <p>(a) Disponibilidad de tiempo.</p> <p>(b) Honrado y responsable.</p> <p>(c) Carismático con los clientes.</p> <p>Académicos</p> <p>(a) Bachiller.</p> <p>(b) Experiencia en trabajos similares.</p>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 101

Manual de funciones Ayudante de limpieza

Nivel: operativo
Cargo: ayudante de limpieza
Descripción del puesto
Realizar varias tareas de limpieza para garantizar la higiene de cada una de las instalaciones, incluyendo trapear, barrer, quitar el polvo, pulir y dar brillo.
Funciones básicas
<ul style="list-style-type: none"> (a) Realizar la limpieza de las áreas verdes, canchas y garaje. (b) Efectuar el aseo de las habitaciones, departamentos, oficinas, recepción de la hostería. (c) Reemplazar los insumos que se terminen en los baños, duchas y demás instalaciones. (d) Informar en caso de encontrar algún daño o anomalías. (e) Apoyar en cualquier otra actividad que requiera la hostería.
Competencias
<ul style="list-style-type: none"> (a) Adaptabilidad (b) Cooperador (c) Minucioso (d) Organizado (e) Aprendizaje efectivo (f) Auto organización (g) Flexibilidad
Requisitos de cargo
<p>Personales</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Honrado y responsable. (b) Puntual. (c) Confiable. <p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Experiencia en el cargo.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 102

Manual de funciones Vigilante

Nivel: operativo
Cargo: vigilante
Descripción del puesto
Es responsable de brindar seguridad a los clientes y personal de la hostería.
Funciones básicas
<ul style="list-style-type: none"> (a) Ejercer la vigilancia y protección de bienes muebles e inmuebles, así como la protección de las personas que puedan encontrarse en los mismos. (b) Efectuar controles de identidad en el acceso o en el interior de inmuebles determinados sin que en ningún caso puedan retener la documentación personal. (c) Poner inmediatamente a disposición de la policía nacional a los delincuentes en relación con el objeto de protección. (d) Informar sobre lugares de riesgo.
Competencia
<ul style="list-style-type: none"> (a) Organización y Planificación (b) Orientación a Clientes (c) Trabajo en Equipo y Cooperación (d) Capacidad de Aprendizaje y Adaptación (e) Flexibilidad y Orientación al Cambio (f) Motivación por el Logro (g) Compromiso con la Organización (h) Liderazgo
Requisitos de cargo
<p>Personales</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Responsable. (b) Puntual. (c) Honesto. (d) Facilidad para relacionarse. (e) Manejo de armas. <p>Académicos</p> <ul style="list-style-type: none"> (a) Haber cursado y terminado el acuartelamiento militar. (b) Estudios secundarios cualquier mención, preferentemente bachiller en colegios militares. (c) Tiempo y experiencia previa requerida mínimo 2 años. (d) Defensa personal o cursos similares.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

CAPÍTULO VII. IMPACTOS

7.1. Objetivo

Establecer los impactos que generará el proyecto.

7.2. Análisis de impactos

En el presente capítulo se analizará los principales impactos que genera la implantación de la hostería ecoturística, logrando así establecer aspectos positivos y negativos de los mismos.

El análisis de impactos se realizará mediante la matriz de evaluación que se presenta a continuación:

7.2.1. Nivel de impactos

Tabla N° 103

Nivel de impactos

Cuantificación	Calificación
-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

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

El nivel de impacto generado en el análisis se evaluará aplicando la siguiente fórmula:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

7.2.1.1. Impacto económico

Tabla N° 104

Impacto económico

N°	Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Inversión						X	
2	Endeudamiento						X	
3	Desarrollo económico					X		
4	Nivel de rentabilidad					X		
	Total					2	4	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\varepsilon}{n} = \frac{2+4}{4} = 2$$

De acuerdo al análisis; el nivel de impacto económico es positivo, por lo que la implantación de este proyecto generará, fuentes de empleo y por ende garantizará estabilidad laboral para los empleados, en el lugar que va a estar situado generará nuevas actividades económicas y esto dará paso al desarrollo económico de la zona.

7.2.1.2. Impacto social

Tabla N° 105
Impacto social

N°	Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Generación de fuentes de empleo.						X	
2	Estabilidad laboral						X	
3	Mejora calidad de vida						X	
	Total						6	

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\varepsilon}{n} = \frac{6}{3} = 2$$

El aporte que genera el proyecto con los habitantes del sector es de 2 lo cual demuestra, que existe un aporte hacia la sociedad debido que con la implementación de nuevas fuentes de trabajo la población mejorará la calidad de vida proporcionando bienestar a la zona.

El turismo es una de las actividades que generan fuentes de ingreso para nuestro país, razón por la cual debe ser aprovechada adecuadamente ya que las personas se beneficiarán ya sea de manera directa o indirecta, el mejor el nivel social de la población contribuirá al desarrollo económico del país.

7.2.1.3. Impacto ambiental

Tabla N° 106

Impacto ambiental

N°	Indicador	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Contaminación del ambiente.					X		
2	Reciclaje.						X	
3	Manejo de desechos.						X	
4	Deforestación			X				
	Total			-1		1	4	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\varepsilon}{n} = \frac{-1+1+4}{4} = 1$$

Al ser el presente proyecto enfocado a la creación de una hostería eco turística, las actividades se desarrollarán de la manera posible que no ocasione efectos negativos en el medio ambiente y por ende no cause daños a la flora y fauna que posee. Sin embargo, se recurrirá a una deforestación mínima de la zona, para la construcción de una parte de la infraestructura, que generará un impacto bajo negativo para el ambiente, pero los residuos generados en el proceso productivo tendrán un tratamiento adecuado, ya que se cumplirá con las normas ambientales para disminuir el nivel de contaminación de la zona.

CONCLUSIONES

Concluido el estudio de factibilidad para la creación de una Hostería ecoturística en la parroquia de Apuela, zona de Intag se ha llegado a determinar que el proyecto es factible, viable y rentable debido a que:

- (a) El diagnóstico situacional permitió determinar que la ubicación geográfica para el proyecto es favorable ya que cuenta con una variada riqueza natural y con políticas públicas que respaldan y apoyan al ecoturismo como sustentable dentro la zona.
- (b) La orientación del marco teórico permitió sustentar el proyecto en bases científicas a través de la selección de los factores y variables necesarios para el desarrollo del estudio.
- (c) En el estudio de mercado se determinó la existencia de una demanda potencial insatisfecha, la cuál puede ser captada por el proyecto.
- (d) En el estudio técnico, se estableció como lugar de constitución y funcionamiento de la hostería, la parroquia de Apuela a 5.7 km de las termas de Nangulvi, vía a Puranquí; en la Zona de Intag, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura, además que el Banco del Ecuador (BAN ECUADOR) nos ayuda con un financiamiento del 65% de \$ 162.778,50 que es la inversión total, con un interés anual del 11%.
- (e) El estudio económico- financiero dio como resultado indicadores financieros con valores positivos: VAN (\$86.030,01), TIR (26%), relación costo-beneficio (\$1,53), periodo de recuperación de la inversión (5 años y 8 meses) demostrando la viabilidad y rentabilidad del proyecto. Además que su utilidad para el primer año es \$44.248,10.
- (f) La estructura administrativa de la hostería cuenta con lineamientos necesarios y apropiados para la ejecución de sus actividades organizacionales, conociendo que será una micro empresa de servicios turísticos constituida como sociedad civil.

(g) En la evaluación de impactos se determinó que la implementación del proyecto en la parroquia Apuela, zona de Intag, es medianamente positiva debido a que no afecta significativamente los aspectos económicos, sociales y ambientales del sector.

RECOMENDACIONES

Concluido el estudio se ha llegado a determinar que el proyecto es factible, viable y rentable por lo que se recomienda que:

- (a) Se ejecute ya que la zona de Intag posee una biodiversidad impresionante que debe ser aprovechada, puesto que los turistas actualmente optan por lugares alejados de la ciudad para tener un contacto directo con la naturaleza.
- (b) Se amplíe la capacidad instalada de alojamiento por que la existente demanda insatisfecha en la zona es considerable.
- (c) Se aproveche técnicamente su ubicación, ya que es ventajosa en cuanto a la obtención del terreno para su construcción lo que minimiza la inversión total.
- (d) Se tome en cuenta como aspecto favorable que su inversión se recuperará en poco tiempo y su utilidad es representativa en relación a los ingresos con respecto a los costos y gastos.
- (e) Se cumpla con los requerimientos administrativos como micro empresa de servicios de sociedad civil y se maneje bajo los lineamientos legales vigentes.
- (f) Se controle el principal impacto negativo del proyecto sobre el ambiente que es la deforestación y se generen fuentes de empleo dentro de la zona si en caso se amplíen sus instalaciones.

BIBLIOGRAFÍA

Hernández Ilizalitur, A. (2007). El Ecoturismo como Estrategia de Desarrollo. *Letras Verdes*.

“Visita Ecuador” . (2015). Obtenido de

<https://www.visitaecuador.com/ve/mostrarRegistro.php?idRegistro=499>

Acuña, J. A. (2013). *Emprendimiento Globalizado en Competitividad*. Recuperado el 11 de 2016, de

<http://acualonit.overblog.com/las-4-p-precio-producto-plaza-y-promocion>

Anzil, F. (2012). *Zona económica* . Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Araque, E. (17 de 1 de 2016). Cotacachi impulsará el turismo y el comercio en el 2016. *La Hora* .

Obtenido de <http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101900016/->

[1/Cotacachi_impulsar%C3%A1_el_turismo_y_el_comercio_en_el_2016.html#.WQoaYol_Ok](http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101900016/-1/Cotacachi_impulsar%C3%A1_el_turismo_y_el_comercio_en_el_2016.html#.WQoaYol_Ok)
o

Arias, M. (13 de 6 de 2016). *Credilike [Entrada de Blog]*. Recuperado el 11 de 30 de 2016, de

<https://credilike.me/blog/utilidad-bruta-y-utilidad-neta/>

Armendariz, L. (24 de 3 de 2014). Recuperado el 2016, de [https://prezi.com/bpyzxlh-f1w/125-](https://prezi.com/bpyzxlh-f1w/125-determinar-la-capacidad-instalada/)

[determinar-la-capacidad-instalada/](https://prezi.com/bpyzxlh-f1w/125-determinar-la-capacidad-instalada/)

Ascario, A. (2003). La evaluación social de proyectos turísticos: un enfoque simplificado con criterio

de productividad . *Turismo em Análisis*, 1.

Asociación de Municipalidades Ecuatorias [AME]. (2016). Recuperado el 18 de 10 de 2016, de

[http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/67-mapa-cantones-del-](http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/286-canton-cotacachi)

[ecuador/mapa-imbabura/286-canton-cotacachi](http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/67-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-imbabura/286-canton-cotacachi)

Association, A. M. (2008). *Universidad de las Américas Puebla*. Recuperado el 11 de 2016, de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/leal_m_a/capitulo2.pdf

Ayala, A. (JULIO de 2012). ESTUDIO DE FACT. PARA LA CREACIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO EN LA

COMUNIDAD DE ZULETA. IBARRA, IMBABURA, ECUADOR .

Baca, G. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Norma.

BAHAMONDE, G. (2011). PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA

RÚSTICA ECOLÓGICA. QUITO, QUITO.

BCE. (2016). Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

- Bierman, & Smidt. (2008). *Criterios y Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 2016, de http://www.sertecsa.net/sertec/arch_informacion/archivos/1353450576.pdf
- Bonta y Farber, P. M. (2011). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Bogotá: NORMA.
- Cavaliere, M. (2012). Ecoturismo, Un Poco de Historia. *Letras Verdes* .
- Choton, J. (2016). *Mano de obra directa e indirecta*. Recuperado el 2016, de <http://es.slideshare.net/juankarlosramosalegria/mano-de-obra-directa-e-indirecta>
- Córdova, M. (2011). *Formulación Y Evaluación de Proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Corporación Nacional del Cobre [CODELCO]. (2012). Recuperado el 18 de 10 de 2016, de <http://codelcoecuador.com/acerca-de-intag/>
- Cuerpo de Bomberos. (2013). Recuperado el 2017, de <http://www.forosecuador.ec/forum/ecuador/tr%C3%A1mites/3224-permiso-de-bomberos>
- Dahdá, J. (2013). *Elementos de Turismo*. México: Trillas.
- Dávila, V. (8 de 10 de 2013). Recuperado el 2016, de <https://prezi.com/ocpq6gnmak6/determinacion-de-la-capacidad-instalada-o-tamano-optimo-de-l/>
- De Asis, A. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas [Entrada de Blog]*. Obtenido de https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fincubadorademicropresas.com%2Fflucy%2Fblog%2Fdefinamos-que-es-una-microempresa&h=ATPlo0AJgqT7VjmWnggBuERvfSINmZdIFAoVB0rU6TfBvNeRGtGKFYI2_btNAf2s9OE092DVL8jgxTz0z99nBFLOVmJ2BSWLK9wC-AcZqrn3d6pxfzV5JQ&s=1
- Díez de Castro, E. (2008). *Administración y Dirección*. Bogotá: MacGraw Hill.
- Econlink. (2008). Recuperado el 11 de 2016, de <http://www.econlink.com.ar/definicion/precio.shtml>
- Fernández, L. (2008). El objeto del impuesto a las ganancias y los enriquecimientos a título gratuito. *Revista Práctica Profesional*.
- Fleitman, J. (2008). *Negocios Exitosos*. México.
- Galindo, L. M. (2006). *Fundamentos de la Admiistración*. México D.F.: Trillas.
- Gallardo, L. (2012). *Crece Negocios*. Recuperado el 2016, de <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>

- García, O. (2012). *SlideShare*. Recuperado el 2016, de <http://es.slideshare.net/oscarfrancisco1234/capital-de-trabajo-15433436>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cotacachi. (2014). Recuperado el 2016, de <https://www.cotacachi.gob.ec/index.php/2012-03-23-03-02-16/licencia-anual-de-funcionamiento-de-establecimientos-turisticos-del-canton-cotacachi>
- Gobierno Autónomo Descentralizado San Miguel de Ibarra [GAD Ibarra]. (2016). Obtenido de <https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/gobierno/gestion-tributaria/1214-informacion-de-la-patente-municipal>
- Gómez, K. V. (2007). *Cáacterísticas de una empresa exitosa (Tesis de Postgrado. Universidad Americana)*. Obtenido de <https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Finfomipyme.tmp.vis-hosting.com%2FDocs%2FNI%2FOffline%2FCaracteristicas%2520de%2520una%2520Empresa%2520Exitosa.pdf&h=ATMmSbXFOuj7xOFChASgXsmNxFWjCnpPB984zBBY7e-lxjz2zXbuHJbWYc65R0kchRsAM4MISzzGCprKdnwpoQbT7KMAAUC>
- Guzmán, J. (2013). *SPW*. Recuperado el 2016, de <http://www.spw.cl/proyectos/inversiones.htm>
- INEC. (2014). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/Publicaciones/Anuario_ESI_2014.pdf
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (2015). Recuperado el 22 de 10 de 2016, de ANUARIO DE MIGRACIÓN INTERNACIONAL: <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/turismo-cifras/19-inteligencia-de-mercados/entradas-y-salidas-internacionales/3>
- Jácome, W. (2008). *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*. Ecuador .
- Kotler y Armstrong, P. . (2013). *Fundamentos de Marketing*. México D.F.: PEARSON.
- Kotler, P. (2012). *Principios de Marketing*. ESPAÑA: PEARSON.
- Lara, E. (12 de 2012). *Contabilidad básica [Entrada de blog]*. Recuperado el 2016, de <http://conceptocontabilidadbasicadecostos.blogspot.com/2012/12/definicion-de-terrenos.html>
- Leon, P. D. (2012). *Administración de Empresas*. México D.F.: Red Tercer Milenio.

- Madrid, A. (2011). *Gerencie*. Recuperado el 2016, de <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Marín, D. (24 de 1 de 2012). *Elaboración de Proyectos Educativos y Sociales*. Recuperado el 25 de 10 de 2016, de <http://garduno-elaboracion-de-proyectos.blogspot.com/2012/01/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>
- Martínez, A. (2012). *Características del Ecoturismo [Entrada de Blog]*. Obtenido de <http://ecoturismo27.blogspot.com/>
- Mena, M. Q. (2013). *Flickr*. Obtenido de <https://www.flickr.com/photos/50195517@N07/9428089601>
- Ministerio de Salud Pública. (2016). Obtenido de <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- Miranda, M. J. (2012). *Gestión de Proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera-económica-social-ambiental*. MM.
- Monroy, R. (2016). *Ecoturismo*. Obtenido de Categorías del Ecoturismo : <http://ecosv.blogspot.com/2016/05/categorias-del-ecoturismo.html>
- Nuñez, E. (2016). *FundaPymes*. Recuperado el 2016, de <http://www.fundapymes.com/cual-es-la-diferencia-entre-un-gasto-administrativo-y-un-gasto-financiero/>
- OPTUR. (2013). Obtenido de <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2012). Obtenido de <https://caracashospitality.wordpress.com/2013/11/20/concepto-de-viajero-visitante-o-turista-marco-conceptual-de-la-demanda-turistica/>
- Orgaz, F. (2014). *Los Impactos Económicos, Sociales y Medio Ambientales Negativos en el Ecoturismo*. Obtenido de <file:///D:/todo/Downloads/48781-83421-2-PB.pdf>
- Philip Kotler. (2013). *Fundamemtos del Marketing*. México D.F : Pearson.
- Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial. (2014). Ibarra, Imbabura, Ecuador.
- Plan Estratégico de Turismo de Intag. (04 de 2014). Obtenido de <http://www.care.org.ec/wp-content/uploads/2014/04/Plan-Estrategico-de-turismo-de-INTAG.pdf>

- Ramírez, F. A. (2010). *Psicosociología del Turismo - Análisis del concepto de Seguridad Turística*.
Obtenido de https://www.ucema.edu.ar/posgrado-download/tesinas2010/Tesina_MBA_UCEMA_Tollan.pdf
- Reglamento General de Actividades Turísticas* . (17 de 12 de 2002). Obtenido de www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turísticas.pdf
- Revista Líderes* . (2015). Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/quito-sectorhotelero-crecimiento-turismo.html>
- Rodríguez, J. (2011). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México D.F.: Cengage Learning.
- Rodríguez, J. V. (2012). *La industria Hotelera*. Cuenca : Grupo Océano.
- Rodríguez, O. (2013). Importancia del Ecoturismo. *Familia*, 14.
- Rojas, F. (14 de 11 de 2007). *Formulación de proyectos*. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Romero, R. (2008). *Marketing*. Palmir.
- Salazar, N. (2013). *Gastos de venta vs. gastos administrativos*. Recuperado el 2016, de http://www.ehowenespanol.com/gastos-venta-vs-gastos-administrativos-info_348500/
- Sandhusen, R. (2008). *Marketing*. New York : Barron`s .
- Sapag, N., & Sapag, R. (2013). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: McGraw Hill.
- Sarmiento, R. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito : Impresos Andinos.
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES]*. (2014). Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1003_COTACACHI_IMBABURA.pdf
- Shujel, R. (2015). *Emprendedores [Entrada de Blog]*. Obtenido de Que es el Estudio de Mercado: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador [SIISE]*. (2016). Obtenido de [SIISE]: <http://www.siise.gob.ec/agenda/index.html?serial=13>

- Sistema de Rentas Internas [SRI]*. (2017). Obtenido de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>
- Stanton, W., Etzel, M., & Bruce, W. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: MacGraw Hill Interamericana.
- Stewart, W. S. (2001). *Introducción a las Actividades Hoteleras*. Madrid: Paraninfo.
- Thompson, I. (2009). Definición de Marketing. En J. Howard, *La guerra de la mercadotecnia de Al Ries y Jack Trout* (págs. 5-7). McGraw Hill.
- Thompson, I., & Strickland, A. (2010). *Administración Estratégica Conceptos y Casos*. Bogotá: MacGraw Hill.
- Torres Almeida, V. (2013). La importancia del subsector hoteles, bares y restaurantes en la economía ecuatoriana durante la última década.
- Torres, L. (2005). *La microempresa en el Ecuador*. Quito : Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo de Pichincha.
- Universidad Santo Tomas* . (2011). (U. S. Tomas, Productor) Recuperado el 2016, de [http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20\(Segundo%20Momento\)/tamao_del_proyecto.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20(Segundo%20Momento)/tamao_del_proyecto.html)
- Uribe, V. (2013). *Materia prima*. Recuperado el 2016, de <http://www.buenastareas.com/materias/definicion-segun-autor-de-materia-prima/0>
- Valencia, A. (2009). Recuperado el 24 de 10 de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
- Valencia, A. (2010). Recuperado el 25 de 10 de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
- Valencia, A. (2011). Recuperado el 24 de 10 de 2016, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81622585009>
- Vanegas, M. G. (2006). Ecoturismo Instrumento de Desarrollo Sostenible. (*Tesis de Postgrado, Universidad de Antioquia*). Recuperado el 2017, de (Tesis de Postgrado). Universidad de Antioquia: <https://l.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fbibliotecadigital.udea.edu.co%2Fbitstream%2F10495%2F149%2F1%2FEcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf&h=ATMmSbXF>

Ouj7xOFChASgXsmNxFWjCnpPB984zBBY7e-

Ixz2zXbuHJbWYc65R0kchRsAM4MISzzGCprKdnwpoQbT7KMAAUC76ipxv

Varela, R. (2010). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Iberoamericana.

Vásquez, L. (2010). *La nueva oferta verde para el turismo*. Obtenido de

<http://turismoonline.com/hoteles/hoteles-ecologicos>

Vazquez, J. (2016). *Métodos para la evaluación de opciones de localización de un proyecto* .

Recuperado el 28 de 10 de 2016, de <https://es.scribd.com/doc/98750339/Localizacion-Del-Proyecto-Macro-y-Micro-Info>

Verdejo, J., & Pillajo, F. (2012). Estudio de Factibilidad para la creación de tiendas comunitarias a través del proyecto de expansión del Comisariato Municipal Cotacachi en la Zona de Intag. (*Trabajo de grado*). Ibarra, Imbabura, Ecuador: Universidad Técnica del Norte.

Vivas, E. (2013). *Mano de obra directa vs. mano de obra indirecta en contabilidad*. Recuperado el 2016, de http://www.ehowenespanol.com/mano-obra-directa-vs-mano-obra-indirecta-contabilidad-info_265760/

Yépez, M. (2012). *Indicadores Económicos*. Colombia.

Zapata, P. (2008). *Contabilidad General* . McGraw Hill.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta realizada a los consumidores



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

Encuesta realizada a los consumidores.

Objetivo: Recopilar información y establecer la factibilidad para la creación de una hostería ecoturística en la parroquia de Apuela, zona de Intag, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura.

Datos Personales

Edad: 18 a 28 () 29 a 39 () 39 a 49 () 50 a más ()

Procedencia: Nacional () Extranjero ()

1. ¿Usted realiza o ha realizado turismo en la Provincia de Imbabura?

SI ()

NO ()

2. ¿Usted conoce si existe una hostería que preste los servicios de alojamiento, restaurante, piscina, sauna, turco, hidromasaje, cabalgatas, excursiones, bar-discoteca y guía turístico en la Provincia de Imbabura?

SI ()

NO ()

3. De los siguientes sitios turísticos, señale a cuál acude con mayor frecuencia:

Nangulvi

Chachimbiro

Otros

4. ¿Cuál es el grado de importancia que tienen los siguientes servicios para usted como turista? Califique del 1 al 4, siendo el 1 la calificación con menos importancia y el 4 con mayor importancia

Tipo de servicio/ Grado de importancia	1	2	3	4
Alojamiento				
Restaurante				
Recreación				
Ecoturismo				

5. ¿Estaría de acuerdo que se cree una hostería ecoturística que cuente con los servicios de alojamiento, restaurante, recreación, y ecoturismo en la Zona de Intag?

SI ()

NO ()

6. ¿Le gustaría que la hostería cuente con servicios adicionales a los mencionados?

SI ()

NO ()

7. Si la respuesta de la pregunta anterior es SI, escriba ¿qué o cuales servicios adicionales le gustaría?

Transporte

Presentaciones tradicionales

Guardería

Rutas bicicleta

Áreas para acampar

8. ¿Con qué frecuencia visitaría usted la hostería ecoturística ubicada en la Parroquia Apuela, Zona de Intag?

Fines de semana

Ferriados

1 vez al mes

1 vez al año

9. ¿Cuántos días estaría dispuesto a alojarse en la hostería ecoturística?

De 1 a 2 días

De 2 a 3 días

De 3 a 5 días

Más de 5 días

10. ¿Qué factores usted considera al momento de escoger un lugar para hospedarse?

Ubicación

Precio

Infraestructura

Servicios que ofrece

11. De los siguientes paquetes turísticos, ¿Cuál usted escogería para alojarse en una hostería ecoturística, tomando en cuenta que los precios son diarios?

- (a) Paquete 1 (Alojamiento 1 habitación y baño privado, Restaurante: Desayuno-Almuerzo-Merienda, Guía Turístico)
- (b) Paquete 2 (Alojamiento 1 habitación y baño privado, Restaurante: Desayuno-Almuerzo-Merienda, Paseo a Caballo)
- (c) Paquete 3 (Alojamiento 1 habitación y baño privado, Restaurante: Desayuno-Almuerzo-Merienda)

12. ¿Mediante qué medios de comunicación le gustaría informarse de este servicio?

Televisión

Radio

Redes Sociales

Página web

¡Gracias por su colaboración!

Anexo 2. Proformas y Cotizaciones

COMERCIALIZADORA SALAS SEVILLA

RUC: 1091749692001

DIRECCION: AV MARIANO ACOSTA 12 46 Y FRAY VACAS GALINDO

TELEFONO: 2 618 004

PROFORMA

NOMBRE: KAREN VERGARA

RUC: 0401262968

DIRECCION: IBARRA

TELEFONO: 097848962

FECHA: 14 DICIEMBRE 2016

CANT	DETALLE	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
1	COMPUTADOR PORTATIL MARCA DELL COREI5 MODELO I44		765.00
1	LED 55" DIGG10 MODELO 49D1E		660.00
1	LED 55" DIGG10 MODELO 51D04		330.00
1	TELEFONO PANASONIC MODELO KX-TG6110		40.00
1	LAVADORA LG MODELO 162		570.00
1	SECADORA WHIRLPOOL MODELO 180EM		625.00
1	CAFETERA ELECTROLUX MODELO CM111		34.00
1	MICROONDAS ELECTROLUX MODELO EMD2005		105.0
1	LIQUADORA OSTER MODELO 4655		85.0
1	CONGELADOR ELECTROLUX MODELO H418		790.00
1	CONGELADOR ELECTROLUX MODELO CM16		695.00
<p>LA PRESENTE TIENE UNA VIGENCIA DE 8 DIAS PRECIOS YA INCLUYEN IVA VALOR DE CONTADO NOTA: SE ENTREGARA LA MERCADERIA CONTRAENTREGA CHEQUE O TRANSFERENCIA</p>			4133.00
			577.32
			4701.00

DEPOSITOS: BANCO PRODUBANCO

CUENTA CORRIENTE # 0272600001

NOMBRE: COMERCIALIZADORA SALAS SEVILLA

RUC: 1091749692001

MG Mercantil Garzón Cía. Ltda.
El paraíso de las telas

Matriz y Establecimiento:
José Olmedo 11-40 y Av. Pérez Guerrero / Telf.: 2950719
Email: mercgarzon_05@yahoo.es Ibarra - Ecuador

Textiles Nacionales y Extranjeros
Representación exclusiva de las mejores fabricas del País

RUC: 1091719459001

PROFORMA

0001068

Cliente: Karen Vergara

RUC/CI: 0401352968

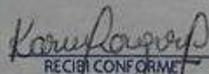
Fecha: 13-Enero-2017

Dirección: Ibarra

Telf.: 099336225

Cant.	DESCRIPCIÓN	V. UNIT	V. TOTAL
18	Edredones Cobertores	30.00	540.00
72	Almohadas	6.00	432.00
50	Tela toalla	10.00	500.00
27	Tela mantel	4.00	108.00
4	Sabanas 1/2 PL.	18.00	72.00
7	Sabanas 2 PL.	20.00	140.00
Nota: Precio incluye IVA			
		Subtotal \$	
		0% IVA \$	
		12% IVA \$	
		TOTAL \$	1.792.00


EL VENDEDOR


RECIBI CONFORME

GRAFICAS DEL NORTE TELF: (06) 2611 623 DEL 901 AL 1500

MI VAJILLA
 ARDILA DIAZ CARMEN INES
 Dir.: Av. Pérez Guerrero 6-22 y Bolívar
 Telf.: 2 951 201 Ibarra - Ecuador
 Email: carmeninesardila@hotmail.com

PROFORMA
 Nº 0001521
 RUC: 0800161358001

Señor (a): Nelly Añas
 RUC.: _____ Fecha: _____
 Dirección: Ibarra Telf.: 20/02/2016

CANT.	DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL
2	Set de platos 20 Pcs.	23,00	23,00
2	Set de vasos vidrio 6 Pcs.	6,00	6,00
1	Set de vasos + jarro 1 pcs	15,80	15,80
1	Set de tasas 6 pcs	6,30	6,30
1	cafetera oster	35,00	35,00
1	licuadora oster	76,00	76,00
1	Set de copas + jarro 3 pcs	15,00	15,00
1	Tazo grafiada set 4 pcs	3,90	3,90
1	Basurero plástico	4,50	4,50
1	Tamalera 40 cm hercules.	38,00	38,00
1	Ealdena 36 cm hercules	34,00	34,00
1	Paila 50 cm.	32,00	32,00
1	Set cuchillos mesa 12 unid	14,00	14,00
1	Set tenedores 12 unid	16,00	16,00
1	Set cucharas 12 unid	2,60	2,60
1	Tetero	0,85	0,85
1	Set 2 saleros	1,40	1,40
		Subtotal \$	
		14 % IVA	
		% IVA	
		TOTAL	

ENTREGUE CONFORME RECIBI CONFORME

MI VAJILLA

 ARDILA DIAZ CARMEN INES
 Dir.: Av. Pérez Guerrero 6-22 y Bolívar
 Telf.: 2 951 201 Ibarra - Ecuador
 Email: carmeninesardila@hotmail.com

PROFORMA
 N° 0001522
 RUC. 0800161358001

Señor (a): Nelly Arias
 RUC.: _____ Fecha: _____
 Dirección: Ibarra Telf.: 20/12/2016

CANT.	DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL
1	Bandeja plastica	2,60	2,60
1	escurridor conico plastico	1,40	1,40
1	sarten unico pequeno 18cm	6,80	6,80
1	sarten unico 28 cm	13,00	13,00
1	Basureno plastico grande	22,00	22,00
1	esoba	1,50	1,50
1	pala metal	2,00	2,00
1	lechera	3,50	3,50
1	Balde plastico pl juegos zocitos	9,80	9,80
1	Canasta pl servir cucharas	0,50	0,50
1	Set cuchillos 4 Pcs.	10,00	10,00
1	Sanduchera oster	88,00	88,00
1	Tostadora oster	55,00	55,00
1	Batidora oster	38,00	38,00
1	Extractor jugos.	165,00	165,00
1	Filtro purificador	25,00	25,00
1	set de saleros vidrio	6,00	6,00
		Subtotal \$	
		14 % IVA	
		% IVA	
		TOTAL	

ENTREGUE CONFORME RECIBI CONFORME

MUEBLES EL LAUREL

REVELO MARIA LUISA
 Dirección: Olmedo 11 - 91 y Av. Pérez Guerrero
 Telf.: 2652 677 / 2606 671 Cel. 088125900 Ibarra - Ecuador

RUC: 1001121399001

PROFORMA

0000169

Señor (es): Kareel Vargas
 Fecha: 14-12-2016 RUC: _____
 Dir.: Ibarra Telf.: _____

Cant.	DESCRIPCIÓN	V. Unit.	V. TOTAL
1	mesa redonda 2 p		89
1	columna lateral 2 p 135x23		110
			85
1	columna lateral 109x23		85
1	electro. economiz.		49
1	enchufe pequeño		49
1	resistor metal		90
1	resistor metal		49
2	sillas metal		35
1	sofá solo		180
1	blanqueador		5
Subtotal \$			
% IVA			
0% IVA			
TOTAL \$			

Recibí Conforme Entregó Conforme

REPRESENTANTE: _____ RUC.: _____

DIRECCIÓN: _____ **FACTURA**

TELÉFONO: _____ 001 - 001 PROFORMA

CIUDAD: _____ AUT. SRI: _____

FECHA: 13 DE ENERO 2017

CLIENTE: _____

RUC / C.I.: _____ TELÉFONO: _____

DIRECCIÓN: _____

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
	Toalla grande	\$ 5.	
	Toalla mediana	\$ 4.	
	Sabana bordada 2A	\$ 10.	
	Sabana bordada 1/2	\$ 9	
	Sabana estampada 2A	\$ 10	
	Sabana estampada 1/2	\$ 9	
	Centina	\$ 10.	

TOTAL IVA: _____ TOT. NO IVA: _____ DESC.: _____ SUBTOTAL: _____

SON: _____ % () DESC.: _____

_____ SUBT. DESC.: _____

_____ () IVA: _____

_____ FLETE: _____

FIRMA AUTORIZADA FIRMA CLIENTE TOTAL: _____

SOLO PARA USO DIDACTICO Otro producto **EDIFACOR**

Anexo 3. Ingresos anuales paquete 1

AÑO	Q	PU	TOTAL \$
1	328	\$ 42,00	\$ 13.759,20
2	350	\$ 42,47	\$ 14.873,32
3	374	\$ 42,95	\$ 16.077,66
4	400	\$ 43,43	\$ 17.379,51
5	428	\$ 43,91	\$ 18.786,78

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 4. Ingresos anuales paquete 2

AÑO	Q	PU	TOTAL \$
1	562	\$ 40,00	\$ 22.464,00
2	600	\$ 40,45	\$ 24.282,97
3	642	\$ 40,90	\$ 26.249,23
4	686	\$ 41,36	\$ 28.374,71
5	733	\$ 41,82	\$ 30.672,29

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 5. Ingresos anuales paquete 3

AÑO	Q	PU	TOTAL \$
1	3.791	\$ 37,00	\$ 140.259,60
2	4.052	\$ 37,41	\$ 151.616,81
3	4.332	\$ 37,83	\$ 163.893,65
4	4.631	\$ 38,26	\$ 177.164,58
5	4.950	\$ 38,69	\$ 191.510,09

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 6. Mano de obra directa anual

Cargo	Puestos	Remuneración Unificada	Meses	Total	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IESS Pat.	Vacaciones	Fondos Reserva	Total Anual	Total Mensual
Cocinero	1	\$ 375,00	1	\$	\$	\$ 31,25	\$	\$	\$ 375,00	\$	\$ 501,29
			2	4.500,00	375,00		546,75	187,50		6.015,50	
Ayudante de cocina	2	\$ 375,00	1	\$	\$	\$ 31,25	\$	\$	\$ 750,00	\$	\$ 999,98
			2	9.000,00	750,00		1.093,50	375,00		11.999,75	
Mesero	1	\$ 375,00	1	\$	\$	\$ 31,25	\$	\$	\$ 375,00	\$	\$ 501,29
			2	4.500,00	375,00		546,75	187,50		6.015,50	
Camarero	1	\$ 375,00	1	\$	\$	\$ 31,25	\$	\$	\$ 375,00	\$	\$ 501,29
			2	4.500,00	375,00		546,75	187,50		6.015,50	
Vigilante	1	\$ 375,00	1	\$	\$	\$ 31,25	\$	\$	\$ 375,00	\$	\$ 501,29
			2	4.500,00	375,00		546,75	187,50		6.015,50	
Auxiliar	1	\$ 375,00	1	\$	\$	\$ 31,25	\$	\$	\$ 375,00	\$	\$ 501,29
			2	4.500,00	375,00		546,75	187,50		6.015,50	
									TOTAL MOD	\$ 42.077,25	\$ 3.506,44

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 7. Sueldos administrativos

Cargo	Puestos	Remuneración Unificada	Meses	Total	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IESS Patronal	Vacaciones	Fondos Reserva	Total Anual
Gerente	1	\$ 850,00	12	\$10.200,00	\$ 850,00	\$ 31,25	\$	\$ 425,00	\$ 850,00	\$ 13.595,55
							1.239,30			
Recepcionista	1	\$ 375,00	12	\$ 4.500,00	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ 546,75	\$ 187,50	\$ 375,00	\$ 6.015,50
									TOTAL MOI	\$19.611,05

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 8. Costo variable unitario por paquete 1

Paquete 1			
MOD	\$43.211,25	0,07	\$ 3.024,79
SUMINISTROS	\$ 2.027,90	0,07	\$ 141,95
MUEBLES Y ENSERES	\$ 7.180,00	0,07	\$ 502,60
	\$52.419,15		\$ 3.669,34
Q	328		
CV	\$ 3.669,34		
CVu	\$ 11,20		

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 9. Costo variable unitario por paquete 2

Paquete 2			
MOD	\$43.205,25	0,12	\$ 5.184,63
SUMINISTROS	\$ 2.027,90	0,12	\$ 243,35
MUEBLES Y ENSERES	\$ 7.180,00	0,12	\$ 861,60
	\$52.413,15		\$ 6.289,58
Q	\$ 561,60		
CV	\$ 6.289,58		
CVu	\$ 11,20		

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 10. Costo variable unitario por paquete 3

Paquete 3			
MOD	\$42.077,25	0,81	\$34.082,57
SUMINISTROS	\$ 2.027,90	0,81	\$ 1.642,60
MUEBLES Y ENSERES	\$ 7.180,00	0,81	\$ 5.815,80
	\$51.285,15		\$41.540,97
Q	\$ 3.790,80		
CV	\$41.540,97		
CVu	\$ 10,96		

Elaborado por: Las Autoras

Anexo 11. Requisitos Varios

Obtención del Ruc para personas jurídicas

- (a) Formulario respectivo 01A, 01B.
- (b) Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención.
- (c) Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- (d) Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente d Retención.
- (e) Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo. (Sistema de Rentas Internas [SRI], 2017).

Obtención de la Patente Municipal

- (a) Copia del RUC.
- (b) Copia de la cédula de identidad y certificado de votación.
- (c) Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica.
- (d) Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- (e) En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula certificado de votación. (Gobierno Autónomo Descentralizado San Miguel de Ibarra [GAD Ibarra], 2016).

Obtención del permiso de bomberos

- (a) Solicitud de inspección del local.
- (b) Informe favorable de la inspección.
- (c) Copia del RUC. (Cuerpo de Bomberos, 2013).

Obtención del permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud

- (a) Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- (b) Documentos que acrediten la personería jurídica del establecimiento cuando corresponda.
- (c) Comprobante de pago.
- (d) Certificado del salud de todos los empleados.
- (e) Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.
- (f) Permiso del Cuerpo de Bomberos y Patente Municipal. (Ministerio de Salud Pública, 2016).

Obtención de la licencia única anual de funcionamiento de los establecimientos turísticos del cantón Cotacachi

- (a) Documento original del comprobante del pago de la Patente Anual emitida por el Municipio de Cotacachi.
- (b) Copia del RUC.
- (c) Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

- (d) Copia del certificado de registro y categorización como establecimiento turístico otorgado por el ministerio de turismo.
- (e) Comprobante de pago del 1x100 sobre el total de activos fijos otorgado por el Ministerio de Turismo.
- (f) Solicitud para la obtención de la Licencia única Anual de Funcionamiento dirigida al Director de Turismo y Culturas del Municipio de Cotacachi.
- (g) Presentar en las ventanillas del Municipio de Cotacachi la notificación entregada por la Dirección de Turismo y Culturas del Municipio de Cotacachi para el pago de la Licencia ÚNICA Anual de Funcionamiento. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Cotacachi, 2014).