



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA DE ADMINISTRACIÓN  
PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN  
IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN  
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES**

**AUTOR:** Aguirre, E. José, R.

**DIRECTOR:** Econ. Diego Taboada

**IBARRA-ECUADOR**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo titulado, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, presenta capítulos donde se analizó aspectos importantes como: Con el diagnóstico situacional realizado se determinó aspectos importantes que intervienen para la creación de la hostería ecológica. Con el estudio de mercado se identificó la demanda actual del turismo en la provincia de Imbabura, lo que permitió conocer la predisposición de visita de los turistas locales y nacionales. En el estudio técnico se estableció que la parroquia de Lita es un sector estratégico para el desarrollo del proyecto, ya que la parroquia es reconocida por sus maravillas naturales además posee factores que favorecen su creación. Para dar inicio a las actividades de la hostería ecológica se necesita una inversión, la misma será cubierta parte capital propio, y lo demás financiado, además se realizó el análisis de los indicadores financieros como: VAN, TIR, PRI y C/B, los mismos dan como resultado la factibilidad de proyecto. Se definió la estructura estratégica y orgánica que se aplicará para tener éxito en la administración de los recursos del proyecto. Finalmente los resultados obtenidos de la evaluación de impactos son positivos lo que demuestra que la creación de la hostería ecológica es favorable y no causa ningún efecto negativo al entorno del sector.

## EXECUTIVE SUMMARY

The present titled work, "**STUDY OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF An ECOLOGICAL HOSTEL IN THE PARISH DE LITA, CANTON IBARRA, COUNTY DE IMBABURA**", it presents chapters where it was analyzed important aspects as: With the carried out situational diagnosis it was determined important aspects that intervene for the creation of the ecological hostel. With the market study the current demand of the tourism was identified in the county of Imbabura, what allowed to know the bias of the local and national tourists' visit. In the technical study he settled down that the parish of Lita is a strategic sector for the development project, since the parish is recognized by its natural marvels it also possesses factors that favor its creation. To give beginning the activities of the ecological hostel an investment the same one it is needed it will be covered it leaves own capital, and the rest financed, also you carried out the analysis of the financial indicators as: VAN, TIR, PRI and C/B, the same ones give the project feasibility as a result. To other he/she has been defined the strategic and organic structure that was applied to be successful in the administration of the resources of the project. Finally the obtained results of the evaluation of impacts are positive what demonstrates that the creation of the ecological hostel is favorable and it doesn't cause any negative effect to the environment of the sector.

## AUTORÍA

Yo, José Roberto Aguirre Escobar, portador de la cédula de ciudadanía No. 100320644-6, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respetado las diferentes fuentes de información



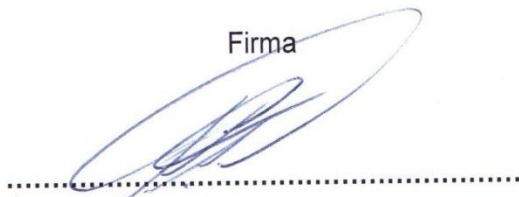
.....  
Roberto Aguirre  
100320644-6

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por el egresado, José Roberto Aguirre Escobar con cédula de identidad No. 100320644-6 para optar por el Título de **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES**. Cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 12 días del mes de Junio de 2013.

Firma



Econ. Diego Taboada

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

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

Yo, José Roberto Aguirre Escobar, con cédula de identidad **No.** 100320644-6, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Roberto Aguirre  
100320644-6

Ibarra a los 12 días del mes de Junio de 2013



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

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

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

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

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

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	100320644-6		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	José Roberto Aguirre Escobar		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Calle Hernán Gonzáles de Saa y Juana Atabalipa Esquina		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:aguirre_12-2@hotmail.com">aguirre_12-2@hotmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	2677-109	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0990426857
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”</b>		
<b>AUTOR :</b>	José Roberto Aguirre Escobar		
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	Junio-2013		
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>		



<b>PROGRAMA:</b>	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	<b>INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS SECCIONALES</b>
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	<b>Econ. Diego Taboada</b>

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

Yo, José Roberto Aguirre Escobar , con cédula de identidad No. 100320644-6, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 12..... días del mes de.....junio..... de 2013....

**EL AUTOR:**

(Firma).....

Nombre: José Roberto Aguirre Escobar

C.C.: 100320644-6

Facultado por resolución de Consejo Universitario

**ACEPTACIÓN:**

(Firma).....

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA



## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional así también por formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me ha ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles.

A mis hermanas porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

Roberto Aguirre

## **AGRADECIMIENTO**

Mi gratitud, principalmente está dirigida a Dios por protegerme y haberme dado la existencia y así también por darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades permitiéndome llegar al final de esta etapa de mi vida.

Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mis padres, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me han demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos

Al Econ. Diego Taboada, director de tesis, por su valiosa guía y asesoramiento a la realización de la misma.

A los docentes que marcaron cada etapa de mi camino universitario y que me han acompañado durante este largo recorrido, brindándome siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando la formación.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de este proyecto.

**Roberto Aguirre**

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo titulado “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA PARROQUIA DE LITA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, se ha desarrollado con la finalidad de conocer si es factible su realización. A continuación el análisis de los siguientes capítulos:

**Capítulo I Diagnóstico Situacional:** Con el diagnóstico situacional del sector se puede definir aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influirán en el proyecto.

**Capítulo II Marco Teórico:** En este capítulo se desarrolló las bases teóricas que sirven como guías de información investigativas del proyecto.

**Capítulo III Estudio de Mercado:** Con la información del estudio de mercado se conoce la oferta y la demanda actual del servicio turístico existente en la provincia

**Capítulo IV Estudio Técnico:** El estudio técnico se determina la localización óptima del proyecto, como también la distribución y diseño de la planta, que la hostería requiere para dar iniciación a sus actividades.

**Capítulo V Estudio Financiero:** Con el análisis financiero se determina las inversiones que se requiere en el proyecto para posteriormente aplicar evaluadores financieros y determinar su factibilidad.

**Capítulo VI Estructura Organizacional:** Se plantea el modelo organizacional y funcional con el que la hostería ecológica funcionará en la realización de sus actividades

**Capítulo VII Impactos:** Se aplica el análisis de impactos con el propósito de conocer los efectos que provoca la creación del nuevo proyecto.

## INTRODUCCIÓN

La parroquia de Lita se encuentra situada al noroccidente de la provincia de Imbabura a una distancia de 100 Km. de Ibarra, a 250 metros sobre el nivel del mar. La población se encuentra distribuida tanto en el sector urbano como en el sector rural, tiene 3349 habitantes dedicados a la agricultura y ganadería según el sexto censo del 2010.

Anteriormente, la población se dedicaba al cultivo y producción de cabuya, ganadería y agricultura; siendo estas las principales formas de ingresos económicos.

Lita es considerada una zona privilegiada para el avistamiento de aves, además de tener los ríos propicios para desarrollar el turismo de aventura en deportes de aguas rápidas.

El turismo es prácticamente una actividad nueva en la localidad, sin embargo, no existe un lugar adecuado para recibir a los turistas nacionales y extranjeros. Luego de analizar la información obtenida se llega a la conclusión que al ser Lita una parroquia considerada como destino turístico que cuenta con todos los recursos naturales necesarios, pero, carece de un sitio de alojamiento turístico.

Por esta razón y ante la falta de una Hostería Ecológica nace la necesidad de la creación y diseño bien estructurado del proyecto con el fin de satisfacer todas las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros, siendo esto una alternativa de desarrollo parroquial y fomentando alternativas empresariales para los habitantes de la localidad.

La hostería ecológica brindará todos los servicios necesarios para lograr una atención al cliente de calidad y dar a conocer lo mejor de la zona,

exponiendo los atractivos naturales de la localidad con un servicio de alojamiento confortable y seguro para el turista.

## JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto es importante porque en la actualidad el turismo es una estrategia de desarrollo nacional que busca mayor equidad social y económica para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la población de la parroquia de Lita por medio de la creación de una hostería ecológica a través de procesos de participación de todas las comunidades facilitando el desarrollo parroquial mediante la creación de alternativas de sustento local apegada a la realidad para construir de manera conjunta una sociedad con responsabilidades compartidas, estrategias comunes de trabajo en busca del bienestar orientado al Buen Vivir.

Con el propósito de aprovechar los recursos turísticos que posee la parroquia de Lita y el crecimiento que esta ha ido experimentando se pretende crear una hostería ecológica la misma que contempla un diagnóstico de la realidad actual de la demanda de turistas nacionales y extranjeros. Por estas consideraciones, el desarrollo del tema, será objetivo, delimitado, específico y factible de ejecutarlo, que recogerá y coordinará los intereses de las distintas partes, a través de la ejecución de acciones con la Junta Parroquial de Lita, de manera que contribuya como ejemplo al avance y desarrollo socioeconómico de la parroquia.

Mediante la creación de la Hostería Ecológica se beneficiará a toda la población de la parroquia de Lita aportando beneficios económicos, ambientales y sociales disminuyendo el desempleo en la juventud, ya que servirá como un medio de ocupación juvenil como guías de turismo siendo ellos los motores que gestionen el desarrollo de la parroquia logrando una atención de calidad a todos los turistas nacionales y extranjeros que visiten la localidad. En definitiva, la Hostería Ecológica brindará todos los servicios necesarios para la comodidad de los turistas y para exponer todos los lugares turísticos con lo que cuenta toda la



parroquia lo cual es una nueva alternativa de desarrollo para alcanzar objetivos propuestos.

El presente estudio es factible de realizar ya que la política principal es conservar la ecología de la localidad, de acuerdo al art. 14 de la Constitución Política que dice: “Art.14.- Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del medio ambiente, la conservación de ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados”. Y de la Ley de Turismo que de acuerdo al art. 4 establece: “La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos: a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo; literal d.- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.

## **Objetivos del Proyecto**

### **Objetivo General**

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de una Hostería Ecológica en la Parroquia de Lita a través de una investigación de campo que permita el fomento del turismo en el sector.

## **Objetivos Específicos**

- Realizar un Diagnóstico Situacional de la parroquia Lita, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influenciaran en la gestión de la hostería ecológica.
- Elaborar un Marco Teórico mediante investigación bibliográfica documental para sustentar el proyecto.
- Realizar un Estudio de Mercado para determinar la aceptación de los servicios, que brindará la hostería ecológica en la Parroquia de Lita.
- Efectuar un Estudio Técnico para determinar la localización, el tamaño, diseño, procesos, inversiones y talento humano, requeridos para la operación del proyecto.
- Realizar el Estudio Financiero que permita determinar la factibilidad del proyecto, a través de criterios tales como: el VAN, TIR, C/B, PRI.
- Diseñar una Estructura Organizacional para la operación de la hostería ecológica.
- Determinar los principales Impactos que generará la implementación de la hostería.

# CAPÍTULO I

## 1. Diagnóstico Situacional

### 1.1. Antecedentes

En el Ecuador en el año de 1992 se creó el Ministerio de Información y Turismo, dándole la importancia como actividad comercial fundamental para promover el crecimiento económico y social del país. El repunte de la actividad turística permitió que años más tarde se separe el sector turístico de la información y de esta manera se fortaleció aún más las políticas dedicadas a impulsar el turismo en todo el país.

El turismo es un eje económico muy importante que genera ingresos económicos a todos los estratos de la sociedad. Desde el año 2001, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, con un monto de 430 millones de dólares, luego de las exportaciones de petróleo, remesas de migrantes y banano.

Los principales turistas que visitan el Ecuador provienen de Estados Unidos, Europa y de América Latina especialmente de Colombia incrementando el movimiento de este sector en un 4,3% desde 1997 al 2010. Internamente un 24% de los turistas se movilizan por aspectos vacacionales.

En el Ecuador se han inventariado alrededor de 920 atractivos turísticos de los cuales 520 son naturales, lamentablemente este inventario no está actualizado y mucho de estos atractivos han sufrido cambios tanto en su beneficio como en su deterioro.

En la provincia de Imbabura, el Gobierno Provincial y el Gobierno Municipal de Ibarra, han desarrollado varios proyectos que impulsen la actividad turística, especialmente de las parroquias rurales.

En la parroquia de Lita existen varios estudios y proyectos concernientes a la explotación turística, dando como resultados varios datos, que permiten conocer la afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros a esta zona del país, es así, que se tiene estudios realizados, donde se determinó que uno de los principales inconvenientes en el desarrollo de la actividad turística era la falta de información.

Dentro de este contexto, el presente trabajo de investigación, pretende realizar un diagnóstico actual de la situación turística de la parroquia de Lita basándose en información primaria (entrevistas y encuestas) y recolección de información secundaria (principalmente del Plan de ordenamiento Territorial de la Parroquia de Lita).

Posteriormente el análisis del impacto de la creación de una hostería ecológica en el sector, sus contribuciones al desarrollo económico de la parroquia y las interacciones positivas y negativas con respecto al movimiento turístico actual de Lita.

## **1.2. Objetivos del Diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo General**

Conocer la situación actual de la parroquia Lita, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influenciarán en la gestión de la hostería ecológica.

### **1.2.2. Objetivos Específicos**

- Identificar el espacio geográfico de la parroquia de Lita donde se creará la hostería ecológica.
- Conocer la situación socioeconómica de la parroquia Lita.
- Establecer las principales actividades productivas del lugar de influencia del proyecto.
- Conocer el entorno turístico de la parroquia Lita.

### **1.3. Variables Diagnósticas**

Para facilitar el enfoque de este estudio en los aspectos y sus diferentes relaciones se han determinado las siguientes variables.

- Espacio geográfico
- Situación socioeconómica
- Actividades productivas
- Entorno turístico

### **1.4. Indicadores que definen las variables**

Los componentes que permitirán conocer, analizar y determinar cada una de las variables, están dados por una serie de indicadores:

#### **1.4.1. Espacio geográfico**

- Ubicación
- Extensión territorial
- Límites

- División política administrativa

#### **1.4.2. Situación socioeconómica**

- Población
- Ingreso promedio
- Educación
- Pobreza
- Salud
- Vivienda
- Vías de acceso

#### **1.4.3. Actividades productivas**

- Tipo de Actividad
- Población por rama de actividad
- Principales productos agrícolas
- Destino de la producción

#### **1.4.4. Entorno turístico**

- Clima
- Ecosistema
- Actividad turística
- Atractivos turísticos
- Servicios turísticos

### **1.5. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**



**CUADRO No.1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>INFORMANTE</b>
Identificar el espacio geográfico donde implementará la hostería ecológica.	Espacio geográfico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación</li> <li>• Extensión territorial</li> <li>• Límites</li> <li>• División política administrativa</li> </ul>	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento Territorial de Lita Plan de desarrollo parroquial INEC
Conocer la situación socioeconómica de la parroquia Lita.	Situación socioeconómica	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Población</li> <li>• Ingreso promedio</li> <li>• Educación</li> <li>• Pobreza</li> <li>• Salud</li> <li>• Vivienda</li> <li>• Vías de acceso</li> </ul>	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento Territorial de Lita Plan de desarrollo parroquial INEC
Establecer las principales actividades productivas del lugar de influencia del proyecto.	Actividades productivas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de Actividad</li> <li>• Población por rama de actividad</li> <li>• Principales productos agrícolas</li> <li>• Destino de la producción</li> </ul>	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento Territorial de Lita Plan de desarrollo parroquial INEC
Conocer el entorno turístico de la parroquia Lita.	Entorno turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima</li> <li>• Ecosistema</li> <li>• Actividad turística</li> <li>• Atractivos turísticos</li> <li>• Servicios turísticos</li> </ul>	Secundaria	Documental	Plan de Ordenamiento Territorial de Lita Plan de desarrollo parroquial INEC

Elaborado por: El autor

## **1.6. MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO**

Para realizar el diagnóstico situacional de la parroquia Lita, se consideró necesario aplicar la técnica documental, con el fin de recolectar información que caracterice a lugar.

### **1.6.1. Fuente de Información**

La información de carácter secundaria se la obtuvo del Plan de Ordenamiento Territorial de Lita, Plan de desarrollo parroquial, INEC e internet.

## **1.7. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

### **1.7.1. Espacio geográfico**

- **Ubicación**

Lita es una parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, se encuentra ubicada al occidente de la provincia de Imbabura, en el trayecto intermedio en la vía Ibarra-San Lorenzo en la Cordillera Occidental a 100 km. de la ciudad de Ibarra, a 280 km. de Quito y 92 km de San Lorenzo.

La cabecera parroquial está ubicada en las coordenadas geográficas: 096.574 de latitud norte y 784.052 de longitud oeste.

- **Límites**

Los límites de la parroquia de Lita son:

Al **Norte** por la Provincia de Esmeraldas

Al **Sur** por la parroquia de La Carolina

Al **Oriente** por la Provincia del Carchi  
Al **Occidente** el cantón Urcuquí

### ILUSTRACIÓN No. 1 UBICACIÓN PARROQUIA DE LITA



Fuente: Plan de ordenamiento territorial de Lita 2012

Elaborado por: El autor

- **Extensión Territorial**

Su extensión territorial es de 209,46 Km<sup>2</sup> distribuidos entre quince comunidades.

- **División Política Administrativa**

Lita está conformada por las siguientes comunidades:

Cachaco, Getsemaní, La Colonia, San Francisco de Palo Amarillo, Parambas, Río Verde Bajo, Río Verde Medio, Río Verde Alto, La Esperanza de Río Verde, Santa Cecilia, El Carmen de Santa Cecilia, Santa Rita, Santa Rosa de Cachaco, Santa Teresita de la Chorrera, San Francisco.

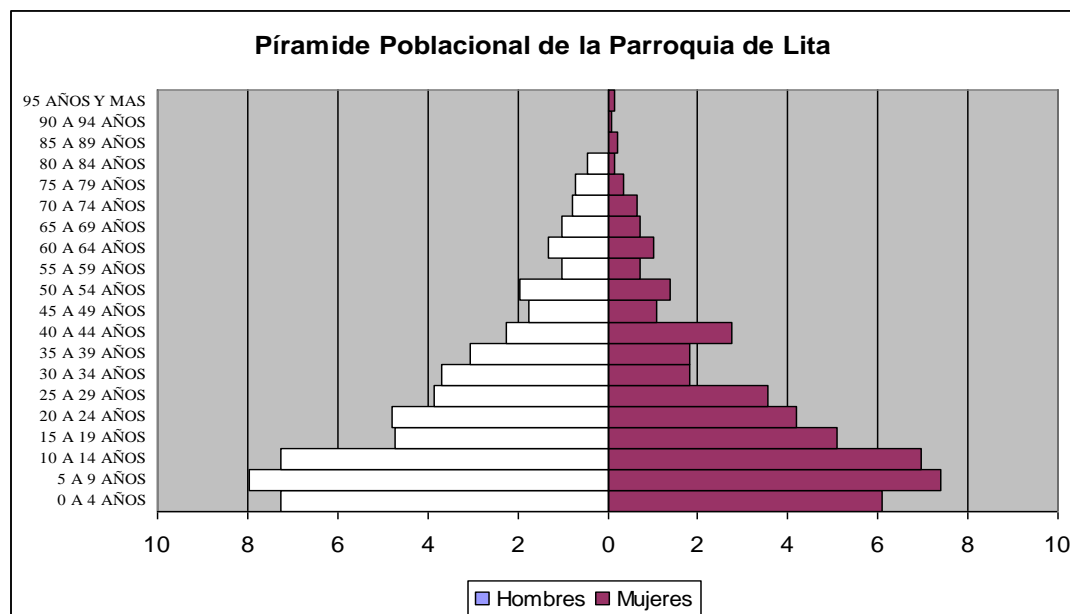
## 1.7.2. Situación Socioeconómica

- **Población**

La parroquia de Lita está conformada por un total de 3349 pobladores (INEC 2010), en donde un 53% corresponde a población masculina y el 47% es población femenina.

Del total de los pobladores, 1250 corresponde a niños entre 0 y 12 años de edad esto representa el 37%, 160 corresponde a personas de la tercera edad lo que representa el 5% de la población (INEC 2010).

### ILUSTRACIÓN No. 2 PIRÁMIDE POBLACIONAL DE LA PARROQUIA LITA



Fuente: Álvarez E y Saavedra K, 2009).

Elaborado por: El autor

Según el censo del 2010 se tiene la siguiente presencia de nacionalidades y pueblos indígenas:

**CUADRO No. 2 NACIONALIDADES Y PUEBLOS  
INDÍGENAS PRESENTES EN LA PARROQUIA DE LITA**

<b>Nacionalidad o Pueblo Indígena al que pertenece</b>	<b>Casos</b>
Awa	718
Siona	1
Kichwa de la sierra	3
Pastos	12
Otavalo	1
Se ignora	103
<b>Total</b>	<b>838</b>

Fuente: INEC Censo 2010  
Elaborado por: El autor

**Grupos de Edad**

Según el Censo realizado en el 2010 se tiene la siguiente distribución de edades:

**CUADRO No. 3 DISTRIBUCIÓN EDAD  
POBLACIÓN PARROQUIA DE LITA.**

<b>EDAD</b>	<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>	<b>TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
De 0 a 18 años	894	800	1694	51%
de 19 a 64 años	802	693	1495	45%
Tercera edad	92	68	160	5%
			3349	100%

Fuente: INEC Censo 2010  
Elaborado por: El autor

- **Género**

En la parroquia de Lita se tiene un 53% de población masculina y un 47% de población femenina. La participación femenina ha tenido un repunte en los últimos años dentro de Lita, es así que se tiene presencia de mujeres dentro de los diferentes ámbitos administrativos de la parroquia.

Dentro de los hogares las mujeres son parte importante al momento de la toma de decisiones así como también en la participación dentro de las actividades productivas.

- **Ingreso Promedio**

El ingreso promedio mensual de las familias de estas comunidades oscila entre 150 y 300 dólares mensuales. El siguiente cuadro ilustra las principales fuentes de ingreso

**CUADRO No. 4 PRINCIPALES FUENTES DE INGRESO PARROQUIA DE LITA**

<b>Actividad Económica Principal</b>	<b>Mercado habitual al que se destina</b>	<b>Importancia para la Población</b>
Agricultura	Consumo interno e Ibarra	Alta
Ganadería	Consumo interno Ibarra - Quito	Alta
Albañilería	Dentro de la parroquia e Ibarra	Alta
Peones	Dentro de la parroquia	Alta

Fuente: Plan de desarrollo parroquial  
Elaborado por: El autor

- **Educación**

En Lita se encuentra el colegio nacional mixto Isidro Ayora, donde se imparte estudios de ecoturismo.



**ILUSTRACIÓN No. 3**  
**COLEGIO NACIONAL MIXTO ISIDRO AYORA**



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: El autor

Tomando en cuenta que el nivel de progreso de la sociedad se mide en el desarrollo escolar y académico es importante conocer el sistema educativo formal que mueve a la parroquia de Lita

**CUADRO No. 5 NIVELES DE INSTRUCCIÓN DE LA POBLACIÓN  
DE LA PARROQUIA LITA**

<b>NIVEL DE INSTRUCCIÓN EN LITA</b>		
<b>Nivel de instrucción más alto al que asiste o asistió</b>	<b>Casos</b>	<b>%</b>
Ninguno	348	12
Centro de alfabetización //(EBA)	65	2
Preescolar	26	1
Primario	1472	52
Secundario	303	11
Educación básica	406	14
Bachillerato - Educación Media	112	4
Ciclo Post bachillerato	7	0
Superior	56	2
Postgrado	1	0
Se ignora	62	2
<b>Total</b>	<b>2858</b>	<b>100</b>

Fuente: INEC censo 2010

Elaborado por: El autor

La población de Lita en educación su realidad es la siguiente: el analfabetismo según los datos tomados del censo INEC es de 541 personas de una muestra poblacional de 2858 individuos, de los cuales 256 son hombres y 276 mujeres.

#### **CUADRO No. 6 ANALFABETISMO POR SEXO EN LITA.**

<b>HOMBRES</b>	<b>MUJERES</b>
265	276

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: El autor

De un total de 541 pobladores, se tiene que 265 pertenecientes al género masculino no saben leer ni escribir al igual que 276 mujeres.

- **Pobreza**

La población se distribuye en 15 comunidades dispersas en el territorio, tiene un porcentaje de pobreza por necesidades básicas insatisfechas del 84,6%, la pobreza extrema por NBI es de 56%

- **Salud**

Una gran parte de la población utiliza la medicina natural como la mejor opción para calmar sus dolencias, pues esta es considerada más barata y de libre accesibilidad, pues la practican los curanderos quienes se encuentran en los sectores más alejados de la parroquia.

La parroquia Lita cuenta con dos Subcentros de Salud los mismos que están ubicados en la comunidad de Lita es decir en la cabecera parroquial, donde según la dirección provincial de salud, los casos más frecuentes que son atendidos en esta casa de salud son: diarreas agudas, dermatomicosis, paludismo, parasitosis, entre otras.

**CUADRO No. 7 ESTABLECIMIENTOS Y PERSONAL DE SALUD DE  
LITA**

N°	Establecimiento	Ubicación	Médicos
		Comunidad	
1	Subcentro de Salud	Lita	4
1	Subcentro de Seguro Social Campesino	Lita	2
Total			6

Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: El autor

- **Vivienda**

Según el Censo del 2010 el tipo de vivienda de los pobladores de Lita se describe en el siguiente cuadro:

**CUADRO No. 8 TIPO DE VIVIENDA POBLADORES PARROQUIA DE  
LITA**

Fuente: INEC Censo 2010

Casa/Villa	Departamento en casa o edificio	Cuarto(s) en casa de inquilinato	Mediagua	Rancho	Covacha	Choza	Otra vivienda particular	Hospital, clínica, etc.	Convento o institución religiosa	Total
640	9	7	45	266	16	27	4	1	1	1016

Elaborado por: El autor

## ILUSTRACIÓN No.4 VIVIENDA



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: El autor

- **Vías de Acceso**

Su accesibilidad es mediante una vía asfaltada de primer orden, distancia de Ibarra 100 Km. que son usualmente cubiertos en dos horas en un vehículo pequeño.

En la cabecera parroquial la mayor parte de vías se encuentran adoquinadas.

## ILUSTRACIÓN No. 5

### VÍAS DE ACCESO



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: El autor

#### 1.7.3. Actividades Productivas

La producción en la parroquia se establecen como actividades principales, aquellas que son destinadas a mejorar la economía familiar, siendo estas: la producción agrícola, pecuario, piscícola y en menor escala la avicultura, ocupando un lugar importante dentro de la estructura económica parroquial.

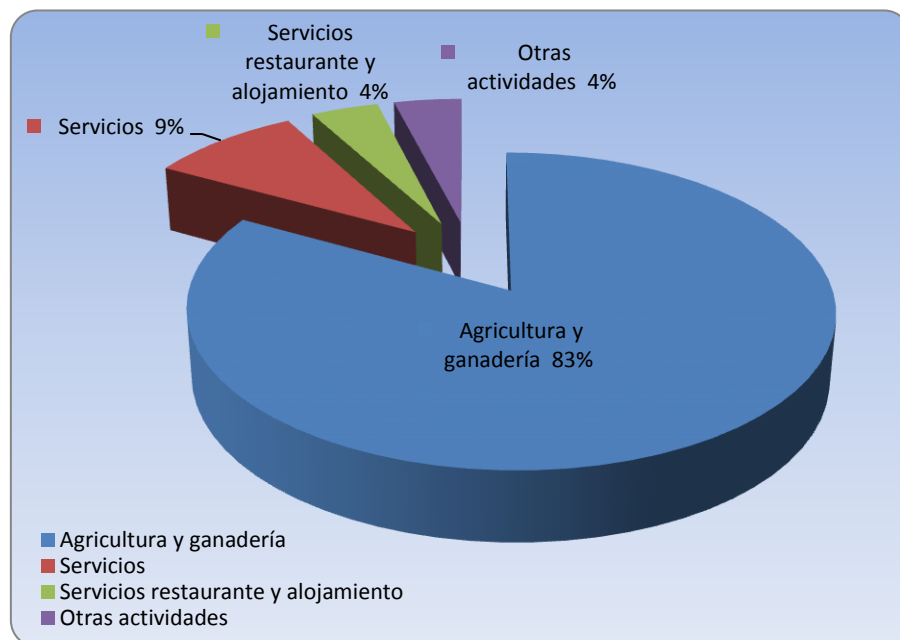
Según el Plan de Desarrollo Parroquial realizado en el 2009, las actividades económicas de Lita, está basada, en la agricultura y ganadería alcanzando un 83% de la población, mientras que las actividades de servicio se encuentran en segundo puesto con un 9% y finalmente las actividades hostales y restaurantes con 4% y 5%, mientras que el restante 4% de la población se dedican a actividades relacionadas con la oferta de servicios particulares. Las actividades de servicio privado como: restaurantes y casas de residencia (hostales) representan el 4% de las actividades productivas de la parroquia, las mismas se encuentran concentradas en la cabecera parroquial, y en la vía Ibarra – San Lorenzo,

las personas que utilizan estos servicios son específicamente viajeros y turistas.

Determinando de esta forma que las actividades de mayor importancia se encuentran relacionadas con el uso de los recursos naturales existentes en la zona.

- **Tipo de Actividad**

**GRÁFICO No 1 PRINCIPALES ACTIVIDADES PRODUCTIVAS DE LA PARROQUIA LITA**



Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial

Elaborado por: El autor

Como se puede apreciar en el gráfico anterior, la actividad de servicios de restaurante y alojamiento es mínima en la zona de Lita, esto se debe a la falta de apoyo y ausencia de gestión de los habitantes para acceder a planes de promoción de los servicios turísticos por parte de instituciones gubernamentales.

- **Agricultura**

Los ingresos económicos de los hogares se sustentan especialmente en actividades del sector agropecuario y en la comercialización de estos productos.

Los conglomerados humanos que integran el territorio de la parroquia de Lita (Awá, los afrodescendientes y mestizos) tienen un estrecho vínculo entre sus hábitos alimenticios y su forma productiva en las parcelas de donde obtienen los productos para su dieta alimenticia.

Los sistemas productivos se sustentan en una integralidad de los cultivos y los diferentes componentes de la finca. Sin embargo, existen algunos obstáculos que han disminuido el verdadero potencial del uso de la tierra, entre los principales se puede mencionar: espaciamiento, competencia de luz y nutrientes entre cultivos y la escasa aplicación de paquetes tecnológicos que mejoren la producción y productividad de los cultivos.

La parroquia de Lita es una zona de estribación privilegiada, por sus factores agroclimáticos, que permiten el desarrollo de diversos cultivos, en todo su territorio, entre los principales productos tenemos: algunas variedades de plátano (seda, dominico, maqueño, artón, orito o chiro), este último es la principal fuente de alimentación de las comunidades Awa, además naranjilla, caña suave y panelera, cabuya, maíz duro, cacao fino de aroma, papaya, yuca, cítricos, arazha, borjón, tomate riñón, ají, frejol.



## ILUSTRACIÓN No. 6 PRODUCTOS AGRÍCOLAS



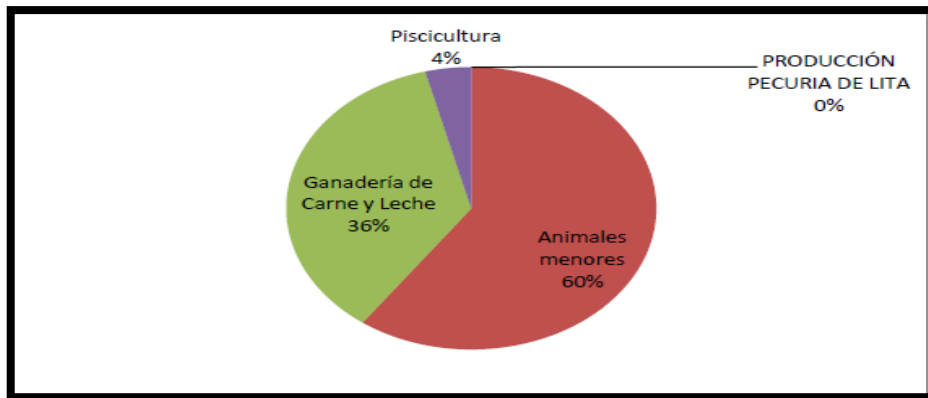
Fuente: Fotografía  
Elaborado por: El autor

- **Actividad Pecuaria**

La actividad pecuaria que mayor acogida tiene entre los habitantes de la parroquia es la crianza de animales menores (aves, chanchos y cuyes en menor proporción) el 60% población se dedica a esta actividad, la producción obtenida se comercializa y se destina al consumo familiar. La ganadería de carne y leche (doble propósito) es una actividad pecuaria extensiva que demanda grandes extensiones de territorio realizada por el 36 % de la población local, y en menor porcentaje se encuentra la piscicultura (tilapia) con un 4 % de la población dedicada a esta actividad.



## GRÁFICO No. 2 PRODUCCIÓN PECUARIA DE LITA



Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial

Elaborado por: El autor

- **Forestal**

El proceso de explotación forestal se presenta con frecuencia asociado a la colonización, la tala ilegal, y el aprovechamiento del bosque por parte de la población local como fuente de leña.

La tala indiscriminada para el aprovechamiento de la madera y su posterior uso en pastizales, agrícolas, está generando un incremento de la frontera agrícola y la disminución de los recursos hídricos. Pese a no existir estadísticas exactas que definan las áreas en las que se debe intervenir, en la parroquia se ejecutó un proyecto a través del Programa Descentralización de los Recursos Naturales PRODERENA donde se forestaron y reforestaron un promedio de 50 hectáreas de bosque nativo, en el periodo 2007 -2009.

Según datos proporcionados en reuniones comunitarias, existen 4- 5 planes de manejo para la extracción de madera en la parroquia especialmente de: copal, chialde, caimitillo, amarillo entre los principales; además se puede observar en todo el trayecto a las comunidades

manchones de bosques de guadua natural un aproximado de 20Ha en forma dispersa en todo el territorio.

- **Minería**

Existe en la parroquia de Lita dos concesiones mineras, una está en proceso de tramitación y otra inscrita en el Catálogo Minero Nacional.

**CUADRO No. 9 RESUMEN DE ÁREAS MINERAS EN LA PARROQUIA DE LITA**

No.	AREA MINERA	PROVINCIA	LOCALIZACION	ESTADO	PETICIONARIO
1	LUCY II	Imbabura	Lita	En Trámite	ALL METALS
2	CASCABEL	Imbabura	Lita	Inscrita	ALL METALS

Fuente: Ministerio de Recursos Naturales no Renovables, 2011.  
Elaborado por: El autor

- **Manufactura**

La manufactura en la parroquia no se ha desarrollado, se puede evidenciar una incursión en esta actividad en la producción de cabuya, el procesamiento para la obtención y venta de la fibra demanda un tipo de transformación de la materia prima, pero es netamente artesanal.

- **Turismo**

La parroquia de Lita goza de hermosos atractivos paisajísticos naturales, para el desarrollo de las actividades turísticas, que iniciaron hace pocos años, sin embargo los negocios prosperan principalmente por la oferta de: alimentos, alojamiento, esparcimiento y ocio en los balnearios naturales que existen en los ríos: Baboso, Lita y otros.

El río Lita es uno de los lugares más visitados por los turistas, la calidad del agua y fresca lo hacen muy atractivo. La topografía y el curso de agua facilitan la práctica de varios deportes acuáticos y de alto riesgo mismo que fascina a los turistas extranjeros.

### **ILUSTRACIÓN No. 7**

#### **SITIOS TURÍSTICOS**



Fuente: Fotografía  
Elaborado por: El autor

- **Comercio**

Los mercados son la principal fuente de la dinamización de la economía de los pueblos, en la parroquia existe un mercado ubicado en la cabecera parroquial, oferta 44 puestos en donde los productores y comerciantes pueden ofrecer sus productos. Además la promoción y difusión de ferias

populares permitirán fortalecer los procesos de comercialización de los productos en todas las comunidades del sector.

- **Sistemas de Comercialización**

Los sistemas de comercialización en la parroquia de Lita, predominantemente es por medio de intermediarios, que compran los productos en la vía Lita-San Lorenzo, pues la inaccesibilidad a ciertas comunidades, ha condicionado la compra de la producción, a la vía principal.

- ✓ **Al por mayor en la unidad productiva**

Los comerciantes locales acceden a la unidad productiva para negociar la compra de productos, pues la accesibilidad a las comunidades productoras en la mayor cantidad de productos agrícolas es limitada, los caminos son de lastre y vías de tercer orden, que muchas veces por la inestabilidad del suelo, se ven interrumpidos de derrumbes que impiden el paso.

Por otro lado la venta al por mayor no se realiza, dado que los productores no tienen una capacidad productiva adecuada, para vender grandes cantidades del producto, el sistema se convierte en la compra finca a finca de los productos para poder alcanzar un producto que justifique los gastos de logística de los comerciantes.

- ✓ **Al por mayor en el mercado local**

La comercialización en el mercado local se realiza principalmente en la cabecera parroquial, dado que en las comunidades dispersas se practica en un 30% aproximadamente la agricultura de subsistencia, esto quiere decir, que la población de estas comunidades, consume lo que cultiva, y

el remanente es comercializado para otros gastos que cubren las necesidades básicas de la familia, y de igual manera como en el punto anterior, la producción no es en grandes cantidades, lo que no permite comercializar al por mayor.

✓ **Al por mayor fuera del mercado local**

La comercialización fuera del mercado local no se da en la parroquia, pues si se quiere transportar el producto, sería por medio de camionetas de alquiler, cuyo costo se debe cargar al producto, y no se puede competir en los mercados aledaños.

✓ **Al por menor en el mercado local**

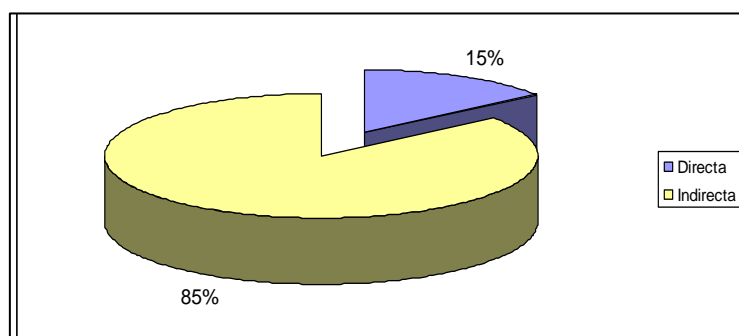
La comercialización al por menor en el mercado local, se da principalmente entre las comunidades dispersas, y la cabecera parroquial, donde sus habitantes se dedican a otros trabajos, que no es la agricultura, y si necesitan de los productos que les ofrecen las otras comunidades.

✓ **Al por menor en el sitio de producción**

Este tipo de comercialización es muy esporádica, y se puede dar entre pobladores de la misma comunidad, que deseen intercambiar entre sí la producción de cada uno, para subsistencia familiar.

✓ **Comercialización - destino de la producción**

### GRÁFICO No. 3 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN QUE SE ESTABLECEN EN LA PARROQUIA DE LITA.



Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial  
Elaborado por: El autor

El canal de comercialización más utilizado en la parroquia es el indirecto, esto quiere decir que se trabaja en su mayoría con intermediarios, un bajo porcentaje es en forma directa, entre las comunidades dispersas, y la cabecera parroquial.

La producción de la parroquia de Lita es utilizada para el consumo familiar un 30% es parte de base de la dieta alimentaria de las familias del sector y el 70% para la venta. La agricultura es la actividad que mantiene la economía de la parroquia, dentro de los destinos de la venta de la producción local, es dentro de la parroquia, esto quiere decir que la producción que los agricultores destinan para la venta, tienen que venderla dentro de la parroquia, pero a intermediarios que comercializan los productos, en otros mercados provinciales.

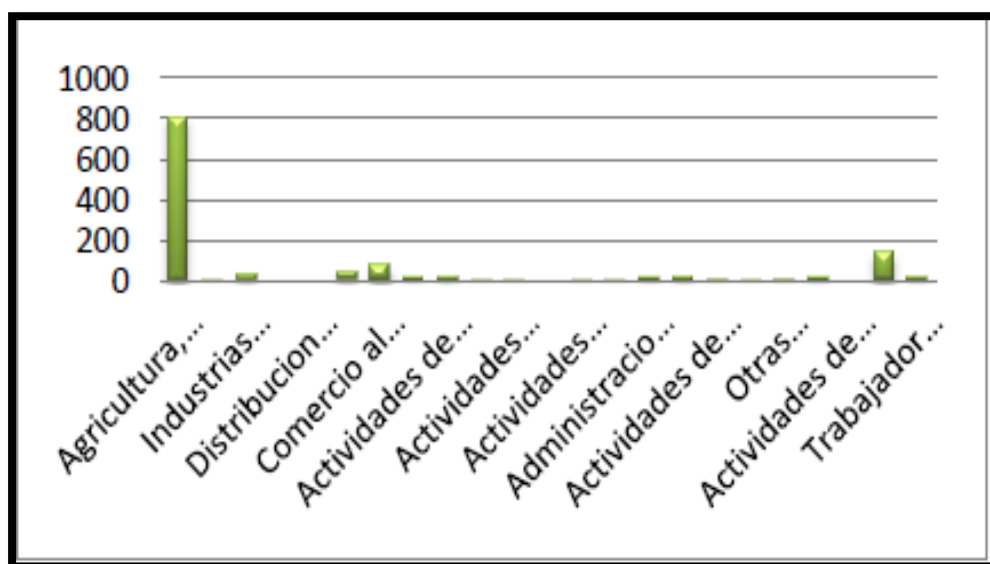
La comercialización se realiza en la vía Lita-San Lorenzo en su mayoría, y el 4% se distribuye a las pequeñas tiendas y restaurantes de la cabecera parroquial.

- **Población por rama de actividad**

La población económicamente activa por rama de actividad según el Censo 2010, es de 1206 personas que corresponde al 36% de la población total de la parroquia. Mientras que la población en edad de

trabajar PET (15-64 años) es de 1763 personas que corresponde al 52,64%.

#### GRÁFICO NO. 4 POBLACIÓN POR RAMA DE ACTIVIDAD EN LA PARROQUIA DE LITA



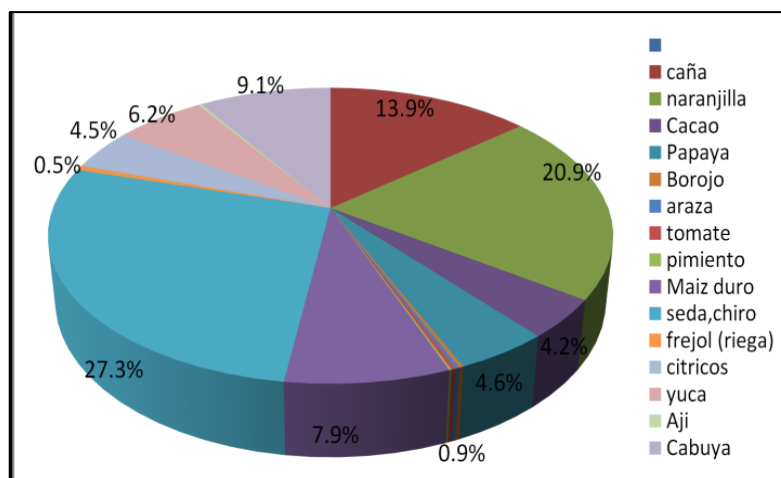
Fuente: INEC Censo 2010

Elaborado por: El autor

- **Principales productos agrícolas**

Los principales cultivos de la parroquia y datos aproximados de hectáreas, teniendo que el producto más distribuido es el plátano con 262 Ha, la naranjilla 200Ha, la caña 133 Ha, la cabuya 87 Ha (obteniendo un producción estimada de 60-80 qq/Ha., a partir de los 4 años), maíz duro 76 Ha, yuca 59 Ha.

## GRÁFICO No. 5 PRINCIPALES PRODUCTOS AGRÍCOLAS DE LITA



Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial

En el gráfico anterior se presenta los datos porcentuales de los principales productos agrícolas de la parroquia. Es importante destacar que la naranja ocupa el segundo lugar de la producción agrícola de la zona, con el 20.9% del área cultivable, generando beneficios económicos a las familias, pero produciendo impactos ambientales negativos por el manejo inadecuado y excesivo de plaguicidas.

- **Destino de la Producción**

La producción agrícola está destinada en su mayoría para la alimentación familiar, una pequeña parte que es comercializada a través de intermediarios, estos productos tiene los siguientes destinos.



**CUADRO No. 10 ORIGEN Y DESTINO DE PRODUCTOS  
COMERCIALIZADOS EN MERCADOS Y FERIA**

PRODUCCION	COMERCIALIZACION	
PARROQUIAS RURALES		
Lita	Colombia	Ibarra
	Latacunga	Ambato
	Quito	Riobamba,
	Manta	Guayaquil

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial

Elaborado por: El autor

#### **1.7.4. Entorno Turístico**

- **Clima**

Según datos de la Estación Meteorológica de Lita, ubicada a 740 m.s.n.m., Lita, posee una temperatura media de 23°C y una precipitación de 3.598,7 mm., siendo una de las estaciones que registra mayor precipitación en la provincia. Se aprecia una época más lluviosa entre los meses de octubre hasta mayo, donde el mes con más precipitaciones es abril; y una época menos lluviosa entre los meses de junio hasta septiembre, el mes más seco es julio con 129,8 mm. Presenta una humedad relativa media anual de la provincia es del 96% siendo mayor en los meses de febrero y noviembre, mientras que en los meses julio y agosto son menores.

La parroquia de Lita posee una diversidad climática debido a sus características ambientales, y ubicación de su territorio. Lita posee 6 tipos de climas según la clasificación de Thornwhite Gobierno Provincial de Imbabura (2011). El primero ubicado cerca de la parroquia de La Carolina, denominado clima ecuatorial meso térmico húmedo en el cual se encuentran las poblaciones de El Carmen y Santa Cecilia. Se caracterizan por tener lluvias desde los 1000 y 2000 mm con una temperatura media de 10 y 20°C y una humedad relativa entre 65 y 85%. A continuación se

presenta el Clima Sub Tropical meso térmico húmedo, en el cual las precipitaciones son superiores a 200 mm, la temperatura varía de 15 hasta 24°C. Su temperatura es bastante alta alrededor del 90%, es el área más extensa y en el cual están ubicados los poblados de: Getzemaní, Santa Rita, La Chorrera, Rio Verde Medio, Rio Verde Alto, La Esperanza de Rio Verde.

Clima sub tropical meso térmico muy húmedo, en el cual se asienta el poblado de San Francisco y posee similares características a la clasificación anterior.

Clima Tropical monzón Mega térmico muy húmedo, se caracteriza por ser muy cálido y como su nombre lo indica muy húmedo, con una temperatura media mensual de 26 °C. Y se encuentran asentadas las poblaciones de Santa Rosa, Palo Amarillo, Cachaco, Rio Verde Bajo, La Colonia.

Clima Tropical Sabana Mega Térmico Húmedo. Posee temperaturas por encima de los 24°C hasta los 27°C pero con precipitaciones bajas, con época de lluvia y época de sequía. Se Encuentra asentada la poblaciones de Parambas.

Clima Tropical Uniforme mega térmico lluvioso. Posee una temperatura media anual de 28°C. Y está ubicado en el límite de Carchi y Esmeraldas y se encuentra asentado el centro parroquial de Lita.

## **Temperatura**

La parroquia Lita presenta una temperatura promedio de 20 °C, con una máxima de 24 °C y una mínima de 18 °C.

La cabecera parroquial de Lita se encuentra en el rango de 20 a 22°C. Mientras que los poblados de Getzemaní, San Rosa, La chorrera, Rio Verde medio, Rio Verde Alto, poseen una temperatura de 18 a 20.

- Ecosistema

## Flora

La vegetación existente en la parroquia Lita, fue determinada a través de la observación directa y a partir de estudios e inventarios realizados en la parroquia, definiéndose que existe un tipo de vegetación producto de la actividad antrópica como cultivos y pastizales y formación arbustiva y arbórea. Esta formación comprende una variedad de especies leñosas, arbustivas y hierbas que forman un cuerpo compacto cerrado.

Las principales especies encontradas en la parroquia se detallan en el siguiente cuadro.

**CUADRO No. 11 ESPECIES NATIVAS Y EXÓTICAS DE LA ZONA**

ÁREA DE CULTIVOS Y PASTIZALES		
FAMILIA	N. CIENTIFICO	NOMBRE COMUN
MUSACEAE	<i>Musa x paradisiaca</i>	plátano,
MUSACEAE	<i>Musa x paradisiaca</i>	Orito
BROMELIACEAE	<i>Ananas comosus</i>	Piña
RUBIACEAE	<i>Coffea arábica</i>	Café
STERCULIACEAE	<i>Theobroma cacao</i>	Cacao
BORAGINACEAE	<i>Cordia alliodora</i>	Laurel
MIMOSACEAE	<i>Inga edullis,</i>	Guabos
MIMOSACEAE	<i>I. spectabilis</i>	Guabos
MORACEAE	<i>Artocarpus atilis</i>	frute pan
MORACEAE	<i>Cecropia sciadophylla</i>	Guarumos
BOMBACACEAE	<i>Ochroma pyramidale</i>	Balsa
ULMACEAE	<i>Trema integerrima</i>	Sapan
RELICTOS DE BOSQUES INTERVENIDOS		
ARECACEAE	<i>Oenocarpus batava</i>	Chapil
ARECACEAE	<i>Astrocaryum chambira</i>	Chonta
ARECACEAE	<i>Wettinia maynensis</i>	Teren
BURSERACEAE	<i>Dacryodes peruviana</i>	Copal
CAESALPINACEAE	<i>Browneopsis ucayalina</i>	palo de cruz
SAPOTACEAE	<i>Eschweilera coriacea</i>	sabroso
SAPOTACEAE	<i>Chrysophyllum venezuelanense</i>	caimitillo
MORACEAE	<i>Brosimum alicastrum</i>	Tillo
ACTINIDIACEAE	<i>Sauria tomentosa</i>	moquillo
MELASTOMACEAE	<i>Miconia triplinervis</i>	Colca
ERYTHROXYLACEAE	<i>Erythroxylum sp</i>	Coca silvestre
BIGNONIACEAE	<i>Memora cladotricha</i>	bejucos
CAESALPINIACEAE	<i>Bauhinia quianensis</i>	bejucos
ARISTOLOCHIACEAE	<i>Monstera lechleriana</i>	Monstera
ARISTOLOCHIACEAE	<i>Aristolochia sp</i>	casco de vaca
ARECACEAE	<i>Philodendron megalophyllum</i>	Filodendron
ARECACEAE	<i>Anthurium sp</i>	Anturio
BROMELIACEAE	<i>Aechmea sp</i>	Bromelia
ESPECIES DE INTERÉS PARA LA CONSERVACIÓN		
ACTINIDIACEAE	<i>Sauria tomentosa</i>	moquillo
BURSERACEAE	<i>Dacryodes peruviana</i>	Copal

Fuente: Plan de desarrollo parroquial

Elaborado por: El autor

La tala indiscriminada para el aprovechamiento de la madera y su posterior uso en pastizales, agrícolas, está generando un incremento de la frontera agrícola y la disminución de los recursos hídricos. Pese a

no existir estadísticas exactas que definan las áreas en las que se debe intervenir, en la parroquia se ejecutó un proyecto a través del Programa Descentralización de los Recursos Naturales PRODERENA donde se forestaron y reforestaron un promedio de 50 hectáreas de bosque nativo, en el periodo 2007 -2009.

En la parroquia de Lita no existen bosques protectores, ni áreas protegidas, es por eso imprescindible realizar la gestión pertinente para la creación de áreas protegidas para mantener la diversidad de la parroquia.

### Fauna

El clima que presenta la zona de estudio, favorece para el desarrollo de algunas especies de peces, destacando especies como lisa (*Mugil curema*), carpa (*Cyprinus carpio*), barbudo (*Astroblepus chotae*), entre otros.

**CUADRO No. 12 ESPECIES DE PECES REPRESENTATIVOS DE LA PARROQUIA DE LITA**

PECES		
FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
MUGILIDAE	<i>Mugil curema</i>	Lisa
ASTROBLEPIDAE	<i>Astroblepus chotae</i>	Barbudo
CHARACIDAE	<i>Brycon dentex</i>	Sábalo
CHARACIDAE	<i>Brycon sp.</i>	Sabaleta
LORICARIIDAE	<i>Loricaria jubata</i>	Guaña
LORICARIIDAE	<i>Chaetostomus marginatus</i>	Cubo, Prenadilla Tigrillo (boca chico) Molonga o sandía Miandu (barbudo blanco)

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial

Elaborado por: El autor

De acuerdo a informaciones generadas en los diagnósticos comunitarios y entrevistas a los representantes de las comunidades, el siguiente cuadro, muestra las especies de mamíferos más representativos en la zona.

**CUADRO No.13 ESPECIES DE MAMÍFEROS MÁS REPRESENTATIVOS DE LA PARROQUIA DE LITA**

MAMIFEROS		
FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMÚN
URSIDAE	<i>Tremarctos ornatus</i>	Oso
CERVIDAE	<i>Mazama Rufina</i>	Soche Venado
FELIDAE	<i>Leopardos pardalis</i>	Tigrillo
DASYPODIDAE	<i>Dasybus novemcinctus</i>	Armadillo Armadillo nueve
CUNICULIDAE	<i>Cuniculus paca</i>	Guanta
DASYPROCTIDAE	<i>Dasyprocta sp.</i>	Guatín
DASYPROCTIDAE	<i>Dasyprocta fuliginosa</i>	Guatusa negra Teguan
		Tejon Guarumbera Cabeza de mate Cusumbo Pilmo
		Tutamono Sahino - tatabra Erizo puerco espin Nutria
		Murcielago
		Machin Raposa de agua Chucuri Hormiguero
DASYPROCTIDAE	<i>Dasyprocta punctata</i>	Guatusa
CRYSETIDAE	<i>Oryzomys caliginosus</i>	Ratón puyoso
PROCYONIDAE	<i>Nasua sp</i>	Cuchucho
SCIURIDAE	<i>Sciurus stramineus</i>	Ardilla
FELIDAE	<i>Puma concolor</i>	Puma
DIDELPHIDAE	<i>Didelphis marsupialis</i>	Raposa
CEBIDAE	<i>Cebus capuchinus</i>	Mono de cara blanca Mono araña
Aullador		Ratón bolsero
BRADYPODIDAE	<i>Bradypus trydactilus</i>	Perico ligero

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial

Elaborado por: El autor

Los usos más comunes que se dan a las especies mencionadas son para alimento, mediante cacería con arma de fuego y trampeo, las especies más comunes de consumo en la parroquia son la raposa o zorra, guatusa, guanta, armadillo, perico y soche.

Cabe mencionar que en la parroquia existen un sin número de especies pertenecientes a los reptiles y anfibios, catalogados por el Museo de Ciencias Naturales de Quito, (QCN) en la tabla 2.5, se presenta una lista de reptiles y anfibios, representativos de la zona.

**CUADRO No. 14 ESPECIES DE REPTILES Y ANFIBIOS  
REPRESENTATIVOS DE LA PARROQUIA DE LITA**

REPTILES		
FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
COLUBRIDAE	<i>Leptothis ahaetulla</i>	Culebra verde arborícola
VIPERIDAE	<i>Bothrops punctata</i>	Equis
VIPERIDAE	<i>Bothrops asper</i>	Equis
COLUBRIDAE	<i>Ninia atrata</i>	Culebra huevera
COLUBRIDAE	<i>Imantodes cenchoa leucomelas</i>	Culebra común
COLUBRIDAE	<i>Clelia clelia</i>	Culebra huevera
COLUBRIDAE	<i>Sibon nebulata</i>	Culebra
COLUBRIDAE	<i>Oxybelis brevirostris</i>	Culebra arborícola
		Coral
		ciega
		Rabo d chucho
		Guacamaya
		Nupa
TROPIDOPHIDAE	<i>Trachyboa boulengeri</i>	Berrugosa
TEIIDAE	<i>Ameiba septenlineata</i>	Lagartija
GEKKONIDAE	<i>Lepidoblepharis sp.</i>	sancona
POLICHROTIDAE	<i>Anolis aequatorialis</i>	Lagartija
ANFIBIOS		
FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
ANURA	<i>Bufo margaritifera</i>	Rana toro
DENDROBATIDAE	<i>Colosthetus awa</i>	Ranita

Fuente: Plan de Desarrollo Parroquial

Elaborado por: El autor

## Componente abiótico

Es importante destacar los factores abióticos debido a que ellos forman parte del ecosistema, el mismo, que cada día se ve afectado por diversas causas, entre ellas la contaminación. Entre los factores abióticos se encuentra el agua, el aire, el suelo. Los ríos principales localizados dentro del área de influencia parroquial son: Río Lita y Río Mira, estos son los de mayor importancia a nivel de Cuenca Hidrográfica, los que definen los límites parroquiales. En cuanto a la distribución de ríos secundarios en la parroquia existen los siguientes: Río Cachaco, Río Parambas y Río Verde, como también vertientes y quebradillas.

Los suelos de esta área son derivados de cenizas volcánicas, de material sedimentario, mormorillonítico de textura limosa y de color negro por su gran riqueza en materia orgánica. La parroquia Lita se caracterizan por tener una topografía irregular, con terrenos casi planos localizados en La Chorrera, San Francisco, Riveras del río Mira en los sectores Parambas, Palo Amarillo, y suelos que presentan pendientes mayores al 70% localizados en los sectores estribaciones de La Colonia, Parambas, La Chorrera, Río Verde, Getsemaní y Santa Cecilia.

### CUADRO No. 15 USO DEL SUELO Y COBERTURA VEGETAL EN LITA

SIMBOLOGÍA	DETALLE	HA-REAL	%
Bn/Pn	70% Bosque natural con 30% Pasto natural	11294,02	53,92
Cc	100% Cultivos ciclo corto	4,37	0,02
Cx/Pn	70% Arboicultura tropical con 30% Pasto natural	8375,14	39,98
Pc	100% Pasto cultivado	345,26	1,65
Pc/Va	70% Pasto cultivado con 30% Vegetación arbustiva	926,98	4,43
<b>TOTAL</b>		<b>20945,9</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Plan Ordenamiento Territorial

Elaborado por: El autor

A nivel parroquial, Lita, no presenta un desarrollo industrial considerable, existe evidencia de contaminación por emisiones atmosféricas a las generadas por las actividades agrícolas y pecuarias, relacionada específicamente con la aplicación y uso de agroquímicos, en menor rango se presentan quemas controladas de rastrojos, limitado a las actividades de corte de bosque y sotobosque para la implementación de nuevas tierras a la agricultura.

En cuanto a las actividades avícolas presentes en la parroquia (Cachaco, Parambas y Achotal), generan emisiones de amoníaco provenientes de la descomposición de las excretas de las aves y del almacenamiento de materiales orgánicos.

Dentro de los sitios de contaminación por fuentes fijas encontramos además el sitio de almacenamiento y transferencia de residuos sólidos de la parroquia, localizado en la vía a la Bocana, donde se almacenan los desechos recolectados durante la semana; y los criaderos avícolas localizados en Cachaco donde se generan gases.

- **Actividad Turística**

El turismo es una actividad que ha sido escasamente aprovechada en la parroquia de Lita, sin embargo cuenta con atractivos naturales, que la convierten en un lugar con un alto potencial turístico.

La parroquia cuenta con una privilegiada ubicación geográfica, donde existe variedad de paisajes naturales que deslumbran con su belleza, diversidad de culturas y la calidez de su gente, sin embargo la falta de inversión es un limitante para que esta actividad se desarrolle en la parroquia, ya que es necesario mejorar, e incluso incrementar la infraestructura hotelera, restaurantes, sitios de información turística, y actividades que puedan atraer al turismo nacional e internacional.



- **Atractivos Turísticos**

Existencia de atractivos naturales:

Río Lita - Imbabura

Río Mira - Carchi

La Bocana - Imbabura y Carchi (Confluencia del Río Lita y el Río Mira)

Cascadas - Ríos Bareque y Cristal

La Chorrera - Esmeraldas ( Altotambo)

Río Verde Bajo - Vado

Santa Rita - Orquideario

Colina - Cascada y Vado

El Pajón - Rincón Ecológico

**Clima:** el clima de la parroquia, tiene condiciones que atrae al turista, es una zona transicional de bosques montaña bajos y húmedos tropicales.

**Biodiversidad:** la biodiversidad de mariposas, orquídeas, ranas entre otras.

**Capacitación:** cursos dictados por diversas instituciones respecto a granjas integrales, seguridad, proyectos turísticos, considerando además que el Colegio Isidro Ayora tiene una línea de bachilleres en turismo.

- **Servicios Turísticos**

Entre los servicios turísticos de la zona se encuentran:

### **Lugares Turísticos**

Entre la diversidad de lugares se tiene:

**CUADRO No. 16 ATRACTIVO TURÍSTICO O EMPRENDIMIENTO**

<b>ATRACTIVO TURÍSTICO O EMPRENDIMIENTO</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>PROPIETARIO</b>	<b>BREVE DESCRIPCIÓN</b>
<b>Finca Rinconcito Ecológico</b>		Neida Zapata	Este emprendimiento inicio hace 5 años, la finca se caracteriza por la variedad de cultivos y crianza de animales entre los más destacados : Huertos de frutas bajo el sistema agroforestal, cultivo de tilapia en varios estanques, y un huerto hortícola con enfoque de producción orgánica
<b>Finca de Olga</b>		María Itas	La propiedad tiene una extensión aproximada 20.000 m <sup>2</sup> . Al momento cuenta con el cultivo de frutas nativas como la guaba y el plátano y otras exóticas como el arazá y borjón, también pequeños estanques de tilapia roja, además la crianza de bovinos, aves de corral, senderos artesanías agroturismo frutas, alimentación
<b>El Picaflor</b>	Parambas	Marina Itaz	Senderos artesanías alimentación agroturismo
<b>El Parambeñito</b>	Parambas	María Teresa Batallas	Frutas y alimentación
<b>Telares de Parambas</b>	Parambas	Magali Arce	Agroindustria de cabuya
<b>Artesanías David</b>		María Itas	Guadua, tejidos en cabuya, artesanías, reciclaje.
<b>Rinconcito Turístico Palo Amarillo</b>	Palo Amarillo	Neida Zapata	Senderos cascadas, túneles de ferrocarril, alimentación, hospedaje, para 10 personas, agroturismo
<b>La playita</b>		David Chalacan	Senderos , túneles, frutas, alimentación, agroturismo
<b>ATRACTIVO TURÍSTICO O EMPRENDIMIENTO</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>PROPIETARIO</b>	<b>BREVE DESCRIPCIÓN</b>
<b>Finca Agroturistica "Robles"</b>	Chachaco	David Ralston	Esta junto a la Y entre las vías que conducen a Lita y Santa Rita.

			Entre los atractivos se concentra en la crianza de cobayos, aves de corral, peces tropicales, dispone de espacio para alojamiento para 12 personas y en camping 18, además ofrece comida típica, artesanías, recolección de frutas.
<b>Playas del Rio Finca las Orquídeas</b>		Victoria Muñoz	Se presta servicios de cabalgatas, senderos, frutales, agroturismo, alimentación, este emprendimiento describe un contexto de la naturaleza con las actividades del ser humano
<b>Orquídeas el Pedregal</b>		Adela Gómez	Orquídeas, rio, alimentación bajo pedido.
<b>Vivero de Orquídeas del Santuario</b>	Santa Rita	Anita Pavón	El emprendimiento dedicado al rescate de orquídeas se inició hace varios años, en su origen nació la idea de proteger las especies de orquídeas. Al momento cuentan con cerca de 250 especies en un área de 2500 m <sup>2</sup> , lo que sorprende al turista es la distribución espacial de las orquídeas y como las han ubicado entre los árboles nativos y exóticos, comparten este santuario natural varias especies de vegetales los cuales son bañados por la brisa de un riachuelo.
<b>El santuario del agua</b>	Achotal	Bolívar Guerrero	Hospedaje, alimentación, senderos, pesca deportiva, deportes extremos
<b>Guías nativos</b>		Jorge Muñoz Byron Muñoz	Cachaco, licencia min tur.
<b>Centro Experimental de Lita</b>		Gobierno Parroquial	Centro de interpretación para la recuperación de fuentes hídricas con guadua
<b>ATRACTIVO TURÍSTICO O EMPRENDIMIENTO</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>PROPIETARIO</b>	<b>BREVE DESCRIPCIÓN</b>
<b>Anaconda</b>		Octaviano	Alimentación, pesca deportiva, senderos

		Chuquizán	
<b>Playas del rio Lita</b>	Lita	Gabriel Fuentes	Playas del rio, alimentación, trapiche
<b>Rincón turístico La Colonia</b>		Edwin Muñoz	Alimentación, pesca deportiva, agroturismo
<b>Zoo criadero de Guatusos.</b>	Lita	Administra Gobierno Parroquial	El zoo criadero nace de una iniciativa Institucional del Colegio Isidro Ayora y sus estudiantes de Turismo. Esta actividad como tal debe ser apoyada por su aporte al rescate de las especies nativas y muchas de ellas en vías de extinción. Como atractivo necesita mejoramiento de la infraestructura y darle una imagen más natural, que permita al visitante visualizar el interés institucional y humano por el cuidado y rescate de las especies de fauna de Lita.
<b>Villalobos</b>	Lita	Sra. Enriqueta Villalobos	Hospedaje con baño privado, costo de 4 USD/persona
<b>Aguirre Escobar</b>	Lita	José Aguirre	Hospedaje con baño privado 5 USD/persona
<b>El Turista</b>	Lita	María Cuarán	Cabaña con 3 habitaciones con baño interno 8 dólares/persona

Fuente: Plan Ordenamiento Territorial

## **Gastronomía**

En la parroquia de Lita, la gastronomía no es muy desarrollada, en su mayoría ofrecen platos de otras zonas, al momento no se ha desarrollado su plato típico pese a que disponen de variedad de recursos naturales. En la comunidad Santa Rita, como parte de un desarrollo turístico familiar se ofrece a los turistas platos típicos que son creatividad de las propietarias del Orquideario llamado el Santuario. Entre los platos ofrecidos existen: ceviche de flores de plátano, ceviche de palmito, ají, sopa de verduras de la zona (palmito, cebolla, pimiento, flor de plátano todo esto sazonado con chillangua).

## **Fiestas populares**

La parroquia de Lita celebra sus festividades en el mes de agosto siendo su patrono San José de Lita. Los eventos programados son variados, destacándose la celebración religiosa. En la comunidad de Santa Rita, a inicios del mes de febrero se realiza la celebración de la fiesta en honor a la virgen de La Purita, es un evento religioso muy reconocido por los lugareños, esta es coincidente con la fiesta de la misma virgen en la Parroquia de Huaca (Cantón Huaca y Provincia del Carchi), la persona que la trajo hasta Santa Rita la señora María Mejía. En el tiempo que dura la fiesta existe el despliegue de varios eventos entre ellos: La novena, vísperas con chamiza, voladores, vaca loca, escenificación de sus milagros. Al día siguiente culmina la festividad religiosa con la misa y varios eventos como: palo encebado, corrido de cintas y ensacados.

## **1.8. Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos**

### **1.8.1. Aliados**

- La parroquia de Lita es una zona de estribación privilegiada, por sus factores agroclimáticos.

- Existen varios pisos climáticos que favorecen a la actividad turística.
- La zona es rica en flora y fauna que puede ser explotada por el turismo ecológico.
- Existen instituciones educativas que capacitan en aspectos turísticos a la población.
- Las autoridades y habitantes de la parroquia, apoyan la actividad turística cada día.
- La afluencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona, dinamizan la economía.

### **1.8.2. Oponentes**

- El ingreso promedio mensual de las familias de las comunidades de la parroquia de Lita son de supervivencia, no están explotando la riqueza turística de la zona.
- No existe una dinámica productiva por la falta de vías de comunicación.
- No existe una oferta gastronómica propia de la zona.

### **1.8.3. Oportunidades**

- Línea de financiamiento para emprendimientos turísticos por parte del Ministerio de Turismo.
- Existencia de nuevas tecnologías para promocionar servicios turísticos.
- Programas de manejo técnico del sector turístico.
- Existen establecimientos turísticos que están operando varios años, se convierten en competencia.

#### **1.8.4. Riesgos**

- No existen zonas protegidas lo que corre riesgo en el ecosistema de la zona.
- La tala indiscriminada para el aprovechamiento de la madera y su posterior uso en pastizales, agrícolas, está generando un incremento de la frontera agrícola y la disminución de los recursos hídricos.
- Problemas limítrofes, pues su ubicación es a 50km aproximadamente de la frontera con Colombia.

#### **1.9. Identificación de la Oportunidad De Inversión.**

Una vez efectuado el análisis externo de los aspectos que caracterizan a la parroquia de Lita y que influenciarán en el desarrollo del proyecto, se puede mencionar que el lugar cuenta con los aspectos que favorece a la propuesta de creación de una hostería ecológica, como es diversidad de climáticas agradables, una flora y fauna exuberante, que conforma un ecosistema agradable para el descanso y esparcimiento de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. El turismo

GURRÍA, Manuel (2007), Introducción al Turismo, Pág. 14. Manifiesta: *“El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”*.

JIMÉNEZ, Luis (2010), Ecoturismo, pág. 4. Define: *“Un real espacio de encuentro intercultural, respetuoso y sano, en la medida en que se logren encontrar grupos de gentes con intereses comunes, como el conocimiento y defensa del medio ambiente, el respeto por las diferencias culturales, la protección de los paisajes con sus patrimonios naturales, arqueológicos y culturales”*.

Las actividades de turismo llevadas adelante en la provincia de Imbabura han sido escasas y con niveles de calidad bajos en los diferentes servicios que brindan las distintas iniciativas turísticas a nivel rural.

El turismo se ha convertido en una alternativa viable para la gente de las comunidades rurales, sin embargo los servicios e infraestructura de turismo son escasas y en el caso de existir son de muy baja calidad, desmotivando a las partes tanto al turista como a quien brinda los servicios.

Bajo este contexto, el presente proyecto busca cambiar esta realidad en la parroquia de Lita a través de la construcción, viabilidad y sostenibilidad



de los servicios de turismo en un territorio privilegiado de una enorme biodiversidad.

### **2.1.1. Objetivos del Turismo**

(GURRÍA, Manuel (2007), Introducción al Turismo, pág.18). Presenta los objetivos que se desarrollan en el turismo.

- **Objetivo social:** Contribuir a incrementar la oferta de servicios turísticos para clases sociales de bajos ingresos.
- **Objetivo turístico:** Ofrece la posibilidad financiera de paliar la estructura y equipamiento turístico para estratos económicamente débiles.
- **Objetivo de la administración:** Desarrollar un modelo de la inversión en empresas, para dar servicios al turismo popular.

### **2.1.2. Importancia del Turismo**

Según (ANDRADE, José Vicente, (2008), Turismo, fundamentos, pàg.43). Manifiesta. El turismo es muy importante por las siguientes razones:

- Genera fuentes de trabajo e identidad nacional.
- Eleva el auto estima de los residentes y naturales de un territorio.
- Moviliza mucho dinero en efectivo que se distribuye al igual en muchas personas alternativamente.

- Beneficia a los que directamente trabajan en el sector, más bien los pobladores donde se desarrolla esta actividad, vendiendo sus productos ya sean alimentos, artesanías, transporte.
- Genera múltiples puestos de trabajo directo e indirecto.

### 2.1.3. Ventajas del Turismo

El autor, (BOULLON, Roberto, (2005) Las Actividades Turísticas y Recreacionales, pág. 27). Menciona las ventajas del turismo

- **La Integración de las familias:** Esta es una de las más importantes generada por el turismo, puesto que permite el diálogo, la interacción y el esparcimiento del núcleo familiar en determinadas ocasiones.
- **Aprovechamiento y Explotación de los recursos Naturales:** este se realiza con el fin de crecer y brindar nuevas alternativas para el turista, teniendo siempre en cuenta la capacidad de carga que posee el lugar.
- **Seguridad:** Gracias a los programas implementados por el Gobierno sea mejorado mucho en este aspecto, así hemos logrado que los turistas se sientan más seguros en el momento de salir de vacaciones, ya sea vía terrestre, aérea, marítima.
- **La Conservación de lugares Históricos y turísticos:** Con el fin de mejorar y de conservar, nuestra historia para el turista y la comunidad.
- **Creación de nuevas infraestructuras:** Este se lleva a cabo en todo lugar que se desea utilizar como destino turístico, ya que se hace necesario la mejora de estos lugares, para así brindar un excelente servicio.

- **Generación de empleos:** Gracias a las grandes inversiones que se realizan para llevar a cabo estos proyectos turísticos, muchas personas se ven beneficiadas.
- **Desarrollo de nuevas tecnologías:** En Cada instante que pasa se crean nuevas Herramientas tecnológicas, lo que hace necesario estar siempre actualizados.
- **Genera grandes cambios Sociales, Culturales y Religiosos:** Este es un factor muy contradictorio. Ya que es bueno interactuar con otras personas y darnos a conocer, como gente que posee grandes cualidades.
- **Destinos para todos los Gustos y Exigencias:** Gracias a la gran variedad de destinos que podemos brindarle a todos los turistas ya sean nacionales o internacionales, se logra una mayor cobertura y satisfacción de los estos.
- **Importancia de la Administración Turística y Hotelera:** Para el buen desarrollo del Turismo se hace necesario de especializar y utilizar todo el recurso humano posible, con el fin de brindar un servicio de alta calidad y así obtener reconocimiento por esto.

#### 2.1.4. Desventajas del Turismo

(BONIFACE, Priscila, (2008), Elementos de turismo, pàg.19).Presenta las desventajas del turismo.

- **La pérdida cultural de las comunidades:** En el momento del cambio al que se ve sometido un lugar o una comunidad determinada, muchas veces las costumbres se ven afectadas y la perdida de estas se hace notoria.

- **La Mala cobertura que posee el país:** En temporada alta la cobertura del transporte terrestre, aéreo y marítimo es muy deficiente, lo que genera represamiento de turistas.
- **La Contaminación medioambiental:** Este es un factor muy importante ya que está acabando con lugares y especies, muchas veces por el mal uso de los turistas y encargados.
- **La excesiva ocupación en las costas:** Al implementar nuevos proyectos se está acabando con áreas naturales.
- **La mala planificación de los lugares de temporada o el turismo sexual:** Este es un factor que nos afecta a todos, puesto que nuestras niñas y niños, se han convertido en un producto más.
- **La falta de concientización de la comunidad:** Esto genera que la comunidad en muchas ocasiones se aproveche de manera excesiva de los turistas, sin tener en cuenta que gracias a ellos, obtenemos muchos beneficios

#### 2.1.5. Elementos socio-económico del turismo

(ORIOLAN, Luzia Neide, 2010, Legislación del Turismo, R.J, pág.27).

- **Elemento humanizador:** Conlleva a la práctica de un efecto tranquilizador y renovador del ser humano
- **Elemento auténtico:** El conocimiento amplio el marco de referencia individual en el contacto con la naturaleza y con las condiciones de tipo económico y social, en el conocimiento de los resultados.

- **Factor cultural:** Contacto con los patrimonios artísticos, arqueológicos, literarios, religiosos, folklóricos y demás formas expresivas de la humanidad.

#### **2.1.6. Turismo rural:**

BONIFACE, Priscila, (2008) Elementos de turismo pàg.107. Afirma: *“Turismo Rural son actividades turísticas que se desarrollan dentro de la naturaleza, la vida silvestre, en poblaciones rurales”*.

MARTINEZ, Francisco (2007), Alojamiento turístico rural: gestión y comercialización, pág. 10. Manifiesta: *“Aquella actividad turística realizada en espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local”*.

Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño. Las instalaciones suelen ser antiguas que, una vez rehabilitados, reformados y adaptados, suelen estar regentados familiarmente, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios.

#### **2.1.7. Características del turismo rural**

(MARTINEZ, Francisco (2007), Alojamiento turístico rural: gestión y comercialización, pàg.18). Menciona las características del turismo rural

- Todas las modalidades del turismo rural que se desarrollan en un país, están generadas por iniciativas de empresarios locales, que en su gestión producen algunos efectos en su mismo ámbito
- Tiene la cualidad de que, en mayor o menor medida, incorpora parte de las comunidades locales en cuanto a sus costumbres y formas de vida, conde sus facetas y singularidades.
- El turismo rural, al contrario de otras modalidades masivas, como es el clásico turismo de playa, contribuye a revalorar las tradiciones locales, y sólo debería aprovechar como atractivos lo auténtico, lo autóctono y las tareas típicas de los trabajos del campo.
- Satisface diversas motivaciones porque plantean al turista la práctica de actividades de esparcimiento, como pueden ser caminatas por el monte del casco de la estancia o cabalgatas para conocer las partes más pintorescas dentro de un campo.
- Aunque en la mayoría de los casos el turismo rural es una modalidad de bajo impacto, debido a que se realiza en pequeñas escala, existen variantes en las que la concentración de usuarios simultáneo.
- En los establecimientos dedicados a prestar servicios típicos del turismo rural, el producto es relativamente caro, porque pueden llegar a acercarse o igualar los precios de hoteles.
- Si se desarrolla como especialidad y por tanto se diferencia de los servicios tradicionales, puede competir en el mercado como una opción innovadora en cuanto a la programación de actividades y formas de participación del turista.

- En su expresión más frecuente es un emprendimiento de tipo familia que incorpora a la mujer y se encuadra en el área del micro y la pequeñas empresa, atendidas personalmente por los dueños

### 2.1.8. División del turismo rural

MARTINEZ, Francisco (2007), Alojamiento turístico rural: gestión y comercialización, pàg.28). Manifiesta como se desarrolla la división del turismo rural.

- **Agroturismo:** Cuya finalidad es mostrar y explicar al turista el proceso de producción en los establecimientos agropecuarios. El agroturismo se caracteriza por la participación de los turistas y visitantes en los procesos productivos del campo y por el contacto con la familia de los agricultores.
- **Pesca y caza:** También son actividades propias del turismo rural, pero los visitantes pueden no manifestar interés por los procesos productivos del agro.
- **Turismo de estancias:** cuyo atractivo consiste en el estilo arquitectónico, parques, carruajes de los establecimientos.
- **Rutas Alimentarias:** Son circuitos turísticos vivenciales directamente en las chacras o fincas de la población local, donde se puede observar la diversificación de los cultivos y las técnicas de siembra.
- **Turismo Deportivo:** Es el intercambio de espacios de recreación entre poblaciones locales, con el involucramiento de los visitantes o turistas que están en contacto con la gente local.

- **Ecoturismo:** Posee un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros.
- **Etno-turismo:** Busca esa necesidad de los turistas por rescatar esas culturas ancestrales, dentro de su propio paradigma, encontrar esas claves milenarias que transportan a los orígenes del ser humano.

### 2.1.9. Oferta Turística

(GURRÍA, Manuel 2007, Introducción al Turismo, pàg.17). Manifiesta el concepto de oferta turística como un bien y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

### 2.1.10. Demanda Turística

(BONIFACE, Priscila, (2007). Elementos de turismo, pàg.36). Manifiesta que la demanda turística es el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda.



### 2.1.11. Recursos Turísticos

GURRÍA, Manuel, (2007), Introducción al Turismo, pág.18. Afirma:” *Al constituir el recurso turístico la materia prima del turismo, elemento fundamental de la Oferta, su importancia es estratégica tanto en la configuración de la actividad turística, como en la determinación de la aptitud turística de un territorio. De ahí que la identificación y evaluación de los atractivos turísticos sea una tarea cardinal en la fase de diagnóstico de cualquier planificación turística.*

La identificación de los recursos turísticos se lleva a cabo normalmente mediante la confección de un listado de recursos y emplazamientos con potencialidad y posibilidad de explotación turística, por ello se procede a la elaboración de un Inventario o Catálogo de recursos turísticos, es decir, una relación de los recursos turísticos de un área territorial determinada, donde los mismos se enumeran, clasifican y describen mediante una metodología.

Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.

### 2.1.12. Clasificación de los recursos turísticos

(GURRÍA, Manuel, (2007), Introducción al Turismo, pág. 24). Menciona la existencia de los métodos diversos de la clasificación de los recursos turísticos.

- **Recursos orientados hacia el usuario:** se caracterizan por estar situados lo más cerca posible de los núcleos residenciales o en el interior de éstos y por soportar grandes intensidades de uso. En general se trata de zonas de esparcimiento creadas por el hombre o muy modificadas por éste; (parque urbano, playas próximas a las grandes ciudades, etc.)

- **Recursos recreativos de tipo intermedio:** zonas de mayor tamaño que las anteriores, grado de transformación e intensidad menor. Requieren desplazamientos de un día o de fin de semana y aparecen asociados muy frecuentemente con segundas residencias. (Parques nacionales, etc.)
- **Recurso de esparcimiento:** se corresponden con áreas naturales especialmente valiosas desde el punto de vista ecológico o paisajístico, cuya localización es totalmente independiente de la distribución de la población.

## 2.2. Empresa turística

ORIO LAN, Luzia Neide, (2008), Legislación del Turismo, pág. 38. Manifiesta: *"La empresa turística es la unidad económica de servicio, la cual tiene como objetivo primordial crear la utilidad de los servicios, es decir, hacer que los bienes produzcan y sirvan a los fines del hombre"*.

Las empresas turísticas son sociedades, u organizaciones estructuradas en variedades de comercio, las cuales tienen como objetivo comercializar personales de servicios que satisfagan las necesidades del turista. Las empresas prestatarias de servicios turísticos se clasifican en:

### 2.2.1. Particularidades de las empresas de turismo

(JIMÉNEZ, Luis (2010), Ecoturismo, pág. 43). Presenta las particularidades de las Empresas Turísticas.

- Estacionalidad es el máximo problema que la empresa turística tenía y lo tiene que corregir. También puede ser positiva, porque sabemos que en un periodo tendremos un determinado volumen de negocios. Reduce la incertidumbre que otras empresas tienen.

- Imposibilidad de almacenar el producto si no se consume se pierde.
- Necesidad de una gran inversión que nos proporciona una gran inflexibilidad.
- Necesidad de situarnos en unas zonas concretas.
- La importancia que adquiere el componente humano.
- Cambios en los gustos y las modas.
- Importancia de la intermediación.

### **2.2.2. Turismo sostenible**

ANDRADE, José Vicente, (2008). Turismo, Fundamentos, pàg.27. Manifiesta: *Son aquellas actividades turísticas que se relacionan con el medio ambiente natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, con el propósito de realizar un intercambio de experiencias entre visitantes y la comunidad misma.*

Es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.

### **2.2.3. Nacimiento del turismo sostenible**

(ANDRADE, José Vicente, (2008). Turismo, Fundamentos, pàg.35). Presenta dentro de las causas por las que nace el turismo sostenible se pueden mencionar:

- Un incremento en la concientización sobre los temas ambientales.

- El mercado turístico comienza a darse cuenta del impacto que se ocasiona con las actividades turísticas.
- Los visitantes exigen mayores estándares de calidad de los productos y servicios que reciben, lo que ocasiona una mayor competitividad entre los ofertantes para cumplir con estos estándares.
- Los grupos ambientalistas ejercen presión sobre la opinión pública en relación a los efectos de las actividades turísticas sobre el medio ambiente.

### **2.3. La Hostería Ecológica en la Parroquia de Lita**

#### **2.3.1. Antecedentes**

Según la página electrónica. <http://www.touribarra.gob.ec/>. Manifiesta: La Hostería ecológica es una iniciativa que ofertará servicios a los visitantes y turistas de la parroquia de Lita.

Geográficamente la parroquia de Lita es un punto estratégico de biodiversidad ya que es una zona transicional conformada por ecosistemas frágiles que deben ser manejados de manera sostenible, que generen ingresos a la población de una manera planificada, estructurada y que no genere impactos negativos en el entorno.

En la provincia de Imbabura, el turismo es un motor de desarrollo. Esta provincia es conocida por sus diferentes atractivos naturales, culturales, gastronómicos, entre otros.

Lita, pertenece a la zona baja de la denominada el Valle del Chota, es considerada dentro de la provincia de Imbabura como un territorio lleno de potencialidades y actividades productivas que son el motor de las economías locales en la zona.

Una de las principales actividades que se desarrollan en la zona es la agricultura de cultivos agrícolas entre los que se puede mencionar: tomate riñón, fréjol, caña de azúcar, la producción de frutales tales como cítricos, guanábana, guayaba, naranjilla, banano, chirimoya, papaya, entre los principales.

Es necesario manifestar que a nivel provincial la actividad de agricultura, caza, silvicultura y pesca es el 35,16%, de este total el 86,24 % aporta el sector rural y en zona del Valle del Chota contribuye en un 32,8% (INEC, Censo: 2010).

La comercialización de los productos agrícolas son comercializados en varios espacios físicos que dependen de la cantidad y acceso de los productores, un primer nivel son las ferias abiertas, como es la plaza de Lita, donde las transacciones comerciales se ejecutan de una manera informal, luego los productos son comercializados en los mercados mayoristas de Ibarra los días lunes y jueves, para de allí dirigirse a los mercados de Quito, Guayaquil y Ambato.

Como se denota en la explicación los productos agrícolas recorren una cadena considerable de intermediarios hasta que el producto llegue al consumidor final.

Dentro de las actividades turísticas es una actividad que a nivel provincial goza con gran apertura y expectativa por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) especialmente a nivel parroquial, sector privado y en general de toda la ciudadanía, ya que Imbabura con todos sus atractivos y bellezas escénicas y culturales es considerada como el quinto destino de turismo con mayor concurrencia para extranjeros y nacionales luego de Quito y Guayaquil (PROECUADOR-MRECI, 2011).

### 2.3.2. La Hostería Ecológica

BONIFACE, Priscila, (2008), Elementos de turismo, pág. 25. Manifiesta: *“La Hostería Ecológica es un espacio físico diferente que guarda una integración entre el bienestar de los visitantes, el turista con su entorno. La prestación de servicios de calidad sin romper la magia y tranquilidad de la naturaleza sentida en su estado puro, el contacto directo con la flora y fauna del sector”*.

La hostería ecológica ofrece servicios como: hospedaje cómodo y seguro en una infraestructura local con materiales de la zona como es guadua, hoja de pambil, vigas de madera entre otros. La gastronomía única y diferente que brinda la zona, en presentaciones exóticas y llamativas que incentivan el paladar de los visitantes. Los servicios como recorridos en la montaña que busca interiorizar el concepto de turismo responsable y sostenible en la parroquia de Lita.

### 2.3.3. La Estrategia de la Hostería Ecológica

(BONIFACE, Priscila, (2008), Elementos de turismo, pág.32). Presenta las estrategias de la hostería ecológica.

- **Visión:** es el horizonte estratégico de la hostería ecológica, que busca este emprendimiento en un horizonte de tiempo fijado por los inversionistas del proyecto.
- **Misión:** describe de manera detallada la razón de ser de este negocio, los hitos de calidad que va a marcar la iniciativa de un mejoramiento.

### 2.4. La Administración

Según, JONES Gareth R., (2010). Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones, pág.5. Manifiesta: *“La administración es la planeación, organización, dirección*

*y control de los recursos humanos y de otra clase, para alcanzar las metas de la organización con eficiencia y eficacia”.*

La Administración consiste en manejar de manera adecuada los recursos de la empresa, para poder conseguir un crecimiento empresarial dentro de un mercado competitivo.

#### **2.4.1. Objetivos de la Administración**

Según (JONES Gareth R., (2010). Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones, pàg.13). Señala los objetivos de la administración:

- Alcanza de forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social donde se plantean planes de desarrollo.
- Conseguir de manera eficiente las metas con el con el mínimo de sus recursos
- Permite a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios de calidad tomando en cuenta que el principal factor son los clientes.
- El objetivo principal de la Administración es aprovechar los recursos que posee la empresa para lograrlo de una manera eficiente y eficaz.

## 2.4.2. Proceso Administrativo

Según KOONTZ, (2007) Harold, Elementos de la Administración, pág. 4. Dice: *“El conjunto de fases o etapas sucesivas a través de las cuales se efectúa la administración, mismas que se interrelacionan y forman un proceso integral”*.

El Proceso Administrativo es el conjunto de pasos, etapas en acciones interrelacionadas e interdependientes que conforman la función de la administración e involucra diferentes actividades tendientes a la consecución de un fin, a través del uso óptimo de recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos.

### **El proceso administrativo presenta las siguientes fases:**

Según (KOONTZ, (2007) Harold, Elementos de la Administración, pág.9). Presenta las fases del proceso administrativo.

- **Planeación.-** Planear incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, requiere la toma de decisiones, es decir, elegir proyecto de acción futuros de entre alternativas
- **Organización.-** Es la función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, físicos, información y otros que se necesiten para alcanzar las metas.
- **Integración.-** Requiere mantener cubierta las posiciones en la estructura de la organización. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo volver a inventariar a las personas disponibles, y reclutar, seleccionar, colocar, promover, evaluar y planear las carreras.



- **Dirección.-** Es la función de administrar los recursos de la microempresa por parte de los administradores demostrando su eficiencia y responsabilidad en sus funciones.
- **Control.-** Es el proceso de vigilar las actividades con el fin de asegurarnos que se realicen conforme a los planes y se corrijan las desviaciones importantes.

### 2.4.3. Planificación Estratégica

Para HINDLE Tim (2008), Management, pág. 207. Manifiesta: *“La planificación estratégica es la articulación de objetivos a largo plazo y la adjudicación de los recursos necesarios para lograr tales objetivos”*.

Según AMARU, Antonio C. (2009), Fundamentos de Administración, pág. 183. Afirma: *“Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”*.

La Planificación Estratégica representa el planteamiento de objetivos que la empresa desea alcanzar en el transcurso del desarrollo de las actividades.

### 2.4.4. Objetivos de la Planificación Estratégica

(AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración, pág.189). Presenta los Objetivos Estratégicos se entienden como los propósitos que pretende lograr el Equipo Directivo en el período para el cual ha formulado su Plan de Desarrollo.

- **Posicionamiento en el Mercado:** Aplicar las estrategias necesarias para lograr una permanencia a largo plazo en el mercado.

- **Rentabilidad:** Dirigir su acción prioritariamente al incremento de utilidades de la organización a través de negociaciones que permitan que el servicio o producto tenga acogida en los principales mercado.
- **Sostenibilidad Financiera:** Se debe adelantar las gestiones administrativas necesarias que conduzcan a garantizar la sostenibilidad y confiabilidad de la información contable.

#### 2.4.5. Misión

Según WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007). Administración Estratégica y Política de Negocios, Pág. 12. Dice: *“La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”*.

La Misión está encaminada a la razón de ser de la empresa es decir a quien va dirigido el producto o servicio de calidad la finalidad de la misión es conservar la imagen ante la sociedad en general.

#### 2.4.6. Visión

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007), Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia, pág. 21. Expresa: *“la visión de la empresa nos indica cuál es la meta que ella persigue a largo plazo; incluye la forma en que se piensa a sí misma en la actualidad y en el futuro.”*

Según FRIEND, Graham. (2008). Plan de Negocios, pág. 4. Describe: *“En la visión se redacta lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz”*.

La Visión está basada en lo que la empresa desea alcanzar en el futuro a través de la aplicación de buenos procedimientos que permitan obtener buenos resultados para conseguir las metas.

## **2.5. Aspecto del Mercado**

### **2.5.1. Estudio de Mercado**

Para, NASSIR, S. Chaín. (2007), *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*, pág. 54. Menciona: *“El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”*.

KOTLER, Philp; ARMSTRONG, Gary (2009), *Principios de Marketing*, pág. 5. Expresan: *“Una filosofía de dirección del mercado según el cual logra metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores”*.

El Estudio de Mercado consiste en realizar un análisis tanto de los productos como de los servicios para conocer su comportamiento en la oferta y la demanda, además analizar la competencia que tiene que enfrentar como también las estrategias que se debe aplicar para conseguir un mercado.

### **2.5.2. Mercado Meta**

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007), *Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia*, pág. 30. Expresa: *“Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”*.

El Mercado Meta es un grupo de personas al cual está destinado el producto y servicio que la empresa está por lanzar al mercado, para ello se analiza si cumplen con las características necesarias para la adquisición del producto.

### **2.5.3. El Producto**

JANY CASTRO José Nicolás, (2009), Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, pág.296. Manifiesta: *El productos son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que denota status, gusto, posición, logros y aspiraciones.*

El Producto es un bien o servicio que se ofrece en el mercado para el consumo y satisfacción de los consumidores, que día a día sienten la necesidad de adquisición de productos tangibles e intangibles.

### **2.5.4. Oferta**

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007), Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, pág. 50. Manifiesta: *“La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado.*

La Oferta está representada por un grupo de personas quienes se dedican a la producción y comercialización de bienes o servicios a un determinado precio establecido por el mercado como también a través del análisis del costo de producción.

### **2.5.5. Demanda**

KOTLER Philip, (2008), Principios de Marketing, pág. 217. Manifiesta *“La demanda del mercado para un producto es el volumen total que se adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico”.*

La Demanda lo representa el mercado consumidor que está dispuesto adquirir un bien o servicios dependiendo sus necesidades y las características que necesiten en el producto.

### **2.5.6. Precio**

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010), Administración de Pequeñas Empresas, pág. 171. Manifiesta: *El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. A demás en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas.*

El Precio es el valor que se le da a un producto para remplazar su costo de producción, el mismo está basado en el mercado competidor como también se basa en la temporada en donde los precios pueden subir o bajar

Las decisiones sobre precio son de una importancia capital en la estrategia de marketing tanto para las de consumo como para servicios. Los principios de fijación de precios y prácticas de los servicios tienden a basarse en principios y prácticas utilizadas en los precios de los bienes. Como ocurre con los bienes, es difícil hacer generalizaciones sobre los precios. Hay tanta diversidad en el sector servicios como en el sector bienes.

### **2.5.7. Promoción**

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007), Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia, pág. 59. Expresa: *“Es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de*

*imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados”.*

Los autores STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J. (2007), Fundamentos de Marketing, pág. 506. Citan: *“Como todos los esfuerzos personales e impersonales de un vendedor o representante del vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo”.*

La Promoción es una técnica de mercadotecnia que se aplica en el lanzamiento de un producto para inducir rápidamente al mercado consumidor como también incrementar el porcentaje de ventas mensuales.

#### **2.5.8. Plaza**

KOTLER, Philip, ARMSTRONG, Gary, (2008), Principios de Marketing, pág. 471. Afirma *“La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.”*

Todas las organizaciones, ya sea que produzcan bienes tangibles o intangibles, tienen interés en las decisiones sobre la plaza (también llamada canal, sitio, entrega, distribución, ubicación o cobertura). Es decir, cómo ponen a disposición de los usuarios las ofertas y las hacen accesibles a ellos. La plaza es un elemento de la mezcla del marketing que ha recibido poca atención en lo referente a los servicios debido a que siempre se la ha tratado como algo relativo a movimiento de elementos físicos.

### **2.6. Aspectos Técnicos**

#### **2.6.1. La Macrolocalización**

Según FLORES U. Juan A. (2007), Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, pag.49. Afirma: *“El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la Macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.”*

La Macrolocalización es un método indispensable donde se selecciona alternativas más conveniente para el desarrollo del proyecto, de la selección dependerá que el proyecto tenga éxito o no.

### **2.6.2. La Microlocalización**

Según FLORES U. Juan A. (2007), Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Pág. 50. Afirma: *“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes.”*

Dentro de la Microlocalización se considera los factores del sector para poder designar el lugar en donde se llevara a cabo su desarrollo además se realiza un breve análisis a cada factor que presente para conocer si es beneficioso para el proyecto.

### **2.6.3. Ingeniería del Proyecto**

Para los autores SAPAG, CH. Nassir, (2008), Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, pág. 144. . Manifiesta: *“Es el que ayuda 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”.*

La Ingeniería del Proyecto consiste en dar a conocer la manera de utilización de los recursos disponibles que tiene la empresa para realizar la transformación de los productos en un proceso terminado.

## **2.7. Aspectos Contables**

### **2.7.1. La Contabilidad**

Para BRAVO VALDIVIESO Mercedes, (2009), Contabilidad General, pág.3. Afirma: *“Es la ciencia el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”*.

Para el Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), Contabilidad general, pág. 62. . Afirma: *“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”*.

La Contabilidad tiene por finalidad determinar la situación de la empresa en su comienzo, controlar las variaciones que se van produciendo a lo largo del ejercicio económico y determinar, así mismo, el resultado del período y la situación de la empresa al final del ejercicio.

### **2.7.2. Características**

(BRAVO VALDIVIESO Mercedes, (2009), Contabilidad General, pág.8).  
Presenta las características más importantes de la contabilidad.

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.



- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a Ley.
- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la empresa.

### **2.7.3. Objetivos**

(BRAVO VALDIVIESO Mercedes, (2009), Contabilidad General, pàg.13).Manifiesta los objetivos que persigue la contabilidad en una empresa.

- Proporciona la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.
- Permite un conocimiento e interpretación adecuado a los usuarios de la información.
- Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en periodos contables.
- Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa.

Controlar eficientemente las actividades financieras de la empresa

#### **2.7.4. Libros Utilizados en la Contabilidad**

(ZAPATA, S. Pedro. (2008), Contabilidad general. pàg.68). Da a conocer los libros que son utilizados en la contabilidad.

- **Diario General:** El diario general es un libro contable donde se recogen, día a día los hechos económicos de una empresa. La anotación de un hecho económico en el libro diario se llama asiento, es decir en él se registra todas las transacciones realizadas por una empresa.
- **Mayor General:** Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que movilizan la organización de sus activos, pasivos y patrimonio, para que estos registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado.
- **Balance de Comprobación:** Es un documento contable elaborado por el empresario que le permite hacerse una idea sobre la situación de su empresa, y las operaciones realizadas en el

periodo, su objetivo es comprobar que no existe asientos descuadrados en la contabilidad.

## **2.8.Estados Financieros**

### **2.8.1. Estado de Resultados**

Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), Contabilidad general, pág. 306 Expone que: *“Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.”*

Para GITMAN, Laurence J. (2007), Principios de Administración financiera, pág. 41. Afirma: *“El balance de Resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico.”*

El Estado de Resultados es un informe financiero que detalla la situación económica de la empresa dando lugar a que se tomen precauciones para evitar una pérdida total de la inversión.

### **2.8.2. Flujo del Efectivo**

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008), Manual para la Creación de Empresas, Pág. 45. Afirma: *“El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado.”*

GITMAN Laurence (2007), Principios de Administración financiera, pág. 60. Expresa: *“Proporciona un resumen de los flujos de efectivo operativos, de inversión y de financiamiento de la empresa, y los reconcilia con los cambios en el efectivo y los valores negociables de la empresa durante el periodo”.*

El Estado de Flujo de Caja consiste en detallar las entradas y salidas de efectivo que son ejecutadas durante un tiempo de la empresa con el propósito de conocer un resultado que permitirá tomar decisiones a futuro.

### **2.8.3. Balance General**

ZAPATA S. Pedro, (2007), Contabilidad General, pág. 74. Expresa: *“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 dado.”*

El Balance General es un informe financiero que consiste en presentar una información de la empresa al día en donde se detalla todos los movimientos que realiza durante su vida contable.

## **2.9. Indicadores Financieros**

### **2.9.1. Valor Actual Neto**

Según SAPAG Nassir (2008), Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, pág. 321. Manifiesta: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”.*

El Valor Actual Neto es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un proyecto, es decir consiste en descontar al momento actual todos los flujos de caja futuro del proyecto.

### **2.9.2. Tasa Interna de Retorno**

Según, FONTAINE R. Ernesto, (2008), Evaluación Social de Proyectos, pág.100. Manifiesta: *“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero.”*

Para, DÍAZ M. Ángel. (2008), Administración de Empresas, pág. 174. Afirma: *“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados.”*

La Tasa Interna de Retorno se encarga de la evaluación del proyecto en donde determina si existe o no rentabilidad durante el período de vida del proyecto, es importante que la tasa interna de retorno sea mayor que la tasa de redescuento.

### **2.9.3. Beneficio Costo**

El escritor SAPAG, CH. Nassir (2007), Proyectos de Inversión, Pág. 256. Manifiesta que: *“Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”*..

La relación Beneficio-Costo, determina las cantidades que compone los ingresos que son valorados como beneficios y las cantidades que representan los egresos conocidos como costos.

### **2.9.4. Período de Recuperación**

Según, FLORES U. Juan A. (2007), Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, pág. 119. Expresa: *“Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.”*

El Período de Recuperación ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa.

### **2.9.5. Punto de Equilibrio**

ACHING, Guzmán C. (2007). Expone, guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia, pág. 197. Menciona: *“Permite calcular la cuota inferior o*

*mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”.*

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007), Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, pág. 85. Manifiesta: *“El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total”.*

El Punto de Equilibrio mide el grado de los ingresos y egresos que están generando las actividades, el mismo que ayudará a conocer si la empresa se encuentra en un nivel estable o si necesita tomar decisiones que le permitan mejorar.

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1. PRESENTACIÓN**

En la actualidad, no cabe duda que el turismo se ha convertido en un pilar clave para el desarrollo económico de nuestro país. En sí mismo, constituye un fenómeno económico y social complejo cuya variada gama de productos y servicios afecta a muchas ramas económicas en los diferentes entornos donde opera.

Sabiendo que las reglas del mercado que rigen la actividad turística, se basan en un equilibrio entre la oferta y la demanda, actuando el precio como factor de ajuste, es evidente que a mayor indiferenciación el precio adquiere mayor protagonismo.

El mercado turístico es donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios turísticos. La calidad turística depende de muchos factores, tangibles e intangibles, relacionados con los destinos y empresas turísticas.

El turismo es una actividad económica compleja con rasgos definitorios singulares y marcados. Esta complejidad dificulta su estudio y la comprensión de los cambios que está experimentando.

El estudio de mercado aplicado al sector turístico, tiene como finalidad cuantificar y cualificar la demanda y oferta, que permitan definir los aspectos que se deberá, tomar en cuenta para brindar un servicio de calidad y calidez, generando una actividad turística rentable en la Parroquia de Lita.

## **3.2. Objetivos**

### **3.2.1. Objetivo General**

Determinar la aceptación de los servicios, que brindará la hostería ecológica en la Parroquia de Lita.

### **3.2.2. Objetivos Específicos**

- Analizar la demanda de servicios turísticos en la Parroquia de Lita.
- Conocer la oferta de servicios turísticos, que existe dentro del área de influencia del proyecto.
- Establecer los precios de los servicios turísticos en el sector de estudio.
- Diseñar estrategias comerciales que permitan fortalecer el turismo en la parroquia.

## **3.3. Variables**

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias comerciales

## **3.4. Indicadores**

### **3.4.1. Demanda**

- Lugar de origen
- Motivo de visita
- Atractivos turísticos
- Conocimiento de hostería ecológica
- Tipo de actividad



- Existencia de hosterías
- Aceptabilidad de la hostería
- Forma de acudir al servicio
- Frecuencia de visita
- Preferencia del servicio
- Permanencia en el lugar

#### **3.4.2. Oferta**

- Tiempo en la actividad
- Rentabilidad de la actividad
- Días de mayor oferta
- Tipo de servicios
- Tipo de turistas
- Políticas del establecimiento
- Capacidad instalada
- Requisitos

#### **3.4.3. Precio**

- Nivel de precios
- Determinación del precio
- Materia prima
- Precios de la competencia

#### **3.4.4. Estrategias Comerciales**

- Servicio
- Precio
- Plaza
- Publicidad

### **3.5. Matriz de Relación del Estudio de Mercado**

**CUADRO No. 17 MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO**

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica	Informante
Analizar la demanda de servicios turísticos en la Parroquia de Lita.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lugar de origen</li> <li>• Motivo de visita</li> <li>• Atractivos turísticos</li> <li>• Conocimiento de hostería ecológica</li> <li>• Tipo de actividad</li> <li>• Existencia de hosterías</li> <li>• Aceptabilidad de la hostería</li> <li>• Forma de acudir al servicio</li> <li>• Frecuencia de visita</li> <li>• Preferencia del servicio</li> <li>• Permanencia en el lugar</li> </ul>	Primaria	Encuesta	Turistas
Conocer la oferta de servicios turísticos, que existe dentro del área de influencia del proyecto.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo en la actividad</li> <li>• Rentabilidad de la actividad</li> <li>• Días de mayor oferta</li> <li>• Tipo de servicios</li> <li>• Tipo de turistas</li> <li>• Políticas del establecimiento</li> <li>• Capacidad instalada</li> <li>• Requisitos</li> </ul>	Primaria	Encuesta Observación directa	Competencia
Establecer los precios de los servicios turísticos en el sector de estudio.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nivel de precios</li> <li>• Determinación del precio</li> <li>• Materia prima</li> <li>• Precios de la competencia</li> </ul>	Primaria	Encuesta Observación directa	Turistas Competencia
Diseñar estrategias comerciales que permitan fortalecer el turismo en la parroquia.	Estrategias comerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio</li> <li>• Precio</li> <li>• Plaza</li> <li>• Publicidad</li> </ul>	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliografía	Turistas Competencia Documental

Elaborado por: El autor

### 3.6. Mecánica Operativa del Estudio

Para efectuar el diagnóstico correctamente se desarrolló en siguiente procedimiento.

#### 3.6.1. Identificación de la población en estudio

La primera población objeto de estudio, son los turistas que visitan el Cantón Ibarra, siendo 121.178 turistas en promedio al año, (dato proporcionado por Ministerio de Turismo), que efectúan actividades de turismo como: recreación, gastronomía, aventura, y alojamiento, las mismas que están relacionadas al turismo que propone la presente propuesta.

La segunda población a investigar, son 6 establecimientos turísticos de la parroquia de Lita que brindan servicios similares a los propuestos por el proyecto, (dato proporcionado por el ministerio de turismo y verificado a través de observación directa).

#### 3.6.2. Muestra

Considerando que la población de turistas a estudiar es significativa, se decidió aplicar el muestreo, utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 d^2 N}{(e)^2 (N - 1) + Z^2 d^2}$$

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

d<sup>2</sup> = Varianza 0,25

Z<sup>2</sup>= Nivel de Confianza

**Datos:**

N = 121.178

$d^2 = 0,25$

Z = 95%    1,96                       $n = \frac{(1,96)^2(0,25)(121.178)}{(0,05)^2(121.178 - 1) + (1,96)^2(0,25)}$

e = 5%

**n= 383**

Aplicando la fórmula, da como muestra a 383 turistas a los que se debe levantar la información.

**3.6.3. Fuente de Información**

Las fuentes de información utilizadas son:

**Información Primaria:**

- **Encuesta:** se la realizó a los turistas que visitan los lugares turísticos del Cantón Ibarra, principalmente de la Parroquia de Lita.

Como también a los dueños o administradores de establecimientos similares o casi similares al propuesto por el proyecto.

- **Observación Directa:** consistió en visitar personalmente los lugares en estudio.

**Información Secundaria:** se la obtuvo de libros, informes estadísticos, documentos del Ministerio de Turismo e internet.

### 3.7. Tabulación y Análisis de la Información

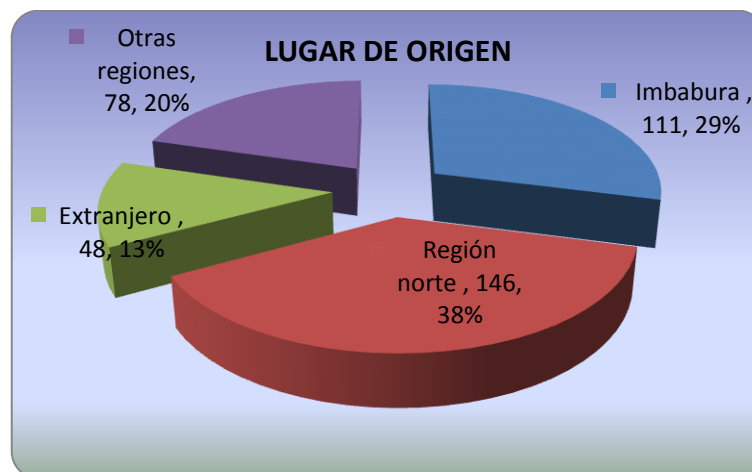
#### 3.7.1. Resultados de la encuesta aplicada a turistas que visitan la Parroquia de Lita

##### 1. ¿Cuál es su lugar de origen?

**CUADRO No. 18 LUGAR DE ORIGEN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Imbabura	111	29
Región norte	146	38
Extranjero	48	13
Otras regiones	78	20
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 6**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

#### **ANÁLISIS:**

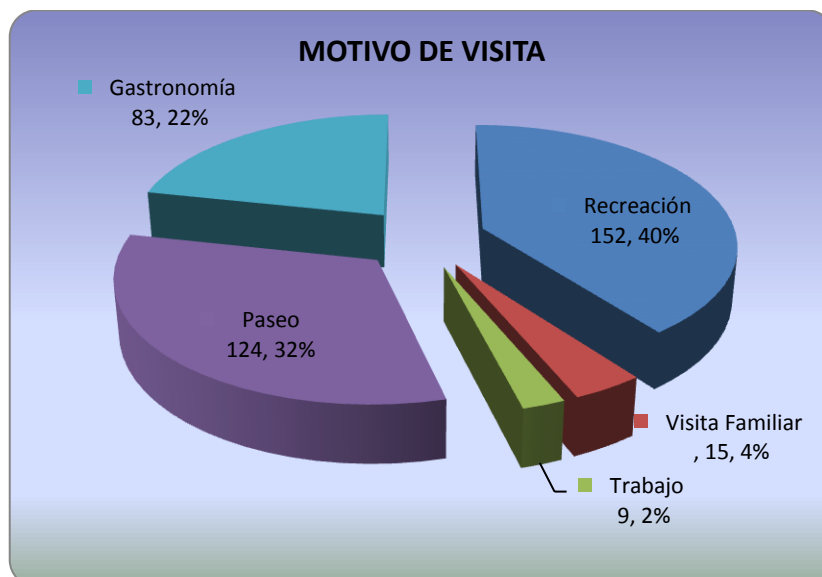
La mayoría de los turistas son de la región norte del país que han despertado un interés por visitar los lugares turísticos de la provincia de Imbabura, seguido también por personas de la provincia de Imbabura quienes han sido los principales forjadores para que se mantenga en crecimiento el turismo en la provincia, al igual existe turistas de otras regiones y extranjeros quienes se dedican a esta actividad.

## 2. ¿Usted visita la parroquia de Lita por motivo de?

**CUADRO No. 19 MOTIVO DE VISITA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Recreación	152	40
Visita Familiar	15	4
Trabajo	9	2
Paseo	124	32
Gastronomía	83	22
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 7**



**Fuente: Turistas**  
**Elaborado por: El autor**

## ANÁLISIS

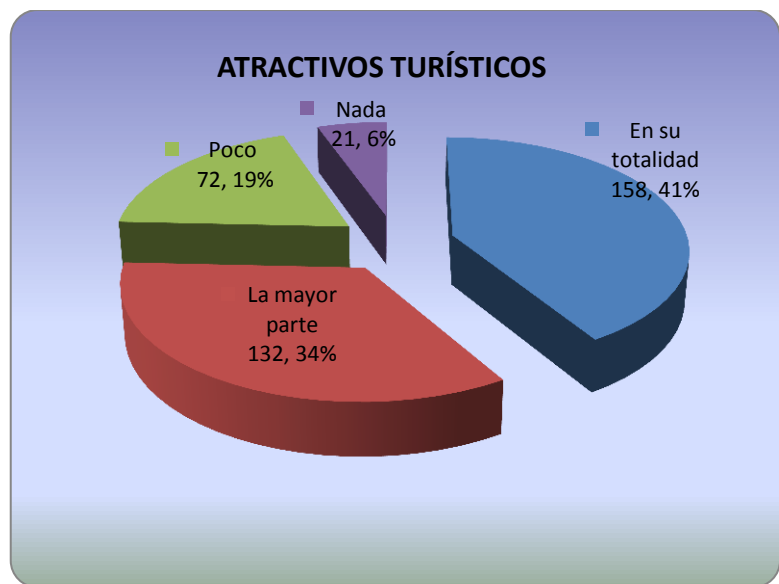
El motivo de visita de los turistas a la parroquia de Lita es por recreación, porque después de una larga jornada de trabajo las personas requieren realizar nuevas actividades que les permita dar un cambio de actividad, también les atrae los paseos que pueden realizar a los distintos lugares que posee la zona y la gastronomía como tercera opción, estas son las actividades que más sobresalen.

**3. ¿Sabía usted que la parroquia de Lita, brinda varios atractivos turísticos?**

**CUADRO No.20 ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
En su totalidad	158	41
La mayor parte	132	34
Poco	72	19
Nada	21	5
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.8**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

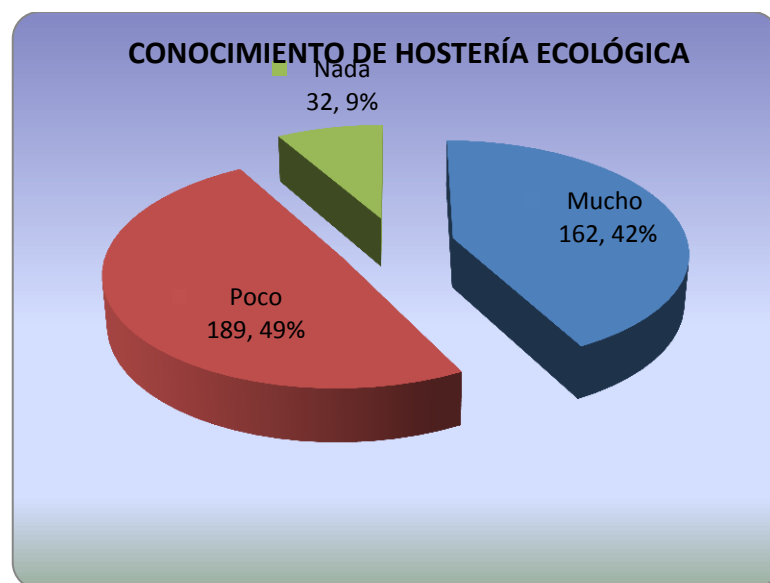
La parroquia de Lita es conocida por los atractivos turísticos que posee así lo confirman la mayor parte de turistas que visitan el lugar para aprovechar las maravillas que la zona brinda, son muy pocos quienes no poseen conocimiento sobre las atracciones de este lugar debido a que existe poca publicidad para dar a conocer el lugar.

#### 4. ¿Conoce usted lo que es una hostería ecológica?

**CUADRO No. 21 CONOCIMIENTO DE HOSTERÍA ECOLÓGICA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Mucho	162	42
Poco	189	49
Nada	32	8
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No.9**



Fuente: Turistas

Elaborado por: El autor

#### **ANÁLISIS:**

Los turistas poseen poco conocimiento sobre el significado de hostería ecológica, los lugares que han visitado no les han proporcionado información sobre este tipo de turismo, nada más se han dedicado a brindar sus propios servicios, también se encontró turista que si conocen de que se trata una hostería ecológica, ya que se han auto informado por cuenta propia para poder distinguir el lugar que van a visitar.

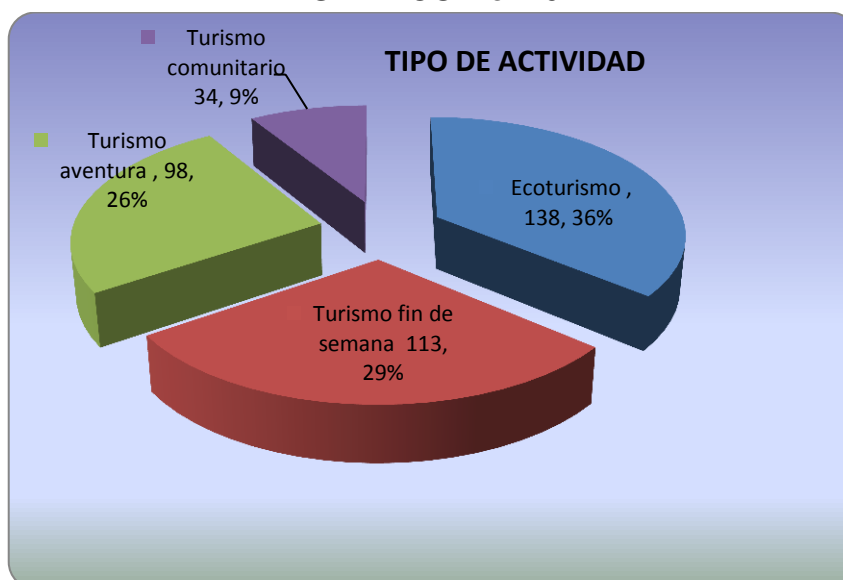


5. ¿Qué tipo de actividad piensa que se puede desarrollar en el lugar?

**CUADRO No. 22 TIPO DE ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Ecoturismo	138	36
Turismo fin de semana	113	30
Turismo aventura	98	26
Turismo comunitario	34	9
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 10**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

## ANÁLISIS

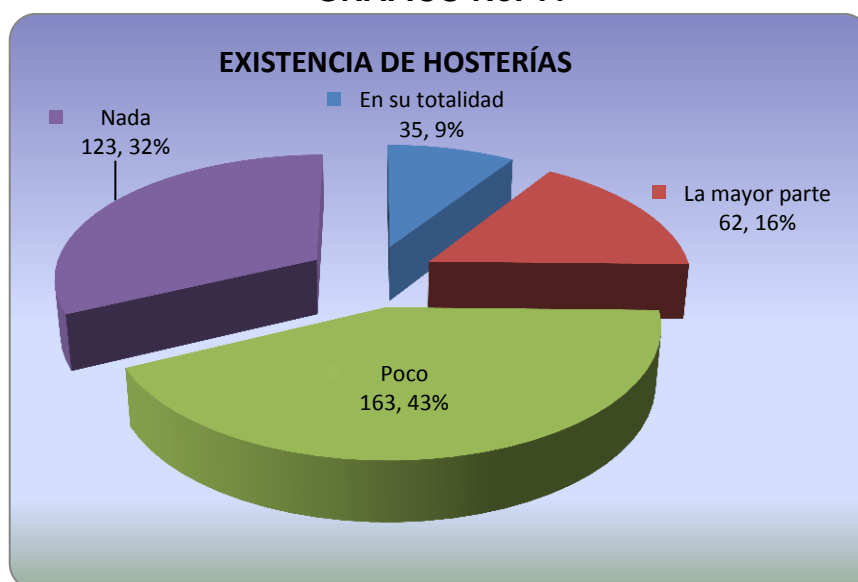
Se considera que la parroquia de Lita es adecuada para realizar la actividad de ecoturismo, ya que es una modalidad de turismo que se basa en la observación y apreciación de la naturaleza o de las culturas tradicionales que habitan en el ambiente natural de la zona, seguido de quienes desean practicar turismo de fin de semana y de aventura.

6. ¿Conoce usted una hostería a nivel local que preste servicios de: alojamiento, restaurante, piscina, sauna, turco e hidromasaje, paseos por senderos, tours por los atractivos de la zona?

**CUADRO No. 23 EXISTENCIA DE HOSTERÍAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
En su totalidad	35	9
La mayor parte	62	16
Poco	163	43
Nada	123	32
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 11**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

## ANÁLISIS

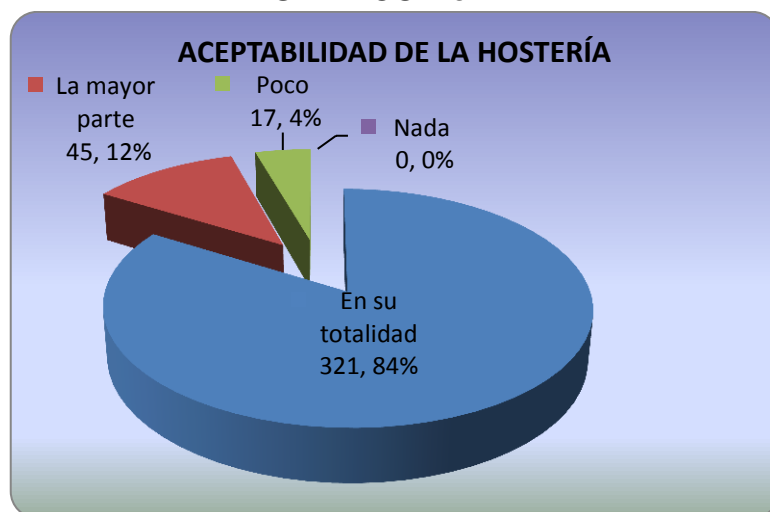
Las hosterías que han visitado no cuentan con todos los servicios que se mencionan, no aplican un mejoramiento para atraer a los turistas, otras de las razones puede ser que no existe una adecuada publicidad que le permita al turista conocer a fondo sobre los servicios que ofrecen.

7. ¿Estaría dispuesto asistir a la hostería ecológica, ubicada en la parroquia de Lita, que preste todos los servicios mencionados anteriormente?

**CUADRO No. 24 ACEPTABILIDAD DE LA HOSTERÍA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
En su totalidad	321	84
La mayor parte	45	12
Poco	17	4
Nada		0
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 12**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

### ANÁLISIS:

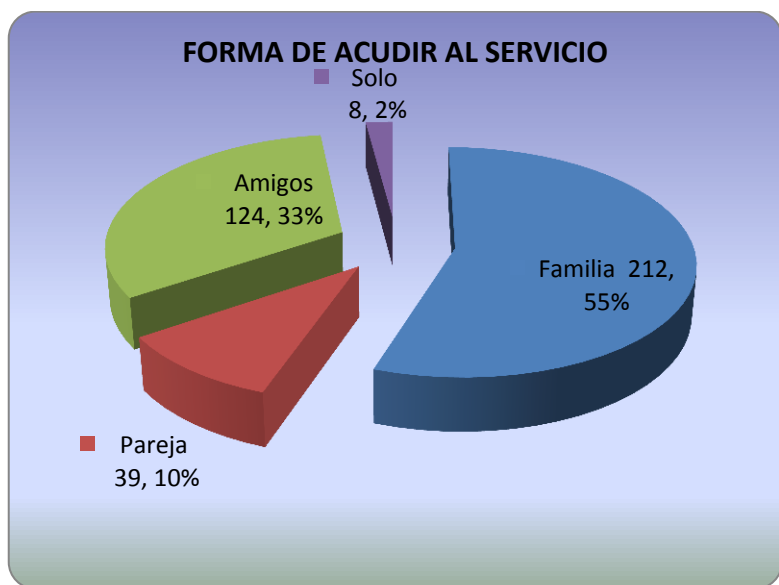
De acuerdo a los resultados se determina que existe una gran aceptación por parte de los turistas para visitar a la nueva hostería ecológica, ubicada en la parroquia de Lita, esto refleja la necesidad de conocer nuevas alternativas de servicios turísticos a los ofertados en la localidad, y mientras que una minoría manifiesta que poco y nada les atrae la nueva propuesta, aspecto que se debe considerar en el diseño de estrategias.

## 8. ¿Con quién acudiría a recibir este tipo de servicio?

**CUADRO No. 25 FORMA DE ACUDIR AL SERVICIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Familia	212	55
Pareja	39	10
Amigos	124	32
Solo	8	2
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 13**



Fuente: Turistas

Elaborado por: El autor

### ANÁLISIS:

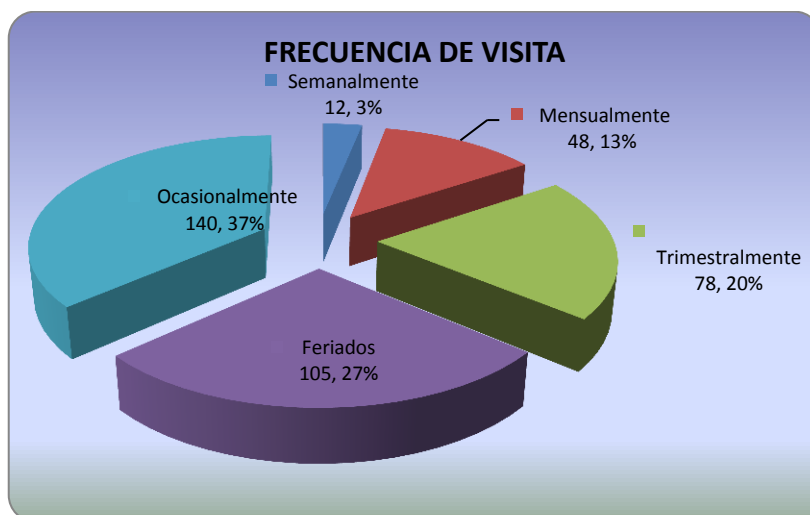
Para visitar los lugares turísticos la mejor opción es en compañía de la familia, amigos y en menor proporción con la pareja o solo. Lo que demuestra que de alguna manera los visitantes llegan al sector, aspectos importantes a tomar en cuenta para la oferta del servicio.

9. Si se creará esta hostería, ¿cada qué tiempo usted y su familia, pareja, compañeros y amigos acudirían?

**CUADRO No. 26 FRECUENCIA DE VISITA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Semanalmente	12	3
Mensualmente	48	13
Trimestralmente	78	20
Ferados	105	27
Ocasionalmente	140	37
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 14**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

## ANÁLISIS

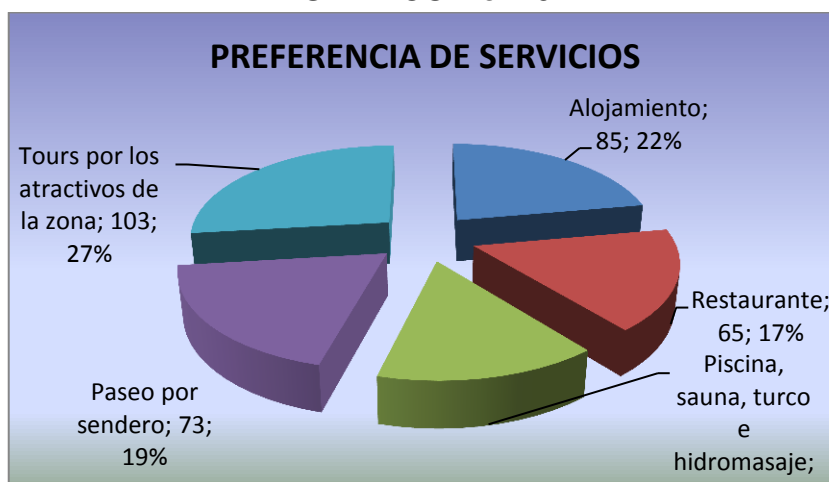
Los turistas en su mayor parte consideran que el tiempo adecuado para visitar el lugar es ocasionalmente porque son momentos que se dispone de mayor tiempo, como también en los feriados donde la mayoría de personas gozan de un periodo de descanso, también es una buena opción cada trimestre el planificar la visita a estos lugares.

10. ¿De los servicios que se ofrecería en la hostería, por cuál se inclinaría usted como turista?

**CUADRO No. 27 PREFERENCIA DEL SERVICIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alojamiento	85	22
Restaurante	65	17
Piscina, sauna, turco e hidromasaje	57	15
Paseo por sendero	73	19
Tours por los atractivos de la zona	103	27
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 15**



Fuente: Turistas

Elaborado por: El autor

## ANÁLISIS

De los servicios que se ofrecerían en la hostería los turistas tiene más tendencia al servicio de tours por atractivos porque el lugar se presta para este servicio, seguido del alojamiento, paseos por senderos, restaurante y piscina, esta preferencia por los servicios debe ser tomada en cuenta para organizar los paquetes turísticos.

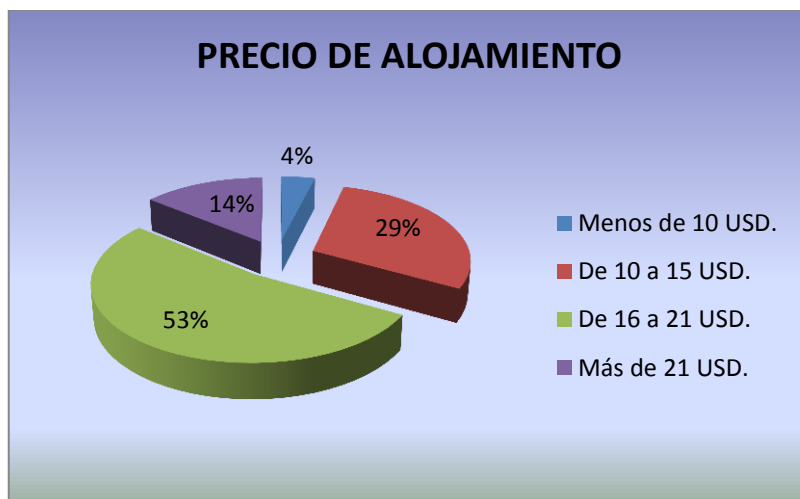
11. De acuerdo a sus ingresos, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar, por los servicios de la hostería ecológica?

a) ALOJAMIENTO

**CUADRO No. 28 PRECIO DE ALOJAMIENTO**

USD	FRECUENCIA	%
Menos de 10 USD.	15	4
De 10 a 15 USD.	112	29
De 16 a 21 USD.	202	53
Más de 21 USD.	54	14
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 16**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

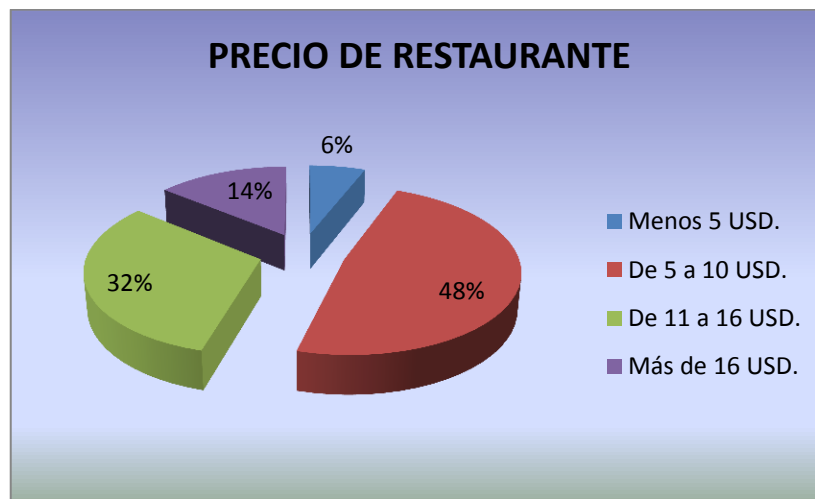
Los turistas están dispuestos a pagar más de 21 USD., porque consideran que los servicios serán de calidad, seguido de 16 a 21 USD., de 10 a 15 USD., consideran que es un precio que está al alcance de la mayoría de visitantes, información fundamental para la fijación de precios y sus respectivos descuentos, donde se debe tomar en cuenta los costos de operación y capacidad de pago del cliente.

## b) RESTAURANTE

**CUADRO No. 29 PRECIO DE RESTAURANTE**

USD	FRECUENCIA	%
Menos 5 USD.	23	6
De 5 a 10 USD.	185	48
De 11 a 16 USD.	121	32
Más de 16 USD.	54	14
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 17**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

### ANÁLISIS:

Para el precio del restaurante manifiestan que depende de los platos típicos que ofrezcan pero están dispuestos a pagar de 5 a 10 USD., seguido por de 11 a 16 USD., y en una minoría menos de 5, porque consideran que es un precio adecuado.

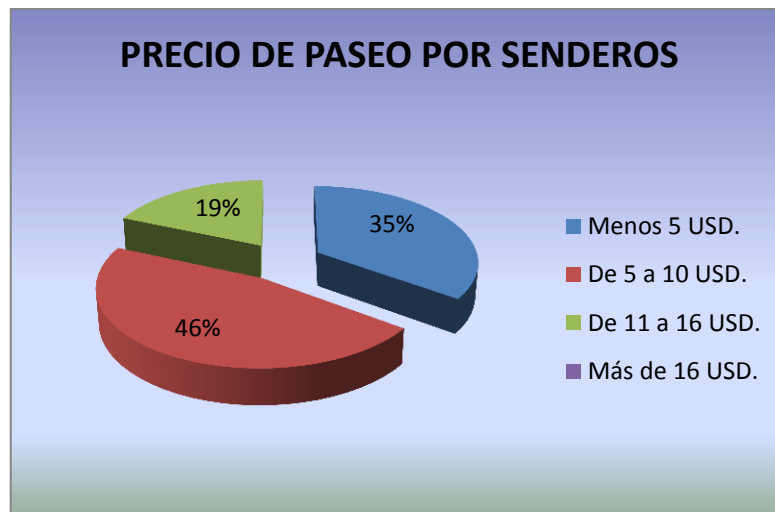
## c) PASEOS POR SENDEROS



### CUADRO No. 30 PASEOS POR SENDEROS

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos 5 USD.	134	35
De 5 a 10 USD.	178	46
De 11 a 16 USD.	71	19
Más de 16 USD.		0
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

GRÁFICO No.18



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

### ANÁLISIS:

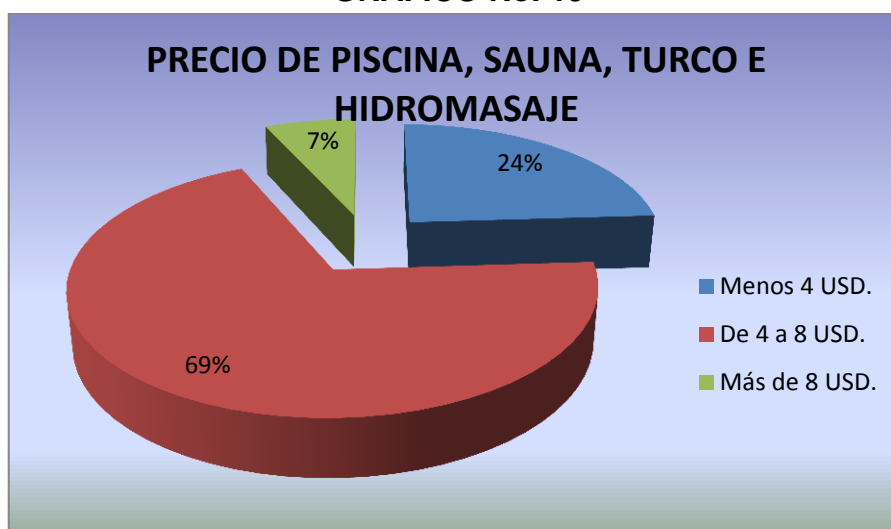
Para el servicio de paseos por los senderos el valor adecuado es de 5 a 10 USD., seguido por menos de 5 USD., este valor comprende servicios secundarios que estarán basados de acuerdo a las preferencias de los turistas al igual que al paquete que ellos escojan y la capacidad de pago.

#### d) PISCINA, SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE

**CUADRO No. 31 PISCINA, SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE**

USD	FRECUENCIA	%
Menos 4 USD.	92	24
De 4 a 8 USD.	265	69
Más de 8 USD.	26	7
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 19**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

#### **ANÁLISIS**

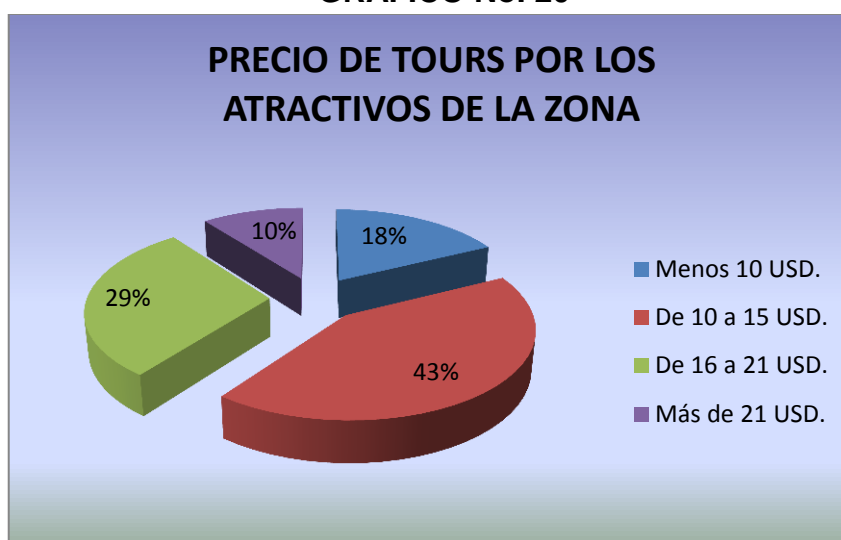
El precio que prefieren para el uso de piscina, sauna, turco e hidromasaje es de 4 a 8 USD., seguido por menos de 4 USD., y en un menor porcentaje más de \$8, información relevante para el establecimiento de los precios de la nueva hostería.

### e) TOURS POR LOS ATRACTIVOS DE LA ZONA

**CUADRO No. 32 TOURS POR LOS ATRACTIVOS DE LA ZONA**

USD	FRECUENCIA	%
Menos 10 USD.	68	18
De 10 a 15 USD.	163	43
De 16 a 21 USD.	112	29
Más de 21 USD.	40	10
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 20**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

### ANÁLISIS:

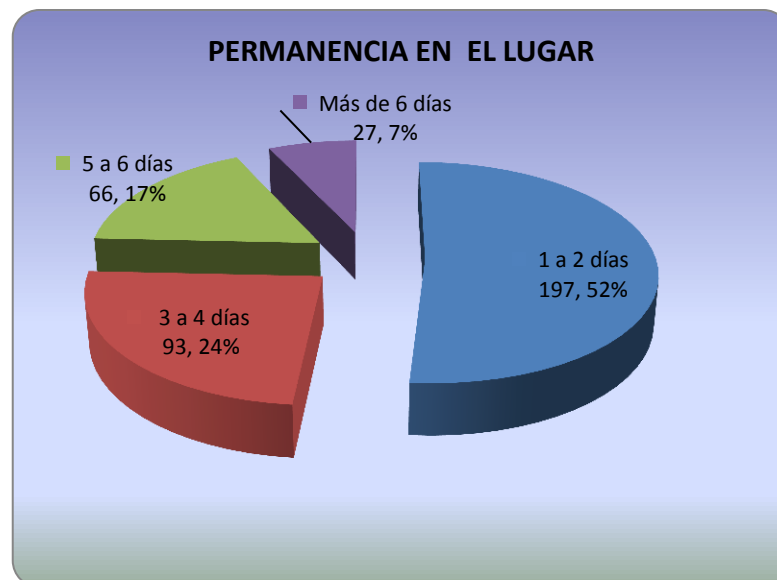
Para el servicio de tours por los atractivos de la zona los precios más idóneos son de 10 a 15 USD., seguido por un valor de \$ 16 a 21 USD., valores que se deben tomar en cuenta para la correcta asignación del precio en la nueva hostería ecológica.

**12. ¿Qué tiempo de permanencia considera que es ideal para visitar un atractivo turístico?**

**CUADRO No. 33 PERMANENCIA EN EL LUGAR**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
1 a 2 días	197	51
3 a 4 días	93	24
5 a 6 días	66	17
Más de 6 días	27	7
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 21**



Fuente: Turistas  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

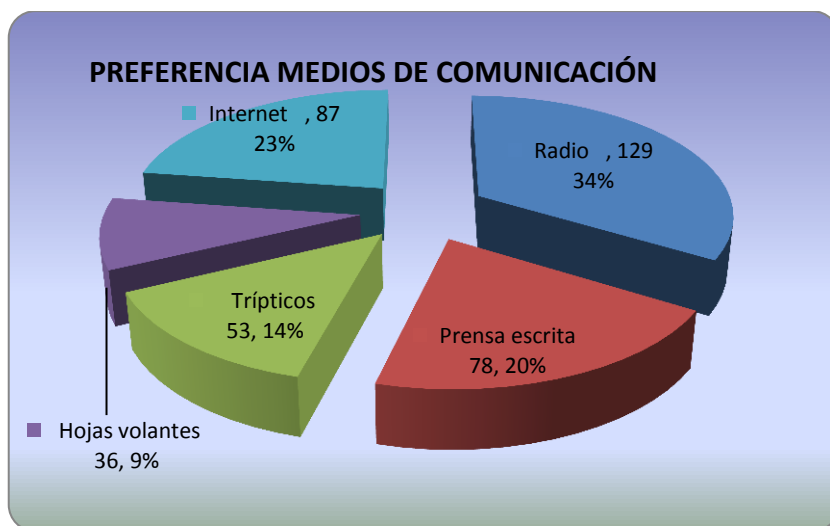
El tiempo de permanencia que ellos tomarían en cuenta para visitar el atractivo turístico es de 1 a 2 días consideran que un tiempo adecuado que les permitirá ocupar los servicios que se brinde, también existe una tendencia de 3 a 4 días, estos datos son importantes para conocer cómo será el movimiento de rotación de los turistas en el lugar.

13. ¿Cuál de los siguientes medios de publicidad es de su preferencia?

**CUADRO No. 34 PREFERENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio y Tv.	129	34
Prensa escrita	78	20
Trípticos	53	14
Hojas volantes	36	9
Internet	87	23
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 22**



**Fuente: Turistas**  
**Elaborado por: El autor**

**ANÁLISIS:**

Los turistas prefieren para informarse sobre los centros turísticos y los servicios que brindan el medio de comunicación radial, seguido por el internet que actualmente tiene mayor cobertura para este tipo de servicios, también consideran que otra de las opciones es la prensa escrita, seguido por trípticos y hojas volantes, información requerida para establecer el medio a través del cual se promocionará la hostería ecológica.

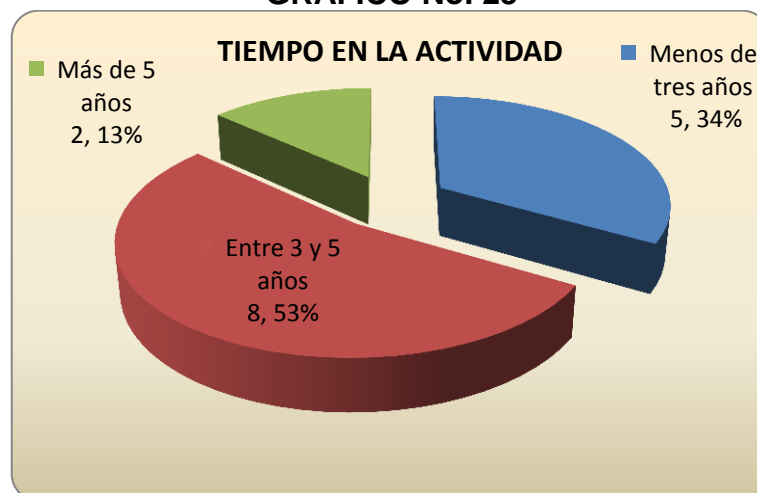
**3.7.2. Resultados de la encuesta aplicada a los dueños y administradores de los establecimientos turísticos de la parroquia de Lita.**

**1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad turística?**

**CUADRO No. 35 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de tres años	2	33
Entre 3 y 5 años	3	53
Más de 5 años	1	13
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 23**



Fuente: Centros turísticos  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

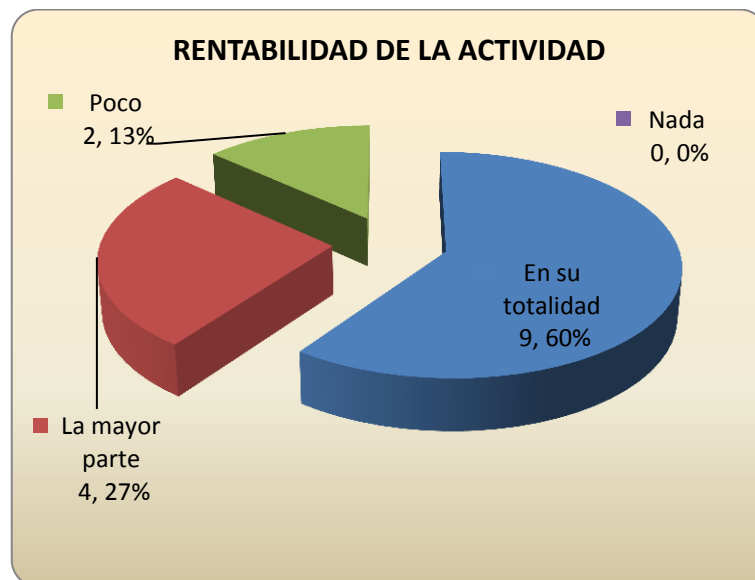
La actividad se la ha realizado entre 3 y 5 años, se decidieron por este negocio porque actualmente se ha visto el crecimiento turístico en la provincia de Imbabura, otros tiene mayor tiempo en la actividad más de 5 años, lo han mantenido porque constantemente se han preocupado por mejorar sus servicios.

2. ¿Con la experiencia que tiene en su negocio, considera que la creación de una hostería en la parroquia de Lita, es una actividad rentable?

**CUADRO No. 36 RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
En su totalidad	3	60
La mayor parte	2	27
Poco	1	13
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 24**



Fuente: Centros turísticos

Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

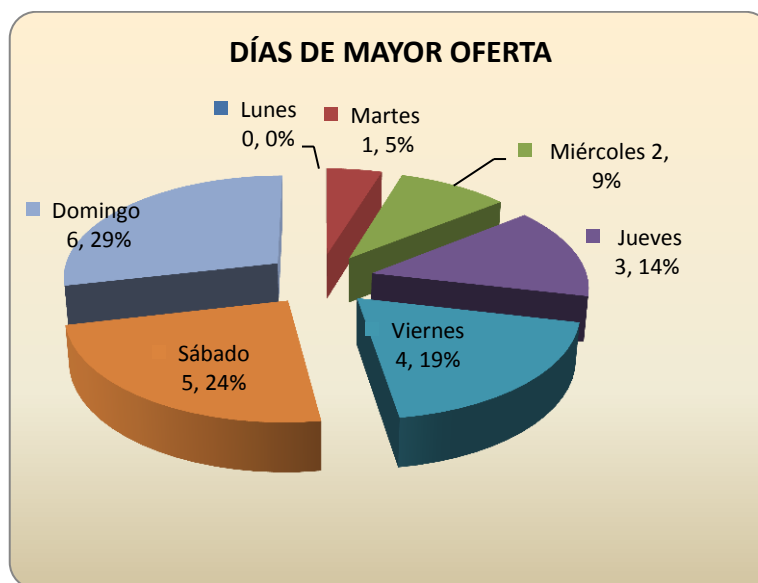
Este tipo de negocio por la acogida en el mercado turístico, presenta grandes expectativas, ya que existe apoyo para promocionar los centros turísticos de cada provincia por tal razón, es una actividad rentable que cada día está en constante crecimiento.

3. ¿Qué días a la semana considera que su establecimiento, oferta el mayor número de servicios a los turistas, de acuerdo a su capacidad de plazas?

**CUADRO No. 37 DÍAS DE MAYOR OFERTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Lunes	0	0
Martes	1	5
Miércoles	2	10
Jueves	3	14
Viernes	4	19
Sábado	5	24
Domingo	6	29
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 25**



Fuente: Centros turísticos

Elaborado por: El autor

### ANÁLISIS:

Es notorio que el día que comienzan los turistas a llegar es a partir del viernes, lo consideran un día apropiado porque es el inicio de fin de semana, donde se disponen a descansar seguido por los demás días donde la concurrencia de turistas es mayor.

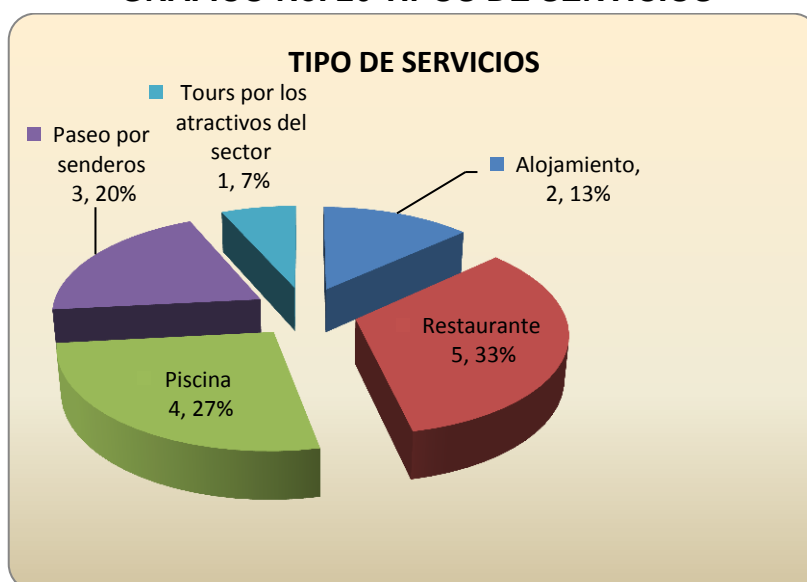


#### 4. ¿Qué servicios prestan a sus clientes?

**CUADRO No. 38 TIPO DE SERVICIOS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Alojamiento	1	13
Restaurante	2	33
Piscina	1	27
Paseo por senderos	1	20
Tours por los atractivos del sector	1	7
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 26 TIPOS DE SERVICIOS**



Fuente: Centros turísticos

Elaborado por: El autor

#### **ANÁLISIS:**

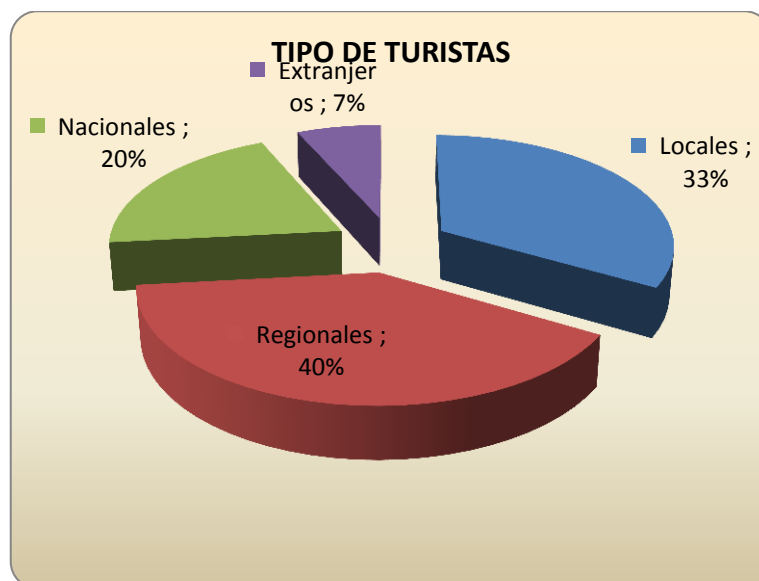
Los servicios que ofertan en los centros turísticos, se han notado una similar igualdad los mismos pretenden mejorar la calidad de cada uno de ellos para atraer a los turistas y poder satisfacer su expectativas para poder seguir desarrollándose como uno de los mejores destinos turísticos de la provincia.

## 5. ¿Qué tipo de turistas recibe usted?

**CUADRO No. 39 TIPO DE TURISTAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Locales	2	33
Regionales	2	40
Nacionales	1	20
Extranjeros	1	7
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 27**



Fuente: Centros turísticos  
Elaborado por: El autor

### ANÁLISIS:

La mayor parte de turistas que reciben los centros turísticos ya existentes en la parroquia de Lita son regionales de las distintas ciudades quienes visitan estos tipos de centros, donde se brindan servicios de distracción, al igual se cuenta con la presencia de turistas locales.

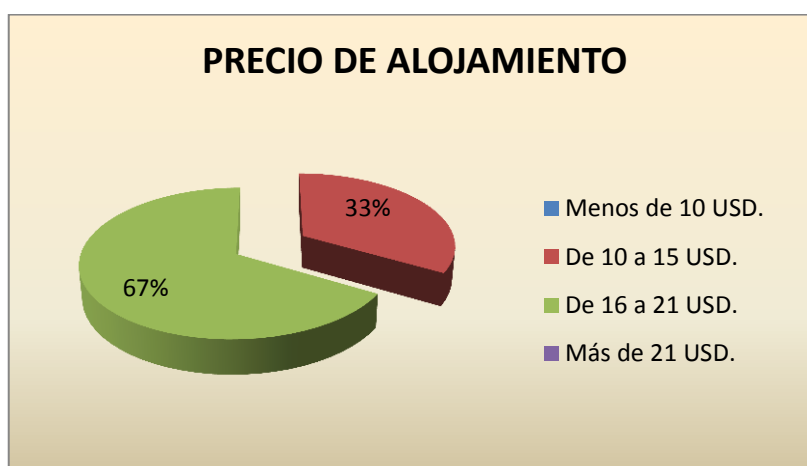
## 6. ¿Qué precios ha fijado para los servicios antes mencionados?

### a) ALOJAMIENTO

**CUADRO No. 40 PRECIO DE ALOJAMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 10 USD.	0	0
De 10 a 15 USD.	5	33
De 16 a 21 USD.	10	67
Más de 21 USD.	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 28**



Fuente: Centros turísticos

Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

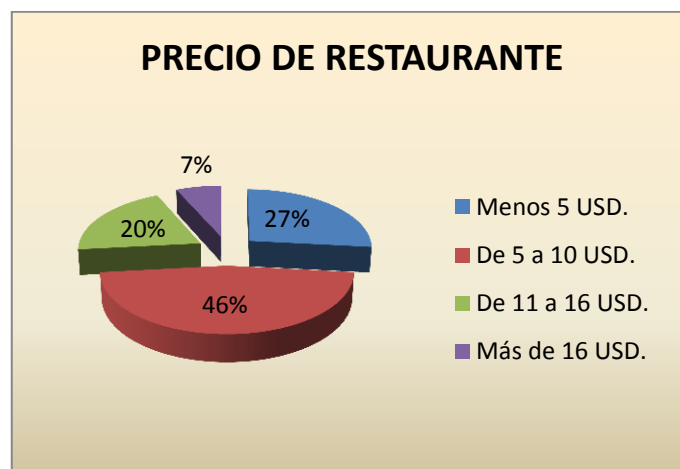
Para el servicio de alojamiento han designado un valor de 16 a 21 USD., para establecer este costo se han tomado en cuenta la calidad de presentación que conforman el servicio.

## b) RESTAURANTE

**CUADRO No. 41 PRECIO DE RESTAURANTE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos 5 USD.	4	27
De 5 a 10 USD.	7	47
De 11 a 16 USD.	3	20
Más de 16 USD.	1	7
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 29**



Fuente: Centros turísticos  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

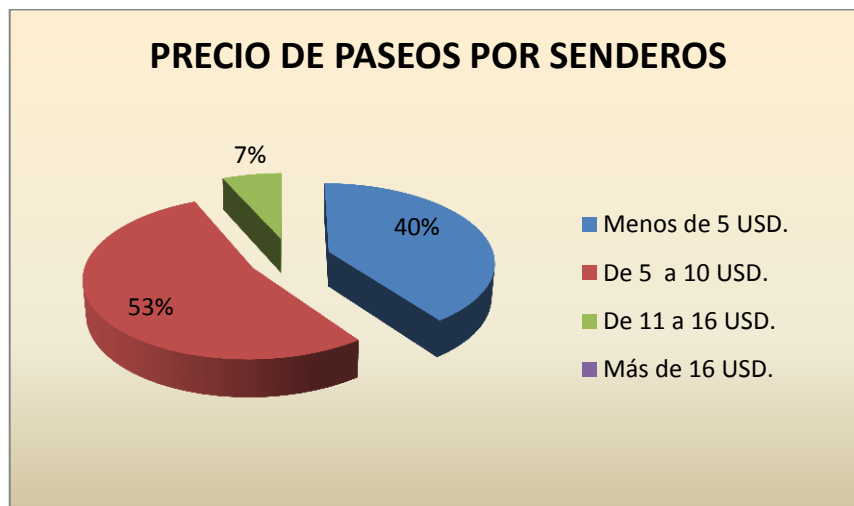
La base para el precio del menú es de 5 a 10 USD., también depende del plato que el cliente desea consumir, a este servicio se le proporciona un valor agregado que consiste en la calidad del producto, con el que es preparado cada menú.

### c) PASEOS POR SENDEROS

**CUADRO No. 42 PRECIO DE PASEOS POR SENDEROS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 5 USD.	6	40
De 5 a 10 USD.	8	53
De 11 a 16 USD.	1	7
Más de 16 USD.		0
<b>TOTAL</b>	15	100

**GRÁFICO No. 30**



Fuente: Centros turísticos

Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

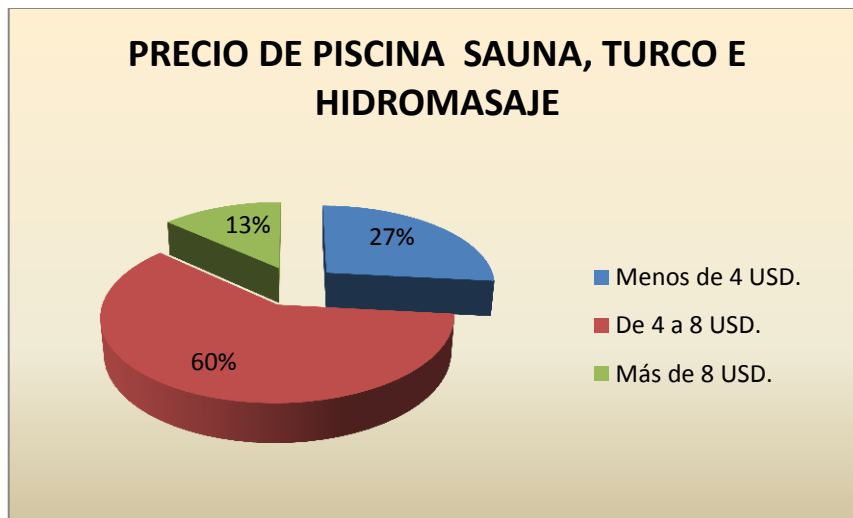
El costo del servicio por la actividad de paseos por los senderos es de 5 a 10 USD., y menos de 5 USD., esto depende mucho del tipo de centro turístico que visiten porque cada uno presenta diferentes precios.

**d) PISCINA, SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE**

**CUADRO No. 43 PISCINA, SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 4 USD.	4	27
De 4 a 8 USD.	9	60
Más de 8 USD.	2	13
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 31**



Fuente: Centros turísticos  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

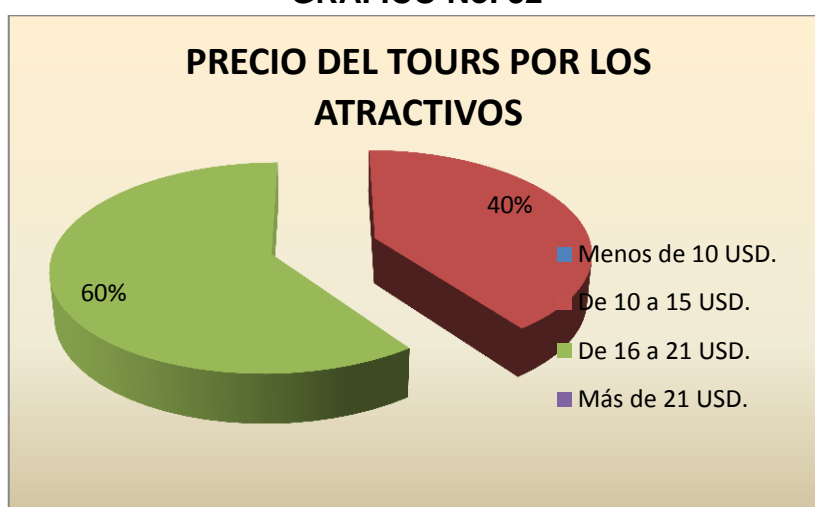
El valor de la utilización del servicio de piscina, sauna, turco e hidromasaje es de 4 a 8 USD., este valor esta designado de acuerdo a la competencia y las posibilidades de cada turista, ya que estos centros son visitados por personas de diferentes condiciones económicas.

### e) TOURS POR LOS ATRACTIVOS DE LA ZONA

**CUADRO No. 44 TOURS POR LOS ATRACTIVOS DE LA ZONA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 10 USD.		
De 10 a 15 USD.	6	40
De 16 a 21 USD.	9	60
Más de 21 USD.		
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 32**



Fuente: Centros turísticos  
Elaborado por: El autor

### **ANÁLISIS:**

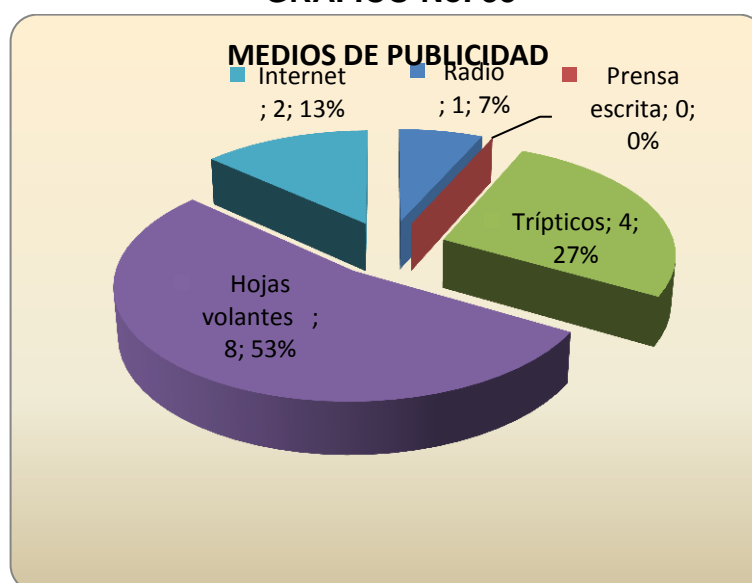
Para este tipo de servicio el precio que han establecido es de 16 a 21 USD., y 10 a 15 USD., cada uno lo realiza en base a los servicios adicionales que cada uno utiliza para la actividad.

7. ¿Cuáles medios de publicidad utiliza para que su negocio se dé a conocer en el mercado?

**CUADRO No. 45 MEDIOS DE PUBLICIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio y Tv	1	7
Prensa escrita	0	0
Trípticos	1	27
Hojas volantes	3	53
Internet	1	13
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100</b>

**GRÁFICO No. 33**



Fuente: Centros turísticos

Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

Tiene distintas preferencias para realizar la promoción de su centro turístico, pero el medio publicitario que más utilizan son las hojas volantes porque su costo es más razonable que permite repartir en cualquier lugar dando a conocer su servicio, también utilizan la realización de trípticos donde le detallan al turista los aspectos más importantes del lugar que visita.

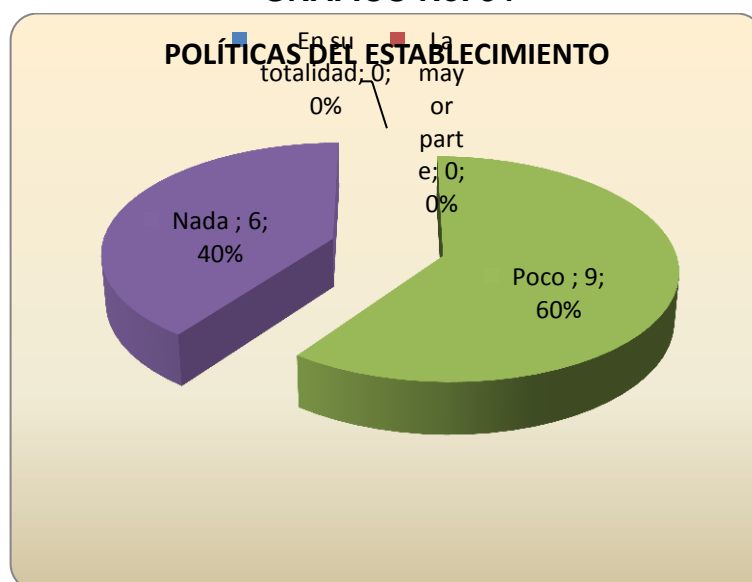


8. ¿Su establecimiento turístico cuenta con políticas para cuidar el medio ambiente?

**CUADRO No. 46 POLÍTICAS DEL ESTABLECIMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
En su totalidad	0	0
La mayor parte	0	0
Poco	4	60
Nada	2	40
<b>TOTAL</b>	6	100

**GRÁFICO No. 34**



Fuente: Centros turísticos  
Elaborado por: El autor

**ANÁLISIS:**

Los establecimientos turísticos cuentan con pocas políticas para cuidar el medio ambiente, pero el hecho de que son centros turístico que se dedica a realizar actividades que están relacionadas con la naturaleza cuidan el manejo de desechos de la actividad.

## 9. ¿Cuál es la capacidad instalada de su establecimiento?

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los propietarios de los centros turísticos la capacidad para alojamiento se encuentra de la siguiente manera:

Rinconcito Turístico Palo Amarillo es de 18 personas

Finca Agro turística Robles es de 12 personas

El Santuario de Agua es de 15 personas

Villalobos es de 22 personas

Anaconda es de 18 personas

El Turista es de 20 personas

### 3.7.3. TIPOLOGÍA DEL VISITANTE DE LA ZONA DE LITA

En base a la investigación de campo, efectuada a los turistas que visitan la zona de Lita, ha permitido determinar el perfil del visitante.

**CUADRO No. 47 CARACTERIZACIÓN GENERAL DEL VISITANTE**

<b>DATOS GENERALES</b>	
LUGAR DE ORIGEN	La mayoría de turistas son de la región norte (38%), seguido de turistas de Imbabura (29%), el resto proviene de otras regiones (20%) y del extranjero (13%).
CONOCIMIENTO DE UNA HOSTERIA ECOLÓGICA	La mayoría conocen poco lo que es una hostería ecológica (49%), seguido de un porcentaje representativo (42%) que manifiestan conocer lo que es una hostería ecológica, mientras que también existe un porcentaje mínimo que no conocen esto es el (8%).
ACEPTACIÓN PARA ASISTIR A LA HOSTERIA ECOLÓGICA	En su gran mayoría están dispuestos a visitar la hostería ecológica propuesta (84%) y una minoría manifiesta que poco (4%).
<b>MOTIVO PRINCIPAL DE VISITA</b>	
MOTIVO DE VISITA A LA ZONA DE LITA	Los turistas en su mayoría visitan la zona de Lita por recreación (40%), seguido de un (32%) que lo hace por paseo, el (22%) por gastronomía, el (4%) y (2%) por visita familiar y trabajo respectivamente.
CONOCIMIENTO DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA PARROQUIA DE LITA	El su totalidad conocen los atractivos (41%), el (34%) la mayor parte, el (19%) conoce poco, y el (5%) nada.
EN COMPANÍA DE QUIÉN VISITARÍA LA HOSTERÍA ECOLÓGICA	Un (55%) lo haría con la familia, 32% con amigos, 10% con su pareja y 2% solo.
CADA CUANDO VISITARIA LA HOSTERIA ECOLÓGICA	El (37%) visitaría ocasionalmente, el (27%) en feriados y el resto lo haría trimestral, mensual y semanal.
<b>PRESTACIÓN DEL SERVICIO</b>	
PREFERENCIA DE SERVICIOS	El (27%) prefiere el servicio de tours por atractivos de la zona, seguido del (22%) alojamiento, el (19%) paseos por

	senderos, el (17%) por restaurante y el (15) piscina, sauna, turco e hidromasaje.
TIEMPO DE PERMANENCIA	El (51%) considera que debería ser de 1 a 2 días, el (24%) de 3 a 4 días, el (17%) de 5 a 6 días y más de seis días y el (7%)
PRECIOS DE LOS SERVICIOS	Los precios por los servicios que sobresalen son: Alojamiento, el (53%) está dispuesto a pagar más de 21 dólares, seguido del (29%) de 16 a 21 dólares. Por el servicio de restaurante el (48%) dice poder pagar de 5 a 10 dólares y el (32%) de 11 a 16 dólares. Por paseos por senderos el (46%) dice poder pagar de 5 a 10 dólares y el (35%) menos de 5 dólares. Por Piscina sauna, turco y demás el (69%) dicen poder pagar de 4 a 8 dólares y el (24%) menos de 4 dólares. Los tours por los atractivos de la zona el (43%) pagarían de 10 a 15 dólares y el (29%) de 16 a 21 dólares.
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	El medio de comunicación que más utilizan es la radio (34%), seguido por el internet (23%), la prensa (20%) y resto utilizan trípticos y hojas volantes.

Elaborado por: El autor

Como se puede observar los turistas presentan sus propias características respecto a: su frecuencia de visita, preferencia de servicios, razón de la visita, lugares de origen y lugares que más frecuentan, así como también el nivel de aceptación en cuanto a la propuesta del proyecto .

### 3.8. Identificación del servicio

En la parroquia de Lita, sector prodigioso, que cuenta con encantos naturales, un clima privilegiado, apto para todo tipo de turismo, se implementará una hostería ecológica.

#### 3.8.1. Servicios a brindarse por la hostería ecológica

**Servicios principales:** son servicios que la hostería ecológica brindará a los turistas.

- **Alojamiento:** El servicio de turismo es de carácter ecológico, por tanto el alojamiento tendrá una adecuación de ambiente ecológica confortable de hospedaje para jóvenes y familias que desean disfrutar de un ambiente agradable.

- **Restaurante:** Se ofrecerá principalmente una gastronomía típica del lugar, que consiste en platos que serán preparados con productos propios del sector.
- **Piscina:** La hostería tendrá una piscina con sauna, turco e hidromasaje.
- **Paseos por senderos:** Esta actividad se la realizará por los diferentes senderos del lugar donde estará ubicada la hostería, donde el turista disfrute de la fauna y la naturaleza que el lugar ofrece.
- **Tours por atractivos de la zona:** Este servicio consiste en realizar un recorrido en un vehículo, a los distintos atractivos turísticos de la zona de Lita.

**Servicios complementarios:** Son servicios que complementan a los servicios principales.

- **Juegos recreacionales:** este servicio consiste en dar un sano entretenimiento para la familia, con canchas deportivas de uso múltiple, juegos infantiles.
- **Salón de eventos:** Se contará con un salón con el respectivo soporte tecnológico, para eventos sociales.
- **Estacionamiento vehicular:** Se designará un espacio para el estacionamiento vehicular.

- **Atractivos turísticos**

Existencia de atractivos naturales:

Río Lita - Imbabura

Río Mira - Carchi

La Bocana - Imbabura y Carchi (Confluencia del Río Lita y el Río Mira)

Cascadas - Ríos Bareque y Cristal

La Chorrera - Esmeraldas (Altotambo)

Río Verde Bajo - Vado

Santa Rita - Orquideario

Colina - Cascada y Vado

El Pajón - Rincón Ecológico

### **3.9. Mercado Meta**

El mercado meta al cual va dirigido los servicios de la hostería ecológica ubicada en la parroquia de Lita, son los turistas locales, regionales nacionales y extranjeros, que buscan nuevas alternativas para hacer turismo.

### **3.10. Análisis de la Demanda**

El estudio de la demanda tiene como finalidad, establecer la cantidad de turistas que necesitan servicios turísticos que satisfagan sus expectativas.

Para tal motivo, se obtuvo información estadísticas del flujo histórico del cantón Ibarra en el Ministerio de Turismo.

#### **3.10.1. Demanda Histórica**

En el Ministerio de Turismo existe información estadística del comportamiento del flujo turístico del Cantón del año 2004 al 2009.

Con la ayuda de los datos se pudo establecer la tendencia de crecimiento del turismo en el cantón, a continuación los resultados.

**CUADRO No. 48 FLUJO TURÍSTICO DEL CANTÓN IBARRA**

AÑOS	FLUJO TURISTICO HISTÓRICO	$i = \frac{Cn}{Co} - 1$
2004	111.618	
2005	137.017	0,23
2006	139.876	0,02
2007	143.172	0,02
2008	147.447	0,03
2009	157.769	0,07
<b>TOTAL</b>		$\sum i = 0,37$

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: El autor

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0,37}{5} = 0,074$$

$$i = 7,4\%$$

La tasa de crecimiento del flujo turístico del cantón Ibarra es 7,4% durante los periodos analizados.

### 3.10.2. Identificación de la demanda actual

Para identificar la demanda actual se procedió a realizar una proyección de los datos del flujo turístico del año 2009 al 2012, utilizando la tendencia de crecimiento del turismo obtenida anteriormente, que es del 7,4%.

**CUADRO No. 49 DEMANDA ACTUAL**

AÑO	FUJO TURISTICO
2010	169.444
2011	181.983
2012	195.449

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: El autor

### 3.10.3. Demanda actual efectiva

La demanda actual efectiva, está representada por los turistas que visitan el cantón Ibarra, por las siguientes razones de turismo: recreación, gastronomía, aventura, alojamiento, y según el Ministerio de Turismo corresponde el 62% de la demanda actual.

#### Cálculo:

Turistas visitan anualmente el Cantón Ibarra	195.449
% de turismo de recreación, gastronomía, aventura, alojamiento (62%)	121.178
% Preferencia por la Hostería Ecológica (84%) (Estudio de Mercado pregunta No.7)	101.790

**TOTAL DEMANDA ACTUAL EFECTIVA: 101.790 Año 2012**

La demanda actual efectiva para la presente propuesta, está establecida en función de nivel de preferencia por la hostería ecológica, obtenida en el estudio de mercado, es decir, se trata de una demanda en función del gusto y preferencia de los turistas que visitan esta zona de la provincia de Imbabura.

### 3.10.4. Proyección de la demanda

Para la proyección se tomó en cuenta la tasa de crecimiento del turismo obtenida de la información histórica que es del 7,4% anual. Aplicando la fórmula del monto.

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Dónde:

D<sub>n</sub>= Demanda futura

D<sub>o</sub>= Demanda actual efectiva

I= Tasa de crecimiento

N= Año proyectado

#### **CUADRO No. 50 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN No. DE TURISTAS</b>
2013	109.322
2014	117.412
2015	126.101
2016	135.432
2017	145.454

Elaborado por: El autor

Como se puede observar en el cuadro anterior, el flujo turístico que visita el cantón, es muy significativo lo que genera gran expectativa por la presente propuesta.

### **3.11. Análisis de la oferta**

El análisis de la oferta permite determinar los establecimientos que por sus características en los servicios que brindan, son competencia para la hostería ecológica propuesta.

#### **3.11.1. Identificación de la oferta actual**

En la actualidad en la parroquia de Lita existen 6 establecimientos turísticos (dato proporcionado por el Ministerio de Turismo y verificado a través de observación directa), que brindan servicios casi similares a los propuestos por el proyecto, como: alojamiento, alimentación y en algunos paseos por senderos, por tal motivo se convierte en competencia para el proyecto.

Para obtener la oferta anual en número de turistas, se tomó en cuenta la capacidad instalada en relación al hospedaje de cada establecimiento, por el número de días que operan y están disponibles al año (360 días).



**CUADRO No. 51 OFERTA ACTUAL EN TURISTAS**

<b>ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS</b>	<b>CAPACIDAD DE HOSPEDAJE EN No. DE PERSONAS</b>	<b>DIAS DE OPERATIVIDAD AL AÑO</b>	<b>OFERTA ACTUAL EN No. DE TURISTAS</b>
Rinconcito Turístico Palo Amarillo	18	360	6.480
Finca Agro turística Robles	12		4.320
El Santuario de Agua	15		5.400
Villalobos	22		7.920
Anaconda	18		6.480
El Turista	20		7.200
<b>TOTAL</b>			

Fuente: Ministerio de Turismo, Observación directa, Encuestas.

Elaborado por: El autor

### **3.11.2. Proyección de la oferta**

Para la proyección de la oferta se utilizó un crecimiento similar a la demanda, tomando en cuenta que los servicios son suntuarios no de primera necesidad y la situación de los precios y la preferencia de los consumidores en cuanto a la oferta de servicios turísticos que brindará la Hostería Ecológica, hace que este tipo de servicios sean considerados elásticos y por otra parte la inversión como la que se pretende hacer, requiere que por lo menos la oferta crezca en la misma magnitud que crece la demanda, caso contrario la inversión no justificaría la realización del proyecto, por lo que se aplicó la tasa del 7,4% anual, utilizando la fórmula del monto.

$$O_n = O_o (1+i)^n$$

Donde:

O<sub>n</sub>= Oferta futura

O<sub>o</sub>= Oferta actual

I= Tasa de crecimiento

N= Año proyectado

### CUADRO No. 52 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN No. DE TURISTAS
2013	40.597
2014	43.601
2015	46.828
2016	50.293
2017	54.015

Elaborado por: El autor

### 3.12. Demanda Potencial a Satisfacer

Para determinar la demanda potencial a satisfacer, se contrastó la demanda y la oferta turística en el área de influencia del proyecto, para establecer la factibilidad del proyecto en relación al mercado, y poder plantear la demanda a captar por el proyecto.

### CUADRO No. 53 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EN No. DE TURISTAS	PROYECCIÓN DE LA OFERTA EN No. DE TURISTAS	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER EN No. DE TURISTAS
2013	109.322,29	40.597,20	68.725,09
2014	117.412,14	43.601,39	73.810,74
2015	126.100,63	46.827,90	79.272,74
2016	135.432,08	50.293,16	85.138,92
2017	145.454,06	54.014,85	91.439,20

Elaborado por: El autor

### 3.13. Demanda a captar por el proyecto

La demanda a captar por el proyecto está en función del diseño de la instalaciones, en lo que tiene que ver a la capacidad instalada máxima para alojamiento que cuenta la hostería ecológica la cual tiene una capacidad máxima de 34 personas, en el siguiente cuadro se detalla según la comodidad y tipo de habitación.

#### CUADRO No. 54 DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

No.	DETALLE	NUMERO DE HABITACIONES	No. DE PLAZAS	CAPACIDAD
1	SIMPLE	5	2	10
2	DOBLE	8	3	24
<b>TOTAL</b>				<b>34</b>

Elaborado por: El autor

La hostería ecológica atenderá los 360 días del año, tomando en cuenta el periodo de temporada alta, más fines de semana y días festivos. Estos datos permiten identificar que la hostería anualmente poseería un límite máximo de 12.240 plazas en alojamiento. Esta parte se estableció tomando como base la capacidad instalada de la hostería de (34x360), de ahí que para el proyecto se captará con criterios conservadores, aproximadamente el 18% de la demanda potencial proyectada a satisfacer, que es la capacidad instalada anual de la hostería ecológica.

#### CUADRO No. 55 DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

AÑO	DEMANDA A CAPTAR EN No. DE TURISTAS
2013	12.240
2014	13.286
2015	14.269
2016	15.325
2017	16.459

Elaborado por: El autor

Representa la demanda a captar del proyecto para los siguientes años, la misma que surge de comparar la capacidad instalada del proyecto frente a la demanda potencial a satisfacer.

#### 3.14. Análisis de precios

Mediante la investigación de campo, se pudo establecer los precios, que los turistas están dispuestos a pagar por servicios, y mediante un análisis de costos operativos y tomando en cuenta los precios que manejan algunos establecimiento turísticos que brindan servicios casi similares a

los del proyecto, se ha determinado los precios de la hostería ecológica, quedando de la siguiente manera.

**CUADRO No. 56 ANÁLISIS DE PRECIOS**

SERVICIOS	PRECIOS PROMEDIOS POR PERSONA EN DÓLARES
Alojamiento	25,00
Restaurante	10,00
Piscina, sauna, turco, hidromasaje	5,00
Paseo por senderos	7,00
Tours por atractivos de la zona	12,00

Fuente: Investigación de campo y análisis financiero  
Elaborado por: El autor

La proyección de los precios de los servicios se la obtuvo, aplicando la inflación del 4,16% correspondiente al año 2012, dato extraído del Banco Central del Ecuador.

**CUADRO No. 57 PROYECCIÓN DE PRECIOS**

SERVICIOS	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Alojamiento	25,00	26,04	27,12	28,25	29,43
Restaurante	10,00	10,42	10,85	11,30	11,77
Piscina	5,00	5,21	5,43	5,66	5,90
Paseo por senderos	7,00	7,29	7,59	7,91	8,24
Tours por atractivos de la zona	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12

Elaborado por: El autor

### 3.15. Estrategias comerciales

Para comercializar los servicios turísticos de la nueva hostería ecológica ubicada en la parroquia de Lita, se aplicará las siguientes estrategias:

- Producto (servicio)
- Precio
- Publicidad
- Plaza

### 3.15.1. Estrategias de servicios

La estrategia de servicios, corresponde en desarrollar la imagen de la hostería, para esto primeramente, se le ha dado un nombre al establecimiento el cual se denominará: HOSTERÍA ECOLÓGICA LITA, como también se diseñará un logo con su respectivo slogan, que tendrán la finalidad de identificar la hostería con el turista.

**ILUSTRACIÓN No. 8**  
**LOGOTIPO DE LA HOSTERÍA ECOLÓGICA LITA**



Elaborado por: El autor

La HOSTERÍA ECOLÓGICA LITA, pondrá a disposición una infraestructura con todos los servicios para la distracción y descanso. Los servicios a brindarse por parte de la hostería ecológica, estarán respaldados por un talento humano calificado, que garantice un servicio de calidad y calidez.

La Hostería Ecológica Lita, desarrollará sus actividades tomando en cuenta los aspectos como:

- Eco eficiencia
- Calidad del servicio
- Armonía entre turista y ecosistema
- Sustentabilidad y sostenibilidad turística de la zona

### **3.15.2. Estrategias de precio**

- Se efectuará un análisis de costos y gastos operativos, tomando en cuenta la competencia para determinar el precio de los servicios de la hostería ecológica.
- Se aplicará precios especiales para los turistas de instituciones educativas.
- Se adquirirá volúmenes grandes de materia prima e insumos para no afectar el precio final de los servicios.
- Ofrecer precios con descuento, a grupos de turistas que visiten el lugar.
- Se manejará precios diferentes para todas las temporadas del año.

### **3.15.3. Estrategias de publicidad**

La Hostería Ecológica Lita, realizará una campaña publicitaria, orientada a comunicar las ventajas competitivas del proyecto, como: ubicación, precios, calidad de servicios, diversidad de actividades recreativas y de ecoturismo. Dicha campaña se efectuará por medio de:

- Se contratará los servicios de un medio de comunicación radial de cobertura regional. En el cual se haga la siguiente mención.

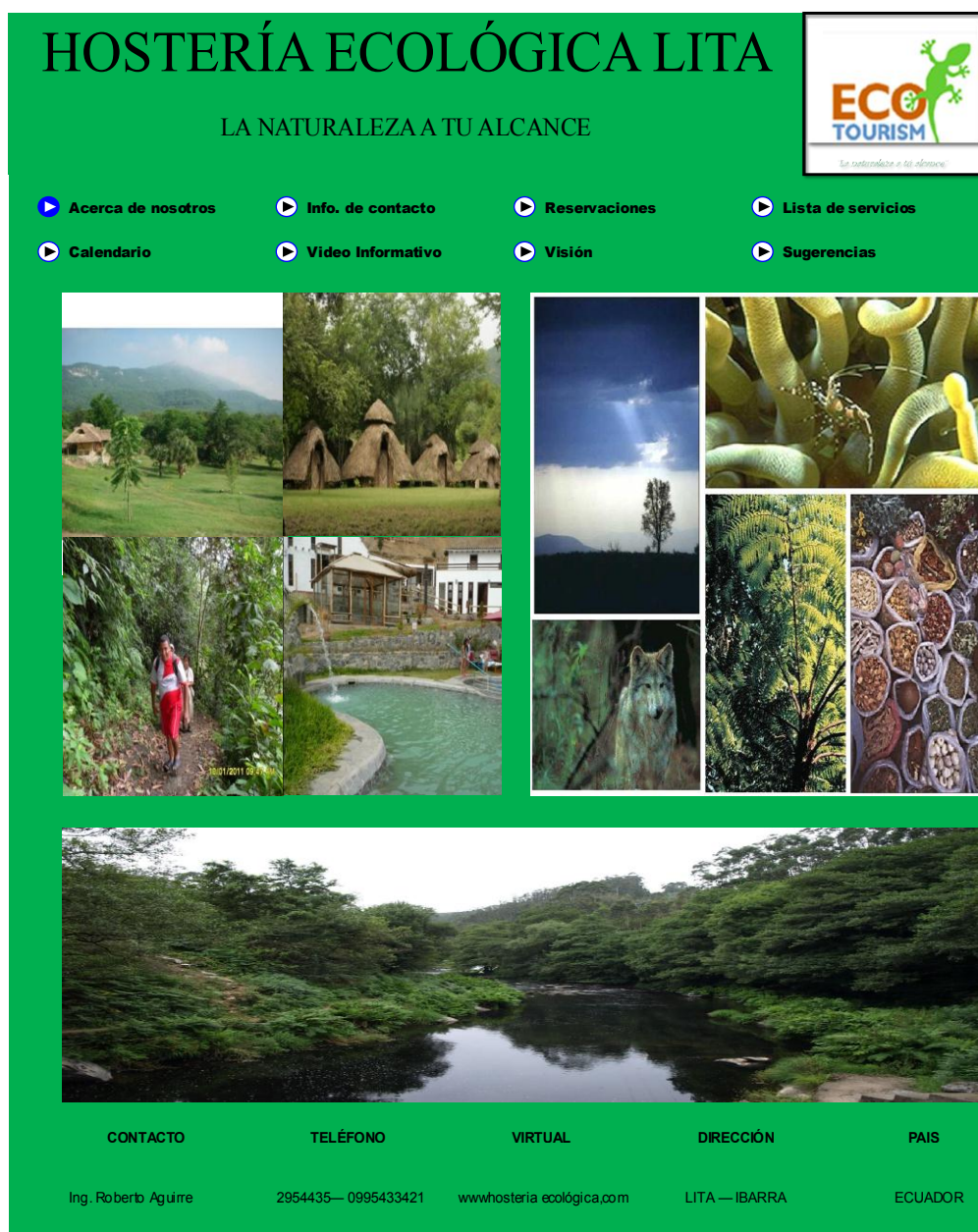
**ILUSTRACIÓN No. 9**  
**SINGLE PARA RADIO**



Elaborado por: El autor

- Se utilizará el internet, considerado el medio de comunicación más económico y el que mejor se adapta al sector turístico. Para el diseño de una página web, por este medio se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de los clientes potenciales, hacer reservaciones, y ofrecer toda la información de la hostería ecológica.

ILUSTRACIÓN No. 10  
PÁGINA WEB



Elaborado por: El autor

- Se elaborará material publicitario como: trípticos y hojas volantes, donde se incluirá la información más importante de la hostería ecológica.



**ILUSTRACIÓN No. 11**  
**TRÍPTICO**

 <p><b>IBARRA Y SUS PARROQUIAS</b></p> <p>PARROQUIA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>AMEJUEJÍ</li> <li>AMGOCHAGUA</li> <li>CAROLINA</li> <li>IBARRA</li> <li>LA ESPERANZA</li> <li>LITA</li> <li>SALINAS</li> <li>SAN ANTONIO</li> </ul> 	<p><b>SERVICIOS</b></p> <p><i>Alojamiento</i></p> <p><i>Restaurante:</i></p> <p><i>Piscina:</i></p> <p><i>Paseos por senderos</i></p> <p><i>Tours por atractivos de la zona</i></p> <p><i>Juegos recreacionales</i></p> <p><i>Salón de eventos</i></p> <p><i>Estacionamiento vehicular</i></p> <p><i>Recibimos</i></p>  <p><b>Tarjetas de débito:</b></p>  <p>Teléfonos: 2954-435 Cel. 0995433421</p>	 <p><b>HOSTERÍA ECOLÓGICA LITA</b></p>  <p><b>Lita - Ibarra</b></p>
--	---	--

Elaborado por: El autor

ILUSTRACIÓN No. 12  
HOJA VOLANTE



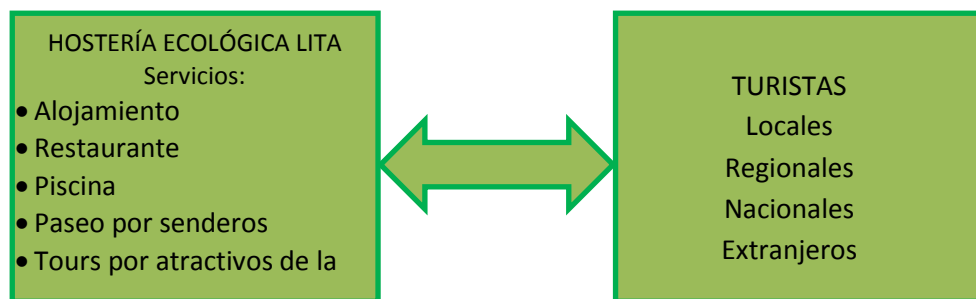
- Se creará cuentas en las redes sociales más conocida, como son: el facebook y twitter, con la finalidad de dar a conocer a todo el público en general, los servicios a ofertar.
- Las promociones se las realizará tomando en cuenta las fechas festivas y feriados.

### 3.15.4. Estrategias de plaza

La hostería ecológica ubicada en la parroquia Lita, tendrá dos tipos de canales de comercialización, para hacer conocer sus servicios a los turistas.

- **Canal directo:** Se trata de que los servicios de la hostería pueden ser conocidos, con solo visitar las instalaciones y recibir la información pertinente.

**ILUSTRACIÓN No. 13 CANAL DIRECTO**



Elaborado por: El autor

- **Canal indirecto:** para hacer conocer los servicios a los turistas, se trabajará estratégicamente con intermediarios de servicios turísticos, tales como: agencias de viajes, agencias de turismo, instituciones públicas y privadas.

**ILUSTRACIÓN No. 14 CANAL INDIRECTO**



Elaborado por: El autor

### **3.16. Conclusión del Estudio**

Efectuado el análisis de la demanda, oferta de los servicios turísticos en el área de influencia del proyecto, se ha llegado a los siguientes hallazgos:

- La demanda turística, con respecto a los servicios de una hostería ecológica es alta, debido a que el turista busca alternativas diferentes para aprovechar el ecosistema que presenta la parroquia de Lita.
- En lo referente a la oferta turística, los establecimientos que brindan servicios casi similares a los del proyecto son pocos, existiendo una ventaja competitiva del proyecto en la prestación de servicios que integran al turista con el medio ambiente, con el apoyo de un talento humano capacitado.
- Los precios de los lugares investigados, no son estandarizados dependen de muchos factores, entre los cuales se encuentran: tipo de servicio, tipo de establecimiento, tiempo de visita, calidad de servicio, aspectos que se tomó en cuenta para establecer los precios de la hostería ecológica.
- Se ha diseñado estrategias comerciales que generen expectativas para visitar el lugar, basado en los requerimientos que desean los turistas que visitan la parroquia.

## **CAPÍTULO IV**

### **4. ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Presentación**

El presente capítulo contempla los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado, en el cual se analizan la localización óptima del proyecto, tamaño, distribución de instalaciones, proceso del servicio e inversiones.

La importancia del estudio técnico es demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa que mejor se adapte a los criterios de optimización. Este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio financiero.

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.
- Definir el tamaño del proyecto, tomando en cuenta los factores condicionantes.
- Establecer la distribución y diseño de las instalaciones para efectuar las actividades turísticas.
- Diseñar el proceso de actividades, para brindar los servicios con eficiencia.

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

## 4.2. Localización Óptima del Proyecto

En esta parte se determina la macrolocalización y microlocalización del proyecto.

### 4.2.1. Macrolocalización

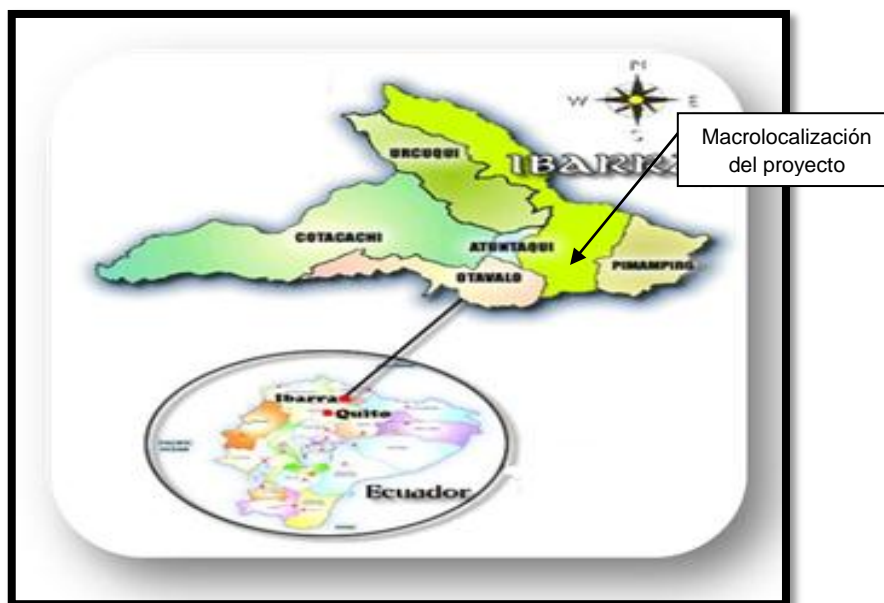
La macrolocalización del proyecto será:

**País:** Ecuador

**Provincia:** Imbabura

**Cantón:** Ibarra

**ILUSTRACIÓN No. 15**  
**MAPA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA**



Fuente: Gobierno Provincial de Imbabura

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

#### 4.2.2. Microlocalización

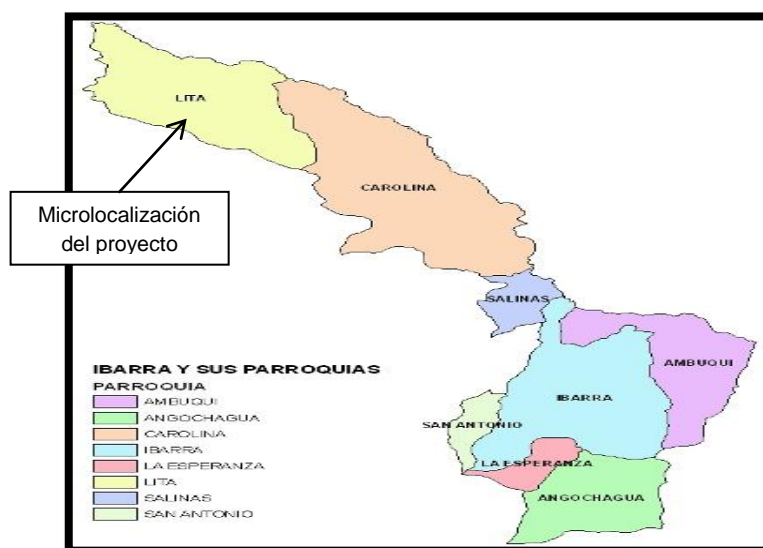
La microlocalización corresponde en determinar el lugar exacto donde se ubicará la hostería ecológica, quedando definida de la siguiente manera:

Parroquia: Lita

Barrio: Lita

Panamericana Vía San Lorenzo a 1 Km., de la cabecera parroquial.

**ILUSTRACIÓN No. 16**  
**MAPA DEL CANTÓN IBARRA**



Fuente: Municipio del Cantón Ibarra

El sistema ambiental es parte de las fortalezas de la parroquia de Lita, la cual debe ser bien manejada por los miembros parroquiales y sus moradores, debido a que constituye la esencia de la vida por la interrelación que presenta con los ámbitos de desarrollo económico, cultural, social, y político que promueve el desarrollo de este territorio.

La parroquia goza de hermosos atractivos paisajísticos naturales, para el desarrollo de las actividades turísticas. El río Lita es uno de los lugares más visitados por los turistas, la calidad del agua y frescura lo hacen muy atractivo. La topografía y el curso de agua facilitan la práctica de varios deportes acuáticos y de alto riesgo mismo que fascina a los turistas extranjeros.

### **4.3. Tamaño del proyecto**

Para establecer el tamaño del proyecto se ha considerado los siguientes factores.

#### **4.3.1. Factores de definen el tamaño del proyecto**

- **Existencia de mercado**

Efectuado el estudio de mercado en el capítulo anterior, se pudo confirmar la existencia suficiente de turistas que desean contratar servicios turísticos en la zona de Lita, relacionados con la naturaleza, esto genera una gran expectativa para la presenta propuesta.

- **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, en la zona de Lita existen diversidad de productos se origen agropecuario que serán utilizados en las actividades culinarias del proyecto.



- **Disponibilidad de servicios básicos**

El lugar donde se implementará la hostería ecológica, cuenta con la infraestructura básica para la operatividad del negocio, tales como: agua, luz y teléfono.

- **Capacidad de las instalaciones**

La capacidad de las instalaciones está definida por las siguientes áreas.

#### **Área administrativa**

Esta área consta de una superficie de 120m<sup>2</sup>, estará diseñada para las actividades administrativas tanto del gerente, contador, recepcionista.

#### **Área de Alojamiento**

El alojamiento ocupará un área de 420 m<sup>2</sup>, distribuidas en 13 habitaciones con una capacidad para hospedar 34 personas.

#### **Área de restaurante**

Es espacio destinado para el restaurante será de 150 m<sup>2</sup>, donde estarán ubicadas las secciones de cocina y el área para servir los alimentos, con una capacidad para 90 personas.

#### **Salón de eventos**

Se contará con un salón, para, seminarios, conferencias, reuniones. Este salón tendrá capacidad para 125 personas, en un área de 180 m<sup>2</sup>.

#### **Área recreativa**

El espacio para la recreación será de 500 m<sup>2</sup>, donde estará ubicados juegos infantiles con capacidad para 50 niños, canchas de uso múltiple.

## Parqueadero

El área del parqueadero será de 190 m<sup>2</sup>, tendrá una capacidad para 70 vehículos.

## Área de senderos

Para brindar este servicio se ha destinado un área de 4.500 m<sup>2</sup>, cuyas rutas se prestan para la observación de un ecosistema muy llamativo.

### 4.4. Distribución de la planta

La distribución de la planta se la efectuará en un área de 1.560 m<sup>2</sup>, tendrá las siguientes áreas.

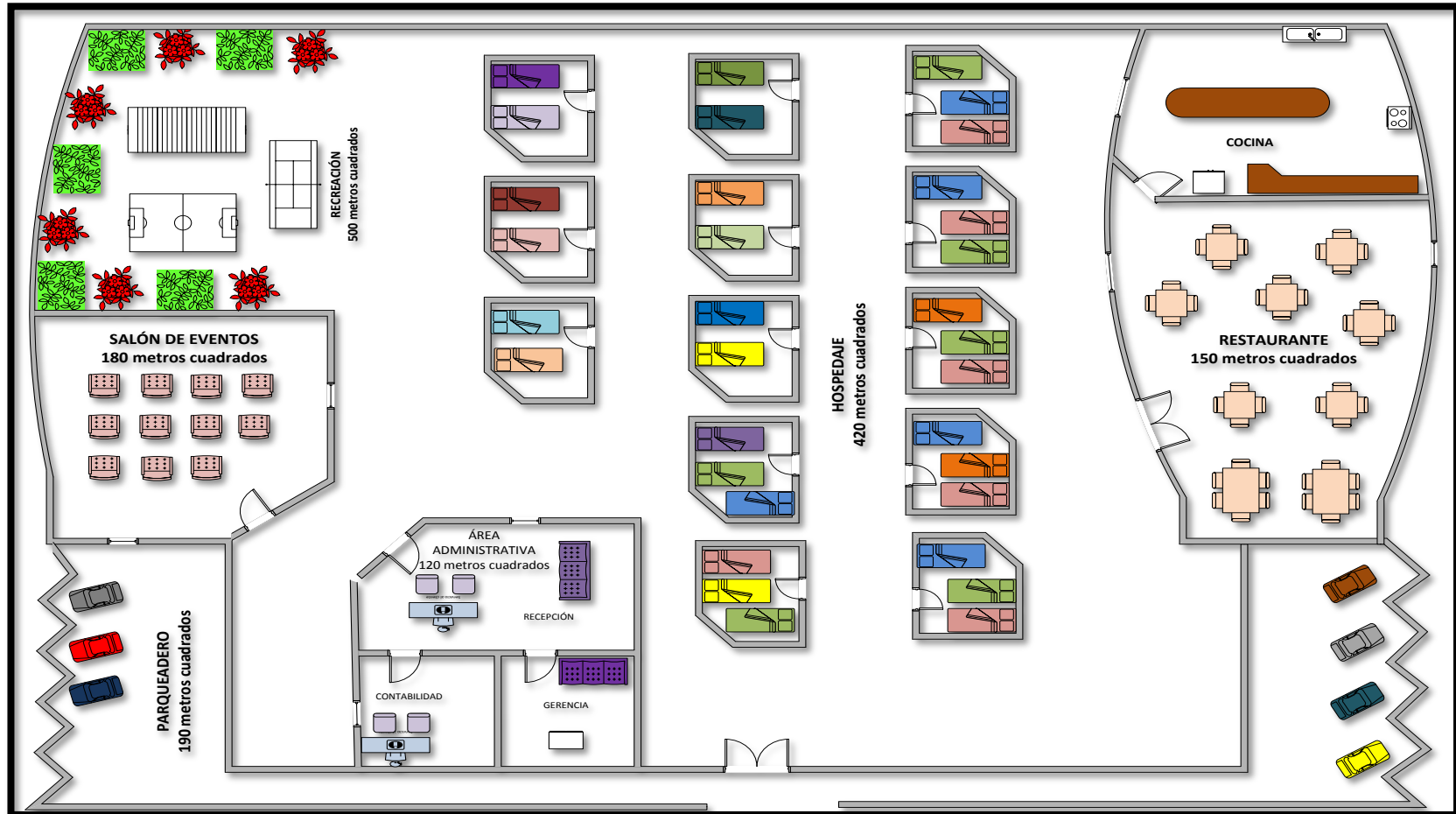
**CUADRO No. 58**  
**DISTRIBUCIÓN DE AREAS**

ÁREA	m2
Administrativa	120
Alojamiento	420
Restaurante	150
Sala de eventos	180
Recreación	500
Parqueadero	190
<b>TOTAL</b>	<b>1560</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.4.1. Diseño de la planta

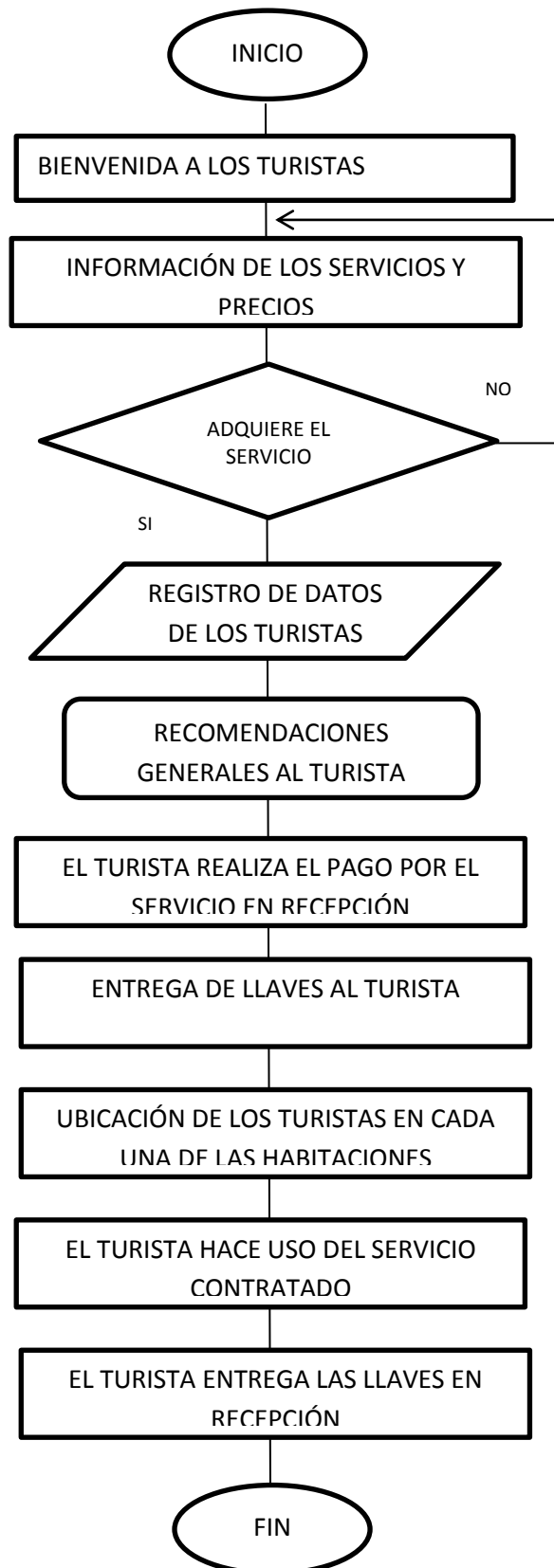
ILUSTRACIÓN No. 17 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES



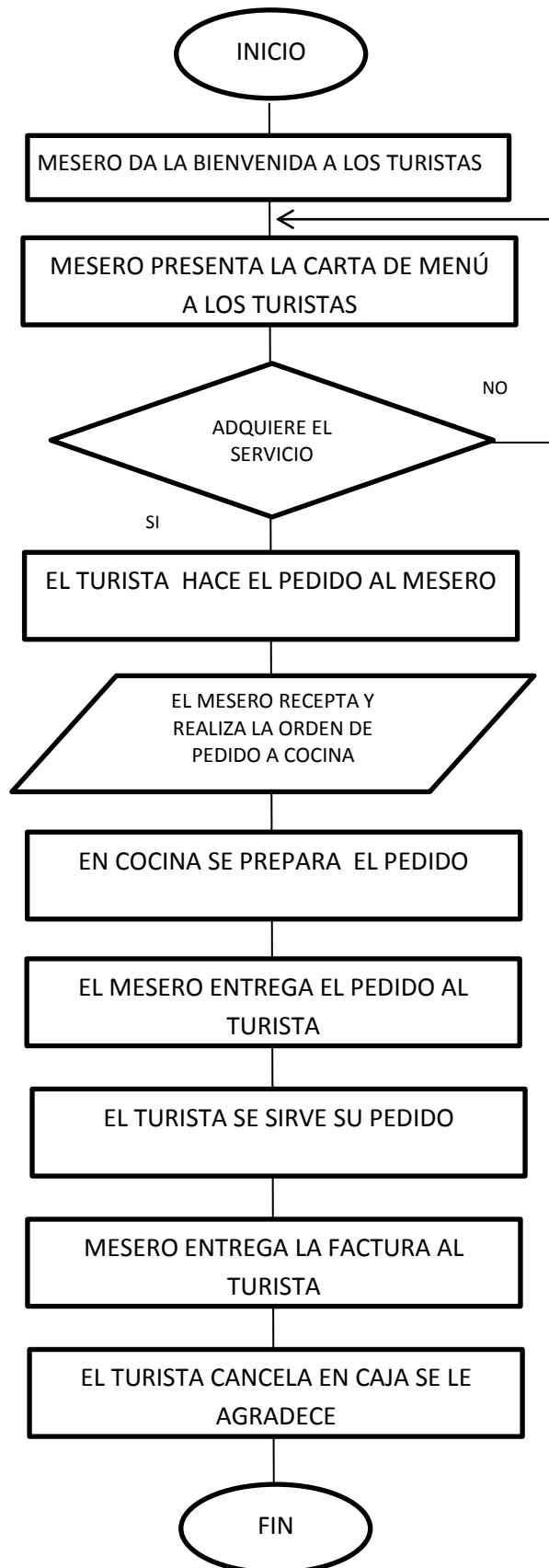
Elaborado por: Arquitecto

## 4.5. Flujograma del servicio

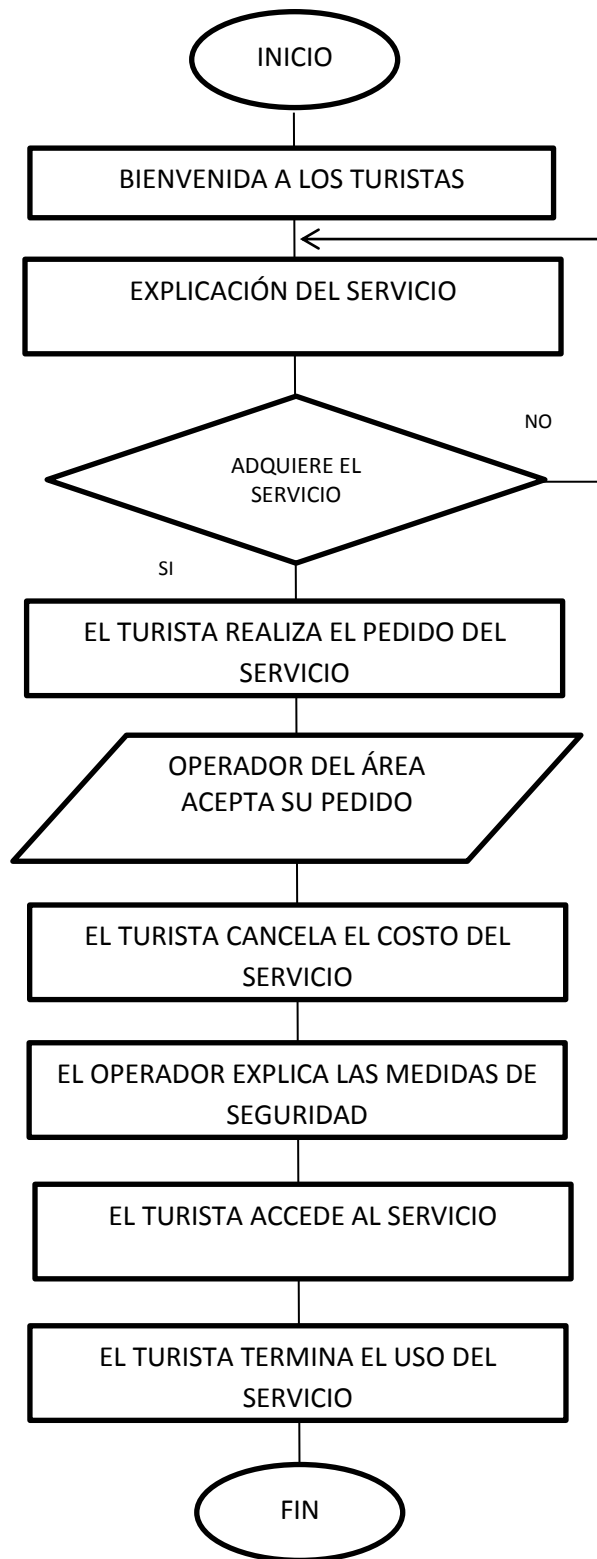
### 4.5.1. Flujograma del servicio de alojamiento



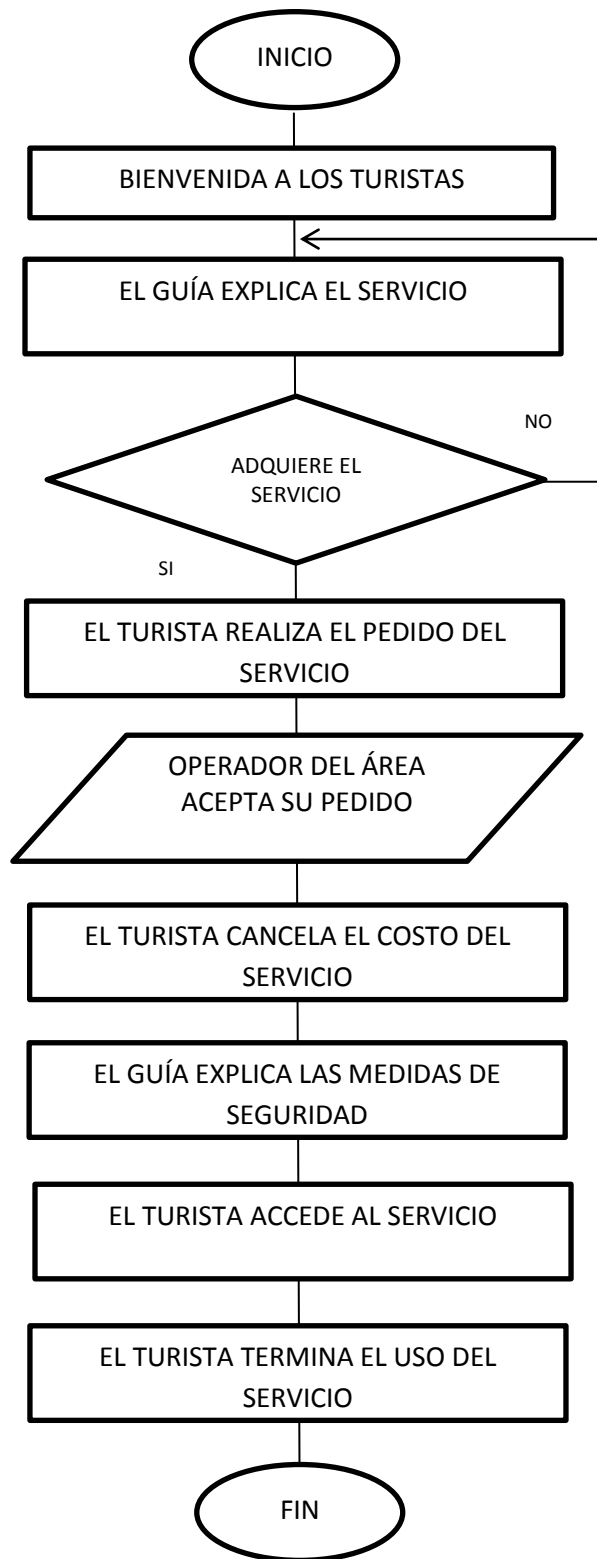
#### 4.5.2. Flujograma del servicio de restaurante



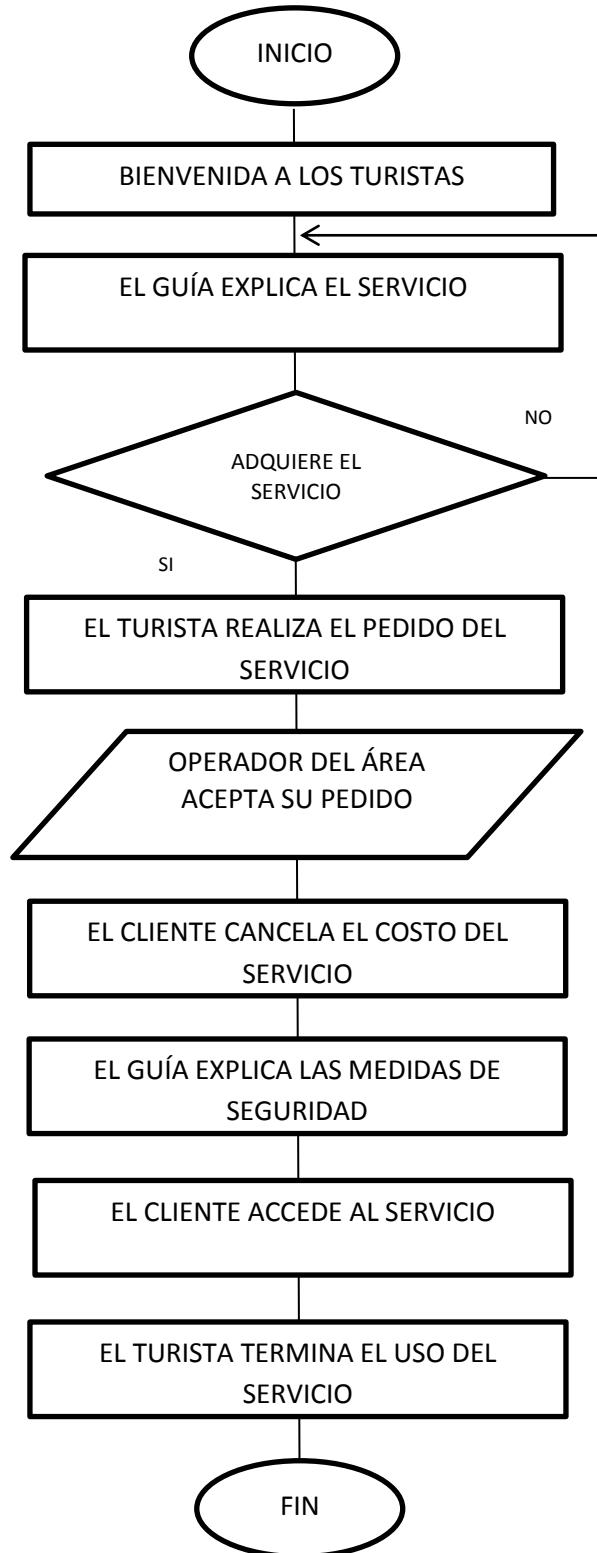
#### 4.5.3. Flujograma del servicio de piscina, sauna, turco, hidromasaje.



#### 4.5.4. Flujograma del servicio de paseos por senderos

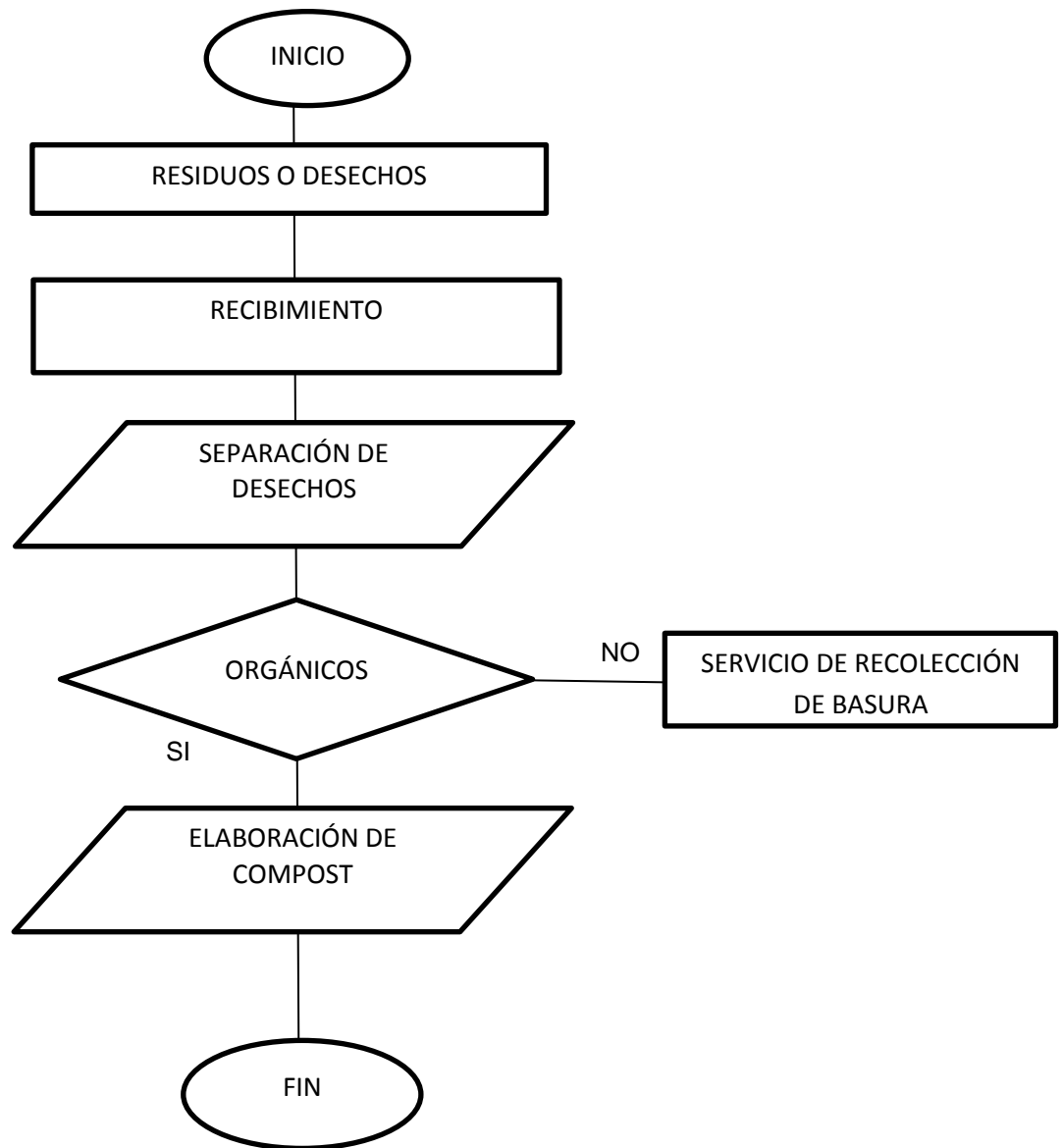


#### 4.5.5. Flujograma del servicio de tours por atractivos de la zona





#### 4.5.6. Flujograma del reciclaje ecológico de desechos



#### 4.6. Inversiones del proyecto

Para dar inicio las actividades de la hostería en Lita se necesita realizar las siguientes inversiones:

##### 4.6.1. Inversiones fijas

###### Terreno

**CUADRO No. 59 TERRENO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	m2	Valor Unitario m2	Valor Total
Terreno	1	50.000	1	50.000,00

Fuente: Avalúos y Catastros del Municipio de Ibarra  
Elaborado por: El autor

###### Infraestructura civil

**CUADRO No. 60 INFRAESTRUCTURA CIVIL**

ÁREA	m2	Valor Unitario m2	Valor Total
Administrativa	120,00	130,00	15.600,00
Alojamiento	420,00	145,00	60.900,00
Restaurante	150,00	135,00	20.250,00
Sala de eventos	180,00	135,00	24.300,00
Recreación	500,00	75,00	37.500,00
Parqueadero	190,00	45,00	8.550,00
<b>TOTAL</b>			<b>167.100,00</b>

Fuente: Arquitecto  
Elaborado por: El autor

###### Vehículo

**CUADRO No. 61 VEHÍCULO**

VEHICULO	AÑO	VALOR
Furgoneta	2007	17.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>17.000,00</b>

Fuente: Patio de venta de vehículos  
Elaborado por: El autor

## Equipo de Computación

**CUADRO No. 62 EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>			
Computadora	2,00	700,00	1.400,00
Impresora multifunción	1,00	160,00	160,00
<b>AREA DE SERVICIOS</b>			
Computadora	1,00	700,00	700,00
Impresora	1,00	120,00	120,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.380,00</b>

Fuente: Distribuidor PC BYTE

Elaborado por: El autor

## Equipo en General

**CUADRO No. 63 EQUIPO EN GENERAL**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>			
Teléfono	3,00	70,00	210,00
Calculadora	2,00	30,00	60,00
<b>AREA DE SERVICIOS</b>			
<b>Alojamiento</b>			
Caja registradora	1,00	500,00	500,00
Teléfono	13,00	70,00	910,00
Televisor LCD	13,00	400,00	5.200,00
Mini componente	1,00	350,00	350,00
Aspiradora	2,00	190,00	380,00
Lavadora	1,00	800,00	800,00
Secadora	1,00	600,00	600,00
Plancha	3,00	60,00	180,00
Extintores de incendio	3,00	70,00	210,00
<b>Restaurante</b>			
Cocina industrial	1,00	500,00	500,00
Horno	1,00	330,00	330,00
Congelador horizontal	1,00	750,00	750,00
Vitrina frigorífica	1,00	900,00	900,00
Microondas	1,00	220,00	220,00
Cafetera	1,00	60,00	60,00
Licuada	2,00	90,00	180,00
Batidora	2,00	50,00	100,00

Gas industrial	5,00	75,00	375,00
Mini componente	1,00	350,00	350,00
<b>TOTAL</b>			13.165,00

Fuente: Almacén la Ganga y Astra  
Elaborado por: El autor

## Muebles y Enseres

### CUADRO No. 64 MUEBLES Y ENSERES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>			
Escritorio	3,00	95,00	285,00
Archivadores	2,00	70,00	140,00
Sillón	2,00	80,00	160,00
Sillas	6,00	30,00	180,00
Rótulo exterior	1,00	390,00	390,00
<b>AREA DE SERVICIOS</b>			
<b>Hospedaje</b>			
Cama de 2 plazas	8,00	200,00	1.600,00
Cama de 1,5	18,00	150,00	2.700,00
Colchones 2 plazas	8,00	150,00	1.200,00
Colchones 1,5	18,00	120,00	2.160,00
Veladores	13,00	40,00	520,00
Lámparas	13,00	25,00	325,00
Armarios	13,00	150,00	1.950,00
Rodapiés	13,00	15,00	195,00
Mesa de planchar	2,00	40,00	80,00
Botiquín	1,00	70,00	70,00
Mueble para llaves	1,00	35,00	35,00
Juego de sala completo	1,00	1.200,00	1.200,00
<b>Restaurante</b>			
Estantería	2,00	250,00	500,00
Juego de mesas con sillas cuatro puestos	20,00	130,00	2.600,00
Juego de mesas con sillas dos puestos	15,00	80,00	1.200,00
Sillas de bebe	6,00	35,00	210,00
Barra	1,00	270,00	270,00
Exhibidor comida caliente	1,00	800,00	800,00
<b>TOTAL</b>			18.770,00

Fuente: Almacén Línea Nueva  
Elaborado por: El autor

## Lencería

### CUADRO No. 65 LENCERÍA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>Hospedaje</b>			
Juegos de sábanas 2 plazas	16,00	17,00	272,00
Juegos de sábanas 1,5 plazas	36,00	14,00	504,00
Cobijas 2 plazas	16,00	18,00	288,00
Cobijas 1,5	26,00	16,00	416,00
Cubrecamas 2 plazas	16,00	35,00	560,00
Cubrecamas 1,5 plazas	36,00	27,00	972,00
Almohadas	50,00	4,00	200,00
Cortinas habitaciones	30,00	25,00	750,00
Cortinas de baño	30,00	15,00	450,00
Toallas	50,00	12,00	600,00
<b>Restaurante</b>			
Mantelería	50,00	8,00	400,00
Cubre manteles	50,00	5,00	250,00
Limpiones	15,00	1,00	15,00
<b>TOTAL</b>			<b>5.677,00</b>

Fuente: Almacén Astra

Elaborado por: El autor

## Menaje de cocina

### CUADRO No. 66 MENAJE DE COCINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de cacerolas	2,00	30,00	60,00
Paila	2,00	25,00	50,00
Sartén teflón nro 28	2,00	30,00	60,00
Sartén teflón nro 26	2,00	23,00	46,00
Cuchillo filetero	2,00	12,00	24,00
Espumadera	2,00	5,00	10,00
Bolillo	2,00	3,00	6,00
Mezclador	2,00	5,00	10,00
Cernidor	3,00	1,25	3,75
Espátula	2,00	3,00	6,00
Cucharones	3,00	2,00	6,00
Tablas de picar	3,00	3,00	9,00
Jarras grandes	3,00	3,50	10,50
Escurreidor de arroz	2,00	3,00	6,00

Tazones plásticos	4,00	3,00	12,00
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Pinzas para carne	4,00	2,00	8,00
Calderos	2,00	33,00	66,00
Charoles	15,00	7,00	105,00
Salsera	20,00	1,50	30,00
Azucareras	20,00	2,00	40,00
Saleros	20,00	1,20	24,00
Ajiceros	20,00	2,00	40,00
Floreros	20,00	3,00	60,00
Basureros pequeños	10,00	6,00	60,00
Basureros grandes	3,00	12,00	36,00
<b>TOTAL</b>			<b>788,25</b>

Fuente: Almacén Mi Vajilla  
Elaborado por: El autor

## Vajilla

### CUADRO No. 67 VAJILLA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Plato tendido	150,00	1,22	183,00
Plato sopero	150,00	0,90	135,00
Plato base	150,00	1,20	180,00
Plato para pan	150,00	0,80	120,00
Plato mantequillero	150,00	0,80	120,00
Plato y taza del café	150,00	1,80	270,00
Plato para frutas	150,00	1,50	225,00
Plato bandeja	150,00	2,50	375,00
Tenedor para postre	150,00	0,30	45,00
Tenedor para ensalada	150,00	0,50	75,00
Tenedor para carne	150,00	0,70	105,00
Cuchillo para la carne	150,00	0,80	120,00
Cuchillo para la ensalada	150,00	0,60	90,00
Paleta de mantequilla	150,00	0,90	135,00
Cuchara para sopa	150,00	0,30	45,00
Cuchara para el postre	150,00	0,25	37,50
Cuchara para café y té	150,00	0,25	37,50
Vaso 12 onzas	150,00	0,70	105,00
vaso 10 onzas	70,00	0,65	45,50
Copa de agua	150,00	1,20	180,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.628,50</b>

Fuente: Almacén Mi Vajilla  
Elaborado por: El autor

**CUADRO No. 68  
RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	50.000,00
Infraestructura civil	167.100,00
Vehículo	17.000,00
Equipo de computación	2.380,00
Equipo en general	13.165,00
Muebles y enseres	18.770,00
Lencería	5.677,00
Menaje de cocina	788,25
Vajilla	2.628,50
<b>TOTAL</b>	<b>277.508,75</b>

Elaborado por: El autor

**4.6.2. Inversiones Diferidas**

**CUADRO No. 69  
INVERSIÓN DIFERIDA**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Estudios de factibilidad	1.500,00
Tramites de constitución	350,00
Diseños arquitectónicos	800,00
Readecuación del lugar	500,00
Software contable	700,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.850,00</b>

Elaborado por: El autor

**4.6.3. Capital de Trabajo**

El capital de trabajo se encuentra presupuestado para un mes, dinero que servirá para dar inicio las actividades, hasta que el proyecto genere sus propios ingresos.

**CUADRO No. 70  
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
<b>COSTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>4.167,89</b>
Materia prima (menú)	685,00	
Sueldos operativos	3.172,11	
Servicios básicos	55,00	
Consumo de gas	40,00	
Mantenimiento maquinaria y equipo	15,00	
Combustible y mantenimiento vehículo	125,00	
Reposición de menaje	75,78	
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>1.605,16</b>
Sueldos administrativos	1.475,58	
Servicios básicos	15,00	
Servicios de comunicación	70,00	
Mantenimiento computación	20,00	
Útiles de oficina	24,58	
<b>GASTOS DE VENTAS</b>		<b>91,67</b>
Publicidad	91,67	
Subtotal		5.864,72
Imprevistos 2%		117,29
<b>TOTAL</b>		<b>5.982,02</b>

Elaborado por: El autor

#### **4.7. Requerimiento de talento humano**

El talento humano para la operatividad de la hostería es el siguiente:



**CUADRO No.71**  
**REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>No.</b>
Gerente	1
Contadora	1
Recepcionista	1
Chef	1
Ayudante de cocina	1
Mesero	1
Limpieza	1
Guía turístico	1
Chofer	1
Guardia	1
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>

Elaborado por: El autor

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

Dentro de este capítulo se analizará todo lo relacionado a la parte financiera tales como: inversiones, ingresos, costos, gastos, estados proforma, con la finalidad de determinar la factibilidad del proyecto para la toma de decisiones adecuadas.

#### 5.1. ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

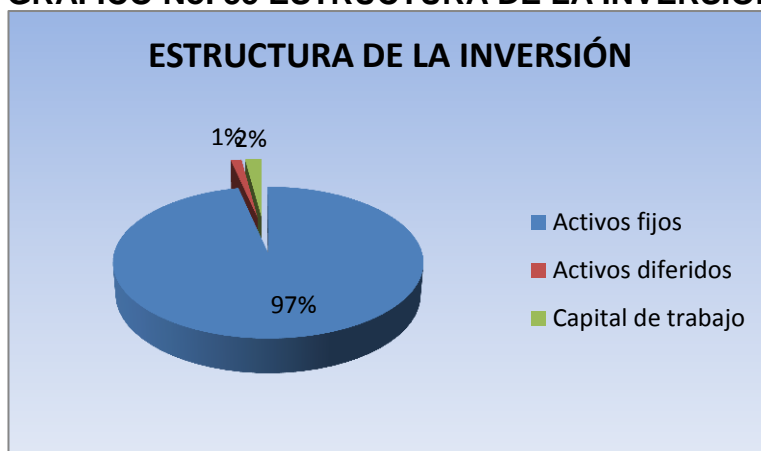
Para dar inicio a la actividad económica se necesita de las siguientes inversiones:

**CUADRO No.72  
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos fijos	277.509
Activos diferidos	3.850
Capital de trabajo	5.982,02
<b>TOTAL</b>	<b>287.340,77</b>

Fuente: Estudio Técnico  
Elaborado por: EL autor

**GRÁFICO No. 35 ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**



Elaborado por: El autor

## 5.2. INGRESOS.

Tales ingresos se encuentran constituidos por la comercialización de los servicios que brinda la hostería ecológica de turismo, por medio del estudio de mercado se pudo determinar el nivel de preferencia de los servicios por parte de los consumidores, los mismo que sirvieron de base para poder proyectar los ingresos.

**CUADRO No.73 DINÁMICA DEL FLUJO TURÍSTICO PARA EL PROYECTO**

AÑO	FLUJO TURÍSTICO DEL PROYECTO	Alojamiento	Restaurante	Piscina	Paseos por senderos	Tours por atractivos de la zona
		22%	17%	15%	19%	27%
2013	12.240	2.693	2.081	1.836	2.326	3.305
2014	13.286	2.923	2.259	1.993	2.524	3.587
2015	14.269	3.139	2.426	2.140	2.711	3.853
2016	15.325	3.372	2.605	2.299	2.912	4.138
2017	16.459	3.621	2.798	2.469	3.127	4.444

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

### 5.2.1. PROYECCIÓN DE INGRESOS

A continuación se expone en el siguiente cuadro el número de turistas que adquirirán los servicios de la hostería, cada uno con su precio unitario, el cual crece en base a la inflación del 4,16% registrada en el año 2012.

**CUADRO No. 74  
INGRESOS POR LOS SERVICIOS**

DETALLE	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>Alojamiento</b>					
No. Turistas	2.693	2.923	3.139	3.372	3.621
Precio	25,00	26,04	27,12	28,25	29,43
<b>Subtotal</b>	<b>67.325,00</b>	<b>76.114,92</b>	<b>85.129,68</b>	<b>95.259,00</b>	<b>106.566,03</b>
<b>Restaurante</b>					
No. Turistas	2.081	2.259	2.426	2.605	2.798
Precio	10,00	10,42	10,85	11,30	11,77
<b>Subtotal</b>	<b>20.810,00</b>	<b>23.538,78</b>	<b>26.322,10</b>	<b>29.436,50</b>	<b>32.932,46</b>
<b>Piscina</b>					
No. Turistas	1.836	1.993	2.140	2.299	2.469
Precio	5,00	5,21	5,43	5,66	5,90
<b>Subtotal</b>	<b>9.180,00</b>	<b>10.383,53</b>	<b>11.620,20</b>	<b>13.012,34</b>	<b>14.567,10</b>
<b>Paseos por senderos</b>					
No. Turistas	2.326	2.524	2.711	2.912	3.127
Precio	7,00	7,29	7,59	7,91	8,24
<b>Subtotal</b>	<b>16.282,00</b>	<b>18.399,96</b>	<b>20.576,49</b>	<b>23.033,92</b>	<b>25.766,48</b>
<b>Tours por atractivos de la zona</b>					
No. Turistas	3.305	3.587	3.853	4.138	4.444
Precio	12,00	12,50	13,02	13,56	14,12
<b>Subtotal</b>	<b>39.660,00</b>	<b>44.837,50</b>	<b>50.166,06</b>	<b>56.111,28</b>	<b>62.749,28</b>

Elaborado por: El autor

**CUADRO No. 75  
INGRESOS CONSOLIDADOS**

SERVICIOS	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Alojamiento	67.325,00	76.114,92	85.129,68	95.259,00	106.566,03
Restaurante	20.810,00	23.538,78	26.322,10	29.436,50	32.932,46
Piscina	9.180,00	10.383,53	11.620,20	13.012,34	14.567,10
Paseos por senderos	16.282,00	18.399,96	20.576,49	23.033,92	25.766,48
Tours por atractivos de la zona	39.660,00	44.837,50	50.166,06	56.111,28	62.749,28
<b>TOTAL</b>	<b>153.257,00</b>	<b>173.274,69</b>	<b>193.814,53</b>	<b>216.853,04</b>	<b>242.581,35</b>

Elaborado por: El autor

### 5.3. EGRESOS

Dentro de este ítem se encuentran establecidos todos los egresos, los cuales incurrirá la hostería para su correcto funcionamiento con el propósito de brindar un servicio de calidad que genere satisfacción en el cliente, estos crecen con la inflación del 4,16% del año 2012, excepto los sueldos operativos que se encuentran proyectados al 9,9% en cada año según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

#### 5.3.1. COSTOS OPERATIVOS

Los costos operativos son todos aquellos que se encuentran relacionados directamente con la actividad económica, dichos costos son directos e indirectos, así como se muestran a continuación:

##### **Materia prima (menú)**

La materia prima se determinó en base al número de turistas que adquirirán los servicios de la Hostería al año, así como también su grado de favoritismo por el restaurante, así se podrá determinar los menús a preparar.

Los costos para la preparación de los menús se establecerán a través de los elementos que conlleva cada uno, los mismos que crecen de acuerdo a la inflación del 4,16%.

**CUADRO No. 76  
COSTO UNITARIO DEL MENÚ**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Cantidad de turistas	2.081	2.259	2.426	2.605	2.798
Costo de alimentación unitario	3,95	4,11	4,28	4,46	4,65
<b>TOTAL</b>	<b>8.219,95</b>	<b>9.284,49</b>	<b>10.383,28</b>	<b>11.618,30</b>	<b>13.010,70</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

### **Sueldos operativos**

Los sueldos operativos constituyen a la cancelación de remuneraciones del personal de la hostería, en este caso contará con un chef, ayudante de cocina, mesero, guía turístico, limpieza, chofer y guardia de seguridad, los mismos que serán contratados exclusivamente por la empresa de turismo. El crecimiento para los siguientes años se encuentra al 9,9% que representa la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

**CUADRO No. 77  
SUELDO UNIFICADO MENSUAL**

No.	PERSONAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
1	Chef	380,00	417,62	458,96	504,40	554,34
1	Ayudante de cocina	340,00	373,66	410,65	451,31	495,99
1	Mesero	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
1	Guía turístico	400,00	439,60	483,12	530,95	583,51
1	Limpieza	318,00	349,48	384,08	422,10	463,89
1	Chofer	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81
1	Guardia	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81
	<b>MENSUAL</b>	<b>2.396,00</b>	<b>2.633,20</b>	<b>2.893,89</b>	<b>3.180,39</b>	<b>3.495,24</b>
	<b>ANUAL</b>	<b>28.752,00</b>	<b>31.598,45</b>	<b>34.726,69</b>	<b>38.164,64</b>	<b>41.942,94</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaborado por: El autor

**CUADRO No. 78**  
**PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCION	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salario Básico Unificado	28.752,00	31.598,45	34.726,69	38.164,64	41.942,94
Aporte Patronal	3.493,37	3.839,21	4.219,29	4.637,00	5.096,07
Fondos de Reserva		2.633,20	2.893,89	3.180,39	3.495,24
Vacaciones	1.198,00	1.316,60	1.446,95	1.590,19	1.747,62
Décimo Tercero	2.396,00	2.633,20	2.893,89	3.180,39	3.495,24
Décimo Cuarto	2.226,00	2.446,37	2.688,57	2.954,73	3.247,25
<b>TOTAL SUELDOS OPERATIVOS</b>	<b>38.065,37</b>	<b>44.467,04</b>	<b>48.869,28</b>	<b>53.707,34</b>	<b>59.024,37</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaborado por: El autor

**Costos indirectos de operación**

Los costos indirectos de operación se determinaron en base a los servicios que prestará la hostería, dentro de estos, se tomará en cuenta el mismo porcentaje de inflación que se determinó en los ítems anteriores.

- **Servicios básicos**

**CUADRO No. 79**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Agua	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
Luz	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00
<b>TOTAL</b>	<b>660,00</b>	<b>687,46</b>	<b>716,05</b>	<b>745,84</b>	<b>776,87</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

- **Consumo de gas**

**CUADRO No. 80 CONSUMO DE GAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Consumo de gas	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

- **Mantenimiento maquinaria y equipo**

**CUADRO No. 81 MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Mantenimiento maquinaria y equipo	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
<b>TOTAL</b>	<b>180,00</b>	<b>187,49</b>	<b>195,29</b>	<b>203,41</b>	<b>211,87</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

- **Combustible y mantenimiento vehículo**

**CUADRO No. 82 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Combustible y mantenimiento vehículo	1.500,00	1.562,40	1.627,40	1.695,10	1.765,61

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

- **Reposición de menaje**

Para determinar la reposición del menaje, se obtuvo el 10% del valor total de menaje, lencería y vajilla.



### CUADRO No. 83 REPOSICIÓN DE MENAJE

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Reposición de menaje, vajilla y lencería	909,38	947,21	986,61	1.027,65	1.070,40

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS**

### CUADRO No. 84 RESUMEN DE COSTOS OPERATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Materia prima (menú)	8.219,95	9.284,49	10.383,28	11.618,30	13.010,70
Sueldos operacionales	38.065,37	44.467,04	48.869,28	53.707,34	59.024,37
Servicios Básicos	660,00	687,46	716,05	745,84	776,87
Consumo de gas	480,00	499,97	520,77	542,43	565,00
Mantenimiento maquinaria y equipo	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
Combustible y mantenimiento vehículo	1.500,00	1.562,40	1.627,40	1.695,10	1.765,61
Reposición menaje	909,38	947,21	986,61	1.027,65	1.070,40
TOTAL	50.014,69	57.636,05	63.298,67	69.540,07	76.424,82

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

Los costos operativos para el primer año de funcionamiento son de \$50.014,69 y para el quinto año es de \$ 76.424,82.

### 5.3.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Estos gastos pertenecen a los flujos de dinero que se realizarán por concepto de la administración del negocio, mismos que se encuentran proyectados anualmente en base a una tasa de inflación del 4,16%, a excepción de los sueldos administrativos que se encuentran al 9,9% según la tendencia del sueldo básico.

- **Sueldos administrativos**

**CUADRO No. 85 SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

No.	PERSONAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
1	Gerente	450,00	494,55	543,51	597,32	656,45
1	Contadora	350,00	384,65	422,73	464,58	510,57
1	Recepcionista	320,00	351,68	386,50	424,76	466,81
	MENSUAL	1.120,00	1.230,88	1.352,74	1.486,66	1.633,84
	ANUAL	<b>13.440,00</b>	<b>14.770,56</b>	<b>16.232,85</b>	<b>17.839,90</b>	<b>19.606,05</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: El autor

**CUADRO No. 86 PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCION	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Salario Básico Unificado	13.440,00	14.770,56	16.232,85	17.839,90	19.606,05
Aporte Patronal	1.632,96	1.794,62	1.972,29	2.167,55	2.382,13
Fondos de Reserva		1.230,88	1.352,74	1.486,66	1.633,84
Vacaciones	560,00	615,44	676,37	743,33	816,92
Décimo Tercero	1.120,00	1.230,88	1.352,74	1.486,66	1.633,84
Décimo Cuarto	954,00	1.048,45	1.152,24	1.266,31	1.391,68
Total sueldos administrativos	17.706,96	20.690,83	22.739,22	24.990,40	27.464,45

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaborado por: El autor

- **Servicios básicos**

**CUADRO No. 87 SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Agua	60,00	62,50	65,10	67,80	70,62
Luz	120,00	124,99	130,19	135,61	141,25
<b>TOTAL</b>	<b>180,00</b>	<b>187,49</b>	<b>195,29</b>	<b>203,41</b>	<b>211,87</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

- **Servicios de comunicación**

**CUADRO No. 88 SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Servicio de teléfono	540,00	562,46	585,86	610,23	635,62
Servicio de internet	300,00	312,48	325,48	339,02	353,12
<b>TOTAL</b>	<b>840,00</b>	<b>874,94</b>	<b>911,34</b>	<b>949,25</b>	<b>988,74</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

- **Útiles de oficina**

**CUADRO No.89 ÚTILES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Resma de papel bond	18	4,00	72,00	75,00	78,12	81,36	84,75
Carpetas archivadoras	12	2,00	24,00	25,00	26,04	27,12	28,25
Grapadora	2	1,50	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53
Perforadora	2	3,00	6,00	6,25	6,51	6,78	7,06
Útiles varios	1	50,00	50,00	52,08	54,25	56,50	58,85
Factureros	20	7,00	140,00	145,82	151,89	158,21	164,79
<b>TOTAL</b>			<b>295,00</b>	<b>307,27</b>	<b>320,05</b>	<b>333,37</b>	<b>347,24</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

- **Mantenimiento computación**

**CUADRO No. 90 MANTENIMIENTO EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Mantenimiento computación	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

- **RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

### CUADRO No. 91 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Sueldos	17.706,96	20.690,83	22.739,22	24.990,40	27.464,45
Servicios básicos	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
Servicios de comunicación	840,00	874,94	911,34	949,25	988,74
Mantenimiento computación	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Útiles de oficina	295,00	307,27	320,05	333,37	347,24
<b>TOTAL</b>	<b>19.261,96</b>	<b>22.310,52</b>	<b>24.426,29</b>	<b>26.747,65</b>	<b>29.294,80</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

Los gastos administrativos ascienden a \$19.261,96 para el primer año de funcionamiento de la pequeña empresa y el quinto año \$ 29.294,80.

#### 5.3.3. GASTOS DE VENTAS

Los gastos de venta representan el dinero asignado para la contratación del servicio de publicidad, mismo que servirá para dar a conocer los servicios que ofrece la hostería ecológica de turismo, este gasto también crecerá según la inflación del 4,16%

- **Publicidad**

#### CUADRO No. 92 PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Prensa escrita	240,00	249,98	260,38	271,22	282,50
Radio	520,00	541,63	564,16	587,63	612,08
Hojas volantes	160,00	166,66	173,59	180,81	188,33
Página web	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
<b>TOTAL</b>	<b>1.100,00</b>	<b>1.145,76</b>	<b>1.193,42</b>	<b>1.243,07</b>	<b>1.294,78</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

#### 5.3.4. FINANCIAMIENTO

Para la implementación del proyecto se solicitará un crédito a la Corporación Financiera Nacional, con el aval del Ministerio de Turismo.

Las condiciones de financiamiento son las siguientes;

Préstamo: 100.000 dólares

Años: 5 años

Tasa de interés: 7,50%

Pagos: Mensuales

### CUADRO No. 93 TABLA DE AMORTIZACIÓN

MESES	CUOTA	INTERESES	AMORTIZACIÓN	AMORTIZADO	PENDIENTE
0					100.000,00
1	2.003,79	625,00	1378,79	1.378,79	98.621,21
2	2.003,79	616,38	1387,41	2.766,21	97.233,79
3	2.003,79	607,71	1396,08	4.162,29	95.837,71
4	2.003,79	598,99	1404,81	5.567,10	94.432,90
5	2.003,79	590,21	1413,59	6.980,69	93.019,31
6	2.003,79	581,37	1422,42	8.403,11	91.596,89
7	2.003,79	572,48	1431,31	9.834,43	90.165,57
8	2.003,79	563,53	1440,26	11.274,69	88.725,31
9	2.003,79	554,53	1449,26	12.723,95	87.276,05
10	2.003,79	545,48	1458,32	14.182,27	85.817,73
11	2.003,79	536,36	1467,43	15.649,70	84.350,30
12	2.003,79	527,19	1476,61	17.126,31	82.873,69
13	2.003,79	517,96	1485,83	18.612,14	81.387,86
14	2.003,79	508,67	1495,12	20.107,26	79.892,74
15	2.003,79	499,33	1504,47	21.611,73	78.388,27
16	2.003,79	489,93	1513,87	23.125,60	76.874,40
17	2.003,79	480,47	1523,33	24.648,93	75.351,07
18	2.003,79	470,94	1532,85	26.181,78	73.818,22
19	2.003,79	461,36	1542,43	27.724,21	72.275,79
20	2.003,79	451,72	1552,07	29.276,28	70.723,72
21	2.003,79	442,02	1561,77	30.838,05	69.161,95
22	2.003,79	432,26	1571,53	32.409,58	67.590,42
23	2.003,79	422,44	1581,35	33.990,94	66.009,06
24	2.003,79	412,56	1591,24	35.582,18	64.417,82
25	2.003,79	402,61	1601,18	37.183,36	62.816,64
26	2.003,79	392,60	1611,19	38.794,55	61.205,45
27	2.003,79	382,53	1621,26	40.415,81	59.584,19
28	2.003,79	372,40	1631,39	42.047,21	57.952,79

29	2.003,79	362,20	1641,59	43.688,80	56.311,20
30	2.003,79	351,95	1651,85	45.340,65	54.659,35
31	2.003,79	341,62	1662,17	47.002,82	52.997,18
32	2.003,79	331,23	1672,56	48.675,38	51.324,62
33	2.003,79	320,78	1683,02	50.358,40	49.641,60
34	2.003,79	310,26	1693,53	52.051,93	47.948,07
35	2.003,79	299,68	1704,12	53.756,05	46.243,95
36	2.003,79	289,02	1714,77	55.470,82	44.529,18
37	2.003,79	278,31	1725,49	57.196,31	42.803,69
38	2.003,79	267,52	1736,27	58.932,58	41.067,42
<b>MESES</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERESES</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>AMORTIZADO</b>	<b>PENDIENTE</b>
39	2.003,79	256,67	1747,12	60.679,71	39.320,29
40	2.003,79	245,75	1758,04	62.437,75	37.562,25
41	2.003,79	234,76	1769,03	64.206,78	35.793,22
42	2.003,79	223,71	1780,09	65.986,87	34.013,13
43	2.003,79	212,58	1791,21	67.778,08	32.221,92
44	2.003,79	201,39	1802,41	69.580,49	30.419,51
45	2.003,79	190,12	1813,67	71.394,16	28.605,84
46	2.003,79	178,79	1825,01	73.219,17	26.780,83
47	2.003,79	167,38	1836,41	75.055,58	24.944,42
48	2.003,79	155,90	1847,89	76.903,47	23.096,53
49	2.003,79	144,35	1859,44	78.762,92	21.237,08
50	2.003,79	132,73	1871,06	80.633,98	19.366,02
51	2.003,79	121,04	1882,76	82.516,74	17.483,26
52	2.003,79	109,27	1894,52	84.411,26	15.588,74
53	2.003,79	97,43	1906,37	86.317,63	13.682,37
54	2.003,79	85,51	1918,28	88.235,91	11.764,09
55	2.003,79	73,53	1930,27	90.166,18	9.833,82
56	2.003,79	61,46	1942,33	92.108,51	7.891,49
57	2.003,79	49,32	1954,47	94.062,98	5.937,02
58	2.003,79	37,11	1966,69	96.029,67	3.970,33
59	2.003,79	24,81	1978,98	98.008,65	1.991,35
60	2.003,79	12,45	1991,35	100.000,00	0,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

## • GASTOS FINANCIEROS

Son los intereses generados por el crédito.

### CUADRO No. 94 GASTOS INTERES

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Interés	6.919,23	5.589,67	4.156,89	2.612,89	949,01

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

### 5.3.5. DEPRECIACIONES

Para obtener la depreciación se aplicó los porcentajes en base a la ley:

### CUADRO No. 95 DEPRECIACIONES

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR RESIDUAL
Infraestructura	167.100,00	5,00%	8.355,00	8.355,00	8.355,00	8.355,00	8.355,00	125.325,00
Equipo de Computación	2.380,00	33,33%	793,33	793,33	793,33			0,00
Renovación de equipo de Computación	2.479,01	33,33%				826,34	826,34	826,34
Equipo en general	13.165,00	10,00%	1.316,50	1.316,50	1.316,50	1.316,50	1.316,50	6.582,50
Muebles y Enseres	18.770,00	10,00%	1.877,00	1.877,00	1.877,00	1.877,00	1.877,00	9.385,00
Vehículo	17.000,00	20,00%	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>220.894,01</b>		<b>15.741,83</b>	<b>15.741,83</b>	<b>15.741,83</b>	<b>15.774,84</b>	<b>15.774,84</b>	<b>142.118,84</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

### 5.3.6. AMORTIZACIÓN DIFERIDOS

Para amortizar los activos diferidos se aplicó el 20% cada año según la ley.

### CUADRO No. 96 AMORTIZACIÓN DIFERIDOS

DETALLA	VALOR INICIAL	AMORTIZACIÓN ANUAL	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Activo Diferidos	3.850,00	20%	770	770	770	770	770

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

### 5.3.7. RESUMEN DE EGRESOS

**CUADRO No. 97 RESUMEN DE EGRESOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Costos operativos	50.014,69	57.636,05	63.298,67	69.540,07	76.424,82
Gastos administrativos	19.261,96	22.310,52	24.426,29	26.747,65	29.294,80
Gastos de ventas	1.100,00	1.145,76	1.193,42	1.243,07	1.294,78
Gastos por depreciación	15.741,83	15.741,83	15.741,83	15.774,84	15.774,84
Gastos de amortización	770,00	770,00	770,00	770,00	770,00
Gastos financieros	6.919,23	5.589,67	4.156,89	2.612,89	949,01
<b>TOTAL</b>	<b>93.807,72</b>	<b>103.193,83</b>	<b>109.587,11</b>	<b>116.688,52</b>	<b>124.508,25</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

Los egresos totales en el primer año ascienden a \$93.807,72 y en el quinto año son de \$124.508,25

### 5.4. ESTADOS FINANCIEROS

Determinadas todas las inversiones, ingresos y egresos a continuación se establecerán los balances financieros.

#### 5.4.1. BALANCE DE ARRANQUE O SITUACIÓN INICIAL

El balance de Situación Inicial o también llamado de arranque determina el inicio de sus actividades económicas de la empresa o microempresa, es decir, refleja todos los activos, pasivos y patrimonio que cuenta la entidad al inicio de sus actividades.



### CUADRO No. 98 BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO			
<b>ACTIVOS CORRIENTE</b>		<b>5.982,02</b>	<b>PASIVOS LARGO PLAZO</b>		<b>100.000,00</b>
Caja - Bancos	5.982,02		Préstamo por pagar	100.000,00	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		<b>277.508,75</b>	<b>CAPITAL</b>		<b>187.340,77</b>
Terreno	50.000,00		Inversión propia	187.340,77	
Infraestructura	167.100,00				
Vehículo	17.000,00				
Equipo de Computación	2.380,00				
Equipo en general	13.165,00				
Muebles y enseres	18.770,00				
Menaje	788,25				
Lencería	5.677,00				
Vajilla	2.628,50				
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		<b>3.850,00</b>			
Gastos de constitución	3.850,00				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>287.340,77</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y CAPITAL</b>		<b>287.340,77</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

### 5.4.2. ESTADO DE RESULTADOS

El Estado de Resultados refleja la evolución de la situación económica de la empresa durante los próximos cinco años.

### CUADRO No. 99 ESTADO DE RESULTADOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
Ingresos proyectados	153.257,00	173.274,69	193.814,53	216.853,04	242.581,35
Costos operativos	50.014,69	57.636,05	63.298,67	69.540,07	76.424,82
<b>Utilidad bruta</b>	<b>103.242,31</b>	<b>115.638,64</b>	<b>130.515,86</b>	<b>147.312,97</b>	<b>166.156,53</b>
Gastos administrativos	19.261,96	22.310,52	24.426,29	26.747,65	29.294,80
Gastos de ventas	1.100,00	1.145,76	1.193,42	1.243,07	1.294,78
Gastos financieros	6.919,23	5.589,67	4.156,89	2.612,89	949,01
Gastos por depreciación	15.741,83	15.741,83	15.741,83	15.774,84	15.774,84
Gastos diferidos	770,00	770,00	770,00	770,00	770,00
<b>Utilidad operativa</b>	<b>59.449,28</b>	<b>70.080,86</b>	<b>84.227,42</b>	<b>100.164,52</b>	<b>118.073,10</b>

Participación trabajadores	8.917,39	10.512,13	12.634,11	15.024,68	17.710,96
<b>Utilidad o pérdida antes de impuestos</b>	<b>50.531,89</b>	<b>59.568,73</b>	<b>71.593,31</b>	<b>85.139,85</b>	<b>100.362,13</b>
Impuesto a la renta	11.117,02	13.105,12	15.750,53	18.730,77	22.079,67
<b>Utilidad neta proyectada</b>	<b>39.414,88</b>	<b>46.463,61</b>	<b>55.842,78</b>	<b>66.409,08</b>	<b>78.282,46</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

Para el primer año de actividades la utilidad neta proyectada es de \$39.414,88 y en el quinto año es de \$78.282,46

### 5.4.3. Estado de Flujo de Caja

El flujo de caja constituye la dinámica del proyecto, tanto entradas y salidas de efectivo.

**CUADRO No. 100 FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017
<b>INGRESOS</b>						
Inversión inicial	-287.340,77					
Utilidad operativa		59.449,28	70.080,86	84.227,42	100.164,52	118.073,10
(+)Depreciación		15.741,83	15.741,83	15.741,83	15.774,84	15.774,84
(+)Diferidos		770	770	770	770	770
(-)Reinversión					2.479,01	
(-)Part. Trabajadores		8.917,39	10.512,13	12.634,11	15.024,68	17.710,96
(-)Impuestos		11.117,02	13.105,12	15.750,53	18.730,77	22.079,67
(+)Recuperación de inversión						<b>200.972,55</b>
<b>(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO</b>	<b>-287.340,77</b>	<b>55.926,71</b>	<b>62.975,44</b>	<b>72.354,61</b>	<b>80.474,91</b>	<b>295.799,85</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

Nota: La recuperación de la inversión corresponde al valor de los activos al final de los 5 años de proyección.

El flujo de caja neto para el primer año es \$55.926,71 y en el quinto año es de \$295.799,85

## 5.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

Una evaluación financiera permite determinar la factibilidad del proyecto por medio de la aplicación de ratios financieros tales como: el TIR, el VAN, PRI, C/B, los cuales establecerán el grado de rendimiento de la empresa.

### 5.5.1. DETERMINACIÓN DE COSTO CAPITAL Y TASA DE RENDIMIENTOS MEDIO.

Para calcular el Costo de Oportunidad se utilizó tanto la tasa pasiva para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra al 4,25% y la tasa activa del 7,5%.

**CUADRO No.101 COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	187.340,77	65,20	4,25	277,09
Capital Financiado	100.000,00	34,80	7,50	261,01
<b>TOTAL</b>	<b>287.340,77</b>	<b>100,00</b>	<b>11,75</b>	<b>538,11</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: El autor

**Ck= 5,38%**

Tasa de rendimiento medio para obtener esta tasa se aplicó la siguiente fórmula:

Datos:

Ck(valor ponderado)= 5,38%

If(Inflación)= 4,16%

TRM=  $((1+Ck)(1+If)-1)$

TRM= 0,0976

**TRM= 9,76%**

### 5.5.2. VALOR ACTUAL NETO

El VAN representa la rentabilidad del proyecto en valores absolutos a tiempo real, teóricamente para decidir si el proyecto es factible, se deberá obtener un valor positivo y mayor a cero.

**CUADRO No. 102 VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 9,76%	ENTRADAS ACTUALES
0	-287.340,77			-287.340,77
1		55.926,71	0,911	50.953,63
2		62.975,44	0,830	52.273,68
3		72.354,61	0,756	54.718,47
4		80.474,91	0,689	55.447,77
5		295.799,85	0,628	185.685,27
<b>VAN</b>				<b>111.738,05</b>

Fuente: Flujo de caja  
Elaborado por: El autor

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

$$VAN= 111.738,05$$

EL VAN del proyecto es de \$111.738,05 por lo tanto es factible

### 5.5.3. TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno (TIR) determina la rentabilidad del proyecto en términos relativos o porcentuales que devuelve una inversión en un período de tiempo.

**CUADRO No. 103 TASA INTERNA DE RETORNO**

<b>AÑO</b>	<b>ENTRADAS EN EFECTIVO</b>	<b>FACTOR 9,76%</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>	<b>FACTOR 21%</b>	<b>ENTRADAS ACTUALIZADAS</b>
0	-287.340,77		-287.340,77		-287.340,77
1	55.926,71	0,911	50953,63	0,826	46.220,42
2	62.975,44	0,830	52273,68	0,683	43.013,07
3	72.354,61	0,756	54718,47	0,564	40.842,29
4	80.474,91	0,689	55447,77	0,467	37.542,14
5	295.799,85	0,628	185685,27	0,386	114.043,65
<b>VAN</b>			<b>111.738,05</b>		<b>-5.679,19</b>

Fuente: Flujo de caja  
Elaborado por: El autor

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

$$TIR = 9,76 + (21 - 9,76) \frac{111.738,05}{111.738,05 - (-5.679,19)}$$

**TIR = 20,31%**

El TIR del proyecto es de 20,31%, lo que representa la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales.

**5.5.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

**CUADRO No. 104 TIEMPO DE RECUPERACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>FNA</b>	<b>RECUP. CAPITAL</b>	<b>TIEMPO DE RECUPERACIÓN</b>	
1	<b>287.340,77</b>	50.953,63	<b>50.953,63</b>	1	Año
2		52.273,68	<b>52.273,68</b>	2	Año
3		54.718,47	<b>54.718,47</b>	3	Año
4		55.447,77	<b>55.447,77</b>	4	Año
5		185.685,27	73.947,22	4	Meses

Fuente: Flujo de caja  
Elaborado por: El autor

El análisis del PRI, establece que se recupera la inversión en 4 años 4 mes.

### 5.5.5. COSTO BENEFICIO

**CUADRO No. 105 COSTO BENEFICIO**

AÑO	FNE	FACTOR 9,76%	FNE ACTUALIZADOS
1	55.926,71	0,9111	50.953,63
2	62.975,44	0,8301	52.273,68
3	72.354,61	0,7563	54.718,47
4	80.474,91	0,6890	55.447,77
5	295.799,85	0,6277	185.685,27
Suman=			399.078,82

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El autor

$$C/B = \frac{\sum FNE ACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{399.078,82}{287.340,77}$$

$$C/B = 1,39$$

Este evaluador indica que por cada dólar invertido en el proyecto se generará 0,39 centavos de dólar.

### 5.5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

**CUADRO No.106**

**PUNTO DE EQUILIBRIO**

DESCRIPCIÓN	2013
<b>COSTOS FIJOS</b>	
Gastos administrativos	19.261,96
Gastos de ventas	1.100,00
Depreciaciones	15.741,83
Diferidos	770,00
Gastos financieros	6.919,23
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>43.793,02</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>	

Materia prima (menú)	8.219,95
Sueldos operacionales	38.065,37
Servicios Básicos	660,00
Consumo de gas	480,00
Mantenimiento maquinaria y equipo	180,00
Combustible y mantenimiento vehículo	1.500,00
Reposición menaje	909,38
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>50.014,69</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>93.807,72</b>
VENTAS	153.257,00
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO %</b>	<b>0,42</b>
<b>VENTAS EN DÓLARES</b>	<b>65.008,11</b>
CAPACIDAD DE EQUILIBRIO	0,29

Elaborado por: El autor

El punto de equilibrio está establecido en el 42% para la cobertura de los costos fijos, ya que los variables están ya disminuidos del total de ventas. La capacidad de equilibrio se ubica en 0,29, que indica que por cada dólar de venta están disponibles 0,29 centavos para cubrir los costos fijos y las utilidades y los 0,71 centavos restantes cubren los costos variables del proyecto.

### 5.5.7. RESUMEN DE LA EVALUACIÓN FINANCIERA

**CUADRO No.107  
RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA**

EVALUADOR	CRITERIO DE EVALUACIÓN	VALOR	RESULTADO
TRM =		9,76%	
VAN =	VAN > 0	111.738,05	Aceptable
TIR % =	TIR > TRM	20,31%	Aceptable
PRI =		4,4	Años bueno
B/C =	R B/C > 1	1,39	Aceptable

Fuente: Evaluación financiera

Elaborado por: El autor

Finalmente, al realizar todo el estudio financiero y económico del proyecto se determinó que dicha actividad a realizarse es factible, así lo demuestran los escenarios financieros analizados.

## CAPÍTULO VI

### 6. ORGANIZACIÓN DE LA HOSTERÍA ECOLÓGICA

En este capítulo se establecieron los siguientes aspectos: estratégicos, organizacionales y legales, los cuales direccionarán la ejecución de las actividades de la hostería ecológica

#### 6.1. Aspectos estratégicos

##### 6.1.1. Nombre de la hostería

La denominación del lugar turístico será:

*HOSTERÍA ECOLÓGICA LITA*

Se ha considerado el nombre de *HOSTERÍA ECOLÓGICA LITA*, tomando en cuenta que las actividades turísticas se las desarrollará en la parroquia de Lita, la riqueza del ecosistema que posee el lugar.

##### 6.1.2. Misión

Somos una hostería ecológica que brinda al turista local, nacional e internacional un servicio de calidad, generando gran expectativa por el ecosistema del lugar, apoyado por un talento humano capacitado en satisfacer sus necesidades.

##### 6.1.3. Visión

Para el año 2018 la hostería ecológica será un destino turístico ecológico, que fortalece una actividad amigable con el ecosistema del lugar, satisfaciendo las exigencias de turistas locales, nacionales y extranjeros.



#### **6.1.4. Objetivos**

- Presentar programas que tenga el propósito de aportar con el crecimiento turístico de Lita.
- Analizar la importancia de los atractivos turísticos que posee el sector para la dar a conocer al turista.
- Controlar que la prestación de servicios sean de calidad y la atención que se brinde cumpla con las expectativas del cliente.
- Aplicar estrategias de venta para que el servicio llegue directamente a los turistas.
- Controlar los procesos establecidos para cuidar y conservar el medio ambiente del sector.

#### **6.1.5. Políticas**

- Se exigirá puntualidad a los empleados que trabajen en la hostería, en caso de no cumplir se sancionará en primera instancia con una llamada de atención en forma verbal, en segunda instancia de manera escrita y en tercera instancia con una multa económica de diez centavos por minuto de atraso.
- La hostería ecológica no permitirá el trabajo de familiares de los empleados con la finalidad de evitar conflictos laborales.
- La información debe ser confidencial, no se permitirá que los empleados intervengan en las decisiones más importantes.

- Se impartirá y exigirá respeto entre compañeros de trabajo y con los clientes, de manera que se logren buenas relaciones internas y con los habitantes del sector donde se asiente la organización.
- La empresa proporcionará reconocimientos adicionales considerando el nivel de desempeño de sus trabajadores.

**CUADRO No. 108  
ASIGNACIÓN DE INCENTIVOS**

DESCRIPCIÓN	PERIODO DE EVALUACIÓN	ALTERNATIVA	INCENTIVOS
DESEMPEÑO LABORAL	Semestral	Muy bueno	2 días de descanso anual
		Bueno	1 día de descanso anual
		Regular	Nada

Elaborado por: El autor

#### 6.1.6. Principios y valores

#### 6.1.7. Principios

- **Brindar un buen clima organizacional:** Brindar a sus trabajadores un ambiente laboral de calidad.
- **Eficacia en el control de costos:** Presentar precios adecuados de los diferentes servicios a los turistas.
- **Mejoramiento continuo del servicio:** Mejoramiento en los servicios brindados a los turistas para atraer su atención.
- **La gestión debe ser rápida y flexible:** Dar cumplimiento inmediato a los problemas que los turistas presenten.
- **Apoyo a los turistas:** Asesorar de manera profesional en las inquietudes que los clientes presenten.

- **Incrementar el valor de la hostería turística:** Se dará un manejo adecuado a las relaciones públicas que permitan dar a conocer los servicios del complejo turístico.
- **Respaldo a empleados:** Brindar el respaldo y apoyo a los empleados con respecto al crecimiento profesional.
- **Trabajo en equipo:** Proporcionar información que dé a conocer lo importante que es trabajar en unión.

#### 6.1.8. Valores

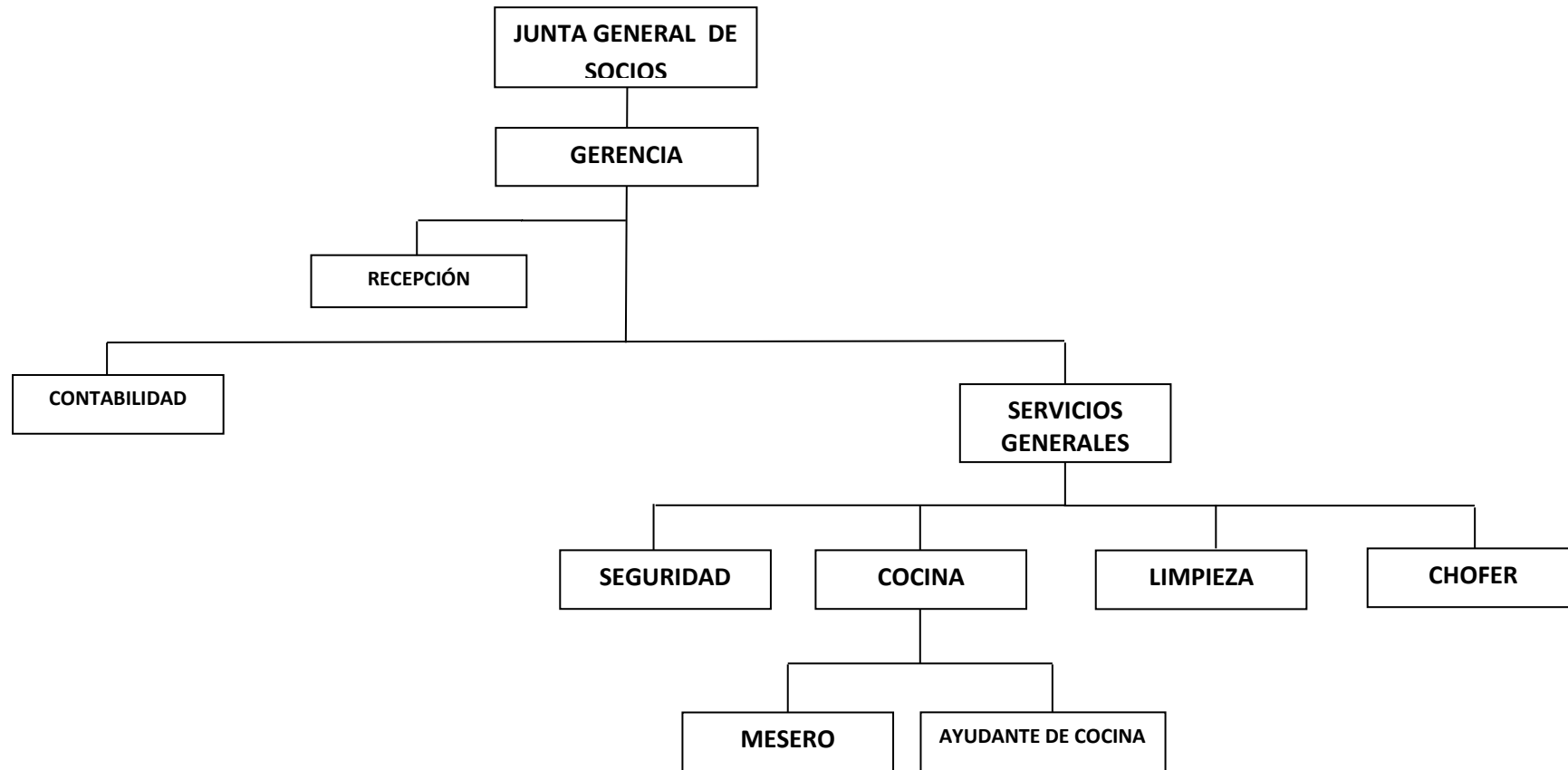
- **Honestidad:** Desenvolverse dentro del ambiente laboral de manera honesta al desarrollar sus actividades.
- **Puntualidad:** Cumplir con el horario establecido en la entrada y salida del trabajo y en el cumplimiento de sus actividades.
- **Responsabilidad:** Desarrollar sus actividades cumpliendo con los procesos adecuados para obtener buenos resultados.
- **Respeto:** Fomentar el respeto en cada uno de los trabajadores para evitar conflictos futuros que pueden ocasionar problemas laborales.
- **Compromiso:** Sentir el compromiso de dirigir y orientar al turista sobre los servicios que puede disponer.
- **Honradez:** Realizar su trabajo de manera íntegra donde todo resultado sea basado en la realidad.
- **Lealtad:** Mostrar plena confianza ante información importante del complejo turístico.

- **Justicia:** Actuar de manera íntegra ante el juzgamiento por los problemas o logros que presenten los trabajadores.

## **6.2. Aspectos organizacionales**

### **6.2.1. Organigrama estructural**

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA HOSTERÍA ECOLÓGICA LITA



## **6.2.1. IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES**

### **JUNTA GENERAL DE SOCIOS**

#### **Funciones**

- Designar y remover administradores y gerentes.
- Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo.
- Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes.
- Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades.
- Resolver acerca de la amortización de las partes sociales.
- Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios.
- Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social.
- Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía.
- Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía.
- Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley.

- Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.
- En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,
- Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

## **GERENTE**

### **Funciones**

- Ser el representante legal de la organización.
- Se encarga de la planificación, organización estructural y el alcance de las metas.
- Dirigir y coordinar las actividades propuestas y velar por la correcta realización.
- Diseñar los presupuestos anuales para la operatividad del negocio.
- Presentar la información financiera a los socios de la empresa.
- Aplicar los procesos más idóneos para un buen funcionamiento en las instalaciones del establecimiento.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos que se ha establecido en la hostería ecológica.

- Elaborar estrategias de publicidad del establecimiento para captar mayor cantidad de clientes.
- Evaluar el desempeño y grado de compromiso que tiene cada puesto de trabajo.
- Formular los planes y programas que debe cumplir la hostería ecológica.

### **Competencias laborales**

- Ética profesional
- Honestidad
- Responsabilidad
- Compromiso con la microempresa
- Capacidad para liderar
- Habilidades para negociar.
- Capacidad para tomar decisiones
- Trabajar en equipo

### **Requisitos**

- Título: Ing. Administración de Empresas o carreras a fines
- Edad: De 30 a 35 años.

### **RECEPCIONISTA**

#### **Funciones**

- Recibir y despedir de manera cordial a los clientes.



- Llevar un registro de los huéspedes que se encuentran dentro del establecimiento.
- Distribuir el trabajo de limpieza y arreglo de cabañas de acuerdo a la ocupación.
- Acoger y escuchar los pedidos de los clientes y darles soluciones inmediatas.
- Asignará habitaciones de acuerdo a las especificaciones de reserva.
- Entregará información sobre la hostería y sobre los sitios que se pueden visitar.
- Velar por la seguridad de los documentos que contienen información confidencial.
- Preparará los documentos e informes que le corresponde a la revisión de la gerencia y contabilidad.

### **Competencias laborales**

- Responsabilidad
- Compromiso con el complejo turístico
- Capacidad para tomar decisiones
- Trabajar en equipo
- Relaciones interpersonales

### **Requisitos**

- Título: Secretaria bilingüe
- Edad: De 23 a 27 años.
- Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

## **CONTADOR**

### **Funciones**

- Llevar los registros contables de la hostería turística con sus respectivos respaldos.
- Controlar las entradas y salidas de dinero con sus respectivos comprobantes.
- Clasificar, guardar y resumir información numérica y financiera para recopilar asientos contables en los libros.
- Llenar y enviar formularios de compensación a trabajadores en las fechas previstas.
- Presentar las obligaciones tributarias, impuestos a la renta, así como también las obligaciones sociales y personales al IESS, en el momento oportuno.
- Registrar y ordenar sistemáticamente las transacciones contables, y fortalecer los procedimientos del control interno.
- Asumir el control financiero, documentos legales y custodia de archivos.
- Analizar e interpretar la información contable en el tiempo real.
- Estructurar los respectivos estados financieros de operatividad de la hostería.

### **Competencias laborales**

- Responsabilidad
- Compromiso con el complejo turístico

- Capacidad para tomar decisiones
- Trabajar en equipo

### **Requisitos**

- Título: Ing. Contabilidad y Auditoría CPA.
- Edad: De 25 a 30 años.
- Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

### **GUÍA TURÍSTICO**

#### **Funciones**

- Supervisar el personal de servicio que está a su cargo.
- Planificar las actividades de área de servicios.
- Informar acerca de los servicios turísticos de la hostería ecológica.
- Atender cualquier requerimiento que tenga el turista al momento de realizar su visita dentro de la hostería.
- Explicar e informar acerca del atractivo que se visite durante los recorridos con el turista.
- Administrar el tiempo de la visita para que el turista se pueda organizar.
- Registrar y dar a conocer novedades que se presenten durante la visita de los turistas.
- Realizar actividades de motivación para que el turista se sienta activo en la participación.

- Brindar el apoyo necesario al turista en cualquier momento o situación que lo requiera.
- Poner atención y gestionar reclamos y sugerencias que se presenten por parte de los turistas.
- Informar a gerencia los problemas que se presenten en el área que está a su cargo.

### **Competencias laborales**

- Responsabilidad
- Compromiso con el complejo turístico
- Capacidad para tomar decisiones
- Trabajar en equipo
- Relaciones interpersonales
- Dominio de Idiomas

### **Requisitos**

- Título: Tecnología en Turismo
- Edad: De 27 a 35 años.
- Experiencia: Mínimo 2 años en cargos similares.

### **CHEF**

#### **Funciones**

- Coordina las actividades para la preparación de los alimentos que se ofrecerán en la hostería ecológica.
- Verificar que los productos a utilizarse en la preparación sean de calidad y se encuentren en perfecto estado.

- Elaborar la lista de compras, dependiendo de la afluencia de turistas que haya en el establecimiento.
- Velar por el buen funcionamiento de equipos que se utilizan en el área de cocina.
- Velar por la buena convivencia entre los empleados que trabajan en ese lugar.
- Conservar un ambiente limpio para la elaboración de los alimentos
- Registrar la entrega de los distintos pedidos que se le hayan realizado.
- Presentar un informe sobre las actividades que se han realizado y las observaciones que se presente.
- Tener conocimiento para la preparación de los distintos platos típicos del sector.

### **Competencias laborales**

- Responsabilidad
- Compromiso con el complejo turístico
- Capacidad para tomar decisiones
- Trabajar en equipo

### **Requisitos**

- Título: Gastronomía
- Edad: De 23 en adelante
- Experiencia: Mínimo 1 año

## **MESERO**

- Tomar los pedidos de los clientes y atenderlos de forma inmediata.
- Servir los platos que se preparan en la cocina en el área de restaurante.
- Mantener el menaje listo para el servicio de los alimentos.
- Estar pendiente de que se mantenga un ambiente limpio y presentable.
- Mantener todo el día aseado y ordenado el local.

## **Competencias laborales**

- Responsabilidad
- Compromiso con la hostería

## **Requisitos**

- Título: Bachiller
- Edad: De 18 en adelante
- Experiencia: Mínimo 1 año

## **CAMARERA O LIMPIEZA**

- Realizar el arreglo y limpieza de las habitaciones que los turistas ocupan.
- Realizar un inventario de todas las cosas que las habitaciones contienen con el fin de verificar que no falte nada.

- Velar por la preservación del medio ambiente y utilizar productos biodegradables colocando los desechos que se obtengan en el lugar adecuado.
- Lavar y planchar la ropa de cama y los pedidos de los clientes y colocar en su lugar adecuado.
- Registrar el consumo por concepto de lavado y planchado y reportar a recepción
- Velar por las pertenencias de los turistas en caso de que ellos se hubiesen olvidado

### **Competencias laborales**

- Responsabilidad
- Compromiso con la hostería

### **Requisitos**

- Título: Bachiller
- Edad: De 18 en adelante
- Experiencia: Mínimo 1 año

### **GUARDIA DE SEGURIDAD**

#### **Funciones**

- Velar por la seguridad de los clientes y empleados que se encuentran dentro del establecimiento.
- Informar cualquier anomalía que se presente para tomar decisiones a tiempo.

- Controlar las entradas y salidas en un registro para tomar las medidas de seguridad pertinentes.
- Coordinar el parqueo de vehículos para que no exista problemas con los turistas que llegan en su propio transporte.
- Realizar rondas nocturnas para resguardar la seguridad de los huéspedes.
- Presentar un informe al final del día con las observaciones realizadas

### **Competencias laborales**

- Responsabilidad
- Compromiso con la hostería

### **Requisitos**

- Título: En Seguridad
- Edad: De 25 en adelante
- Experiencia: Mínimo 1 año

## **CHOFER**

### **Funciones**

- Realizar el mantenimiento periódicamente del vehículo.
- Mantener el vehículo en perfectas condiciones para trasladar a los turistas.



- Presentar las facturas correspondientes del consumo de combustible.
- Realizar el transporte de los productos que se le solicite
- Garantizar que el equipaje de los turistas se encuentra en un lugar adecuado.
- Realizar las actividades que le sean designadas.

### **Competencias laborales**

- Responsabilidad
- Buenas relaciones humanas
- Compromiso con la hostería

### **Requisitos**

- Título: Bachiller, Conductor profesional
- Edad: De 23 en adelante
- Experiencia: Mínimo 1 año

## **6.3. Aspecto legal de funcionamiento**

### **6.3.1. Constitución legal**

#### **Nombre o Razón Social**

El nombre del establecimiento turístico será: *HOSTERÍA ECOLÓGICA LITA*.

#### **Base legal para la constitución de la empresa**

#### **Formación de la Compañía**

La Hostería Ecológica Lita, se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada conformado por los aportes en dinero de cinco socios.

### Aspecto Legal para la Formación de la Compañía

- **Ente Jurídico.-** Se creará como compañía de responsabilidad limitada.
- **Comparecientes y Declaración de Voluntad.-** Intervienen en la celebración de este contrato, los cinco socios que conformaran la compañía y se hará constar los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad, y dirección domiciliaria. Declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada "Hostería Ecológica Lita", el mismo que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

### CUADRO No.109

#### SOCIOS QUE CONFORMARÁN LA HOSTERÍA

Nombres	Apellidos	Nacionalidad	Estado civil	Dirección del Domicilio
José Roberto	Aguirre Escobar	Ecuatoriano	Soltero	Ibarra
María Elena	Estévez Mora	Ecuatoriana	Soltera	Ibarra
Estefanía Ivonne	Caranqui Solano	Ecuatoriano	Soltero	Ibarra
José Rafael	Endara Robles	Ecuatoriano	Soltero	Ibarra
Luis Alfonso	Gallegos Suarez	Ecuatoriano	Soltero	Ibarra

Elaborado por: El autor

- **Objeto.-** el establecimiento turístico "*HOSTERÍA ECOLÓGICA LITA*"; tiene por objeto y finalidad, brindar un servicio de calidad con un entorno natural; por ello, se dedicará a proporcionar servicios de alojamiento, restaurante, piscina, recorridos por senderos y tours por atractivos de la zona; pudiendo ejercer todas las actividades permitidas por la Ley y aportar a la formación de otras compañías.

- **Obligación social.-** Los socios responderán individualmente, hasta por el monto de sus aportaciones que en esta circunstancia sería de \$57.468,15 dólares cada uno.
- **Capital social.-** Las aportaciones por cada socio será de \$57.468,15, obteniendo un total de \$287.340,77.
- **Suscripción y pago de las aportaciones.-** Se suscribirán 5 participaciones por cada socio y el pago se lo efectuará en efectivo al momento de la conformación de la compañía.
- **El plazo.-** La duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse desde la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.
- **Domicilio.-**El domicilio principal de la compañía es la Parroquia Lita, Cantón Ibarra de la provincia de Imbabura.
- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.

- Como documento habilitante, se agregará a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria.
- Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, esta escritura será enviada a la Superintendencia de Compañías para su aprobación y se realizará una publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía.
- La inscripción en el Registro Mercantil. Luego de la aprobación y autorización del superintendente. Y se procederá a inscribir legalmente a la compañía.

#### **6.7.1. Permisos de funcionamiento**

##### **El Registro Único de Contribuyente (RUC)**

- Formulario RUC 01-A que corresponde a la inscripción y actualización de la información del Registro Único de Contribuyentes; y RUC 1-B que corresponde a la inscripción y actualización de los establecimientos de las sociedades, ambos formularios serán suscritos por el Representante Legal.
- Original y copia certificada del documento de constitución o domiciliación, debidamente legalizado por el organismo de control respectivo e inscrito en el Registro Mercantil y entregar una copia simple del mismo.
- Original o copia certificada del nombramiento vigente del Representante Legal inscrito en el Registro Mercantil y entregar una copia simple.

- Original de la cédula de identidad o ciudadanía del Representante
- Legal y de ser el caso, el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Original y copia de las tres hojas de los datos generales del registro de sociedades emitidas por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia de uno de los siguientes documentos que acrediten la dirección donde realice la actividad económica: planilla de servicio básico (agua, luz o teléfono), estado de cuenta bancario (del servicio de televisión pagada, de telefonía celular o de tarjeta de crédito, contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador, comprobante de pago del impuesto predial, original y copia de la escritura de propiedad; u original y copia de la escritura de compra y venta del inmueble.
- Nombres, apellidos completos y número de RUC del contador.
- Si son más de 8 socios o accionistas debe presentar una ficha técnica en medio magnético con la información de los mismos.

### **Registro en el Ministerio de Turismo**

Entre los requisitos y formalidades para el registro del establecimiento en el Ministerio de Turismo son los siguientes:

- Llenar solicitud de registro.
- Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina de Registro Mercantil.

- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cédula de identidad a color.
- Copia de la última papeleta de votación a color.
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia).
- Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil. (Formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos (firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados).

## **Patente municipal**

### **Requisitos**

- Registro Único de contribuyentes actualizado.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del representante legal de la microempresa.
- Formulario debidamente llenado de patente.
- Copia de declaración del impuesto a la Renta.

## **Permiso de salud**

El permiso sanitario de funcionamiento es una garantía que se le da a la población de que los establecimientos que son sujetos a control y vigilancia sanitaria cumplen con las condiciones higiénicas se lo obtiene durante los seis primeros meses de cada año.

Los requisitos son:

- Ficha de inspección
- Copia del RUC
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del propietario del establecimiento.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Copia del certificado de salud conferidos por Centros de Salud del MSP
- Pago de tasa (depende del tipo de establecimiento)
- Plano arquitectónico (ubicación de equipos y áreas)

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Con la creación de la Hostería Ecológica en la parroquia de LITA, cantón Ibarra, provincia de Imbabura se originará impactos que serán analizados a continuación:

- Impacto socio-económico
- Impacto empresarial
- Impacto educativo-cultural
- Impacto ambiental

Para el análisis de cada uno de los impactos presentados se aplicará la matriz de valoración que permitirá conocer el nivel que alcanzan.

**CUADRO No. 110**  
**MATRIZ DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS**

<b>POSITIVO</b>	<b>NIVEL</b>
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
<b>NEGATIVO</b>	<b>NIVEL</b>
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: El autor



$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

## 7.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO

**CUADRO No. 111  
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Bajar el índice de migración							X	3
Estabilidad laboral						X		2
Nivel de ingresos							X	3
Mejor calidad de vida						X		2
<b>TOTAL</b>						4	6	10

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de Impacto Socio – económico} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{3 + 2 + 3 + 2}{4} = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

### ANÁLISIS:

- Con la creación de la nueva hostería ecológica se disminuirá el índice de migración, porque las personas del sector ya no tendrán la necesidad de salir a buscar trabajo a otros lugares.
- Debido a que se creará fuentes de trabajo en las distintas áreas, se ofrecerá estabilidad laboral que garantice un mejoramiento de

condiciones de vida proporcionando ingresos económicos que le permita cubrir sus necesidades.

## 7.2. IMPACTO EMPRESARIAL

**CUADRO No. 112**  
**IMPACTO EMPRESARIAL**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Fortalecimiento microempresarial						X		2
Mejores niveles competitivos							X	3
Mejor rentabilidad						X		2
Iniciativa de emprendimiento						X		2
<b>TOTAL</b>						6	3	9

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de Impacto Empresarial} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{2 + 3 + 2 + 2}{4} = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

### ANÁLISIS:

El impacto empresarial que presenta el proyecto genera un efecto medio positivo, porque los aspectos a desarrollarse están encaminados al fortalecimiento microempresarial del sector a través de la aplicación

del mejoramiento de los niveles competitivos, lo que permitirá que la hostería ecológica obtenga un buen rendimiento económico que le permita mantenerse en el mercado competitivo, además servirá como ejemplo de emprendimiento para los futuros empresarios.

### 7.3. IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL

**CUADRO No. 113**  
**IMPACTO EDUCATIVO CULTURAL**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Capacitación continua						X		2
Mejoramiento turístico						X		2
Generación de conocimientos							X	3
Interés por el turismo						X		2
<b>TOTAL</b>						6	3	9

Elaborado por: El autor

$$Nivel\ de\ Impacto\ Educativo\ -\ Cultural = \frac{\sum}{Número\ de\ indicadores}$$

$$Sumatoria = \frac{2 + 2 + 3 + 2}{4} = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25$$

#### ANÁLISIS:

La hostería ecológica presenta un nivel medio positivo en el impacto educativo cultural, porque se encargará de capacitar continuamente a los turistas sobre la importancia de los recursos naturales que el sector posee, esto permitirá el mejoramiento turístico de la zona porque el

interés crecerá constantemente por conocer las maravillas que el lugar presenta.

#### 7.4. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO No. 114  
MATRIZ DE IMPACTO AMBIENTAL**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de desechos				X				0
Trabajo sin tóxicos				X				0
Conservación de la naturaleza				X				0
Contaminación del medio ambiente				X				0
<b>TOTAL</b>								0

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de Impacto Ambiental} = \frac{\sum}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{0 + 0 + 0 + 0}{4} = \frac{0}{4}$$

$$NI = 0$$

#### ANÁLISIS:

Al ser un proyecto que está relacionado con la naturaleza el impacto que presentan los indicadores planteados es muy bajo o nulo, porque la hostería tomará en cuenta medidas preventivas donde se manejará técnicas de utilización de los recursos que la zona presenta, el propósito principal es conservar la naturaleza y el medio ambiente libre de contaminantes.

## 7.5. IMPACTO GENERAL

**CUADRO No. 115**  
**IMPACTO GENERAL**

<b>IMPACTOS</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>TOTAL</b>
SOCIO-ECONÓMICO							X	3
EMPRESARIAL						X		2
EDUCATIVO						X		2
AMBIENTAL				X				0
<b>TOTAL</b>				0		4	3	7

Elaborado por: El autor

$$\text{Nivel de Impacto General} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Sumatoria} = \frac{3 + 2 + 2 + 0}{4} = \frac{7}{4}$$

$$NI = 1,75 = 2$$

### **ANÁLISIS:**

Con los datos obtenidos en el impacto general se determina que la creación de la hostería ecológica genera efectos positivos, porque beneficia tanto a las personas del sector como sus inversionistas de varias maneras, principalmente en lo económico porque se obtendrá mejores ingresos y un crecimiento constante en el turismo.

## CONCLUSIONES

Efectuado el estudio de los diferentes capítulos que conforman el estudio de factibilidad, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Los turistas determinan que la zona cuenta con un sitio adecuado para la creación de la hostería ecológica, porque posee muchos atractivos naturales que pueden ser aprovechados para dinamizar la economía del sector.
- La investigación realizada permitió conocer la alta predisposición por contratar los servicios de la hostería a crearse, en relación a la oferta se puede manifestar que es mínima, lo cual no satisface las exigencias de los turistas que visitan el sector.
- La parroquia de Lita posee vías de acceso en buen estado, cuenta con mano de obra disponible, presenta un ecosistema muy exuberante que permiten que el lugar sea considerado como destino turístico.
- Se determinó que es favorable la creación de la hostería ecológica, porque los aspectos evaluados presentan resultados positivos.

## RECOMENDACIONES

Para la gestión de la hostería es importante tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Cuidar de manera correcta los recursos naturales que la zona presenta, a través del apoyo del Ministerio de Turismo de la provincia.
- Identificar las necesidades primordiales de los turistas para poder mejorar los servicios que ofrece la hostería de acuerdo a los requerimientos identificados.
- Aprovechar el lugar en donde se realizará el proyecto con una gestión turística sustentable, ya que es conocido como un lugar que posee atractivos turísticos importantes que forma parte de la provincia de Imbabura que es visitado por los turistas.
- Verificar que se apliquen los procesos establecidos al momento de la utilización de recursos para evitar que se generen posibles impactos negativos a futuro.

## **BIBLIOGRAFÍA**

ANZOLA ROJAS Sérvulo,( 2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F.

ANDRADE, José Vicente, (2008) Turismo, fundamentos, Editorial Trillas.

AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración, Primera Edición, Pearson Educación, México.

ACHING, Guzmán C. (2007), en su obra guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia, Edición electrónica gratuita.

BONIFACE, Priscila, (2008) Elementos de turismo, Primera Edición, Editorial Trillas, México.

BOULLON, Roberto, (2005).Las Actividades Turísticas y Recreacionales, Editorial Trillas, Sexta Edición, México.

BRAVO, Mercedes, (2007). Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador.

DÍAZ, M. Ángel. (2008) David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México

FRIEND Graham y ZEHL Stefan (2008) Plan de Negocios, Primera edición, Editorial el Comercio.

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007) Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.



FONTAINE R. Ernesto, (2008) Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

FLORES U. Juan, (2007) Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

GALINDO, R. Carlos J. (2008) Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia.

GURRÍA, Manuel ( 2007 ).Introducción al Turismo, Editorial TRILLAS, México.

GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

HINDLE Tim (2008). Management, Primera Edición, Editorial The Economist. Argentina.

JONES, Gareth, (2010). Teoría Organizacional Diseño y Cambio en las Organizaciones, Quinta Edición, Editorial Pearson, México.

JANY CASTRO José Nicolás, (2009) Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, Cuarta Edición, Editorial McGrawHill, Bogotá Colombia.

JIMENEZ, Luis,( 2010). Ecoturismo. Editorial Eco Ediciones, Colombia

KOTLER, Philip. (2009) Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

KOONTZ, Harold, (2008) Administración una Perspectiva Global y Empresarial, Décimo Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.

NASSIR S. Chaín. (2007). Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación Primera Edición, Pearson Prentice Hall México.

NÚÑEZ, Z. Rafael, (2007). Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

MARTÍNEZ, Francisco, (2009). Alojamiento turístico rural: gestión y comercialización. Editorial Síntesis, España.

ORIOLAN, Luzia Neide. M. FERRAZ, Joandre, (2008). Legislación del Turismo, R.J., CNTur/EMbratur.

SAPAG, CH. , (2007). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J., WALKER, Bruce J., (2007). Fundamentos de Marketing, Decimocuarta edición en español, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. DE C. V., México, D. F.

WHEELEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007). Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.

ZAPATA, Sánchez Pedro, (2008), Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

## LINCOGRAFÍA:

- [www.definiciónabc.com](http://www.definiciónabc.com)
- [www.turismo.gov.ec](http://www.turismo.gov.ec)
- [www.turismoecuador.com](http://www.turismoecuador.com)
- [http://www.touribarra.gob.ec/.](http://www.touribarra.gob.ec/)
- [www.ambiente.gov.ec](http://www.ambiente.gov.ec)

# ANEXOS

## ANEXO A: ENCUESTA A LOS TURISTAS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS**  
**SECCIONALES**

**Objetivo:** Recopilar información para crear una hostería ecológica, en la Parroquia de Lita.

### 1. ¿Cuál es su lugar de origen?

- |                |     |
|----------------|-----|
| Imbabura       | ( ) |
| Región norte   | ( ) |
| Extranjero     | ( ) |
| Otras regiones | ( ) |

### 2. ¿Usted visita la parroquia de Lita por motivo de?

- |                 |     |
|-----------------|-----|
| Recreación      | ( ) |
| Visita Familiar | ( ) |
| Trabajo         | ( ) |
| Paseo           | ( ) |
| Gastronomía     | ( ) |

**3. ¿Con que frecuencia visita la parroquia de Lita?**

- Fines de semana ( )
- Días Feriados ( )
- Una vez al mes ( )
- Días ordinarios ( )

**4. ¿Sabía usted que la Parroquia de Lita, brinda varios atractivos turísticos?**

- En su totalidad ( )
- La mayor parte ( )
- Poco ( )
- Nada ( )

**5. ¿Conoce usted lo que es una hostería ecológica?**

- Mucho ( )
- Poco ( )
- Nada ( )

**6. ¿Qué tipo de actividad piensa que se puede desarrollar en el lugar?**

- Ecoturismo ( )
- Turismo fin de semana ( )
- Turismo aventura ( )
- Turismo comunitario ( )

**7. ¿Conoce usted una hostería a nivel local que preste servicios de: alojamiento, restaurante, piscina, sauna, turco e hidromasaje, paseos por senderos, tours por los atractivos de la zona?**

- En su totalidad ( )
- La mayor parte ( )
- Poco ( )
- Nada ( )

**8. ¿Estaría dispuesto asistir a la hostería ecológica, ubicada en la parroquia de Lita, que preste todos los servicios mencionados anteriormente?**

- En su totalidad ( )
- La mayor parte ( )
- Poco ( )
- Nada ( )

**9. ¿Con quién acudiría a recibir este tipo de servicio?**

- Familia ( )
- Pareja ( )
- Amigos ( )
- Solo ( )

**10. Si se creará esta hostería, ¿Cada qué tiempo usted y su familia, pareja, compañeros y amigos acudirían?**

- Semanalmente ( )
- Mensualmente ( )
- Trimestralmente ( )
- Feridos ( )

Ocasionalmente ( )

**11. ¿De los servicios que se ofrecería en la hostería por cual se inclinaría usted como turista?**

Alojamiento ( )

Restaurante ( )

Piscina, sauna, turco e hidromasaje ( )

Paseos por senderos ( )

Tours por los atractivos de la zona ( )

**12. De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar, por los servicios de la hostería ecológica?**

#### **ALOJAMIENTO**

Menos de \$10 ( )

De \$10 a \$15 ( )

De \$16 a \$21 ( )

Más de \$21 ( )

#### **RESTAURANTE**

Menos \$ 5 ( )

De \$ 5 a \$10 ( )

De \$11 a \$16 ( )

Más de \$16 ( )

#### **PASEOS POR SENDEROS**

Menos de \$ 5 ( )

De \$5 a \$ 10 ( )



De \$11 a \$16 ( )

Más de \$16 ( )

**PISCINA, SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE**

Menos de \$4 ( )

De \$4 a \$8 ( )

Más de \$8 ( )

**TOURS POR LOS ATRACTIVOS DE LA ZONA**

Menos de \$10 ( )

De \$10 a \$15 ( )

De \$16 a \$21 ( )

Más de \$21 ( )

**13. ¿Qué tiempo de permanencia considera que es ideal para visitar un atractivo turístico?**

1 a 2 días ( )

3 a 4 días ( )

5 a 6 días ( )

Más de 6 días ( )

**14. ¿Cuál de los siguientes medios de publicidad es de su preferencia?**

Radio ( )

Prensa escrita ( )

Trípticos ( )

Hojas volantes ( )

Internet ( )

## ANEXO B: ENCUESTA A LOS CENTROS TURÍSTICOS



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE GOBIERNOS**  
**SECCIONALES**

**Objetivo:** Recopilar información para crear una hostería ecológica, en la Parroquia de Lita.

**Datos del encuestado:**

Establecimiento:.....

**1. ¿Cuánto tiempo lleva en la actividad turística?**

- Menos de tres años           ( )
- Entre 3 y 5 años               ( )
- Más de 5 años                 ( )

**2. ¿Con la experiencia que tiene en su negocio, considera que la creación de una hostería en la parroquia de Lita, es una actividad rentable?**

- En su totalidad               ( )
- La mayor parte               ( )
- Poco                             ( )
- Nada                             ( )

**3. ¿Qué días a la semana considera que su establecimiento, oferta el mayor número de servicios a los turistas, de acuerdo a su capacidad de plazas?**

- |           |     |
|-----------|-----|
| Lunes     | ( ) |
| Martes    | ( ) |
| Miércoles | ( ) |
| Jueves    | ( ) |
| Viernes   | ( ) |
| Sábado    | ( ) |
| Domingo   | ( ) |

**4. ¿Qué servicios prestan a sus clientes?**

- |                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| Alojamento                          | ( ) |
| Restaurante                         | ( ) |
| Piscina                             | ( ) |
| Paseos por senderos                 | ( ) |
| Tours por los atractivos del sector | ( ) |

**5. ¿Qué tipo de turistas recibe usted?**

- |             |     |
|-------------|-----|
| Locales     | ( ) |
| Regionales  | ( ) |
| Nacionales  | ( ) |
| Extranjeros | ( ) |

**6. ¿Qué precios ha fijado para los servicios antes mencionados**

**ALOJAMIENTO**

- |                |     |
|----------------|-----|
| Menos de \$10  | ( ) |
| De \$10 a \$15 | ( ) |
| De \$16 a \$21 | ( ) |
| Más de \$21    | ( ) |

### **RESTAURANTE**

- Menos \$ 5 ( )
- De \$ 5 a \$10 ( )
- De \$11 a \$16 ( )
- Más de \$16 ( )

### **PASEOS POR SENDEROS**

- Menos de \$ 5 ( )
- De \$5 a \$ 10 ( )
- De \$11 a \$16 ( )
- Más de \$16 ( )

### **PISCINA, SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE**

- Menos de \$4 ( )
- De \$4 a \$8 ( )
- Más de \$8 ( )

### **TOURS POR LOS ATRACTIVOS DE LA ZONA**

- Menos de \$10 ( )
- De \$10 a \$15 ( )
- De \$16 a \$21 ( )
- Más de \$21 ( )

**7. ¿Cuáles medios de publicidad utiliza para que su negocio se dé a conocer en el mercado?**

- Radio ( )
- Prensa escrita ( )
- Trípticos ( )

- Hojas volantes ( )
- Internet ( )

**10. ¿Su establecimiento turístico cuenta con políticas para cuidar el medio ambiente?**

- En su totalidad ( )
- La mayor parte ( )
- Poco ( )
- Nada ( )

**11. ¿Cuál es la capacidad instalada de su establecimiento?**

.....

.....

.....

.....

**12. ¿La demanda turística actual es?**

- Alta ( )
- Media ( )
- Baja ( )

**13. ¿Cuáles son los requisitos para el funcionamiento de su establecimiento?**

.....

.....

## ANEXO C: COSTOS Y GASTOS MENSUALES

### COSTOS

#### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	15	180
Luz	40	480
<b>TOTAL</b>		<b>660</b>

#### CONSUMO DE GAS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Consumo de gas	40	480
<b>TOTAL</b>		<b>480</b>

#### MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento maquinaria y equipo	15	180
<b>TOTAL</b>		<b>180</b>

#### COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible	100	1.200,00
Mantenimiento vehículo	25	300,00
<b>TOTAL</b>		<b>1.500,00</b>

### GASTOS

#### SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	5	60
Luz	10	120
<b>TOTAL</b>		<b>180</b>

## SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	Valor Mensual	Valor Anual
Servicio de teléfono	45	540
Servicio de internet	25	300
<b>TOTAL</b>		<b>840</b>

## UTILES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNIT.	ANO 1
Resma de papel bond	18	4,00	72,00
Carpetas archivadoras	12	2,00	24,00
Grapadora	2	1,50	3,00
Perforadora	2	3,00	6,00
Útiles varios	1	50,00	50,00
Factureros	20	7,00	140,00
<b>TOTAL</b>			<b>295,00</b>

## MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	20,00	240,00
<b>TOTAL</b>		<b>240,00</b>

## PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Prensa escrita	60,00	240,00
Radio	130,00	520,00
Hojas volantes	40,00	160,00
Página web	15,00	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>245,00</b>	<b>1100,00</b>