



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE
HOSPEDAJE ECOLÓGICO EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE, CANTÓN
ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: BAYETERO, Mayra.

TUTOR: Ing. ROSALES, Francisco

IBARRA 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe final de trabajo de grado, corresponde a un estudio de factibilidad para la creación de un centro de hospedaje ecológico, en la parroquia rural de San Roque; en la presente investigación el punto de partida constituyó el estudio de mercado, cuyo fin fue cuantificar la demanda, oferta y demanda potencial insatisfecha; cuyo resultado fue favorable, y que en primera instancia viabiliza continuar con el estudio del proyecto; seguidamente se analizó las bases teóricas que contribuyeron a sustentar las variables de investigación; en el estudio técnico se identificó las inversiones fijas, variables, costos de operación y capital de trabajo necesarias para implementar el proyecto; en el estudio y evaluación financiera se estructuró los principales estados financieros, y a través de las razones financieras se determina el VAN por un valor de 33.760 dólares, el TIR en 24,10%, superior a la tasa de descuento, el periodo de recuperación está previsto en cuatro años y la relación beneficio costo en 1,63 dólares, valores que establecen la viabilidad financiera del proyecto; en el estudio organizacional se describió la estructura que tendrá la empresa, la misión, visión, organigrama estructural y manual de funciones; finalmente se analizó los impactos que generará el proyecto como resultado de su implementación.

SUMMARY

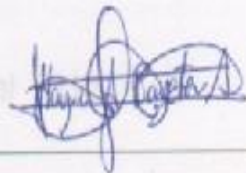
This final report of undergraduate work, corresponds to a feasibility study for the creation of a center for eco-lodge in the rural parish of San Roque; in this research constituted the starting point of the market study, whose aim was to quantify the demand, supply and unsatisfied demand potential; whose outcome was favorable, and which initially viable to continue the study of the project; then the theoretical foundations that helped support the research variables analyzed; technical study on fixed investment, variables, operating costs and working capital required was identified to implement the project; in the study and financial evaluation of the financial statements was structured, and through financial reasons the NPV is determined by a value of \$ 33,760, the IRR 24.10%, higher than the discount rate, the recovery period is scheduled in four years and the benefit cost in \$ 1.63, values that establish the financial viability of the project; in organizational structure that will study the company's mission, vision, organizational structure and functions described manual; finally the impacts generated by the project as a result of its implementation analyzed.

DECLARACIÓN

Yo, **Mayra Alexandra Bayetero Andrade**, con cédula de identidad N° 100370709-6 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

ECOLÓGICO EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA. Considero que el presente trabajo reúne los 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, Mayo del



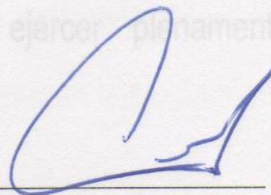
Srta. Mayra Bayetero

C.I.: 100370709-6

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada Mayra Alexandra Bayetero Andrade , para optar por el Título de INGENIERA COMERCIAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE HOSPEDAJE ECOLÓGICO EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, Mayo del 2015



Ing. Francisco Rosales

DIRECTOR



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

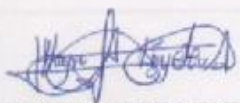
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, MAYRA ALEXANDRA BAYETERO ANDRADE, con cédula de ciudadanía Nro. 100370709-67, 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 autora del trabajo de grado denominado: "Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Hospedaje Ecológico en la Parroquia de San Roque, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. lo cual pongo a disposición la siguiente información:

En mi condición de autora 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.

Nombre: Mayra Alexandra Bayetero Andrade
 Correo Electrónico: mayra_bayetero@hotmail.es
 Teléfono Fijo: 052 908 073 | Teléfono Móvil: 0989832080

DATOS DE LA OBRA

(Firma): 
 Nombre: Mayra Alexandra Bayetero Andrade
 Cédula: 100370709-6
 Ibarra, Mayo del 2015

Nombre: Mayra Alexandra Bayetero Andrade

Cédula: 100370709-6

Ibarra, Mayo del 2015

SOLO PARA TRABAJO DE GRADO



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, determino 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 Técnica del Norte.

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

DATOS DE CONTACTO			
Cédula de Identidad	100370709-6		
Apellidos y Nombres	Bayetero Andrade Mayra Alexandra		
Dirección	Atuntaqui – Bolívar y Candelaria		
Email	brujijs_pedrito@hotmail.es		
Teléfono Fijo	062 908-073	Teléfono Móvil	0989832089
DATOS DE LA OBRA			
Título	“Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Hospedaje Ecológico en la Parroquia de San Roque, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura”		
Autora	Mayra Alexandra Bayetero Andrade		
Fecha: AAMMDD	Febrero del 2015		
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO			
Programa <input type="checkbox"/>	Pregrado <input checked="" type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>	

Título por el que Opta	Ingeniera Comercial en Administración de Empresas
Asesor/Director	Ing. Francisco Rosales

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo Mayra Alexandra Bayetero Andrade, con cedula de ciudadanía No 100370709-6, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la 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 Técnica del Norte con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión: En concordancia con la ley de educación superior artículo 144.

3. CONSTANCIA

La Autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo; sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original, y que es la autora 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 reclamaciones por parte de terceros.

Ibarra, Abril 2015

AUTORA

(Firma).....

Nombre: Mayra Bayetero

C.C.: 100370709-6

DEDICATORIA

De manera muy especial a mi querida madre Martha, a mi padre Carlos a mi hija Jesly Alexandra, a mis hermanas Carla, Catherine, Yessenia, Nelly y a mi hermano Carlos por el apoyo incondicional que me han brindado y sus consejos acertados.

Dedico también este trabajo, a una persona que supo ganarse mi corazón y siempre estuvo incondicionalmente en las malas y buenas, dándome aliento para que salga adelante mi precioso O.L. a Pedrito J. aunque no está presente conmigo pero me da la fortaleza para seguir adelante, a mis amigas y amigos. A todas las personas que con sus mejores deseos me incentivaron para continuar y que ocupan un lugar muy especial en mi corazón.

Lo dedico especialmente a mi abuelito Carlos Aurelio Bayetero Meneses que aunque no está presente siempre estuvo conmigo en el transcurso de toda mi vida.

MAYRA

AGRADECIMIENTO

Agradezco, de manera general, a la Universidad Técnica Del Norte; y, en particular a la Facultad De Ciencias Administrativas y Económicas por haberme brindado un espacio en sus aulas educativas donde adquirí valiosos conocimientos teórico – prácticos para aplicarlos en la vida diaria.

Mi agradecimiento sincero al Ingeniero Francisco Rosales por su acertado asesoramiento durante todo el proceso de investigación que concluye en la presentación del presente proyecto de factibilidad.

También agradezco a todos mis amigos, amigas y a ti que estas en mi corazón.

La Autora

Mayra Bayetero.

PRESENTACIÓN

El turismo ecológico parroquial, es una actividad de muy rápido crecimiento, ya que muchos turistas están en busca de sitios con atractivos naturales alejados de las rutas turísticas convencionales y considerando el análisis de los problemas económicos, como el desempleo, la sociedad debe buscar nuevas alternativas de desarrollo mediante la creación de microempresas que contribuyan al mejoramiento de los sectores marginados.

Por esta razón la propuesta del presente proyecto es la creación de una microempresa parroquial para comercialización de servicios de turismo ecológico y gastronomía tradicional en la parroquia de San Roque, cantón Antonio Ante que consta de siete capítulos que comprenden lo siguiente:

En el capítulo uno se desarrolla el diagnóstico situacional en la parroquia rural de San Roque donde se determinan las variables e indicadores del macro y micro entorno donde se establece la situación socio económica de la parroquia.

En el segundo capítulo se hace referencia a las bases teóricas, científicas que sustentan las variables, mediante una investigación bibliográfica y documental en relación al presente estudio.

En el tercer capítulo se realiza un estudio de mercado con el fin de analizar las variables oferta, demanda, demanda potencial insatisfecha, precios del servicio, con la finalidad de establecer el grado de aceptabilidad del servicio a ofertarse.

.

En el cuarto capítulo se establece el estudio técnico en donde se detalla la macro y micro localización de la hostería ecológica, las inversiones fijas y variables, presupuesto de operación y capital de trabajo necesario para la puesta en marcha del proyecto

En el quinto capítulo se realiza un estudio económico donde se calculan los presupuestos de ingresos y egresos, se analizan las razones financieras como el VAN, TIR, Beneficio Costo, Periodo de recuperación con el fin de determinar la viabilidad financiera del proyecto.

En el sexto capítulo se desarrolla la estructura organizacional del centro de hospedaje ecológico, determinándose su misión, visión, políticas, valores y manual de funciones.

En el séptimo capítulo se analizan los principales Impactos que generará el proyecto producto de la implementación en el aspecto socio económico, educativo cultural, empresarial y ético; y finalmente se establecen las conclusiones y recomendaciones.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Portada	i
Resumen Ejecutivo	ii
Summary	iii
Declaración	iv
Aceptación del Tutor	v
Cesión de Derechos	vi
Autorización de Uso y Publicación	vii
Dedicatoria	viii
Agradecimiento	x
Presentación	xi
Justificación	xxiv
Objetivos del Proyecto	xxv
Objetivo General	xxv
Objetivos Específicos	xxv
CAPÍTULO I	
Diagnóstico Situacional	26
Antecedentes	26
Justificación	27
Objetivos	28
Objetivo General	28
Objetivos Específicos	28
Variables Diagnósticas	28
Indicadores	29
Macro Entorno	29
Micro Entorno	29
Matriz de Relaciones Diagnósticas	30
Desarrollo Operativo del Diagnóstico	32
Diseño de Instrumentos de Recolección de Datos	32
Información Primaria	32
Información Secundaria	32

Análisis del Macro Entorno	33
Políticos	33
Económicos	33
Socio Culturales.....	34
Tecnológicas	35
Ecológicas	36
Legales	36
Micro Entorno	37
Tangibles	37
Intangibles	38
Identificación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.....	40
Cruces Estratégicos.....	41
Aliados vs. Oportunidades.....	41
Aliados vs. Riesgos	42
Oponentes vs. Oportunidades	42
Oponentes vs. Riesgos.....	43
Identificación de las Necesidades y Oportunidad de Inversión.....	43
Resumen	44
CAPÍTULO II	
Bases Teóricas y Científicas.....	45
Turismo	45
Importancia del Turismo	45
El Turista	46
Objetivos del Turismo	47
Objetivo General.....	47
Objetivos Específicos	47
Clasificación del Turismo	48
Turismo Deportivo	48
Turismo de Negocios.....	48
Turismo Estudiantil	49
Turismo de Aventura	50
Turismo de Descanso o Vacaciones	51

Turismo Religioso	51
Turismo Cultural	52
Turismo Científico.....	53
Turismo Gastronómico	53
Turismo de Salud o Medicinal.....	54
Turismo Ecológico	54
Principios del Turismo Ecológico.....	55
Importancia del Turismo Ecológico.....	55
Hospedaje	55
Marco Legal e Institucional del Turismo	56
La Empresa	57
Importancia de las Empresas	57
Clasificación de Empresas.....	58
Según la Actividad Económica que Desarrolle	58
Según la Forma Jurídica.....	58
Por el Tamaño y Ámbito de Actuación.....	59
Según la Titularidad del Capital	60
Elementos de la Empresa.....	60
Empresas de Servicios	61
Tipo de Empresa Adecuada para el Servicio.....	62
La Contabilidad.....	62
Estados Financieros Aplicados a Nivel Micro Empresarial	63
Estado de Resultados Proforma.....	63
Flujo de Fondos o Balance Monetario.....	64
Balance General Proyectado.....	65
Costo de Capital (Kp)	66
Tasa de Redescuento (o TMAR)	67
Técnicas de Evaluación Financiera	67
Punto de Equilibrio.....	68
Control del Punto de Equilibrio	69
Valor Actual Neto (VAN)	70
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	71

Beneficio Costo.....	72
Período de Recuperación	73
Investigación del Mercado	73
Oferta	74
Demanda	75
Servicio al Cliente	75
Mercadotecnia	75
Producto	76
Precio	76
Plaza	77
Promoción	77
Ingeniería del Proyecto.....	78
Localización	78
Tamaño	78
Distribución de la planta	79
Proceso	79
Resumen	80
CAPÍTULO III	
Estudio de Mercado.....	81
Antecedentes del Estudio de Mercado	81
Objetivos del Estudio de Mercado	82
Objetivo General.....	82
Objetivos Específicos	82
Identificación del Servicio	82
Estructura del Mercado.....	83
Segmentación de Mercado.....	83
Mercado Meta.....	84
Identificación de la Población	85
Cálculo de la Muestra	85
Tabulación y Presentación de Resultados.....	86
Análisis de la Demanda	95
Análisis de la Oferta.....	97

Metodología para establecer la Demanda Insatisfecha	101
Determinación del Precio de Venta	102
Estrategias de Marketing	104
Conclusiones del Estudio de Mercado.....	106
Resumen	106
CAPÍTULO IV	
Estudio Técnico del Proyecto	107
Macro Localización del Proyecto	107
Micro Localización del Proyecto	108
Ingeniería del Proyecto.....	109
Servicios	109
Actividades	110
Atractivos	110
Selección del Proceso del Servicio.....	110
Distribución de Procesos	110
Organización del Trabajo.....	111
Trabajo Familiar.....	111
Estrategia Comercial	113
Localización de Ambientes o Distribución de Espacio Físico.	113
Obra Civil	113
Maquinaria y Equipos	114
Muebles y Enseres	115
Menaje de Lencería	115
Materia Prima	115
Personal para la Microempresa.....	115
Tamaño del Proyecto.....	116
Presupuesto Técnico	117
Inversiones Fijas.....	117
Terreno	117
Infraestructura Propia	118
Obras Civiles	118
Maquinaria y Equipos	119

Muebles y Enseres	120
Equipo de Computación	121
Muebles de Oficina	121
Menaje para Habitaciones	121
Inversiones Diferidas	123
Talento Humano	124
Capital de Trabajo	124
Inversión Total del Proyecto	125
Financiamiento	126
CAPITULO V	
Estudio Económico y Financiero.....	127
Presupuesto de Ingresos.....	127
Presupuesto de Egresos	128
Costos de operación.....	128
Materia Prima	128
Mano de obra Directa.....	129
Costos indirectos de producción.....	131
Gastos Administrativos	134
Suministros de Oficina.....	135
Útiles de Aseo.....	136
Depreciaciones	137
Amortización de Gastos de Constitución	138
Resumen de Gastos Administrativos.....	138
Gasto Publicidad	139
Gastos Financieros.....	140
Estados Financieros Proyectados	142
Estado de Situación Financiera	142
Costo de Producción	143
Estado de Resultados Proyectado.....	143
Flujo de Efectivo Financiero.....	145
Evaluación Financiera del Proyecto.....	145
Costo de Oportunidad.....	146

Valor actual Neto (VAN)	147
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	148
Período de Recuperación de la Inversión.....	150
Costo Beneficio.....	151
Punto de Equilibrio.....	152
Evaluación Financiera	154
Resumen	154
CAPITULO VI	
Estudio Organizacional.....	155
Razón Social	155
Logotipo	155
Tipo de empresa.....	156
Marco Legal para su Funcionamiento.....	156
Registro Único de Contribuyentes	156
Patente Municipal	157
Número Patronal.....	157
Registro Único de Proveedores.....	158
Permiso de los Bomberos.....	158
Registro Sanitario emitido por la Dirección Provincial de Salud del MSP.....	158
Filosofía empresarial	159
Misión	159
Visión	159
Valores	160
Objetivos Organizacionales	161
Objetivo General.....	161
Objetivos Específicos	161
Políticas Empresariales	162
Políticas Generales.....	162
Políticas Específicas.....	163
Estructura Organizacional	163
Organigrama Estructural.....	164
Manual de Funciones	165

Resumen	172
CAPITULO VII	
Impactos del Proyecto	173
Impacto Económico	173
Impacto Social	175
Impacto Ecológico	176
Impacto Educativo	177
Matriz General de Impactos.....	179
Resumen	179
CONCLUSIONES	180
RECOMENDACIONES.....	182
FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	183
ANEXOS	184

ÍNDICE DE TABLAS

Actividad turística.....	87
Tipos de atractivos.....	88
Conocimiento del turismo ecológico	89
Uso de instalaciones.....	90
Precios de los servicios	91
Frecuencia de visita.....	93
Publicidad	94
Turistas extranjeros que ingresaron al ECUADOR.....	96
Proyección de turistas que visitan ATUNTAQUI.....	96
Proyección de la demanda	97
Establecimientos que ofrecen servicios de turismo ecológico	99
Proyección de la oferta existente.....	101
Demanda insatisfecha	102
Proyección de precios	104
Matriz de predominio de factores.....	108
Distribución de las instalaciones.....	114
Valor del terreno	117
Infraestructura existente	118
Obras civiles	118
Maquinarias y equipos.....	119
Muebles y enseres.....	120
Equipo de cómputo.....	121
Muebles de oficina.....	121
Menaje de habitaciones.....	122
Menaje de cocina.....	122
Resumen de inversiones fijas	123
Inversiones diferidas.....	123
Talento humano requerido.....	124
Resumen de capital de trabajo	125
Inversión total del proyecto.....	125
Financiamiento de fondos de la inversión.....	126

Proyección de ingresos	128
Proyección de gastos por alimentación de paquetes turísticos	129
Proyección de gastos por alimentación de restaurante	129
Crecimiento de las remuneraciones	130
Proyección de las remuneraciones básicas mensuales de producción	130
Gasto anual de remuneraciones del personal de producción	130
Gasto anual de remuneraciones y beneficios sociales del personal de producción	131
Servicios básicos mensuales.....	131
Servicios básicos anuales	132
Consumo de gas licuado de petróleo GLP	132
Mantenimiento de inversiones	133
Reposición de menaje de cocina y hospedaje.....	133
Resumen de gastos operativos	134
Remuneraciones mensuales del personal administrativo.....	134
Remuneraciones anuales del personal administrativo.....	135
Beneficios sociales del personal administrativo.....	135
Suministros de oficina.....	136
Materiales de limpieza	136
Porcentajes de depreciación.....	137
Depreciación de propiedad planta y equipo.....	137
Amortización de inversiones diferidas	138
Resumen de gastos administrativos	138
Gasto publicidad mensual	139
Gasto publicidad anual	139
Tabla de amortización anual.....	141
Cotos de producción.....	143
Estado de resultados proyectado	144
Flujo de efectivo financiero	145
Costo de oportunidad	146
Cálculo del valor actual neto (VAN).....	148
Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR).....	149

Período de recuperación	150
Ingresos y egresos actualizados.....	151
Costos fijos y costos variables.....	153
Evaluación financiera.....	154
Impacto económico.....	174
Impacto social.....	175
Impacto ecológico.....	176
Impacto educativo.....	177
Impacto general del proyecto.....	179

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Actividad turística.....	87
Tipos de atractivos.....	88
Conocimiento del turismo ecológico	89
Uso de instalaciones.....	90
Platos a la carta	91
Alojamiento	92
Recreación	92
Actividad cultural.....	92
Frecuencia de visita.....	93
Publicidad	94
Mapa del cantón ANTONIO ANTE	107
Organigrama estructural	164

ÍNDICE DE CUADROS

Llegada de extranjeros al ECUADOR.....	84
Estado de situación financiera	142
Nivel de impactos	173

JUSTIFICACIÓN

El tema propuesto es importante realizarlo en la Parroquia de San Roque porque presenta las condiciones adecuadas para lograr crear un Centro de Hospedaje Ecológico.

Uno de los factores que incide en este tema o problema es la falta de hospedajes. A pesar que en esta parroquia existen los recursos para poder realizar este proyecto los habitantes no lo han realizado por falta de conocimiento técnico.

El proyecto será factible realizarlo porque se cuenta con el apoyo de las personas más representativas de la junta parroquial como el teniente político, personas propias de la comunidad que serán una fuente de información esencial como también se cuenta con información científica.

Este proyecto beneficiará directamente a las personas que formen parte del centro, además indirectamente a los habitantes de la Parroquia, porque de esta manera lograrán exhibir sus productos, y tener una fuente de trabajo.

Esta situación beneficiaría mucho al sector, ya que su situación económica aumentaría y se daría a conocer las diferentes rutas ecológicas que existen en el sector como son Barrio La Esperanza de San Roque por sus cultivos, en el Barrio la Merced de San Roque la fábrica de medias GARDEÑA y en temporadas de ferias como en Febrero y Agosto la molienda.

Además el porcentaje de turismo que existe en la ciudad, ya sea en feriados o fines de semana, los mismos que desean conocer más a la ciudad.

Este proyecto es original porque en dentro de la Parroquia no existe este tipo de proyectos.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar el estudio de factibilidad para la creación de un centro de hospedaje ecológico en la ciudad de Atuntaqui del Cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, con la finalidad de aprovechar el turismo que existe dando a conocer la producción textil de las diferentes fábricas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a. Realizar un diagnóstico situacional del entorno para establecer los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades del proyecto.
- b. Determinar las bases teóricas científicas, lo cual permita estructurar el marco teórico.
- c. Establecer un estudio de mercado que permita determinar la demanda, la oferta actual y potencial.
- d. Realizar un estudio económico y financiero con algunos indicadores técnicos que determine la inversión y evaluación del proyecto.
- e. Elaborar la estructura administrativa.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes

San Roque parroquia rural perteneciente al Cantón Antonio Ante de la Provincia de Imbabura pose una extensión de 13,42 Km², ubicada a 4.00 km de la capital Cantonal y a 18 km de la capital Provincial, La cabecera parroquial consta con de las siguientes coordenadas geográficas: 0° 18' 4,15" de latitud norte y 78°14' 2,37" de longitud oeste. Sus barrios son San Miguel de Otorongo, Corazón de Jesús, La Merced, La Cantarilla, San Agustín, Santa Rosa, San Alfonso, El Cerotal y Pucará

Limita al Norte y Este con la delimitación territorial de la cabecera cantonal de Antonio Ante; al Sur con las parroquias San Juan de Ilumán y San Pablo del cantón Otavalo; al Oeste con la delimitación territorial de la cabecera cantonal de Cotacachi y con la Parroquia San Juan de Ilumán del cantón Otavalo.

Posee una riqueza étnica muy importante reflejada en su mayoritaria población indígena; en lo económico es una parroquia muy artesanal con materiales como: barro y cabuya, además de la existencia de los tradicionales telares en la producción de ponchos, tapices, chalinas y sacos que se exponen y se venden en las ferias de Otavalo y otras ciudades, incluso han sido llevados hacia otros países para su comercialización.

Con respecto a su cultura y tradiciones en San Roque se realiza el festejo del Inti Raymi en las diferentes comunidades de la parroquia en el mes de junio siendo este un atractivo turístico muy importante.

1.2 Justificación

La creación de un centro de hospedaje ecológico en la Parroquia de San Roque, ubicada al Sur del Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura, es importante, considerando que el sitio de San Roque por su geografía, clima agradable y naturaleza, representa una potencial favorable para el turismo ecológico, además por su cercanía con Atuntaqui, ciudad conocida nacional e internacionalmente la industria textil.

Otro aspecto importante es que se dará a conocer las diferentes rutas ecológicas que existen en el sector como son: Barrio La Esperanza por sus cultivos, en el Barrio la Merced la fábrica de medias Gardeña y en temporadas de ferias como en Febrero y Agosto la molienda; además promocionar a los habitantes de la parroquia que exhiban sus productos artesanales manufacturados en cabuya en los recorridos turísticos ecológicos, situación que beneficiaría mucho a la población, ya que su económica mejoraría.

Los materiales a utilizarse para la construcción serán ecológicos y reciclables tales como: madera, tejas de ladrillo, paredes de adobe, etc., los mismos que vayan acorde y no afecten al medio ambiente y reunirán los más altos estándares de calidad, que serán adquiridos en el sector.

Con la creación del centro de hospedaje se crean plazas de trabajo y crecimiento del capital a través de la actividad hotelera, se contribuirá a contrarrestar la situación deficiente de alojamiento de turistas en el cantón Antonio Ante; el proyecto no será solamente un centro de hospedaje, sino que también será un lugar donde se dé a conocer las costumbres, tradiciones, cultura y gastronomía de la parroquia y cantón y donde se fomente a todos los visitantes la importancia de cuidar nuestra naturaleza como legado para futuras generaciones de la parroquia, ciudad y país.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Realizar un diagnóstico situacional en la Parroquia de San Roque, para identificar los Aliados, Oponentes, Oportunidades y riesgos, en torno a la creación de un centro de hospedaje ecológico.

1.3.2 Objetivos específicos.

- a) Describir el análisis externo a través de factores políticos, económicos, socios culturales, tecnológicos, ecológicos, legales, demográficos y ambientales.
- b) Analizar los componentes internos a través de los factores tangibles (edificios, maquinaria y equipos, ubicación, cultura organizacional, sistemas de evaluación y control); e intangibles (talento humano, experiencia, innovación y creatividad, prácticas específicas empresariales, capacidad de innovación, Know How).

1.4 Variables diagnósticas

Para el presente trabajo de investigación se ha identificado las siguientes variables diagnósticas que serán motivo de estudio y análisis.

Macro entorno

- a. Políticas
- b. Económicas
- c. Socio culturales
- d. Tecnológicas
- e. Ecológicas
- f. Legales

Micro entorno

- a. Tangibles
- b. Intangibles

1.5 Indicadores que definen las variables

1.5.1 Macro Entorno

Políticas

- a. Plan nacional del buen vivir
- b. Legislación referente al medio ambiente

Tecnológicas

- a. Incentivos públicos
- b. Servicios

Económicas

- a. Demanda del servicio
- b. Producto interno bruto (PIB)
- c. Empleo

Ecológicas

- a. Políticas medio ambientales
- b. Tratamiento de residuos

Socios Culturales

- a. Nivel de ingresos de la sociedad
- b. Composición étnica
- c. Nuevos estilos de vida y tendencias

Legales

- a. Restricciones para la actividades que contaminan el medio ambiente
- b. Defensa del consumidor

1.5.1 Micro Entorno

Tangibles

- a. Físicos
- b. Instalaciones
- c. Ubicación
- d. Maquinarias y equipos
- e. Cultura organizacional
- f. Sistemas de evaluación y control

Intangibles

- a. Talento humano
- b. Innovación
- c. Kwon how
- d. Prácticas específicas de la empresa
- e. Capacidad de innovación

1.6 Matriz de relaciones diagnósticas

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TIPO DE INFORMACIÓN	TÉCNICA	FUENTE DE INFORMACIÓN	
Describir el análisis externo a través de factores políticos, económicos, socios culturales, tecnológicos, ecológicos, legales, demográficos y ambientales	Políticas	Plan nacional del buen vivir	Secundaria	Documental	Plan Nacional B. Vivir	
		Legislación referente al sector productivo			Constitución Política	
	Económicas	Demanda del producto	Secundaria	Documental	GAD Antonio Ante	
		PIB			CFN	
		Empleo			Fed. Hotelera Nacional	
	Socio	Nivel de ingresos	Secundaria	Documental	Banco Central Ecuador	
		Culturales			Composición étnica	GADR San Roque
	Tecnológicas	Nuevos estilos de vida y tendencias	Incentivos públicos	Secundaria	Documental	GAD Antonio Ante
						Servicios
		Ecológicas	Política medio ambiental	Secundaria	Documental	GAD Antonio Ante
	Tratamiento de residuos	Constitución Política E.				
	Legales	Restricciones para la actividad	Secundaria	Documental	Constitución Política E	
					Defensa del consumidor	Ley del Consumidor
Analizar los componentes internos a través de los factores tangibles (edificios, maquinaria y equipos, ubicación, cultura organizacional, sistemas de	Tangibles	Físicos	Secundaria	Documental	INEC	
		Instalaciones			Ordenanzas Municipales	
		Ubicación			Gobierno Provincial I.	
		Maquinaria y equipos			Catalogo Electrónico CP	
		Cultura organizacional			GAD Antonio Ante	
		Sistemas de evaluación y control			Ley de Turismo	

evaluación y control); e intangibles (talento humano, experiencia, innovación y creatividad, prácticas específicas empresariales, capacidad de innovación, Know How).	Intangibles	Talento humano Innovación y creatividad Know How Prácticas específicas empresariales Capacidad de innovación	Secundaria	Documental	GAD Antonio Ante Cámara de Comercio GAD Antonio Ante Constitución Política E. Cámara de Comercio
---	-------------	--	------------	------------	--

Fuente: Diagnóstico (Macro entorno, Micro entorno), web en línea
Elaborado por: La Autora

1.7 Desarrollo operativo del diagnóstico

Para realizar el diagnóstico situacional a través del macro entorno y micro entorno se siguió el siguiente procedimiento.

1.8 Diseño de instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de la información se procedió de la siguiente manera

1.8.1 Información primaria

a. Encuestas

Para la obtención de la información primaria se realizó encuestas a los turistas que llegan a la ciudad de Atuntaqui futuros usuarios del proyecto en las cantidades determinada previamente de donde se obtuvo importante información que nos permitirá de manera clara y concisa algunos aspectos del proyecto. (Ver anexo 1)

1.8.2 Información secundaria

Esta información se obtuvo de las Instituciones Públicas del Banco Central del Ecuador, Ministerio del Ambiente, Ministerio de Turismo, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante, Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de San Roque, y de leyes y reglamentos como Plan de Ordenamiento Territorial de Antonio Ante, Código Orgánico de Ordenamiento Territorial Autonomía y Descentralización COOTAD, Ordenanzas Municipales, Código de la Producción comercio e Inversiones, Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, Constitución Política del Ecuador (2008).

1.9 Análisis del macro entorno

1.9.1 Políticos

a. Plan Nacional del Buen Vivir

La política pública ambiental impulsa la conservación, la valoración y el uso sustentable del patrimonio natural, de los servicios eco sistémicos y de la biodiversidad. Para ello es necesario el establecimiento de garantías, normativas, estándares y procedimientos de protección y sanción efectivos al cumplimiento de los derechos de la naturaleza. También hay que reforzar las intervenciones de gestión ambiental en los territorios, incrementando la eficiencia y eficacia en el manejo y la administración del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) y la recuperación de los ecosistemas. (Fuente: Plan nacional del Buen vivir 2013-2017)

b. Legislación Referente al Medio Ambiente

El estado adoptará políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño; todo daño al ambiente, además de las sanciones correspondientes, implicará también la obligación de restaurar integralmente los ecosistemas e indemnizar a las personas y comunidades afectadas (fuente: art. 396 CPE 2008).

1.9.2 Económicos

a. Demanda del Servicio

Un sostenido crecimiento de llegada de turistas al país refleja un crecimiento del 16% anual respecto al año 2013, esto es un arribo de 1'458.450 turistas, de los cuales el 20% visita la ciudad de Atuntaqui, y ante el déficit de alojamiento el proyecto captará una parte de los demandantes de servicios de alojamiento y esparcimiento turístico. (Fuente GAD de Antonio Ante 2014).

b. Producto Interno Bruto (PIB)

El crecimiento del PIB de “otros servicios” (que incluye hotelería, bares y restaurantes; comunicaciones; alquiler de vivienda; servicios a las empresas ya los hogares; educación; y salud), representaron una gran contribución al (PIB) total, no hay cifras oficiales, pero la inversión del sector bordea los 73 millones de dólares desde el 2007. (Fuente: CFN 2013)

c. Empleo

El sector turístico genera entre 60 mil y 70 mil plazas de trabajo en hoteles, hostales y hosterías y con tendencia hacia al crecimiento en vista que cada día el Ecuador amplía el número de sitios y ofertas turísticas y brinda una mayor y mejor calidad de sus servicios. (Fuente: Gino Lucy, Directivo de la Federación Hotelera Nacional).

1.9.3 Socio Culturales

a. Nivel de Ingresos de la Sociedad

La relación entre el ingreso y el costo de la canasta básica en el país, es una buena aproximación para evaluar la evaluación del ingreso familiar disponible o en otras palabras el ingreso que queda a las familias luego de satisfacer sus necesidades básicas, pues las remuneraciones crecieron en un promedio del 8,5% mientras que la inflación creció en un 3,67%, en los periodos 2009 – 2014. (Fuente: BCE 2014)

b. Composición Étnica

En cuanto a distribución étnica, la mayoría la constituyen los mestizos (75%), seguidos por los indígenas (18%) y con una escasa población negra (5%) y la población blanca (2%). (Fuente: GADP de San Roque)

c. Nuevos Estilos de Vida y Tendencias

La Parroquia de San Roque al poseer una variedad de climas que van desde el frío húmedo en la parte alta del páramo con una temperatura promedio de 8 °C, y un clima templado con una temperatura promedio de 16 °C en la parte baja, es muy apetecido por turistas internos y externos que buscan este tipo de lugares para realizar sus actividades turísticas. (Fuente: GAD de Antonio Ante)

1.9.4 Tecnológicas

a. Incentivos Públicos

Para las inversiones que se ejecuten en cualquier parte del territorio nacional. Se darán los siguientes incentivos:

La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta; deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción eco-eficiente; deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno; exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo; exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva; reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta. (Fuente: Art. 24 del Código Orgánico De La Producción, Comercio e Inversiones)

b. Servicios

Con respecto a los servicios básicos en el cantón Antonio Ante se determina que el 90% de las viviendas poseen agua potable, una cobertura de recolección de desechos del 95%, el 88% posee una red de alcantarillado, el 98% de las viviendas tiene energía eléctrica, el 40% de la población tiene acceso a telefonía fija. (Fuente: GAD Antonio Ante 2014)

1.9.5 Ecológicas

a. Política Medio Ambiental

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*. (Fuente: Art. 14 CPE).

b. Tratamiento de Residuos

Los residuos comunes generados serán clasificados de acuerdo a los programas de reciclaje implementados por la municipalidad, para favorecer las actividades de recolección, tratamiento, reutilización y reciclaje de los residuos y desechos sólidos (Fuente: GAD Antonio Ante 2014)

1.9.6 Legales

a. Restricciones para la Actividad Empresarial que Contaminen el Ambiente

El estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten impactos ambientales negativos, cada uno de los actores de los procesos de producción, distribución y comercialización asumirá la responsabilidad directa de prevenir cualquier impacto ambiental, de mitigar, y repara los daños que ha causado y de mantener un sistema de control ambiental permanente. (Fuente: Art. 398 Constitución Política del Ecuador 2008).

b. Defensa del Consumidor

Art. 4.- Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades

fundamentales y el acceso a los servicios básicos; derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad. (Fuente: Ley Orgánica de Defensa al Consumidor)

1.9.7 Micro entorno

1.9.7.1 Tangibles

a. Físicos

Respecto de las viviendas existentes en el cantón se determina que 12154 son de carácter particular y colectivas, 12502 son particulares; de las cuales 10868 se destinan para uso exclusivo de vivienda (fuente: INEC 2010)

b. Instalaciones

Las instalaciones de la empresa cumplirán con la normativa existente en el cantón respecto de áreas de retiro, uso de suelo, altura de edificación, lote mínimo, Coeficientes de ocupación del suelo (COS) que es del 51% al 75 % del área, datos que influenciarán en el diseño y distribución de las instalaciones del proyecto. (Fuente: Ordenanza de reglamentación Urbana Ibarra Antonio Ante)

c. Ubicación

Su ubicación es estratégica ya que se encuentra a 15 Km de la ciudad de Ibarra, a 5 Km de Atuntaqui, a 4 km las cascadas de Peguche, a 10 Km laguna de San Pablo, a 14 Km la laguna de Cuicocha, a 16 Km. las lagunas de Mojanda y a 75 km. de Quito, distancias favorables para la movilización de los turistas. (Fuente: GPI 2014)

d. Maquinarias y Equipos

La maquinaria y equipos necesarios para la implementación del proyecto productivo son de fabricación y tecnología nacional que se los puede adquirir en el mercado local (Fuente: Catalogo Electrónico Compras Públicas 2015)

e. Cultura Organizacional

El proyecto está inmerso dentro del proceso de organización del Gobierno Autónomo Descentralizado de Antonio Ante y los lineamientos organizacionales del Gobierno Autónomo Descentralizado Rural de San Roque, quienes regulan y organizador los sistemas económicos productivos, ambientales y turísticos del cantón.

f. Sistemas de Evaluación y Control

El ente regulador para el presente proyecto será el GAD de Antonio Ante por intermedio del departamento de rentas municipales, el departamento de Salud y Medio ambiente Municipal; encargados de controlar y evaluar el normal funcionamiento en lo económico y ambiental y el Ministerio de Turismo respecto de emitir normas y reglamentos para el sector turístico. (Fuente: Art. 15 Ley de Turismo)

1.9.7.2 Intangibles

a. Talento Humano

El talento humano de la parroquia rural de San Roque y del área circundante al proyecto se caracteriza por ser personas de valores éticos y morales muy bien arraigados en su diario convivir en la sociedad, cualidades que son muy reconocidas a nivel local y nacional.

b. Experiencia

La población del cantón Antonio Ante por su naturaleza empresarial se mantienen a la vanguardia de la creación renovando sus productos y servicios en 100% para cada temporada, cualidades que les permite competir en el área textil con países vecinos, en el área gastronómica con cadenas hoteleras del país, cualidades que serán de mucha importancia para la implementación del proyecto. (Fuente: Cámara de Comercio Imbabura)

c. Kwon How

El conocimiento técnico es muy alto en el recurso humano del cantón, se estima que el 85% del total de la población del cantón se dedica al sector textil, un 10% a prestación de servicios como la gastronomía, hotelería y el restante a la agricultura, labores que demandan un conocimiento competente en el área que se desempeñan. (Fuente: GAD Antonio Ante)

d. Prácticas Específicas de la Empresa

El centro de hospedaje ecológico dentro de sus prácticas específicas será el cuidado del medio ambiente, incorporando en sus procesos productivos el uso tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. (Art. 15 CPE 2008)

e. Capacidad de Innovación y Creatividad

El centro de hospedaje se retroalimentará de las sugerencias y necesidades de la población que hace uso del servicio a través del buzón de comentarios, con el fin de satisfacer las demandas de nuevos productos y servicios.

1.10 Identificación de aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

Como resultado del análisis de las variables del macro y micro entorno se identifican los aliados, oponentes, oportunidades, Riesgos que intervienen en el proyecto.

ALIADOS

- a. La existencia de interés del turismo nacional y extranjero hacia la parroquia.
- b. Amplia cobertura de servicios básicos.
- c. Experiencia en el área hotelera.
- d. Adquisición de maquinaria y equipos en el mercado local.
- e. La competencia oferta servicios turísticos diferentes a la propuesta del proyecto.
- f. Variedad de sitios turísticos en la parroquia.

OPONENTES

- a. Débil infraestructura en la comunidad.
- b. Trámites burocráticos para acceder a permisos de operación y funcionamiento.
- c. La inversión inicial es bastante alta.
- d. Falta de promoción de las bondades naturales de la zona investigadas.

OPORTUNIDADES

- a. Existencia de centros para capacitar a guías turísticos utilizando tecnologías actualizadas.

RIESGOS

- a. Inestabilidad económica del país.
 - b. Competencia desleal entre los ofertantes de servicios turísticos.
-

-
- b. Flujo creciente de turistas extranjeros hacia el norte del país.
 - c. Existencia de instituciones que financian proyectos turísticos impulsados por el Ministerio de Turismo.
 - d. Posibilidad de alianzas estratégicas con agencias de viaje que ofertan servicios turísticos a turistas extranjeros.
 - e. Cambios en las tendencias y niveles de vida de la población.
 - f. Legislación que beneficia la implementación de proyectos productivos
 - c. La inflación que origina la subida permanente de costos.
 - d. Paros de las comunidades indígenas
-

1.11 Cruces estratégicos

1.11.1 Aliados vs. oportunidades

- a. Aprovechar el interés del turista extranjero para visitar Atuntaqui y Otavalo y sus alrededores utilizando una alianza estratégica con agencias de viajes que promocionan servicios turísticos en el exterior.
- b. Aprovechar la existencia de centros de capacitación turística para capacitar al personal que laborará en el proyecto para brindar servicios de calidad.

- c. Aprovechar los créditos de las instituciones financieras para adquirir la maquinaria y equipos en el mercado local a menos precio que en el resto del país.
- d. Beneficiarse de los incentivos de la legislación vigente para implementar el proyecto y con esos recursos mejorar los servicios básicos que carezca el proyecto.

1.11.2 Aliados vs. riesgos

- a. Fortalecer la publicidad virtual del turismo extranjero hacia la zona de Atuntaqui y San Roque se podrá amortiguar el efecto de la subida de costos por inflación.
- b. Si el equipamiento del centro de alojamiento es de compra local y nacional disminuiría el efecto de la inestabilidad económica en especial de las importaciones.
- c. Promocionar a la localización del proyecto utilizando la bondad y el estado de las vías de acceso para neutralizar la competencia desleal.

1.11.3 Oponentes vs. oportunidades

- a. Se puede mejorar la infraestructura de la comunidad utilizando los fondos de promoción turística que actualmente tiene el Ministerio de Turismo para consolidar la oferta turística.
- a. Realizar un convenio de capacitación con las universidades locales e institutos que ofertan la carrera de turismo para formar guías turísticos con la participación activa de los moradores de la comunidad.

- b. La inversión inicial a pesar de ser costosa puede conseguir plazos adecuados mediante negociaciones directas con las instituciones financieras que están involucradas en el proyecto de consolidación de la oferta turística del Ministerio de Turismo.

1.11.4 Oponentes vs. riesgos

- a. Si se mejora la promoción de los recursos naturales de la zona se podría contrarrestar la subida de los precios de los servicios.
- b. Mejorar la infraestructura básica de la comunidad con participación municipal y estatal para disminuir el efecto negativo de las comunidades indígenas.

1.12 Identificación de las necesidades y oportunidad de inversión

Después de realizar el diagnóstico a través del macro y micro entorno se identificó las siguientes necesidades:

El cambio en el estilo y tendencias de vida de la población requiere cada día más lugares naturales y ecológicos que se encuentren fuera del centro poblado de las ciudades, donde en contacto con la naturaleza pueda relajarse y desestresarse del agobiante trajín de los trabajos y actividades que realizan.

Sin embargo se determina que en la provincia de Imbabura son muy pocos los centros de hospedaje ecológicos que oferten este tipo de servicios para la creciente demanda existente, y los existentes se encuentran muy alejados de la ciudad de Ibarra, Antonio Ante y Otavalo que es donde se concentran la mayor cantidad de turistas nacionales y extranjeros.

Como solución a estas necesidades existe una alta posibilidad de que la creación del centro de hospedaje ecológico pueda tener éxito en la parroquia rural de San Roque, por encontrarse en un lugar estratégico respecto de las ciudades y

sitios turísticos que posee la provincia de Imbabura, siempre tomando en cuenta la preservación ambiental del entorno porque esto sería un atractivo diferente a lo que actualmente brindan el resto de hosterías existentes en lugares aledaños y si la promoción se hace utilizando medios virtuales y alianzas estratégicas con agencias de viajes la captación de turistas extranjeros tendría mejores opciones de resultados positivos.

Después del estudio realizado a la zona de influencia del proyecto, he determinado que en la Parroquia de San Roque existen las condiciones y el apoyo necesario para la formulación de un proyecto denominado: “CREACIÓN DE UN CENTRO DE HOSPEDAJE ECOLÓGICO EN LA PARROQUIA DE SAN ROQUE, CANTÓN ANTONIO ANTE, PROVINCIA DE IMBABURA”.

1.13 Resumen

Concluido el diagnóstico situacional se comprueba que existe una demanda de servicios de hospedaje ecológico elevada; existen lugares turísticos en la parroquia que aún no son explotados; la maquinaria y equipos necesarios para el funcionamiento son de tecnología nacional y se los puede adquirir en el mercado local y la legislación vigente garantiza la implementación de este tipo de proyectos mediante incentivos tributarios.

CAPÍTULO II

2 BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

2.1 Turismo

GURRIA DI BELLA, Manuel, (2007). Manifiesta: “El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario 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 generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”. Pág. 14

El turismo, se ha constituido en un reglón prioritario dentro del esquema económico de muchas naciones, tanto desarrolladas como en vías de desarrollo o emergentes. El fenómeno del turismo, visto en otras épocas de manera superficial, ha adquirido en la actualidad un relieve de tal significación que debe situarse en su primer plano de la estructura económica.

2.1.1 Importancia del turismo

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, OMT, (2004). Define: “La principal finalidad del turismo es fomentar el conocimiento entre la comunidad nacional e internacional de la importancia del turismo y sus valores sociales, culturales, políticos y económicos”.

El Ministerio de Turismo ha querido intensificar las propuestas dirigidas a potenciar los negocios en el sector turístico. En este sentido, el plan de marketing 2010-2014 ha denominado a España como Mercado Clave para promocionar los multidestinos que agrupa los circuitos que promueve Ecuador como destino turístico.

Estas alternativas brindarán la oportunidad de demostrar cómo está nuestro producto turístico, los avances que tenemos en el manejo del turismo sostenible, así como las políticas y estrategias que viene aplicando el Ministerio, para conquistar nuevos mercados y convertir a la actividad turística del Ecuador en el primer generador de divisas y de empleo.

El turismo sin duda es una de las industrias con mayor crecimiento en el mundo, presentando una infinidad de ofertas para los usuarios del mismo, una de ellas y quizá la que más grado de responsabilidad exige tanto para los turistas como para las empresas que lo ofrecen es el ecoturismo, actividad que pretende promocionar la mega diversidad del planeta generando en los seres humanos una conciencia de cuidado y preservación del medio ambiente.

2.2 El turista

A todos los viajeros que hacen turismo son descritos como visitantes un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas el término “visitante”, puede ser subdividido en visitantes de un día o excursionistas y en turistas, de la forma siguiente los visitantes son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual fuera de su medio ambiental usual, durante un periodo que no exceda los 12 meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

Los visitantes de un día o excursionistas son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país visitado y los turistas son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado.

Cuando los países utilicen esas nuevas definiciones aumentará la calidad y fiabilidad actual de las estadísticas turísticas, que no son fáciles y clasificaciones utilizadas. Teniendo en cuenta estas limitaciones, el turismo sigue siendo reconocido como una actividad de importancia económica global.

Las actividades turísticas son las que definen al turista, dicho en otras palabras un turista es alguien que se traslada de un lugar de permanencia, con el objeto de participar en una o varias de las actividades turísticas.

2.3 Objetivos del turismo

2.3.1 Objetivo general

Desarrollar las destrezas gerenciales de personas o grupos organizados que posean una pequeña o mediana empresa turística, fomentado su identidad cultural, la conservación del ambiente, los encadenamientos de productos y servicios, la comercialización de un producto turístico de calidad competitiva que contribuya al desarrollo local con perspectiva de género.

2.3.2 Objetivos específicos

- a.** Mejorar el medio rural y natural del sector donde se desarrolla el turismo.
- b.** Crear nuevos productos para satisfacer de manera eficiente y efectiva al turista.
- c.** Establecer órganos de cooperación y coordinación para la gestión del turismo.
- d.** Estudiar y diseñar políticas y estrategias de producto, precio, promoción y comercialización.
- e.** Desarrollar una oferta de servicios turísticos, profesionalizados y de calidad.

Se concluye que el objetivo primordial del Turismo, es promocionar y potenciar los atractivos turísticos de cualquier territorio o región mediante dos acciones de carácter general.

En primer lugar participando en ferias de turismo internacionales, en jornadas de promoción de colaboración, tanto con los organismos competentes forales y soberanos como son los municipios, de nuestro entorno.

Para ello se forma parte de la organización Mundial de Turismo, a la que se complementa con nuestro carácter monumental y desde la que se puede unir esfuerzos a la hora de ofrecer atractivos programas a los visitantes.

En segundo lugar, es la responsabilidad de quienes desarrollan la actividad turística editar guías, folletos, señalar los monumentos, espacios de interés y en general colaborar en la difusión de los mismos, tanto particulares como son las entidades interesadas en la atracción de turistas.

2.4 Clasificación del turismo

MEDIANO, Lucia, (2005). Menciona: “La clasificación del turismo pretende destacar algún aspecto concreto de cada actividad turística, y puedan clasificarse siguiendo distintos criterios, las diferentes categorías establecidas en esta clasificación”. Pág. 9-10

2.4.1 Turismo deportivo

En la actualidad, el turismo deportivo se ha desarrollado en forma especial, debido a la implantación del deporte como norma de descanso y fortalecimiento de la raza humana.

El desplazamiento se efectúa como consecuencia de la realización de eventos deportivos de diferentes lugares del mundo. Además tiene como objetivo la práctica de algún deporte, combina perfectamente el viaje de turismo y encuentros amistosos en la práctica de su deporte favorito.

Consiste en viajar a lugares que ofrecen determinadas características que son ideales para la práctica de algún deporte y al mismo tiempo disfrutar del entorno natural del lugar que se está visitando, permite vivir experiencias diferentes y emocionantes que unen a las personas que lo practican o lo ven.

2.4.2 Turismo de negocios

El turismo de negocios debe ser bien atendido por los operadores del negocio, el país o los operadores conseguirán una clientela fija, atenderlo bien no solo significa recibirlo con una sonrisa y amabilidad sino que la infraestructura turística debe ser adecuada a este segmento de mercado.

Además están contemplados dos tipos de turismo en un mismo segmento, el turismo individual y el grupal

a. Turismo de Negocios Individual

El turismo de negocios individual se entiende por la persona que se desplaza y visita un destino turístico específico en función de las actividades laborales y profesionales que desarrolla, además de realizar actividades basadas en el negocio (trabajo), por el cual viaja, frecuentemente llamados viajeros de negocios.

Además el destino es seleccionado por el mercado o producto que es el principal interés del negocio a realizar.

b. Turismo de Negocios Grupal

El turismo de negocios grupal se tiene que es la posibilidad de seleccionar el destino turístico donde se realice un congreso, convención o viaje de incentivos, siempre y cuando cumpla con los requisitos para su organización.

Sin embargo, la dinámica de la actividad turística y la misma operación y desarrollo de las políticas, estrategias, acciones y mercadeo de los segmentos, requieren de una clara interpretación y conceptualización de un turismo de grupos que atiende diferentes variantes; tales como: congresos, convenciones, ferias, exposiciones y viajes de incentivos, actualmente denominado de manera integral **TURISMO DE REUNIONES DE NEGOCIOS.**

2.4.3 Turismo estudiantil

El turismo estudiantil desde que la civilización dio sus primeros pasos ha quedado como verdad que su origen fue precisamente debido a la calidad pensante del ser humano y a sus facultades de raciocinio.

Además es el que se practica por grupos de estudiantes, en la mayoría de los casos en compañía de profesores del Instituto donde cursan estudios y con la organización por técnicos en la materia, cuando se disponen a visitar sitios históricos, museos, parques, monumentos, ambientes naturales de importancia, playas, montañas, llanuras entre otros.

Este tipo de turismo es de suma importancia y si es debidamente planificado se convierte en oportunidad para ampliar conocimientos que forman parte de la educación de los jóvenes. Así mismo le permite conocer de cerca ciertos sitios y actividades de los que solamente se han enterado en forma somera por explicaciones de cátedra.

El turismo estudiantil debe promoverse intensamente pues lo que se aprende en la niñez y en la juventud, perdura para el resto de la vida. Cuando la lectura de textos y las explicaciones del maestro se constatan con la realidad se entiende mejor y se amplía el horizonte de la vida.

Una persona educada desde la niñez para formarse con conciencia frente al turismo, apreciara más y más, lo que el país posee y por supuesto lo va a querer eternamente.

2.4.4 Turismo de aventura

El turismo de aventura a través de todos los tiempos el aventurero comenzó por “vagabundear” hacia regiones ignoradas, contribuyendo con sus relatos verbales y escritos, a desplazamientos registrados en la historia de los hombres y de los pueblos, como claro ejemplo se tiene en el caso de Cristóbal Colón, turista máximo

de tiempos remotos y creador de la escuela que subyugó la imaginación de los aventureros, descubridores y conquistadores.

Además viene acompañado de una gran variedad y disponibilidad de productos de turismo de aventura en el turismo y viaje de aventura internacional. Esta investigación trata de encontrar una definición global del turismo de aventura desde la perspectiva de los proveedores para así formar un marco conceptual para la aplicación empírica.

2.4.5 Turismo de descanso o vacaciones

El turismo de descanso se explica por si solo y se relaciona con los periodos de reposo que permite reiniciar labores con nuevo ánimo y vigor. No existe mejor descanso que el derivado de un cambio de ambiente, y este cambio no puede ser más completo ni más beneficioso, es la que practica la persona que desea vacacionar por el deseo de cambiar de ambiente. Es aquel que proporciona al turista un breve momento de relajación, además de proporcionar la posibilidad de liberar el estrés y así mismo disfrutar de los maravillosos paisajes, descubrir bondades y costumbres de otras regiones, distintas del sitio donde reside.

Las características del turismo de descanso o vacaciones son las siguientes:

- Permite a las personas disfrutar, descansar y relajarse.
- Este nuestros servicios alivian el estrés a sus visitantes
- El turista es beneficiado por ser de otro país.

2.4.6 Turismo religioso

El Turismo Religioso, a diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje -como por ejemplo

Jerusalén, La Meca o Roma- siguen siendo importantes puntos de referencia del sector.

El sector del turismo religioso está implantado con fuerza en Europa -donde se calcula que más de quince millones de personas realizan algún tipo de turismo religioso- y Latinoamérica, por lo que varias agencias turísticas se han especializado en este sector.

El tipo de viajes de este sector suele corresponder a estancias cortas, de tres o cuatro días, generalmente coincidentes con fines de semana o puentes. Hay varias posturas respecto a que se incluye dentro de este tipo de turismo, pero en general puede considerarse que abarcar tanto la visita a santuarios o lugares sagrados como a las peregrinaciones, además, visitas a tumbas de santos, asistencia y participación en celebraciones religiosas. Un poco más discutidas son las canonizaciones, visitas a líderes religiosos, congresos eucarísticos, años santos, entre otros.

2.4.7 Turismo cultural

El turismo cultural es el deseo de aumentar los propios conocimientos o de disfrutar emociones artísticas es causa frecuente del desplazamiento de muchas personas que les gusta conocer obras de arte, está constituido por personas que se desplazan con el objeto de auto educarse o ensanchar su horizonte personal a través de la participación en acontecimientos o visitas a alto valor Cultural en forma individual o grupal.

Las características del turismo cultural son los siguientes:

- a.** Se basa en la auto educación de nivel personal, a través de la participación y sitios de alto valor turísticos.
- b.** El hombre más que todo realiza grandes viajes para confortar su espíritu debido al producto de las inquietudes Culturales - Científicas.

2.4.8 Turismo científico

El turismo científico no debe limitarse a los centros de diversión, a los balnearios o a las playas, sino que ha de interesarse muy vivamente por quienes en sus viajes se proponen fines de carácter intelectual o científico. Se les debe dar importancia, desde el punto de vista turístico, a las bibliotecas y archivos, que tantos investigadores atraen.

Este tipo de turismo permite que el país o cultura sean conocidos en mayor medida. Con las reuniones de carácter científico afluyen los turistas, con una permanencia más prolongada y un alto gasto por día.

El objetivo principal del turismo científico es dar a conocer lugares tienen relación con cualquiera de las ciencias o de los personajes científicos que han formado parte de su historia y cuyo legado continúa en vigencia.

2.4.9 Turismo gastronómico

El turismo gastronómico es la afición a satisfacer los gustos y preferencias del paladar, lo cual produce la comida selecta, dando lugar no solo a una serie de viajes para encontrar los manjares más agradables, sino a un continuo intercambio de alimentos de bebidas. La condimentación ha llegado a ser un verdadero arte, objeto de innumerables tratados y libros culinarios, no solo en los momentos actuales, sino también en épocas remotas.

Es una nueva opción de aventura, no solo dirigido a personas que gusten del arte del buen comer, como chefs o gourmets, más bien está enfocado a todo tipo de gente dispuesta a experimentar una nueva aventura culinaria.

Las actividades del turismo gastronómico no se centran sólo en la asistencia a restaurantes donde se sirvan platos, sino que abarca aspectos como la visita de mercados, tiendas de venta de productos alimenticios locales, visita a casas de los

lugareños, participación en fiestas locales, etc. Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias.

2.4.10 Turismo de salud o medicinal

El turismo de salud es el que busca los medios para conservar, fomentar y restaurar la salud como clave fundamentalmente del bienestar físico, mental y social.

Además se encuentra enfocado a un grupo que se desplaza interesado en disfrutar de lugares donde encuentren diversiones sanas, educativas y recreativas y a la vez cuidan su salud. Turistas que van en busca de climas y ecosistemas que sean benéficos para su salud y que en su lugar de residencia no disfrutan.

Los beneficios del turismo de salud son variados y van de acuerdo a los requerimientos de los turistas que viajan en busca de mejorar su salud, ya sean curación de padecimientos crónicos, combatir adicciones, control de peso, reactivación orgánica general, etc.

2.5 Turismo ecológico

“El turismo ecológico o ecoturismo’ es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros. Debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística”. <http://www.mailxmail.com/curso-turismo-calidad-vida/turismo-descanso>

El Turismo ecológico o también llamado ecoturismo, se denomina a las actividades que siendo turísticas se definen en la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio, tanto natural como cultural, con el máximo respeto al Medio Ambiente. Generalmente, el turismo ecológico está movido por una ética que comparten los viajeros y practicantes del ecoturismo.

2.5.1 Principios del turismo ecológico.

- a) Minimizar los impactos negativos que genere la práctica de ecoturismo, para el ambiente y para la comunidad.
- b) Priorizar el respeto y la conciencia ambiental y cultura
- c) Fomentar los beneficios financieros directos para la conservación
- d) Favorecer las experiencias positivas tanto para los visitantes como para los locales.
- e) Fomentar los beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local
- f) Sensibilizarse con el clima político, ambiental y social de los países locales.
- g) Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

2.5.2 Importancia del turismo ecológico

El turismo ecológico es importante porque trata de lograr que los turistas no destruyan la fauna y la flora de la región visitada. Arrancar flores o plantas silvestres de espacios naturales, cazar animales y producir fuegos que puedan generar incendios son algunos ejemplos de destrucción de estos recursos, así también como el uso excesivo de la energía y el agua. Además Con respecto a la preservación de la cultura, el turista tiene que informarse, o ser informado, sobre las costumbres de la comunidad para respetarlas.

2.6 Hospedaje

“La palabra hospedaje se relaciona principalmente con el brindar tal servicio a cambio de una tarifa o dinero de acuerdo a la calidad del lugar como también a otros servicios complementarios. Así, encontramos a la actividad de hospedar como uno de los pilares del turismo ya que permite que las personas se trasladen de un lado a otro con la posibilidad de acceder a algún tipo de albergue a cambio de cierta paga”.

Los hospedajes son la posibilidad de dormir bajo techo y tener otras atenciones que puede tener el ser humano y puede ser gratuito, además se relaciona con brindar tal servicio a cambio de una tarifa de acuerdo a la calidad del lugar.

2.7 Marco legal e institucional del turismo

La actividad de Turismo se encuentra regulada por la ley especial del desarrollo turístico, emitida en Diciembre del 2002 y según la cual el Ministerio de Turismo es el principal organismo dentro de la actividad, encargándose facultades para planificar, fomentar, normar y facilitar el establecimiento que prestan servicios en estas actividades.

De acuerdo con la nueva ley de Turismo, se establecen varios beneficios para el sector, los mismos que se dan a conocer a continuación:

- a)** Exoneración de impuestos en la constitución de empresas turísticas o en procesos de aumentos o transferencias de capital.
- b)** Exoneración de impuestos en aporte de inmuebles de capital de la compañía.
- c)** Reducción d impuestos por el aporte en la formación de una campaña de servicios turísticos para las personas.
- d)** Acceso preferencial a créditos en instituciones públicas o privadas con plazos y fases favorables.
- e)** En referencia a los derechos arancelarios se prevé la devolución de derechos arancelarios por importaciones de naves aéreas o acuáticas, automotores y activos fijos.

El Gobierno Nacional expidió el reglamento de Ecoturismo, mediante decreto N° 1424 al 19 de abril del 2001, estableció políticas de Estado para el sector y declaró prioridad nacional el desarrollo de esta actividad.

El Ministerio de Turismo en colaboración con la Asociación ecuatoriana de Ecoturismo, desarrollo mediante un proceso participativo el Reglamento de

Ecoturismo, dentro del reglamento se delineó las políticas nacionales de ecoturismo, las mismas que son coordinadas por el Ministerio de turismo y tendrán el carácter de permanentes.

2.8 La empresa

Bravo Mercedes, (2007); menciona: “La empresa es la organización o negocio orientada a ofrecer bienes y servicios para los consumidores, atendiendo necesidades de sus clientes ofreciendo artículos y servicios de buena calidad a precios razonable”

De acuerdo al concepto establecido se entiende por empresa a una entidad compuesta por un capital, recurso humano y material que se dedican a realizar actividades de producir, comercializar y a la prestación de bienes y/o servicios a la colectividad en general, esto con la finalidad de obtener beneficios económicos o sociales, mediante el uso de factores de producción de una forma efectiva y eficiente.

2.8.1 Importancia de las empresas

Según **(Bravo V, 2007)**, La importancia de las empresa radica en que es una organización de carácter económico cuya finalidad es la de satisfacer las necesidades de un bien o servicio dentro de una sociedad, logrando así el desarrollo tanto económico como social.

Toda empresa es creada para comercializar o producir bienes y servicios, con la finalidad de obtener beneficios económicos que satisfagan a sus dueños o accionistas, sin descuidar por otro lado la buena atención al cliente, razón de ser de la empresa.

La constitución de una empresa lleva consigo un propósito común que es el de contribuir y generar productividad, fuentes de trabajo, buenas relaciones laborales

y con ello el progreso de un País, es por eso que el Gobierno impulsa la formación de nuevas organizaciones económicas.

2.8.2 Clasificación de empresas

Según **(Coronado Aybar, 2013)**. Existen numerosas diferencias entre unas empresas y otras. Se puede clasificarlas de varias formas, a continuación se presentan los tipos de empresas según sus ámbitos:

2.8.2.1 Según la actividad económica que desarrolle

a. Del Sector Primario

Básicamente extractivas, que crean la utilidad de los bienes al obtener los recursos de la naturaleza (agrícola, ganadera, pesquera, minera, entre otros).

b. Del Sector Secundario

Que centra su actividad productiva al transformar físicamente unos bienes en otros más útiles para su uso. En este grupo se encuentran las empresas industriales y de construcción.

c. Del Sector Terciario

Servicios y comercio, con actividades de diversa naturaleza, como comerciales, transporte, turismo, asesoría, entre otros.

2.8.2.2 Según la forma jurídica

Atendiendo a la titularidad de la empresa y la responsabilidad legal de sus propietarios podemos distinguir:

a. Empresas Individuales

Perteneciente una persona. Esta puede responder frente a terceros con todos sus bienes, es decir, con responsabilidad ilimitada, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en el caso de las empresas individuales de responsabilidad limitada es la forma más sencilla de establecer un negocio y suelen ser empresas pequeñas o de carácter familiar.

b. Empresas Societarias o Sociedades

Constituidas por varias personas. Dentro de esta clasificación están: la sociedad anónima, la sociedad colectiva, la sociedad comanditaria y la sociedad de responsabilidad limitada.

2.8.2.3 Por el tamaño y ámbito de actuación.

El tamaño de una empresa está dado por varios factores entre los principales esta: Dimensión, ámbito de actuación, número de personas socios que intervienen en la empresa, etc.

a. Según su Dimensión

No hay unanimidad entre los economistas a la hora de establecer qué es una empresa grande o pequeña, puesto que no existe un criterio único para medir el tamaño de la empresa. Los principales indicadores son: el volumen de ventas, el capital propio, número de trabajadores, beneficios, entre otros. El más utilizado suele ser según el número de trabajadores.

Este criterio delimita la magnitud de las empresas de la forma mostrada a continuación:

- ✓ Microempresa: si posee menos de 10 trabajadores.

- ✓ Pequeña empresa: si tiene menos de 50 trabajadores.
- ✓ Mediana empresa: si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
- ✓ Gran empresa: si posee más de 250 trabajadores.

b. Según Ámbito de Actuación

En función del ámbito geográfico en el que las empresas realizan su actividad, se pueden distinguir:

- ✓ Empresas locales
- ✓ Regionales
- ✓ Nacionales
- ✓ Multinacionales
- ✓ Transnacionales
- ✓ Mundial

2.8.2.4 Según la titularidad del capital

- a. Empresa privada, Si el capital está en manos de particulares.
- b. Empresa pública, Si el capital y el control está en manos del Estado.
- c. Empresa mixta, Si la propiedad es compartida
- d. Empresa de autogestión, Si el capital está en manos de los trabajadores productivos (básicamente trabajo y capital).

2.9 Elementos de la empresa

Según **(Puchol, 2010, pág. 495)**. Los elementos de la empresa son recursos fundamentales para llegar a los objetivos establecidos; ya que deben contribuir para el adecuado funcionamiento de la organización, estos se clasifican en:

a. Recursos Materiales.

Son todos los bienes tangibles de la empresa (edificios, terrenos, maquinaria, equipos, herramientas, etc.)

b. Recursos Técnicos.

Son los instrumentos que sirven en la coordinación de los otros recursos (sistemas de producción, sistemas en ventas, sistemas en finanzas, etc.)

c. Recursos Humanos.

Este recurso es el más importante para cualquier organización, ya que ellos dependen el buen funcionamiento de los demás recursos y tienen la característica que pueden ser creativos, aportar ideas para mejorar el desarrollo de la empresa.

d. Recursos Financieros.

Son los elementos monetarios con que cuenta la empresa ya sean estos propios (dinero en efectivo, aportaciones de los inversionistas y las utilidades) o ajenos como (préstamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios, créditos privados, etc.)

2.10 Empresas de servicios

Pere, Nicolás; 2009: "La característica principal de una empresa de servicios es que produce un bien intangible: la realización del propio servicio por el que obtiene los ingresos correspondientes" (pág. 75).

La definición de una empresa de servicios está enfocada específicamente al servicio que brinda una organización para cubrir las necesidades del cliente y que persiguen un fin de lucro:

2.11 Tipo de empresa adecuada para el servicio

De acuerdo a la **Superintendencia de Compañías del Ecuador (2013)**, La empresa de servicios que se pretende crear para su adecuada organización deberá tener las siguientes características:

Por su actividad económica será una organización Terciaria por cuanto es una empresa de servicios. Según la forma jurídica es Individual por ser de un solo propietario. Por su dimensión es una microempresa ya que está formada por menos de diez trabajadores y su capital es limitado. Según el ámbito geográfico es de carácter local por cuanto el servicio que preste será direccionado a la parroquia de San Roque, Cantón Antonio Ante. Según el capital será una empresa privada porque es capital de personas particulares y que están iniciando con su actividad económica.

2.12 La contabilidad

ZAPATA, Pedro; 2008: "Es la rama de la ciencia empresarial que trata sobre la forma de registrar las variaciones que experimentan los patrimonios de las empresas, sociedades, comerciantes individuales, instituciones públicas o privadas, etc., así como de la cantidad y clase de las pérdidas o ganancias que estos tengan como producto de su actividad empresarial"(Pág. 14).

Las definiciones de contabilidad, no han dejado de ser importantes por más que transcurra el tiempo, sin embargo hay que recalcar que la sistematización del proceso contable a través de los mejorados paquetes contables como: SAFI, FLEXLINE, MONICA, OLIMPO, POSCYE, entre otros, han convertido a la contabilidad del arte a lo mecánico; pero la parte analítica y de interpretación solo lo puede realizar la mente humana.

Para reducir aún más el proceso contable, cabe señalar que la contabilidad no ha dejado de ser única en sus principios pero variada en sus campos de aplicación, es de allí que podemos destacar algunos como:

Contabilidad de Costos, Gubernamental, Bancaria, Petrolera, Hotelera, Agropecuaria, Hospitalaria, etc. Para los fines de este estudio se pondrán a consideración algunas definiciones de Contabilidad de Costos:

En definitiva, analizando a profundidad el campo de aplicación de la Contabilidad de Costos es posible concluir que aparece en todos; en algunos con mayor intensidad que en otros; ya que la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación están presentes hasta en las más mínimas actividades económicas que realizamos.

Estos tres elementos son primordiales al momento de aplicar este tipo de contabilidad en la microempresa, de ahí la importancia de tener un conocimiento general de que significan cada uno de los tres elementos del costo:

2.13 Estados financieros aplicados a nivel micro empresarial

Los estados financieros, en el presupuesto general de una empresa, pueden ser proyectados para el número de años deseado, sin embargo, como es lógico suponer, mientras más se proyecta en el tiempo, existen más probabilidades de errores.

Los documentos que constituyen los estados financieros proyectados son el Estado de Resultados Pro forma, Flujo de Fondos y el Balance General Proyectado.

2.13.1 Estado de resultados proforma.

ZAPATA Pedro, (2008:214), expresa: “El estado de resultados es el informe contable que representa, de manera ordenada, las cuentas de Rentas, Costos y gastos. Se elabora con el fin de medir los resultados y la situación económica de una empresa durante un período determinado.”

De acuerdo al autor, determina que el estado de resultados es aquel que establece el nivel de ingresos y egresos efectuados por las microempresas de producción en un periodo determinado, en el cual se establecerá la utilidad o pérdida obtenida.

Para poder establecer los renglones del capital de trabajo y los resultados del ejercicio, es necesario desarrollar los estados de resultado proforma o proyectados.

Este resultado se origina en las ventas, ya que conociendo el número de unidades que se venderán, las que se determinaron el tamaño del proyecto y así como precio unitario de venta, se obtendrá las ventas del periodo, y estos serán, los ingresos por venta proyectados.

Los costos anuales de fabricación, gastos financieros, de ventas y administrativos se clasifican según el cuadro de gastos, siempre para el período en cuestión.

El resultado obtenido, ganancia o pérdida, se trasladará al estado conocido como Balance General Proforma o Proyectado, en el rubro de Patrimonio.

2.13.2 Flujo de fondos o balance monetario.

(PADILLA, Marcial, 2009, pág. 335) Afirma que: "Se define como el número esperado de periodos que se requieren para que se recupere una inversión original. El proceso es sencillo se suman los flujos futuros de efectivo de cada año hasta que el costo inicial del proyecto quede por lo menos cubierto".

El autor manifiesta que los flujos de efectivo representan el informe neto financiero, líquido, que la empresa espera obtener. Estos flujos son comparados con la inversión inicial programada.

El flujo de fondos nos muestra la evolución financiera de la empresa, hasta cuando alcanza su capacidad normal o hasta determinar el servicio de los créditos a largo plazo.

2.13.3 Balance general proyectado.

(Greco, 2007, pág. 75). Es aquel que expresa la situación desde el punto de vista patrimonial, económico y financiero, en forma global de una empresa, generalmente es confeccionado al cierre del ejercicio contable y es presentado una vez complementadas algunas formalidades.

Para construir un Balance General, deben tomarse en cuenta las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), que han entrado en vigencia y están tomando fuerza dentro del campo de la contaduría.

Según las NIC, el Balance General incluye los Activos, Pasivos y el Patrimonio. Los Activos se dividen en Activo Corriente y Activo No Corriente.

Los Activos se Clasifican como Corrientes si:

- a.** Su saldo se espera realizar, o se tiene para su venta o consumo, en el transcurso del ciclo normal de la operación de la empresa, o
- b.** Se mantiene fundamentalmente por motivos comerciales, o para un plazo corto de tiempo, y se espera realizar dentro del periodo de doce meses tras la fecha del balance, o
- c.** Se trata de efectivo u otro medio líquido equivalente, cuya utilización no esté restringida.

Todos los demás activos deben clasificarse como no corrientes. El término "no corriente" incluye activos tangibles o intangibles, de operación o financieros, ligados a la empresa a largo plazo.

Los Pasivos se Clasifican como Corrientes si:

- a. Se espera liquidar en el curso normal de la operación de la empresa, o bien
- b. Debe liquidarse dentro del periodo de doce meses desde la fecha del balance.

Todos los demás pasivos deben clasificarse como no corrientes.

Las reglas para calificar como corrientes a los pasivos son similares a las descritas para los activos. Algunos pasivos corrientes, tales como los acreedores comerciales y los pasivos acumulados por costos de personal y otros costos de operación, forman parte del capital de trabajo utilizado en el ciclo normal de la operación. Tales partidas relacionadas con la operación se clasificarán como corrientes incluso si su vencimiento se va a producir más allá de los doce meses siguientes a la fecha de cierre del balance.

2.13.4 Costo de capital (K_p)

BACA, U, Gabriel; (2008:156), afirma que: "El costo de capital o de oportunidad de una inversión es la erogación inicial del efectivo para comenzar una microempresa. Una inversión puede estar financiada por capital propio y/o financiado, El costo de oportunidad, entonces, estaría dado por la sumatoria de las tasas activas y pasivas promedio en el mercado".

El autor establece que el costo de capital constituye la tasa de oportunidad que tendría en el mercado financiero el cliente.

2.13.5 Tasa de redescuento (o TMAR)

(www.ecofinanzas.com, 2008) Es la tasa de interés a la que un inversionista asumirá por el pago de intereses para redimir un valor en deuda que pueden ser reinvertidos durante el vencimiento de dicho valor.

El cálculo de la tasa de redescuento se emplea el costo de capital (K_p) y la tasa de riesgo de nuestro país, o a su vez la tasa de inflación según sea el sistema actual económico del país.

Para esto se aplicará la fórmula de redescuento simple, siendo:

$$i = (1+k_p) * (1+f) - 1$$

De donde:

K_p = costo de capital

f = tasa de inflación o riesgo país

i = tasa de redescuento

2.14 Técnicas de evaluación financiera

(Resnick, 2013) Define: La evaluación financiera se refiere al proceso por el cual se hacen los cálculos necesarios para determinar si el proyecto es viable desde el punto de vista de la rentabilidad de la inversión.

Aunque el concepto desembolso o salida de efectivo incluye la inversión, en el lenguaje utilizado en la evaluación de proyectos se utiliza el término inversión para designar el desembolso importante que se hace al inicio del proyecto.

En muchas ocasiones el inicio de un proyecto requiere, compra de activos fijos, inversiones, inventarios o mantener ciertos saldos en efectivo y cuentas por cobrar para mantener la operación esto es la inversión inicial.

2.14.1 Punto de equilibrio

MARTIN Vallespín, Emilio (2008:83), define al punto de equilibrio como: “Aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde.”

El citado autor establece que el punto de equilibrio es el nivel de producción en que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos. Y su Aplicación sirve para:

- ✓ Planeación de utilidades de un proyecto de inversión.
- ✓ Es el nivel de utilización de la capacidad instalada, en el cual los ingresos son iguales a los costos.
- ✓ Por debajo de este punto la empresa incurre en pérdidas y por arriba obtiene utilidades.
- ✓ Cálculo del punto neutro.
- ✓ Determinación del probable costo unitario de diferentes niveles de producción.
- ✓ Determinación de las ventas necesarias para establecer el precio de venta unitario de ventas.
- ✓ Determinación del monto necesario para justificar una nueva inversión en activo fijo.
- ✓ Determinación del efecto que produce una modificación de más o menos en los costos y gastos en relación con sus respectivas ventas.

Para aplicar este procedimiento es necesario reclasificar los costos y gastos del Estado de Ganancias y Pérdidas de la empresa en dos grupos:

a. Costos Fijos:

Son los que se causan invariablemente con cualquier nivel de ventas. Por ejemplo, el seguro contra incendio de propiedades, planta y equipo, la depreciación por línea recta, sueldos y prestaciones del personal administrativo.

b. Costos Variables:

Son los que se realizan proporcionalmente con el nivel de ventas de una empresa. Por ejemplo, comisión de vendedores y, en general, los gastos relacionados directamente con las ventas.

El punto de equilibrio puede calcularse mediante las siguientes fórmulas:

$$\text{PE.Dólares} = \frac{\text{CostoFijo Total}}{1 - \frac{\text{CostoVariable}}{\text{Ventas}}}$$

$$\text{PE.Unidades} = \frac{\text{CostoFijo Total}}{\text{PVu} - \text{CVu}}$$

2.14.1.1 Control del punto de equilibrio

Causas que pueden provocar variaciones de los puntos de equilibrio y las utilidades son:

- a. Cambios en los precios de venta.
- b. Cambios en los costos fijos.
- c. Cambios en la ejecución del trabajo o en la utilización de materiales.
- d. Cambios en el volumen.

Con respecto a este punto de equilibrio la dirección puede tomar decisiones con respecto a:

- a. Expansión de la planta.
- b. Cierre de la planta.

- c. Rentabilidad del producto.
- d. Cambios de precios.
- e. Mezcla en la venta de productos.

2.14.2 Valor actual neto (VAN)

BODIE, Zvi, (2008:129), manifiesta: “El valor presente neto, es la diferencia entre el valor presente de todos los flujos positivos de efectivo futuros menos el valor presente de todos los flujos negativos de efectivo actuales y futuros.”

El autor indica que el valor actual neto permite conocer el valor actual de los ingresos y gastos que en el futuro se alcanzarán. El VAN sirve para analizar la seguridad del autofinanciamiento, es decir la posibilidad de que el proyecto genere un flujo de caja suficiente para cubrir la inversión.

Con este método se descuentan todos los flujos de efectivo a valor presente de la inversión inicial, utilizando como tasa de rendimiento requerida por los accionistas y los acreedores de recursos con costo, como el banco, que cobra intereses a la empresa por los recursos que le otorga en préstamo, su fórmula es la siguiente:

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

De donde:

VAN	=	Valor actual neto
II	=	Inversión Inicial
FNE	=	Flujo neto de efectivo
r	=	Costo de capital
n	=	Periodo

2.14.3 Tasa interna de retorno (TIR)

GITMAN, Lawrence, (2007:466), expresa: "Se define como la tasa de descuento que iguala el valor presente de los flujos de efectivo con la inversión inicial en un proyecto. En otras palabras la TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto de una oportunidad de inversión sea igual a cero, debido a que el valor presente de los flujos de efectivo es igual a la inversión inicial."

Este autor define que la Tasa Interna de Retorno es un indicador más conveniente para conocer la factibilidad de una microempresa. Utilizando dos tasas de descuento arbitrarias que permita conseguir un VAN positivo y otro negativo. Esto posibilitará obtener una Tasa Interna de Retorno

Denominada tasa Interna de Rendimiento, es la medida más adecuada de la rentabilidad de un proyecto. Evacua el proyecto en función de la única tasa de rendimiento por período con el cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual y su fórmula es la siguiente:

$$TIR = T_i + (T_s - T_i) \frac{VAN_{T_i}}{VAN_{T_i} - VAN_{T_s}}$$

De donde:

TIR = Tasa interna de retorno

T_i = Tasa inferior

T_s = Tasa superior

VAN T_i = Valor actual neto de la tasa inferior

VAN T_s = Valor actual neto de la tasa superior

Cuando se utiliza la tasa interna de retorno para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- Si la TIR es mayor que el costo de capital, se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo de capital, se rechaza el proyecto.

Estos criterios garantizan que la empresa ganará al menos el rendimiento requerido tal resultado debe mejorar el valor de mercado de la empresa y por lo tanto la riqueza de sus propietarios.

2.14.4 Beneficio costo

DÁVALOS, Nelson, (2007:129), expresa: “Es la relación resultante entre la comparación de los costos incurridos en determinada operación o actividad en un determinado período de tiempo y los beneficios o logros alcanzados, ya sea en términos monetarios para un costo dado o ya por el nivel de beneficios requeridos al costo más bajo. Por tanto este mide el resultado por unidad monetaria, es decir, el valor creado por cada unidad monetaria invertida.”

El autor establece que este parámetro sirve para juzgar como retornan los ingresos en función de los egresos. Para este cálculo se emplea los ingresos y egresos proyectados en el flujo de caja.

El índice Beneficio Costo es el valor actual de los flujos de efectivo previstos divididos por la inversión inicial, el índice de rentabilidad o Costo Beneficio nos permite decidir si aceptamos los proyectos con un índice mayor a 1.

Si el índice de rentabilidad es mayor a 1 el Valor Actual es mayor que la inversión y por ende el proyecto debe tener un Valor Actual positivo, este índice conduce a la misma decisión que el índice de Valor Actual Neto.

$$B/C = \frac{\Sigma \text{Ingresos Actualizados}}{\Sigma \text{Egresos Actualizados}}$$

2.14.5 Período de recuperación

GITMAN, Lawrence, (2008:342), menciona: “El período de recuperación es el tiempo requerido para que una empresa recupere su inversión inicial en un proyecto y se calcula a partir de los flujos positivos del efectivo.”

Se observa que el autor determina que el período de recuperación es el tiempo necesario para que una inversión genere flujos de efectivo suficientes para recuperar su costo inicial. Cuando se utiliza el período de recuperación para tomar decisiones de aceptación y rechazo, los criterios de decisión son los siguientes:

- a) Si el período de recuperación es menor que el período de recuperación máximo aceptable, se acepta el proyecto.
- b) Si el período de recuperación es mayor que el período de recuperación máximo aceptable, se rechaza el proyecto.

2.15 Investigación del mercado

CONTRERAS Zeron, Cynthia (2009:19), dice: “ Es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo”.

El Estudio de Mercado es una herramienta muy importante ya que a través de ella se define e identifica oportunidades y problemas, las mismas que mediante la aplicación de herramientas estadísticas se pueden analizar y procesar información, lo que conlleva a saber si el producto será aceptado o no y de acuerdo a ello aplicar estrategias adecuadas.

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende:

- a) La necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada.
- b) También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien
- c) Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios.

Un estudio de factibilidad sirve como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para determinar la viabilidad de un negocio.

El estudio de mercado está compuesto por bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y los factores que influyen en su comportamiento.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Para fines prácticos están estructurados en bloques que buscan analizar el comportamiento pasado y proyectar el futuro de los agentes participantes en él.

2.15.1 Oferta

KOTLER, Philip; (2008:176), dice: "El análisis de la oferta pretende explicar el comportamiento de los agentes económicos que actúan como productores, especialmente las empresas, La teoría de la oferta también proporciona una base sólida para realizar predicciones a corto plazo sobre la variación de la demanda de factores de producción en función de los cambios en los precios relativos de éstos. Al mismo tiempo, buena parte de la teoría de la oferta se encarga de analizar cómo negocian las empresas con respecto a la demanda, que en algunos casos son factores que inciden en el precio".

El escritor mantiene que la oferta está determinada por la producción y la negociación directa de las empresas con los clientes. Dicho de mejor manera entre el producto ofertado y el demandado, se puede detectar una demanda satisfecha o insatisfecha, dependiendo del tipo de mercado y sus preferencias.

2.15.2 Demanda

STANTON, William; (2009:96), argumenta lo siguiente. “La demanda actual o llamada también efectiva es el nicho de mercado al cual se satisface con el producto. De acuerdo a las encuestas realizadas en el diagnóstico se obtiene que la demanda actual esta segmentada de la siguiente manera: en tipo de producto y establecimientos de expendio y consumo”.

Este autor determina que la demanda de un producto se refiere al grado de necesidad a ser cubierta por la empresa lo más pronto posible y en forma segura.

2.15.3 Servicio al cliente

KOTLER, Philip, (2008:180), establece que: “Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que se obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo”.

El autor establece que el servicio al cliente es uno de los factores muy importantes dentro de un proyecto que se desea implementar ya que se debe satisfacer algunos requerimientos con el fin de brindar de mejor manera un producto aplicando la calidad y un buen proceso de mejoramiento continuo.

2.16 Mercadotecnia

(Vertice Editorial, 2010, pág. 23). Es el conjunto de actividades necesarias para convertir el poder de compra en demanda efectiva de bienes y servicios

A la mercadotecnia se le define generalmente como una ciencia, un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos con valores semejantes. Pero de manera concreta definiremos a la mercadotecnia como el conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades de los clientes a través de productos y servicios por medio de estrategias de venta utilizando lo que se conoce como las 4 p's.

2.16.1 Producto

Un producto puede ser un bien tangible (p. ej.: un auto), intangible (p. ej.: un servicio de limpieza a domicilio), una idea (p. ej.: la propuesta de un partido político), una persona (p. ej.: un candidato a presidente) o un lugar (p. ej.: una reserva forestal).

El "producto", tiene a su vez, su propia mezcla o mix de variables:

- a. Variedad
- b. Calidad
- c. Diseño
- d. Características
- e. Marca
- f. Envase
- g. Servicios
- h. Garantías

2.16.2 Precio

Se entiende como la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio. El precio representa la única variable de la mezcla de mercadotecnia que genera ingresos para la empresa, el resto de las variables generan egresos.

Sus variables son las siguientes:

- a) Precio de lista
- b) Descuentos
- c) Complementos
- d) Periodo de pago
- e) Condiciones de crédito

2.16.3 Plaza

También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta.

Sus variables son las siguientes:

- a) Canales
- b) Cobertura
- c) Surtido
- d) Ubicaciones
- e) Inventario
- f) Transporte
- g) Logística

2.16.4 Promoción

Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. Sus variables son las siguientes:

- a) Publicidad
- b) Venta Personal
- c) Promoción de Ventas

- d) Relaciones Públicas
- e) Tele mercadeo
- f) Propaganda

2.17 Ingeniería del proyecto

Según INFANTE, Villareal A., (2009:133); determina: “la ingeniería del proyecto se podría decir que técnicamente existen diversos procesos productivos opcionales que son básicamente los muy automatizados y los manuales. Los aspectos más relevantes constituyen el producto, los diagramas de operación, el diseño de las instalaciones, el cálculo de los materiales e insumos, entre otros.”

El autor sostiene que la elección de alguno de ellos dependerá en gran parte de la disponibilidad de capital que dependerá el análisis y selección de los equipos necesarios dada la tecnología seleccionada, la distribución física de tales equipos en la planta.

2.17.1 Localización

Para ARBOLEDA Vélez Germán; (2008:56), determina: “el estudio de la localización tiene como propósito seleccionar la ubicación más conveniente para el proyecto, es decir, aquella que frente a otras alternativas posibles produzca el mayor nivel de rentabilidad sobre el capital”.

La localización óptima del proyecto es necesario tomar en cuenta no solo los factores cuantitativos como pueden ser los costos de transporte de materia prima y el producto terminado sino también los factores cualitativos tales como los apoyos fiscales, el clima, la actitud de la comunidad, etc.

2.17.2 Tamaño

Según ARBOLEDA Vélez Germán; (2008:48); establece: “el tamaño del proyecto es la capacidad de producción en un periodo de referencia. Técnicamente,

la capacidad es el máximo de unidades (bienes o servicios) que se puede obtener de unas instalaciones productivas por unidad de tiempo”.

El tamaño también depende de los turnos trabajados ya que para un cierto equipo instalado, la producción varía directamente de acuerdo con el número de turnos que se trabajan.

2.17.3 Distribución de la planta

GALINDO, Carlos Julio (2008:42), expresa: “Para desarrollar el proceso productivo es necesario establecer primero cuál será la distribución de planta de la empresa que vamos a constituir, con el fin de optimizar el proceso y adecuarlo para que sea lo más eficiente posible. Por tal motivo se deben conocer los espacios dejados entre máquinas y para desplazamientos, la altura de los equipos, el peso de cada uno de ellos, su forma y diseño, también la cantidad de equipos utilizados durante el proceso productivo de bienes o servicios”.

El diseño y la distribución en planta se asocian a la acción analítica de aplicación de los medios operativos de seguridad. Consiste en analizar los peligros derivados de la interferencia de los elementos de trabajo con las condiciones del área donde se va a realizar, para aplicar las medidas para eliminarlos.

2.17.4 Proceso

Para SAPAG, Nassir; (2008:141); manifiesta: “los procesos productivos es aquel conjunto de elementos, personas, y acciones, que transforman materiales y/o brindan servicios de cualquier índole, es decir, que se agrega algún tipo de valor”.

Basado en este concepto podemos decir que los procesos productivos es una serie de pasos que la empresa debe realizar para el cumplimiento de sus objetivos, a través del seguimiento de sus políticas, estrategias, tecnología y sobretodo el aprovechamiento del recurso humano quien es el fundamental elemento en el desarrollo de este proceso, es decir el proceso consiste en la transformación de

factores productivos como son la tierra, el trabajo y el capital en bienes y servicios mediante el uso de la tecnología.

Es por ello, que resulta muy importante dominar el proceso productivo a partir de sus componentes. El no hacerlo, puede significar que el resultado final no es el deseado, con el consiguiente derroche de materiales, energía, tiempo, y por sobre todo con la insatisfacción del cliente del bien o servicio deseado.

2.18 Resumen

Recopilado las bases teóricas y científicas se tiene material de consulta respecto de los temas relacionados con el proyecto, mismos que ayudan a comprender aquellos temas que son nuevos o que no se dominan en la práctica y que sirven de apoyo para el análisis de los resultados obtenidos en la investigación.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Antecedentes del estudio de mercado

La realización de visita a centros turísticos, balnearios, espacios de recreación, la contemplación de los paisajes, la naturaleza se ha convertido en una verdadera atracción para todas las personas que viven dentro y fuera del país, especialmente en épocas de vacaciones, festividades como son en los meses de febrero, agosto, septiembre extendiéndose hasta diciembre se celebra en la mayoría de los lugares del Ecuador principalmente en la provincia de Imbabura los festejos del Paukar Raymi en Peguche, el Coange y Olas del Río en el Chota, Palenque en la parroquia de Salinas, la adoración a la tierra por los frutos obtenidos de la misma; al sol porque es considerado un Dios fuerte y poderoso que ilumina todos los rincones del planeta tierra y nos permite recibir buenas cosechas a través de él, esta cultura que practican nuestros indígenas se denomina Inty Raymi, razón por la cual se considera un motivo suficiente para hacer de Imbabura un sitio turístico referente.

El turismo es sin duda una parte esencial de la oferta. Hoy en día las personas tratan de alejarse de la ciudad por el stress, la excesiva contaminación que se produce a diario y protagonizar un encuentro entre el medio ambiente y el ser humano es decir espacios que permitan la relajación, tranquilidad, paz y armonía.

Por lo que ha crecido la demanda de centros turísticos ecológicos donde brinden a los turistas la oportunidad de encontrarse a gusto con los servicios que ofrecen y de tal forma la satisfacción recibida.

Esto permite que siga creciendo la demanda de centros turísticos y si se toma en cuenta que alrededor de la parroquia de San Roque no existen este tipo centros y hosterías que brinden este tipo de servicios.

Quedando así una gran cantidad de demanda insatisfecha que puede ser cubierta de alguna manera con la creación de un centro ecológico receptor de turismo nacional y extranjero que brinde los servicios de turismo ecológico y gastronómico tradicional, que atraiga a los turistas nacionales e internacionales brindando los servicios de alojamiento, alimentación, distracción, tours, recreación, salidas por el sector y apreciación de la naturaleza

El estudio de mercado de un proyecto debe ser preciso con todos y cada uno de los agentes que tengan influencia directa sobre las decisiones que se tomarán al definir su estrategia comercial.

El estudio de mercado más que describir el mercado objetivo del proyecto, nos provee de la información de ingresos y egresos que de él deriven.

3.2. Objetivos del estudio de mercado

3.2.1 Objetivo general

Identificar la capacidad de oferta y la demanda de servicios de turismo ecológico y gastronomía tradicional, en la parroquia de San Roque.

3.2.2 Objetivos específicos

- a. Analizar la existencia de la demanda potencial insatisfecha en el mercado turístico de la provincia.
- b. Establecer el precio del servicio.
- c. Determinar las líneas de promoción y publicidad.
- d. Identificar las estrategias de marketing que deberán ser implementadas para los servicios turísticos que oferta el proyecto.

3.3 Identificación del servicio

Los servicios a brindarse con este proyecto tienen las siguientes características:

El centro de hospedaje ecológico del presente proyecto presta los siguientes servicios: alojamiento, alimentación y esparcimiento con enfoque ecológico en el cuál se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio tanto natural como cultural que acoge a los visitantes.

Además este tipo de turismo pretende realizar un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejorar el bienestar de la población local.

Se tomó la decisión de escoger la parroquia de San Roque por las siguientes razones:

- a) San Roque, parroquia rural del cantón Antonio Ante con una extensión: 13,42 km² y cuenta con una población de 8599 personas aproximadamente. Es importante señalar que a 4 km del centro de hospedaje comienza Atuntaqui que tiene un importante número de habitantes.
- b) Es un sector de la comunidad donde no existen centros de hospedaje similares.
- c) El sector cuenta con todos los servicios básicos necesarios.
- d) Por su fácil accesibilidad al lugar.

3.4 Estructura del mercado

Los mercados locales en función de la cantidad y calidad de oferentes y demandantes adoptan diversos formatos a los cuales les denominamos estructuras de mercado.

Esta estructura es diversa que identificándoles claramente, influyen decididamente en los precios en el mercado, por ser un producto nuevo en el sector se le ha dirigido a turistas nacionales y extranjeros y su precio no varía con la oferta y la demanda.

3.4.1 Segmentación de mercado

Se ha efectuado una segmentación del mercado en función de la procedencia de los turistas que visitan la provincia de Imbabura en nacionales y extranjeros, y los

niveles de gastos estimados por persona quedando determinado los estratos altos, medios y bajos de acuerdo al análisis realizado en las encuestas a los turistas visitantes

3.4.2 Mercado meta

Tomando en cuenta la segmentación del mercado nuestro mercado meta está dirigido al mercado del turismo interno y al segmento de mercado del turismo Receptor, que provienen de América del Norte, América Central, América del Sur, África, Europa, Asia y el Caribe.

A continuación se detalla el porcentaje de afluencia que tienen estos turistas hacia nuestro país.

Cuadro 1

Llegada de extranjeros al ECUADOR

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	Var % '14 / '13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	16,6
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,6
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,6
Mayo	77.618	81.870	92.644	98.414	111.177	13,0
Subtotal	339.025	366.971	416.212	533.863	620.958	16,3
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	-	-
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	-	-
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	-	-
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	-	-
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	-	-
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	-	-
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	-	-
Total	1'047.098	1'141.037	1'271.901	1'364.057	-	-

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC
Información provisional 2013 y 2014, Dirección Nacional de Migración.

Fuente: INEC mayo 2014

3.5 Identificación de la población

Para identificar la población objeto de estudio se toma en cuenta la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Atuntaqui en el año 2014 en un número de 14000 (fuente: Ministerio de Turismo 2014)

3.5.1 Cálculo de la muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra hemos escogido trabajar con un nivel de confianza del 95% y además con un error del 0,05. Si la población es mayor a 50 se determina mediante fórmula estadística, realizando la distribución de las proporciones.

La fórmula para la determinación del tamaño es la siguiente:

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

En donde:

“**n**”= tamaño de la muestra

“**N**”= tamaño de la población (cantidad de turistas que visitan Imbabura y Antonio Ante)

“ **δ^2** ”= varianza 0.5

“**Z**” = nivel de confianza (95% dos colas)= **1.96**

“**E**” = error 0.05

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * (0.5)^2 * 14000}{(0.05)^2 * (14000 - 1) + (1.96)^2 * (0.5)^2}$$

$$n = \frac{13.444,6}{34.997,5 + 0.25}$$

$$n = 373,93 \approx 374$$

3.5.1.1 Tabulación y presentación de resultados

Después de haber realizado las encuestas aplicadas a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Atuntaqui, se obtuvieron los siguientes resultados.

¿Se interesa usted por la actividad turística?

Tabla 1

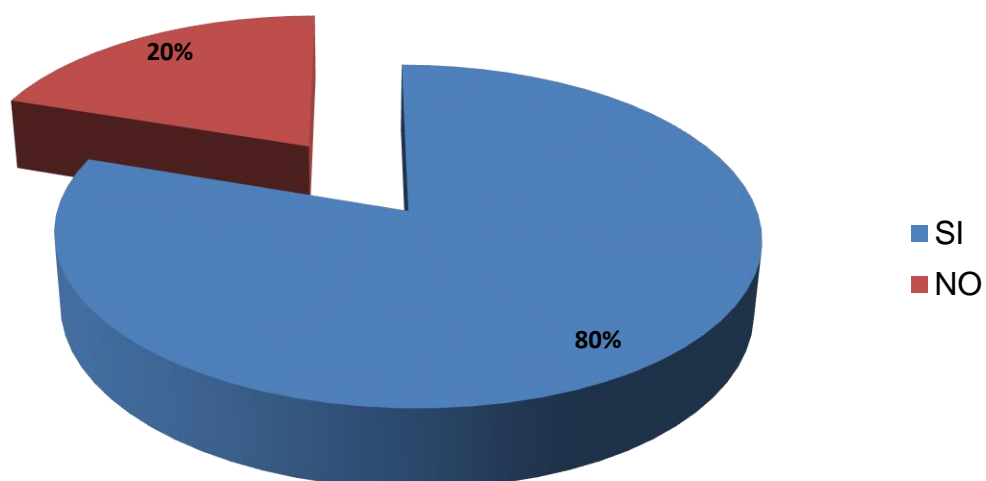
Actividad turística

DETALLE	FRECUENCIA
SI	300
NO	74
TOTAL	374

Elaborado por: La Autora

Gráfico 1

Actividad turística



Elaborado por: La Autora

Análisis

De los turistas encuestados el mayor porcentaje manifiesta que tiene interés en la actividad turística lo que es beneficioso para el presente proyecto en vista que existirá demanda de los servicios turísticos que se pretende ofertar en la parroquia de San Roque.

¿Qué tipo de atractivos turísticos le llama la atención?

Tabla 2

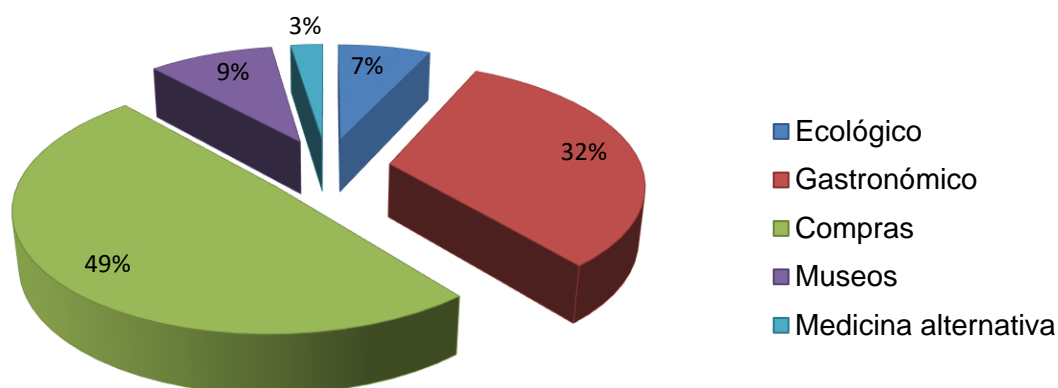
Tipos de atractivos

DETALLE	FRECUENCIA
Ecológico	26
Gastronómico	120
Compras	184
Museos	35
Medicina Alternativa	9
TOTAL	374

Elaborado por: La Autora

Gráfico 2

Tipos de atractivos



Elaborado por: La Autora

Análisis

De los atractivos turísticos que los turistas demandan el mayor porcentaje es del compras por la cercanía de Atuntaqui, seguido por el gastronómico por su tradición culinaria de las fritadas y los cuyes, con respecto al atractivo ecológico si existe un porcentaje representativo lo que es beneficioso para el proyecto ya que se determina que si existirá demanda de los productos y servicios que se pretende implementar en el proyecto productivo.

¿Conoce usted acerca del turismo ecológico?

Tabla 3

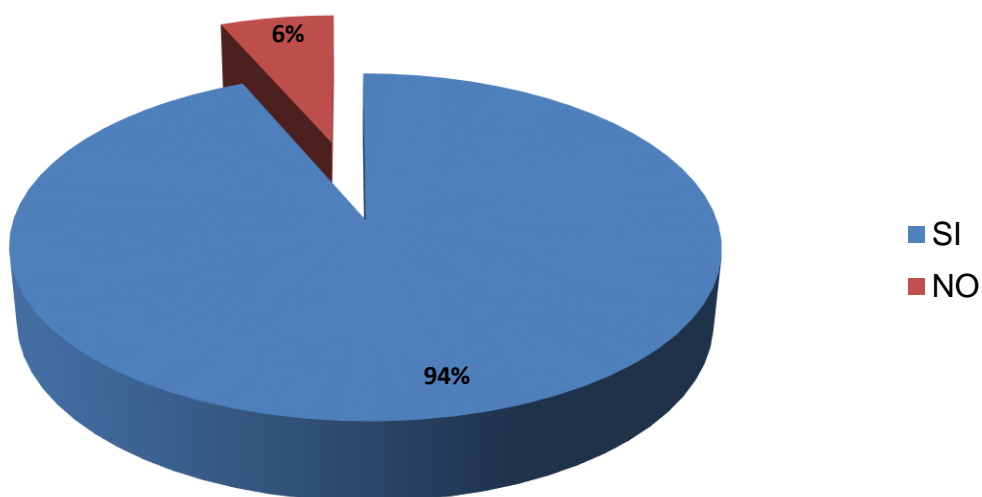
Conocimiento del turismo ecológico

DETALLE	FRECUENCIA
SI	350
NO	24
TOTAL	374

Elaborado por: La Autora

Gráfico 3

Conocimiento del turismo ecológico



Elaborado por: La Autora

Análisis

De los turistas encuestados casi en su totalidad tiene conocimiento de lo que es el turismo ecológico, lo que favorece al proyecto ya que serían los posibles usuarios del tipo de proyecto que se pretende implementar en la parroquia rural de San Roque, generando una expectativa positiva acerca de la demanda futura acerca del turismo ecológico comunitario

¿Estaría usted dispuesto a hacer uso de las instalaciones y de los servicios de un centro turístico ecológico?

Tabla 4

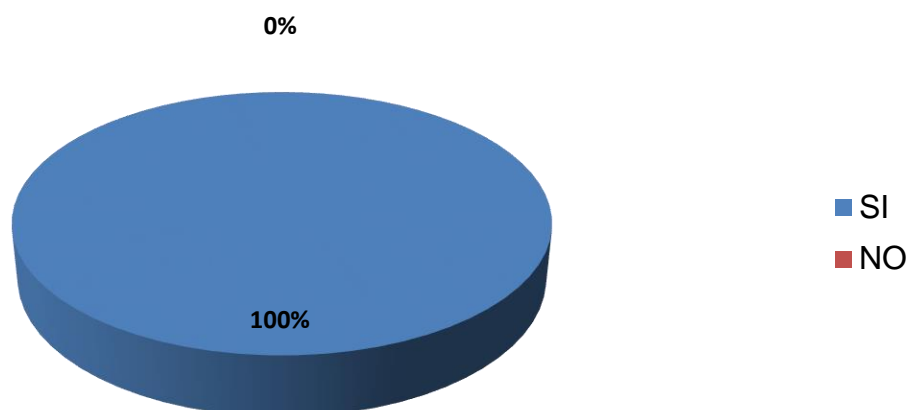
Uso de instalaciones

DETALLE	FRECUENCIA
SI	374
NO	0
TOTAL	374

Elaborado por: La Autora

Gráfico 4

Uso de instalaciones



Elaborado por: La Autora

Análisis

El total de los turistas encuestados manifiestan su interés en hacer uso de las instalaciones y de los servicios que pretende ofertar el proyecto productivo a implementarse en la parroquia Rural de San Roque, lo que permite proyectar el número de visitantes que tendría el proyecto y los ingresos futuros para realizar el análisis de viabilidad del mismo.

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los servicios?

Tabla 5

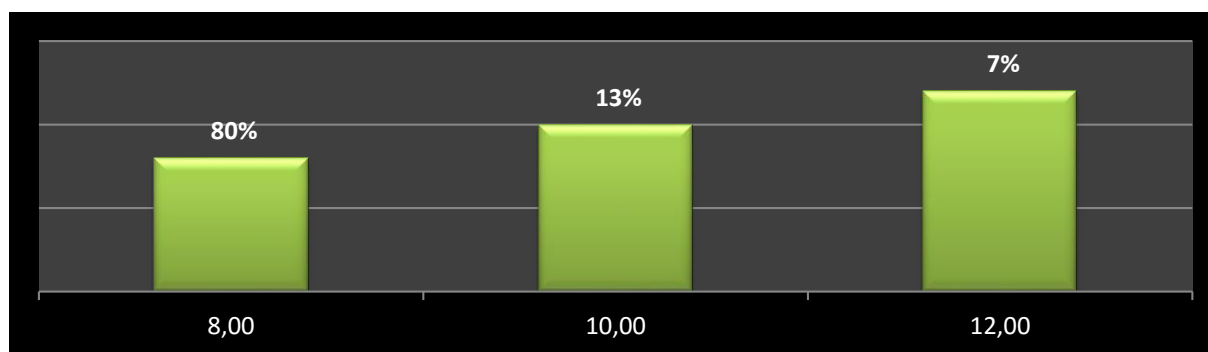
Precios de los servicios

DETALLE	VALOR	FRECUENCIA
Platos a la Carta	8,00	300
	10,00	50
	12,00	24
Alojamiento	15,00	300
	20,00	60
	25,00	14
Recreación	12,00	340
	15,00	20
	18,00	14
Actividad Cultural	10,00	350
	12,00	10
	15,00	4

Elaborado por: La Autora

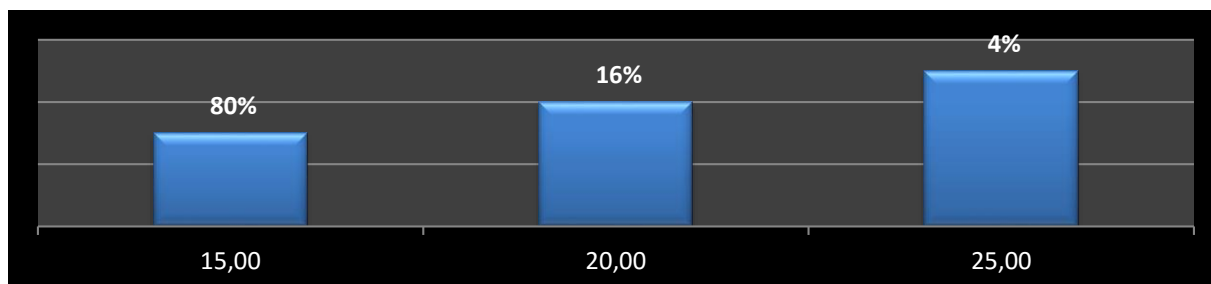
Gráfico 5

Platos a la carta



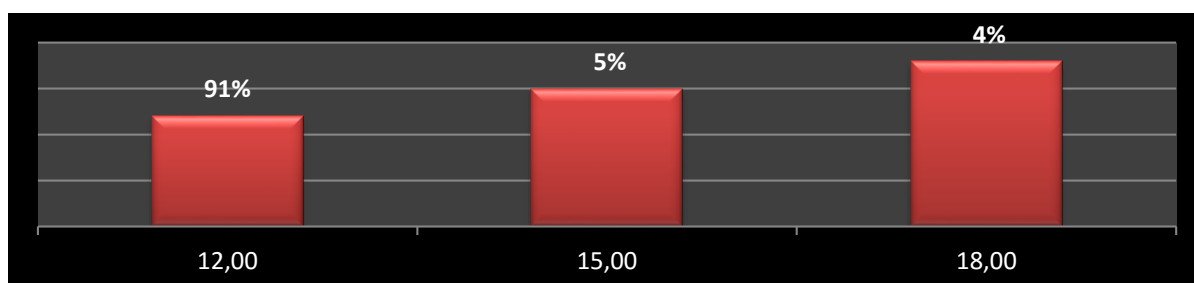
Elaborado por: La Autora

Gráfico 6
Alojamiento



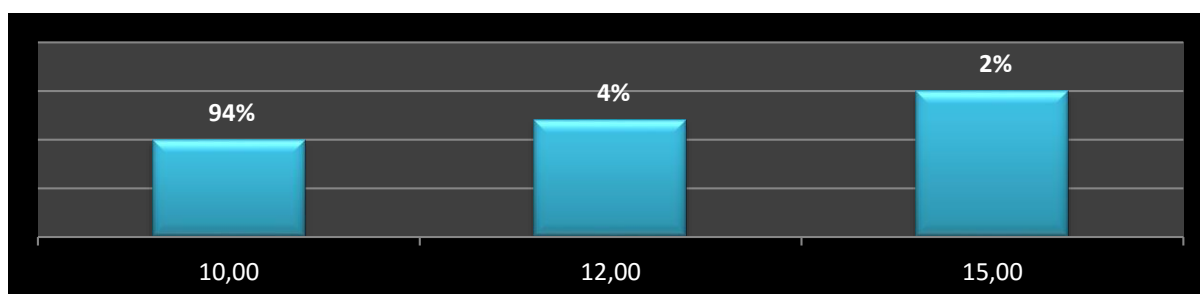
Elaborado por: La Autora

Gráfico 7
Recreación



Elaborado por: La Autora

Gráfico 8
Actividad cultural



Elaborado por: La Autora

Análisis

De los datos obtenidos se observa que para los diferentes servicios que ofertaría el proyecto los valores que los turistas estarían dispuestos a pagar esto es los platos a la carta entre 8 y 10 dólares; el alojamiento entre 15 y 20 dólares; la

recreación entre 12 y 15 dólares y la actividad cultural entre 10 y 12 dólares; valores que nos servirán como referencia para determinar el precio de los servicios a prestar.

¿Con qué frecuencia visitaría usted este lugar?

Tabla 6

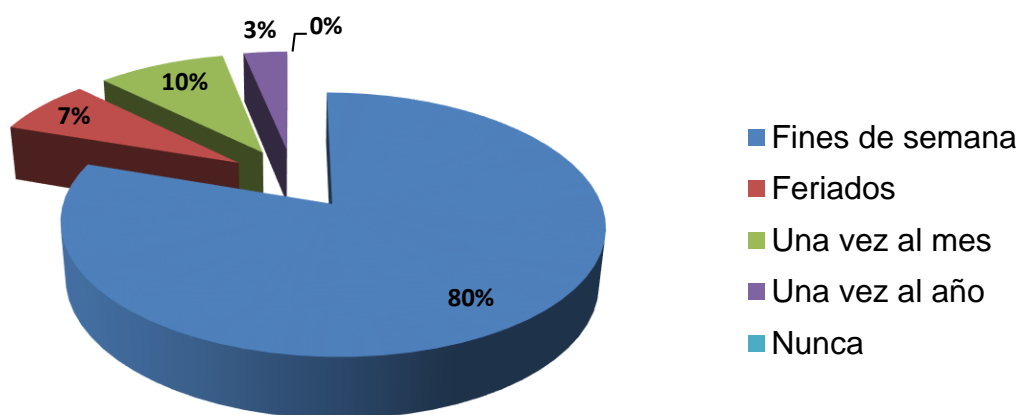
Frecuencia de visita

DETALLE	FRECUENCIA
Fines de semana	300
Feridos	27
Una vez al mes	35
Una vez al año	12
Nunca	0
TOTAL	374

Elaborado por: La Autora

Gráfico 9

Frecuencia de visita



Elaborado por: La Autora

Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas la mayor parte de los turistas que visitan el lugar lo hacen los fines de semana, otro grupo lo hace una vez al mes, seguido por los feriados y por último turistas que visitan una vez al año, esto nos permite determinar que si existe potenciales usuarios de los servicios ofertados

¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse del servicio?

Tabla 7

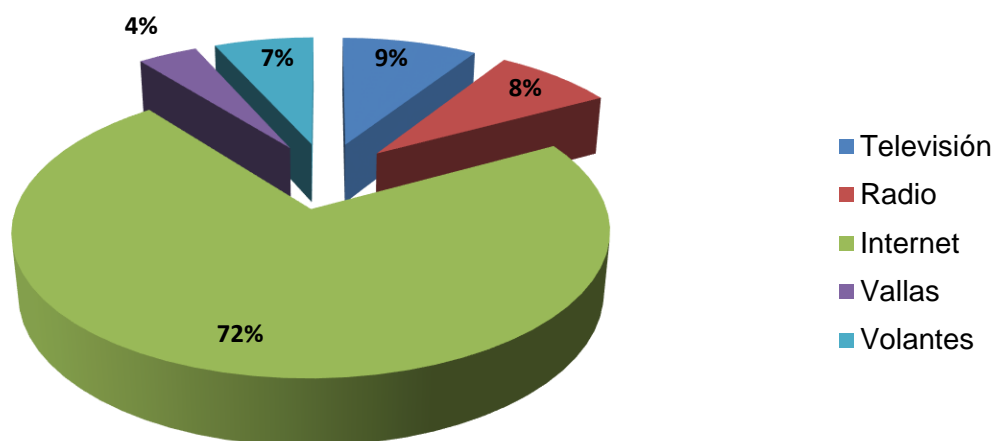
Publicidad

DETALLE	FRECUENCIA
Televisión	34
Radio	30
Internet	270
Vallas	15
Volantes	25
TOTAL	374

Elaborado por: La Autora

Gráfico 10

Publicidad



Elaborado por: La Autora

Análisis

Los medios de comunicación que prefieren los turistas para informarse acerca de los servicios y actividades que prestara el proyecto es el internet, seguido por la televisión, la radio, hojas volantes y vallas publicitarias, datos que servirán para las estrategias publicitarias que utilizará el proyecto para su difusión.

3.6 Análisis de la demanda

La demanda se refiere a la cantidad de servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacer las necesidades específicas a un precio determinado.

Los servicios recreacionales y de entretenimiento en la actualidad es de mucha importancia, ya que hoy en día el turismo ocupa un lugar muy importante en la contribución de divisas para el país.

La provincia de acuerdo a la Cámara de Turismo de Imbabura ha tenido un incremento positivo en estos últimos años en cuanto al turismo dado por el nivel de satisfacción que tienen los mercados consumidores de turistas nacionales e internacionales.

Con el ingreso de los turistas a la provincia de Imbabura a adquirir estos servicios turísticos con el fin de satisfacer sus necesidades deben existir tarifas en servicios de turismo y productos gastronómicos competitivos, para que de esta manera el Turismo ecológico tenga acceso a participar en esta actividad.

La provincia de Imbabura tiene buena acogida turística del mercado local, debido principalmente al desarrollo comercial de sus cantones Otavalo, Ibarra, Cotacachi y Antonio Ante, los cuales se destacan por sus diferentes lugares turísticos naturales, sus ferias actuales, cuyos atractivos son de alta jerarquía internacional. Pero por la falta de una infraestructura hotelera acorde a las nuevas exigencias del mercado y a la débil promoción no se ha fortalecido el mercado hotelero eco turístico, dado que existe actualmente una gran demanda de turistas con características ecológicas y que prefieren este tipo de establecimientos. De acuerdo a la investigación realizada, la mayor afluencia de turistas se da en los meses de Junio a Agosto, sin embargo en los meses de Diciembre a Enero y unas cuantas semanas de Abril también existe afluencia de turistas, por lo que se determinara que el periodo de temporada alta es de 140 días, que corresponden a 20 semanas de acuerdo al calendario turístico del Ecuador.

Según datos estadísticos al Ecuador en el año 2014 ingresaron 1,458.450 turistas al Ecuador de los cuales el 20% de este total visita la ciudad de Atuntaqui es decir 291.590 turistas extranjeros de acuerdo a la oficina de Información turística del GAD de Atuntaqui con un crecimiento promedio del 6,92% y 76431 turistas nacionales con tasa de crecimiento del 7,23% valores que nos sirve para proyectar el número de turistas futuros que llegarían hacia la ciudad de Atuntaqui en los 5 años posteriores.

Tabla 8

Turistas extranjeros que ingresaron al ECUADOR

AÑO	N° TURISTAS	%
2010	1047098	
2011	1141037	8,97
2012	1271901	11,47
2013	1364057	7,25
TASA DE CRECIMIENTO		6,92

Fuente: Dirección Nacional de Migración 2014
Elaborado por: La Autora

Tabla 9

Proyección de turistas que visitan ATUNTAQUI

AÑO	N° TURISTAS NACIONALES	N° TURISTAS EXTRANJEROS	N° TURISTAS NACIONALES	TOTAL TURISTAS
2014	1.458.450	291690	76431	368121
2015	1.559.374	311875	81960	393835
2016	1.667.283	333457	87889	421346
2017	1.782.659	356532	94247	450779
2018	1.906.019	381204	101065	482269
2019	2.037.916	407583	108377	515960

Fuente: Dirección Nacional de Migración 2014
Elaborado por: La Autora

Del total de turistas que llegan a visitar Atuntaqui, el 7% realizan turismo de naturaleza ecológica que para el presente proyecto es el mercado a satisfacer.

Tabla 10

Proyección de la demanda

AÑO	DEMANDA TURISMO ECOLÓGICO
2014	25.768
2015	27.568
2016	29.494
2017	31.555
2018	33.759
2019	36.117

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La Autora

3.7 Análisis de la oferta

Para el análisis del proyecto, se necesita conocer cuál es la oferta existente en la zona de influencia del proyecto tanto en Otavalo, Cotacachi, Ibarra y Atuntaqui, para lo cual se ha llegado a determinar que en la provincia de Imbabura existe una infraestructura hotelera con más de 250 hoteles, hosterías y paraderos turísticos; así como 19 empresas hoteleras afiliadas a la asociación hotelera provincial.

La oferta hotelera del sector la conforman varias hosterías, hoteles y haciendas antiguas disponibles para el hospedaje de turistas que representan competencia de tipo indirecto; por ello, es necesario considerar su análisis y determinar los efectos sobre el presente proyecto.

Durante la última década, en Imbabura se inicia este proceso revolucionario en la hotelería ecuatoriana, de adecuar las grandes casas de hacienda para hosterías, como por ejemplo: Hostería Chorlaví, Hostería Hacienda Pinsaquí, Hostería San Luís y otras.

De entre las hosterías, sin duda, Chorlaví es toda una tradición en el norte del país, por la belleza del lugar, por la nostálgica atracción de su vieja casa-hacienda de grandes salones, aposentos y servicios centrales, de enormes graneros hechos auditorios y salas de conferencias, casas para peones convertidos en habitaciones para huéspedes.

Los hoteles y hosterías más importantes de la provincia de Imbabura afiliados a la Asociación Hotelera Provincial filiales de AHOTEC, son entre otros:

- a.** Hostería Oasis
- b.** Hostería Aruba
- c.** Hostería Edén del Valle
- d.** Hostería Natabuela
- e.** Hotel Rancho Santa Fe Garden & Resort
- f.** Hostería El Mesón de las Flores
- g.** Hotel Ajaví
- h.** Hotel Imperio del Sol
- i.** Hostería Rancho Totoral
- j.** Hostería Chorlaví
- k.** Hostería Rancho de Carolina
- l.** Hotel Royal Ruiz
- m.** Hostería Hacienda Pinsaquí
- n.** Hostería Hacienda Cusín
- o.** Hostería Pueblo Viejo
- p.** Hostería Puerto Lago
- q.** Hotel Yamor Continental
- r.** Hostal El Indio
- s.** Hostería San Francisco

Con esto podemos observar y comprobar, que del listado no son competencia directa, pues no se oferta un servicio de alojamiento ecológico como tal, sino más

bien, lo que se puede encontrar son casonas y quintas convertidas en hoteles, existen también hosterías acondicionadas; pero ninguna ofrece el contacto directo y pero aún la interacción hombre – campo – animales – naturaleza, como es el caso de este proyecto.

Actualmente en la provincia existen pocas empresas que se dedican a la comercialización de servicios de turismo ecológico comunitario, siendo ésta la oportunidad para inmiscuirse en esta actividad. En la parroquia de San Roque no se presenta esta forma de hacer turismo, por lo menos de las investigaciones realizadas acerca de establecimientos que operan legalmente, por lo tanto no se da la oferta necesaria que haga la competencia al proyecto, por esta razón es factible, ya que no existen este tipo de lugares turísticos.

La oferta turística en cuanto al servicio ecológico comunitario a nivel de la provincia de Imbabura se da de la siguiente manera:

Tabla 11

Establecimientos que ofrecen servicios de turismo ecológico

ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	ALOJAMIENTO
Corporación Empresarial Yunguilla	Micro Noroccidente de Quito	Albergue para 16 personas
Comité de ecoturismo de Manduriacos	Cantón Cotacachi, Parroquia García Moreno	Casas de miembros de la comunidad y en albergues comunitarios
Comunidad de San Clemente	Faldas del Volcán Imbabura, en la Ciudad de Ibarra	Cabañas de alojamiento en la Comunidad de San Clemente
Runa Tupari	Oficina de alojamiento en Cotacachi	Cabañas de alojamiento en en comunidades. Cuenta con 12 habitaciones.

Basándose en la información presentada anteriormente, podemos observar que en el Cantón Antonio Ante y sus parroquias no cuenta con el servicio de turismo ecológico parroquial y la oferta no existe en esta ciudad, los establecimientos que brindan este servicio son pocos y se encuentran en otras ciudades de la provincia, razón por la cual se ha tomado como base para determinar la oferta a Runa Tupari, que es el establecimiento más cercano a la Parroquia de San Roque cuyos albergues se encuentran ubicados en la ciudad de Cotacachi y de una u otra manera no abastecen la demanda de turismo ecológico que llega a la ciudad, por lo que es necesario llevar a cabo el proyecto ya que al no haber oferta, no hay competencia en este sector.

Considerando que Runa Tupari cuenta con 12 albergues y 36 piezas en cuanto a sus instalaciones se refieren y basándonos en que se trabaja los 365 días del año tenemos:

$$\text{Oferta} = \frac{\text{Número de plazas}}{\text{día}} * \frac{365 \text{ días}}{\text{año}}$$

$$\text{Oferta} = 36 \frac{\text{plazas}}{\text{día}} * 365 \frac{\text{días}}{\text{año}}$$

$$\text{Oferta} = 13.140 \text{ plazas/año}$$

Según datos del Ministerio de turismo se establece que la oferta, ha crecido entre un 5% en los últimos años.

A continuación se presenta la proyección de la oferta para los siguientes cinco años:

Tabla 12

Proyección de la oferta existente

AÑO	OFERTA ECOLÓGICA $C_n = C_o (1 + 0.05)$
2014	13.140
2015	13.797
2016	14.487
2017	15.211
2018	15.972
2019	16.770

Fuente: Ministerio de Turismo de Imbabura, boletín informativo
Elaborado por: La Autora

3.8 Metodología para establecer la demanda insatisfecha

La metodología para determinar la demanda insatisfecha se realizó mediante la combinación más apropiada para este tipo de proyecto, por una parte la investigación de campo mediante la aplicación de encuestas para determinar la disposición a utilizar los servicios del proyecto ofertados; y por otra parte la información estadística sobre el número de turistas que históricamente han ingresado a la provincia de Imbabura proporcionados por el Ministerio de Turismo para realizar la inferencia al universo.

Para lograr el objetivo propuesto en el estudio de mercado, de acuerdo a la metodología señalada, en primera instancia se procedió a identificar el mercado objetivo, el cual, para el proyecto corresponde a todas las personas nacionales o extranjeras que visitan la Provincia.

Para determinar la demanda insatisfecha se ha tomado en cuenta los datos obtenidos en el cuadro anterior con respecto a la demanda, para la oferta se consideró la existencia de establecimiento similares en el área de influencia del proyecto.

Tabla 13

Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA A SATISFACER
2014	25.768	13.140	12.628
2015	27.568	13.797	13.771
2016	29.494	14.487	15.007
2017	31.555	15.211	16.343
2018	33.759	15.972	17.787
2019	36.117	16.770	19.347

Fuente: Ministerio de Turismo de Imbabura, boletín informativo
Elaborado por: La Autora

Después de contrastar la información se determina la demanda potencial a satisfacer la misma que puede ser captada por el proyecto tomando en cuenta aspectos como: capacidad instalada del proyecto, mercado, talento humano entre los más importantes.

De acuerdo a la capacidad de alojamiento del centro de hospedaje ecológico este captará 2304 turistas anuales entre nacionales y extranjeros del total de la demanda insatisfecha representando esto el 12,55% para el año 2015.

3.9 Determinación del precio de venta

Para la determinación del precio de venta del servicio se consideró en primer lugar los costos de producción del servicio por unidad al cual se agregó un margen de utilidad en función de los precios referenciales del mercado, es decir se investigó el precio de la oferta del servicio de turismo ecológico en instituciones que ofertaban similares servicios y se obtuvo un promedio de los precios van desde los 25 hasta los 80 dólares diarios, dependiendo de los servicios que ofrezcan los establecimientos de turismo parroquial. Como por ejemplo en el año 2014, la operadora de turismo Runa Tupari tiene una tarifa de 41 dólares diarios donde ofrece

guía nativo, transporte y almuerzo. Por alojarse tres días y dos noches, la tarifa es de 75 dólares.

La comunidad de Manduriacos ofrece una tarifa de 25 dólares, donde se puede acceder al alojamiento, alimentación y paseo en mula por un día.

Relacionando la demanda de servicios del turismo ecológico comunitario que ingresa a la provincia de Imbabura con los precios que disponen las ofertas dependiendo del establecimiento, podemos darnos cuenta que fluctúan entre los 25 dólares mínimo y 80 dólares como máximo, de esto va a depender la oferta y las tarifas de los precios que el proyecto pretende llevar a cabo

Luego de realizar el análisis de costos, y considerando la capacidad económica del segmento de mercado identificado como mercado meta, se establece el siguiente plan de precios: mantener un precio entre un rango de + o - 2%, de los precios que mantienen en sus productos la competencia más directa.

Como estrategia es necesario monitorear los precios de la competencia en forma periódica para mantener el rango pre-establecido.

Dentro de las tácticas se tienen las siguientes:

A nivel de economía pura se debe conservar la táctica de acuerdo al volumen de ventas; es decir mantener el local lleno en la mayoría de tiempos para poder mejorar los precios de acuerdo a un volumen mayor de clientes.

En lo relacionado a la alimentación de la hostería se debe elaborar una prueba del menú que se ofrecerá de tal forma que se coloquen primero los productos diferenciadores como los jugos naturales y entradas con productos propios de la zona; los mismos que servirá de enganche publicitario.

Con los datos obtenidos en las encuestas realizadas y manteniendo la política de precios descrita el valor de los servicios se establece en 35 dólares diarios con un incremento del 10% a partir del segundo año de funcionamiento:

Tabla 14

Proyección de precios

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alimentación	8,00	8,80	9,68	10,65	11,71
Alojamiento	15,00	16,50	18,15	19,97	21,96
Recreación	12,00	13,20	14,52	15,97	17,57
TOTAL	35,00	38,50	42,35	46,59	51,24

Fuente: Encuestas a turistas
Elaborado por: La Autora

3.10 Estrategias de marketing

Publicidad.- En lo relacionado a la publicidad es la parte del mercadeo del centro de hospedaje ecológico que engloba la mayor parte de objetivos que se deben alcanzar como medidas, no se debe incentivar al servicio a corto plazo sino de generar una solidez de negocio hacia el futuro; es decir lo que permita aumentar a futuro la rentabilidad. Una buena asignación de publicidad garantizará el buen funcionamiento de la hostería a largo plazo.

Para alcanzar el objetivo publicitario se estableció de acuerdo a los datos que reflejó la encuesta en cuanto a la percepción del mercado objetivo.

- a. Lograr un Top of mind (recordación rápida) del 35% para el primer año, del 45% al segundo año y del 55% para el tercer año.
- b. Lograr una recordación espontánea del 40% el primer año, del 55% al segundo año y del 65% en el tercer año.
- c. Generar tráfico (rotación de clientes) para una ocupación distribuida de tiempo así: 60% primer año y segundo año, 80% el tercer año.

Dentro de las estrategias de publicidad es necesario determinar los medios más adecuados para desarrollar campañas publicitarias de acuerdo a parámetros bien definidos de mayor exposición, frecuencia de llegada y resultados comprobados en el pasado; todo ello con el objetivo de generar tácticas con mejores resultados.

Las tácticas publicitarias nos servirán para proyectar nuestro trabajo en un plazo de un año.

- **Utilización de volantes.**- Serán distribuidos dentro de las principales ciudades de la provincia y el país con una frecuencia quincenal y mensual; estos deben cumplir con las siguientes características: una sola cara, a un color y de tamaño media carta. Deben ser muy visuales e informar la dirección y servicios que se oferta.
- **Anuncio en revistas turísticas.**- Actualmente se manejan revistas de circulación local y nacional que incluye un directorio de hoteles, hosterías y restaurantes en el cual se deberá anunciar nuestro centro de hospedaje, teniendo en cuenta que es un medio relativamente económico y efectivo.
- **Afiches.**- Impresión de afiches de tamaño tabloide full color colocados en las principales instituciones y lugares de mayor acceso de personas.
- **Vallas publicitarias.**- alquilar al menos dos vallas publicitarias para ser colocadas una en la carretera de ingreso a la provincia de Imbabura y la otra al ingreso a la Parroquia de San Roque.
- **Televisión.**- Este medio únicamente es recomendable utilizar si se consiguen spots en televisión nacional de una duración de 15 segundos y con una frecuencia espaciada, además con una concentración en la noche; de lo contrario el resultado comparado con el costo no podría mantenerse. Especificaciones: 6 spots al día por períodos de tiempo espaciados.

- **Páginas de internet.**- Contratar a una agencia especializada en la creación de páginas de internet así como la creación del espacio en red. Especificaciones: mostrar los servicios, ubicación visual de la hostería y todos los componentes.

3.11 Conclusiones del estudio de mercado

- a. El mercado turístico está creciendo en forma sostenida por efecto de las políticas del Ministerio de Turismo.
- b. La zona de Otavalo y Atuntaqui es considerada como la de mayor recepción potencial de turismo extranjero.
- c. La ubicación de la propuesta del proyecto es estratégica porque está cerca de la ciudad de Atuntaqui y Otavalo.
- d. La oferta que existe actualmente en los lugares aledaños al proyecto tiene un enfoque diferente al que propone el proyecto, por lo tanto el valor agregado estaría en la diferenciación de los servicios
- e. Aprovechar la tendencia existente hacia el turismo ambiental y ecológico.

3.12 Resumen

El estudio de mercado permitió conocer que la demanda de servicios turísticos ecológicos es mayor que la oferta existente en el cantón y sus áreas circundantes, información que nos permite determinar los productos que se deben ofertar a los turistas y a que segmento del mercado se debe enfocar el proyecto.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO DEL PROYECTO

El Estudio Técnico está en concordancia con el programa de producción del Proyecto, tiene como base fundamental los resultados alcanzados en el estudio de mercado efectuado. En esta parte del estudio se determinan varios aspectos técnicos como son: localización del proyecto, tamaño de la unidad productiva propuesta, aspectos técnicos o de ingeniería, el presupuesto técnico, inversiones fijas, variables, diferidas; requeridas para el funcionamiento del proyecto.

4.1 Macro localización del proyecto

El proyecto estará ubicado en la Provincia de Imbabura, Cantón Antonio Ante, Parroquia de San Roque.

Gráfico 11

Mapa del cantón ANTONIO ANTE



Fuente: IGM

Elaborado por: La Autora

4.2 Micro localización del proyecto

Para elegir la mejor opción de donde se debe instalar el centro de hospedaje ecológico se utiliza el método de factores ponderados donde se analiza la proximidad a los centros de abastecimiento, vías de acceso, servicios básicos, transporte, valor del terreno, sitios naturales ecológicos y mano de obra, factores que influyen en la micro localización, para lo cual se utiliza tres alternativas posibles donde ubicar el proyecto: A) San Roque, B) Atuntaqui y C) Ilumán; y se califica con un puntaje del 1 al 10 cada factor siendo el 10 la mejor opción y el 1 la más baja.

Tabla 15

Matriz de predominio de factores

FACTORES	PONDERACIÓN DEL FACTOR (%)	ALTERNATIVAS		
		A	B	C
Sitios Ecológicos	40%	9	4	5
Proximidad a los Centros de Abastecimiento	15%	7	8	4
Servicios Básicos	15%	7	9	5
Servicio de Transporte	10%	7	8	5
Vías de Acceso	10%	5	8	4
Valor del Terreno	7%	8	3	4
Disponibilidad de Mano de Obra	3%	8	8	8
TOTAL	100%	51	48	35

Elaborado por: La autora

Con estos factores se determinó que el lugar perfecto para la implementación de la micro empresa de turismo ecológico se ubicará en la parroquia rural de San Roque, cantón Antonio Ante; parroquia conocida por sus artesanías textiles, lugares ecológicos, manifestaciones culturales, las cuales son apreciadas por los turistas nacionales y extranjeros.

La ubicación del proyecto en cuanto a su área geográfica ofrece varias ventajas, principalmente que se ubica en el centro de dos grandes potenciales económicos como son Otavalo y Atuntaqui lo que permitiría a los turistas estar cerca de estos lugares y desplazarse en pocos minutos a tomar un descanso placentero en el centro de hospedaje ecológico. Además es un punto estratégico pues está cerca de la línea férrea que está en funcionamiento y en poco tiempo será un nuevo potencial turístico para la provincia de Imbabura.

4.3 Ingeniería del proyecto

La oferta del servicio de turismo ecológico se lo realizará principalmente a través de operadores de turismo y por medio de las agencias de viaje, así como también en página web, prensa y radio en especial en temporada alta. La venta se realizará en paquetes individuales y combinados de acuerdo.

El objetivo principal de la ingeniería del proyecto es seleccionar el proceso de producción, especificación de actividades, distribución de ambientes físicos, productividad supuesta, rendimientos técnicos estimados en cuanto al personal, capacidad instalada. Es muy importante que se realice un análisis del producto turístico que se va a ofrecer, el mismo que debe cumplir con ciertas características básicas, ya que su perfil se relaciona directamente con el consumidor de acuerdo a sus exigencias, para que tenga aceptación en el mercado. A continuación se detallan los servicios, algunas actividades y los atractivos que la microempresa ofrecerá a sus visitantes:

4.3.1 Servicios

Alojamiento en las habitaciones de las casas albergues, alimentación con la comida típica de la zona, estacionamiento y espacio para realizar actividades deportivas.

4.3.2 Actividades

Dentro de las actividades programadas están paseo por la parroquia visitando las manifestaciones culturales, artesanales y ecológicas ya sea a pie o en bicicleta, asenso guiados al volcán Imbabura, visita al centro museo Fabrica Imbabura, tour de compras por la ciudad de Atuntaqui y actividades con a la comunidad.

4.3.3 Atractivos

Flora y fauna, montaña, sembríos agrícolas, cultura y costumbres indígenas. Por medio de esta actividad será posible generar grandes experiencias tanto para los turistas como para los habitantes de la parroquia acerca de las necesidades del turista.

La comercialización del producto turístico requiere del apoyo de entidades y organismos especializados sean estos públicos o privados como asociaciones y gremios, gobiernos seccionales, cooperación internacional, que apoyen a la gestión del proyecto.

4.3.4 Selección del proceso del servicio

La actividad de la microempresa se basa en ofrecer servicios de turismo ecológico parroquial acompañado de la gastronomía tradicional de la parroquia de San Roque, para el funcionamiento de la misma, es necesario que existan clientes en este caso turistas quienes gusten de disfrutar de esta actividad

4.3.4.1 Distribución de procesos

Los procesos se distribuyen de acuerdo a las actividades de la microempresa, así tenemos:

- **Principales**

Aprovisionamiento de materiales, transformación y ventas.

- **Complementarias**

Administración y Contabilidad

- **Auxiliares**

Simplificación, programación, manutención.

Es importante resaltar aspectos muy importantes dentro de la actividad que va a desarrollar la microempresa.

Así tenemos:

4.3.4.2 Organización del trabajo

El emprendimiento se organizará de manera en que no exista una gran división de funciones, para que los trabajadores, desempeñen habitualmente más de una función en el proceso, con el objetivo de optimizar recursos tanto humanos como financieros que generalmente al comenzar un proyecto son escasos.

De esta forma los participantes podrán aportar diferentes recursos, tanto materiales como personales.

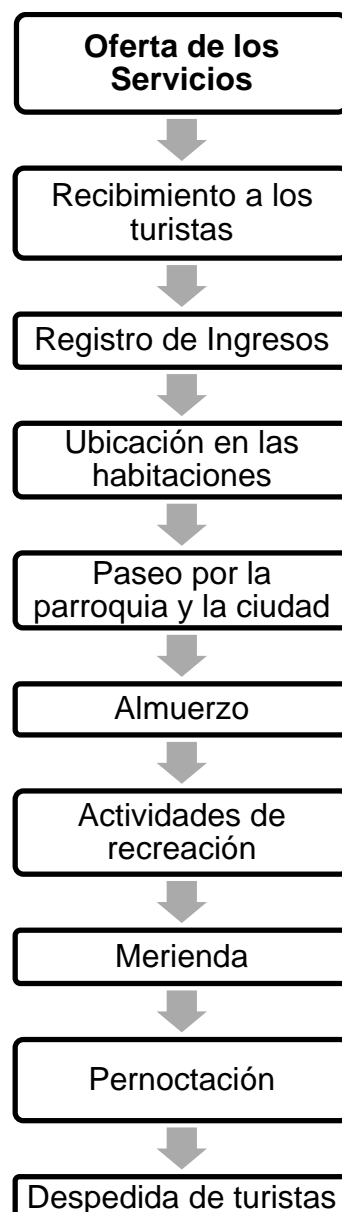
4.3.4.3 Trabajo familiar

La participación de los miembros de las familias que van a conformar la microempresa es de vital importancia para la sobrevivencia de la misma, especialmente en sus comienzos, ya que al ser accionistas del proyecto y también

los ejecutores del mismo, son quienes aportarán con las instalaciones de sus casas donde se adecuará las habitaciones de hospedaje para alojamiento de los turistas y con mano de obra no calificada para la atención y mantenimiento de las instalaciones de cada una sus casas.

Figura 1

Flujograma de procesos



Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

4.3.4.4 Estrategia comercial

La microempresa se orientará a mercados de turistas que gusten de esta actividad, para ello será necesario desarrollar las habilidades para conseguir los contactos a través de diferentes medios como operadores de turismo, contactos personales, internet, prensa, televisión, radio, entre otros.

4.4 Localización de ambientes o distribución de espacio físico.

La microempresa parroquial de hospedaje ecológico estará distribuidora de la siguiente manera:

- a) Área de administración
- b) Área deportiva
- c) Área de recreación
- d) Área ecológico – agricultura
- e) Área de parque
- f) Hospedaje

4.4.1 Obra civil

Para el funcionamiento del establecimiento de hospedaje ecológico es primordial construir y adecuar cuatro habitaciones con todos los servicios básicos. Se construirá cuatro habitaciones en parte de cemento armado y madera con una arquitectura autóctona del lugar y su arreglo será un poco rustico dando una apariencia ecológica, de campo, que armonice el entorno dándole vida al sector.

Para la construcción disponemos de los servicios básicos como: agua potable, luz eléctrica, alcantarillado, telefonía e internet.

El área destinada a la construcción corresponde a 420 metros cuadrados en total distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 16

Distribución de las instalaciones

INSTALACIONES	CANTIDAD (metros cuadrados)
Habitaciones	20 metros cuadrados
Oficina de Administración	60 metros cuadrados
Canchas Deportivas	100 metros cuadrados
Área de Mirador	100 metros cuadrados
Parqueadero	140 metros cuadrados
TOTAL	420 metros cuadrados

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Se construirá cuatro habitaciones que tendrá una dimensión de 4 x 5 metros cuadrados dándonos 20 metros cuadrados cada una, mientras que la oficina de administración tendrá 10 metros cuadrados de frente x 6 metros cuadrados de fondo, dándonos 60 metros cuadrados; 10 metros cuadrados x 10 metros cuadrados, dándonos 100 metros cuadrados, para las canchas deportivas, 10 metros cuadrados x 10 metros cuadrados dando así 100 metros cuadrados, donde estará construido un mirador, 14 metros cuadrados x 10 metros cuadrados dan 140 metros cuadrados para el parqueadero.

Todos estos lugares estarán decorados ecológicamente con su atractivo natural del lugar lo que hace encantador para que las personas que lo visiten deseen hospedarse en las acogedoras habitacionales.

4.4.2 Maquinaria y equipos

La maquinaria y los equipos, que se van a necesitar en el establecimiento se los va a adquirir dentro del mercado local, de tal manera que se proveerá a las casas albergues de la infraestructura necesaria para el funcionamiento normal y placentero de los turistas.

En la oficina de administración se encontrará una máquina podadora de césped, cuatro bicicletas, una computadora, impresora, televisiones y teléfono fax.

4.4.3 Muebles y enseres

En lo que se refiere a los muebles y enseres se va a habilitar las habitaciones con una cama litera y una cama matrimonial, veladores, lámparas. Para la oficina se va a adquirir un escritorio y una silla, cuatro sillas para los usuarios y un archivador.

4.4.4 Menaje de lencería

En las habitaciones se encontrarán juegos de sábanas, cobijas, almohadas y juegos de toallas.

4.4.5 Materia prima

Para la preparación de los alimentos que en este caso vendrá a ser la materia prima, en parte se abastecerá de la misma producción de la parroquia, ya que cuentas con sembríos de productos tradicionales, el resto del mercado de la Ciudad de Atuntaqui.

4.4.6 Personal para la microempresa

El personal que trabajará en la microempresa será el siguiente:

- a) Gerente
- b) Contador
- c) Secretaria – Recepcionista
- d) Personal de cocina
- e) mesera
- f) Guía turístico (ocasional)
- g) Jornalero

4.5 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto consiste en determinar, la capacidad diaria de visitantes que la microempresa puede recibir para cubrir las necesidades de la demanda. En base al estudio de mercado realizado se pudo comprobar que la oferta que se presenta es buena, ya que los establecimientos que ofrecen el turismo ecológico parroquial no cubren la cantidad de demandantes que desea realizar esta clase de actividad.

El proyecto estará integrado por 5 socios accionistas conformados por el representante del grupo de turismo ecológico y cuatro familias anfitrionas, en cuyas casas se llevará a cabo el alojamiento de los turistas.

En base al estudio de mercado realizado se considera que se captará el 16,73% de la demanda a satisfacer proyectada siendo esto 2304 turistas al año que el establecimiento estará en la capacidad de recibir, por lo que las cuatro casas de albergues que intervendrán en el proyecto deberán contar cada una con un dormitorio para cuatro personas, estimando que los turistas se alojen alrededor de 3 días a la semana, dando un total de 48 turistas en la semana, y al mes tendríamos 192 turistas alojados.

Capacidad = 192 turistas al mes x 12 meses = 2304 turistas al año.

Esto significa que se debe disponer de 8 camas para alojar a los visitantes de acuerdo a la investigación y tomando en cuenta que posteriormente se podrá ayudar a otras familias que quieran unirse al proyecto con el fin de contar con más habitaciones, las cuales puedan alojar a más turistas.

Se debe considerar que esta clase de turismo, hay que saber manejarlo y se debe tomar en cuenta la capacidad del sitio en cuanto al número de visitantes que el lugar puede recibir para seguir conservando el atractivo natural que lo hace turístico y para que la capacidad de soporte de sus ecosistemas no se rompa.

4.6 Presupuesto técnico

Para determinar el presupuesto técnico del proyecto es necesario identificar todos y cada uno de los rubros que estarán dentro de la microempresa, así como el capital de trabajo que será necesario para empezar la producción hasta que sea sustentable financieramente, las fuentes de financiamiento y la fuerza laboral que intervendrá en el proceso productivo y administrativo.

4.6.1 Inversiones fijas

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizarán en los bienes tangibles, que serán utilizadas en el normal funcionamiento de las operaciones del centro de hospedaje.

4.6.1.1 Terreno

Para llevar a cabo el presente proyecto se aportará como inversión propia de los socios del proyecto cinco terrenos con un área total de 2020,00 m² valorado en el mercado en \$ 20.200,00.

Tabla 17

Valor del terreno

N° DE SOCIOS	CANTIDAD m ²	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	400	Terreno	10	4.000
2	400	Terreno	10	4.000
3	400	Terreno	10	4.000
4	400	Terreno	10	4.000
5	420	Terreno	10	4.200
TOTAL	2020			\$ 20.200

Fuente: Avalúos del GAD Antonio Ante
Elaborado por: La Autora

4.6.1.2 Infraestructura propia

Dentro de la infraestructura existente se refiera a las casas existentes en el área destinada para el proyecto donde viven los socios del proyecto y que son de idénticas características, las mismas que están valoradas en 24.000,00 dólares

Tabla 18

Infraestructura existente

N° DE SOCIOS	DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
1	Casa	6.000
2	Casa	6.000
3	Casa	6.000
4	Casa	6.000
TOTAL		\$ 24.000

Fuente: Avalúos del GAD Antonio Ante
Elaborado por: La Autora

4.6.1.3 Obras civiles

Para la construcción del área administrativa y de las habitaciones se requiere un presupuesto de 16.000 dólares, ya que para cada habitación se invertirá la suma de 3.000 dólares y para el área de administración 4.000 dólares.

Tabla 19

Obras civiles

DETALLE	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4	Habitaciones	3.000	12.000
1	Área Administrativas	4.000	4.000
TOTAL			16.000

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.6.1.4 Maquinaria y equipos

Dentro de este rubro se encuentran los equipos necesarios para el funcionamiento del área administrativa y de las casas albergues, para lo cual se debe disponer de los siguientes implementos

Tabla 20

Maquinarias y equipos

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfonos	5	70,00	350,00
Televisor	4	350,00	1.400,00
Lavadora	1	520,00	520,00
Plancha	2	30,00	60,00
Extintor de incendios	1	50,00	50,00
Aspiradora industrial	1	550,00	550,00
Equipo de sonido	1	450,00	450,00
Cocina industrial	2	250,00	500,00
Horno industrial	1	180,00	180,00
Plancha freidora	1	150,00	150,00
Refrigerador panorámico	1	1.000,00	1.000,00
Congelador	1	1.000,00	1.000,00
Horno microondas	1	150,00	150,00
Licuadaora	2	120,00	240,00
Cafetera	1	50,00	50,00
Batidora	1	30,00	30,00
Ollas	5	25,00	125,00
Cilindro de gas	2	60,00	120,00
TOTAL			6.925,00

Fuente: CER Comercial Artículos del Hogar Electrodomésticos
Elaborado por: La Autora

4.6.1.5 Muebles y enseres

Es indispensable adquirir los muebles y enseres para brindar un servicio de calidad, ya que de ello depende para un buen desarrollo de las actividades de cada uno de las dependencias de centro de hospedaje.

Tabla 21

Muebles y enseres

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Camas de dos plazas y media	4	190,00	760,00
Camas literas	4	150,00	600,00
Veladores	8	50,00	400,00
Colchones 2 plazas y media	4	180,00	720,00
Colchones 1 plazas y media	8	120,00	960,00
Peinadoras	4	120,00	480,00
Lámparas de velador	8	30,00	240,00
Roperos	4	40,00	160,00
Sillones dos puestos	4	80,00	320,00
Espejos	4	45,00	180,00
Mesas cuadradas comedor	4	80,00	320,00
Cómodas	4	190,00	760,00
Exhibidor de comida	1	600,00	600,00
Estantería de cocina	1	380,00	380,00
Sillas de comedor	16	25,00	400,00
TOTAL			7.280,00

Fuente: Muebles Confort
Elaborado por: La Autora

4.6.1.6 Equipo de computación

El equipo de computación es necesario para el funcionamiento del área administrativa por lo que se realizará las siguientes adquisiciones

Tabla 22

Equipo de cómputo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lapto Core I5	1	800,00	800,00
Impresora Multifunción	1	220,00	220,00
TOTAL			1.020,00

Fuente: MEGASYSTEM
Elaborado por: La Autora

4.6.1.7 Muebles de oficina

Para mejor desarrollo del trabajo se adquiere el equipo de oficina suficiente para complementar el material que su utiliza en las actividades.

Tabla 23

Muebles de oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estación de trabajo	1	350,00	350,00
Silla tipo gerente	1	120,00	120,00
Archivador	1	150,00	150,00
Sillas de cuerina	4	25,00	100,00
TOTAL			720,00

Fuente: Muebles Yadira
Elaborado por: La Autora

4.6.1.8 Menaje para habitaciones

Dentro de lo que se refiere al menaje y lencería, se utilizarán los siguientes implementos tanto en lo que es hospedaje como en la alimentación:

Tabla 24

Menaje de habitaciones

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Juego de sabanas dos plazas	12	17,00	204,00
Juego de sabanas una plaza y media	24	13,00	312,00
Cobijas dos plazas	12	28,00	336,00
Cobijas plaza y media	24	25,00	600,00
Colchas dos plazas	12	28,00	336,00
Colchas plaza y media	24	25,00	600,00
Toallas de baño	36	12,00	432,00
Toallas de mano	36	8,00	288,00
Toallas de pies	36	5,00	180,00
Manteles de mesa	12	12,00	144,00
Cubre manteles	12	10,00	120,00
TOTAL			3.552,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Tabla 25

Menaje de cocina

DETALLE	CANTIDA D	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Platos tendidos grandes	24	0,75	18,00
Platos soperos	24	0,80	19,20
Platos medianos	24	0,60	14,40
Platos postreros	24	0,45	10,80
Platos y tasas de café	24	1,15	27,60
Copas para vino	24	1,10	26,40
Copas para helados	24	0,95	22,80
Juegos de cubiertos 4 pza.	24	2,80	67,20
Jarras para jugos	24	4,20	100,80
TOTAL			307,20

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

En resumen el total de inversiones fijas se detallan a continuación:

Tabla 26

Resumen de inversiones fijas

DETALLE	VALOR TOTAL
Terreno	20.200,00
Infraestructura existente	24.000,00
Obras civiles	16.000,00
Maquinaria y equipo	6.925,00
Muebles y enseres	7.280,00
Equipo de computación	1.020,00
Equipo de oficina	720,00
Menaje y lencería	3.859,20
TOTAL	80.004,20

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.7 Inversiones diferidas

Toda empresa antes de iniciar sus actividades forzosamente incurre en una serie de gastos catalogados como organización, constitución e instalación.

Tabla 27

Inversiones diferidas

DETALLE	VALOR TOTAL
Constitución Legal	250,00
Permisos de Funcionamiento	200,00
Gastos Varios	50,00
TOTAL	500,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.8 Talento humano

El personal que se requiere para el normal desenvolvimiento del centro de hospedaje tanto para el área administrativa como para el área de producción, será el estrictamente necesario para el normal funcionamiento de la misma, para el área administrativa se requerirá personal con conocimientos técnicos; para el área operativa el personal será capacitado en la funciones que se desempeñaran.

Como el centro de hospedaje funcionará la mayor parte del tiempo solo los fines de semana al personal se contratará mediante contratos de trabajo mediante la modalidad de jornada parcial permanente permitido por el Ministerio De Relaciones Laborales.

Tabla 28

Talento humano requerido

DETALLE	CANTIDAD	RBU
Gerente	1	600
Contador	1	450
Secretaria Recepcionista	1	400
Cocinera	1	400
Guía Turístico	1	400
Jornalero	1	354
Mesera	1	354

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.9 Capital de trabajo

El capital de trabajo son los recursos económicos que el centro de hospedaje necesita durante un periodo de tiempo que para el efecto del proyecto se determina en un mes para que pueda cumplir con todas las obligaciones, y permita el funcionamiento efectivo de sus operaciones.

Para el cálculo del Capital de Trabajo se tomará en cuenta: el pago de remuneraciones mensuales a todos los empleados y trabajadores comprendido en períodos mensuales, los gastos operacionales promedio mensual, materias primas necesarias para la producción en un estimado mensual; por lo que el capital de trabajo quedaría conformado de la siguiente manera con un cobertura para 30 días.

Tabla 29

Resumen de capital de trabajo

DETALLE	VALOR MENSUAL
Sueldos y Salarios	3.770,40
Materia Prima	1.529,28
Servicios Básicos	125,00
Gas Licuado de Petróleo	10,00
Mantenimiento	46,62
Reposición Menaje	32,16
Útiles de Oficina	21,25
Útiles de Aseo	62,00
Publicidad	430,00
TOTAL	6.026,71

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.10 Inversión total del proyecto

La inversión total asciende a 86.530,91 dólares americanos; las inversiones se realizarán en el 100% en el primer mes, tiempo en que se espera estar ya en operación con el centro

Tabla 30

Inversión total del proyecto

DETALLE	VALOR TOTAL	PORCENTAJE
Inversiones Fijas	80.004,20	92,46%
Inversiones Diferidas	500,00	0,58%
Inversiones Variables	6.026,71	6,96%
TOTAL	86.530,91	100,00%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.11 Financiamiento

El financiamiento será el 59% de capital propio, 41% será financiado mediante un préstamo equivalente a \$35.804,20, el mismo que se lo obtendrá en la Corporación Financiera Nacional, entidad gubernamental que actualmente se encuentra otorgando créditos para la implementación de proyectos productivos a una tasa de interés nominal del 11,20% para la línea de proyectos productivos, a un plazo de cinco años, la misma que de acuerdo a la tabla de amortización programada, se lo ha establecido en forma mensual, siendo por lo tanto su interés del 0,93%:

Tabla 31

Financiamiento de fondos de la inversión

DETALLE	VALOR (\$)	PROPIO	FINANCIADO
Inversiones Fijas	80.004,20	44.200,00	35.804,20
Inversiones Diferidas	500,00	500,00	-
Inversiones Variables	6.026,71	6.026,71	-
TOTAL	86.530,91	50.726,71	35.804,20
PORCENTAJE	100%	59%	41%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

4.12 Resumen

Mediante el análisis de predominio de factores de localización se determinó que la mejor ubicación es la parroquia de San Roque, dato que nos permite determinar el tipo de construcción que tendrá el proyecto así como el presupuesto de obra e inversiones que se realizarán para su implementación.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

El estudio Económico financiero es la sistematización contable, financiera y económica de las investigaciones efectuadas en los estudios de mercado y técnico, que facilitan la verificación de los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales, y finalmente, la organización financiera.

Aquí se demuestra la rentabilidad o no del proyecto. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, costos y gastos que están en concordancia con los capítulos anteriores que son los estudios de mercado y técnico. Con estos análisis se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar máquinas más baratas o gastar menos.

5.1 Presupuesto de ingresos

Para la determinación del ingreso por ventas, se estableció la capacidad operativa del centro de hospedaje ecológico que desde el primer año de funcionamiento estará en capacidad de receptor turistas nacionales e internacionales en un número de 2304 personas anuales que según las encuestas harían uso del paquete de tres días que consta de alojamiento, alimentación y recreación. Además se toma en cuenta en los ingresos la demanda flotante de temporada que haría uso únicamente de servicio de alimentación, para la actividad cultural se toma el 10% de la demanda insatisfecha ya que son personas que únicamente harían uso de los tours guiados por la zona de influencia del proyecto; con respecto al precio de venta está en concordancia con el estudio de mercado, con los insumos requeridos y con su respectivo margen de utilidad para el centro y validado en el estudio técnico, este se incrementará el 10% a partir del segundo años de funcionamiento

Tabla 32

Proyección de ingresos

RUBROS	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
PAQUETES TURISTICOS					
Cantidad de turistas	2304	2304	2304	2304	2304
Costo unitario del paquete	35,00	38,50	42,35	46,59	51,24
SUB TOTAL	80.640,00	88.704,00	97.574,40	107.331,84	118.065,02
SERVICIO DE RESTAURANT					
Cantidad Platos a la carta	2880	3024	3175	3334	3501
Costo unitario por plato	8,00	8,31	8,64	8,97	9,32
SUB TOTAL	23.040,00	25.135,49	27.421,56	29.915,55	32.636,37
ACTIVIDAD CULTURAL					
Cantidad Tour Guiado por la Parroquia	2757	2950	3156	3376	3612
Costo del Tour	10,00	10,39	10,80	11,22	11,65
SUB TOTAL	27.570,00	30.650,50	34.069,68	37.865,97	42.093,01
TOTAL INGRESOS	131.250,00	144.489,99	159.065,64	175.113,36	192.794,40

Fuente: Estudio Técnico y Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora

Este presupuesto subsidia la sub ocupación de las habitaciones tomando en cuenta una demanda flotante que depende de la época. Para lograr este propósito es importante manejar una buena oferta gastronómica con valor agregado diferenciado de la competencia. Se ha presupuestado la venta de platos típicos del centro de hospedaje.

5.2 Presupuesto de egresos

5.2.1 Costos de operación

Los costos de operación son las erogaciones que se realizan para el desarrollo normal del centro de hospedaje ecológico de la parroquia rural de San Roque.

5.2.1.1 Materia prima

La materia prima tiene que ver con los insumos que se necesita para dar la alimentación a los turistas pronosticados que adquirirán el servicio, el costo

aumentará según la inflación proyectada por Banco Central del Ecuador para el año 2015 es del 3,9%.

Tabla 33

Proyección de gastos por alimentación de paquetes turísticos

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Cantidad de turistas	2304	2304	2304	2304	2304
Costo unitario de alimentación paquete	4,84	5,03	5,22	5,43	5,64
TOTAL	11.151,36	11.586,26	12.038,13	12.507,61	12.995,41

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Tabla 34

Proyección de gastos por alimentación de restaurante

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Platos a la carta	2880	3024	3175	3334	3501
Costo unitario por plato	2,50	2,60	2,70	2,80	2,91
TOTAL	7.200,00	7.854,84	8.569,24	9.348,61	10.198,87

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.2.1.2 Mano de obra directa.

El centro de hospedaje ecológico requiere de cuatro personas para el proceso productivo, los cuales van a recibir una remuneración mensual, que comprende: Salario Mensual y los componentes salariales como: Aporte Patronal, Fondo de reserva, Décimo Tercer Sueldo, Décimo Cuarto Sueldo. Estos trabajadores comprenden la mano de obra directa del proyecto.

Con respecto a las remuneraciones básicas del personal operativo crecerán en 8.5% a partir del segundo año de acuerdo al promedio de alza salarial determinada en la serie histórica de las remuneraciones:

Tabla 35

Crecimiento de las remuneraciones

AÑO	VALOR DE LA RBU
2015	354,00
2016	384,09
2017	416,74
2018	452,16
2019	490,59

Fuente: MRL

Elaborado por: La Autora

Con el dato obtenido se puede proyectar las remuneraciones mensuales del personal de producción.

Tabla 36

Proyección de las remuneraciones básicas mensuales de producción

DETALLE	CANTIDAD	RBU 2015	RBU 2016	RBU 2017	RBU 2018	RBU 2019
Cocinera	1	400,00	434,00	470,89	510,92	554,34
Guía	1	400,00	434,00	470,89	510,92	554,34
Turístico						
Jornalero	1	354,00	384,09	416,74	452,16	490,59
Mesera	1	354,00	384,09	416,74	452,16	490,59

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Con los valores determinados se pueden proyectar el gasto anual del rubro remuneraciones y beneficios sociales del personal de producción

Tabla 37

Gasto anual de remuneraciones del personal de producción

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Cocinera	4.800,00	5.208,00	5.650,68	6.130,99	6.652,12
Mesera	4.248,00	4.609,08	5.000,85	5.425,92	5.887,13
Guía Turístico	4.800,00	5.208,00	5.650,68	6.130,99	6.652,12
Jornalero	4.248,00	4.609,08	5.000,85	5.425,92	5.887,13
TOTAL	18.096,00	19.634,16	21.303,06	23.113,82	25.078,50

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Tabla 38

Gasto anual de remuneraciones y beneficios sociales del personal de producción

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
RBU	18.096,0	19.634,1	21.303,0	23.113,8	25.078,5
	0	6	6	2	0
Aporte Patronal	2.198,66	2.385,55	2.588,32	2.808,33	3.047,04
Fondos de Reserva	-	1.635,53	1.774,55	1.925,38	2.089,04
Décimo Tercero	1.508,00	1.636,18	1.775,26	1.926,15	2.089,87
Décimo Cuarto	1.416,00	1.536,36	1.666,95	1.808,64	1.962,38
TOTAL	23.218,6	26.827,7	29.108,1	31.582,3	34.266,8
	6	8	4	3	3

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

5.2.1.3 Costos indirectos de producción

Se consideran como costos indirectos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, internet, servicio telefónico. Además Para determinar los costos indirectos de fabricación en los años futuros, se consideró una tasa de crecimiento del redondeado en el 3.9 %, de acuerdo a la inflación proyectada para el año 2015 por el Banco Central del Ecuador

- **Servicios Básicos**

Tabla 39

Servicios básicos mensuales

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Energía Eléctrica	50,00	51,95	53,98	56,08	58,27
Agua Potable	30,00	31,17	32,39	33,65	34,96
Internet	25,00	25,98	26,99	28,04	29,13
Teléfono	20,00	20,78	21,59	22,43	23,31
TOTAL	125,00	129,88	134,94	140,20	145,67

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Tabla 40

Servicios básicos anuales

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Energía Eléctrica	600,00	623,40	647,71	672,97	699,22
Agua Potable	360,00	374,04	388,63	403,78	419,53
Internet	300,00	311,70	323,86	336,49	349,61
Teléfono	240,00	249,36	259,09	269,19	279,69
TOTAL	1.500,00	1.558,50	1.619,28	1.682,43	1.748,05

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- **Gas licuado de petróleo GLP**

Tabla 41

Consumo de gas licuado de petróleo GLP

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Mensual					
GLP	10,00	10,39	10,80	11,22	11,65
TOTAL	10,00	10,39	10,80	11,22	11,65
Anual					
GLP	120,00	124,68	129,54	134,59	139,84
TOTAL	120,00	124,68	129,54	134,59	139,84

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- **Mantenimiento de maquinaria y equipos**

Será necesario siempre poseer un valor para posibles contingencias de las inversiones realizadas ya que por uso y el abuso son susceptibles a deteriorarse o dañarse, razón por la cual se provisiona el 1% del valor de adquisición.

Tabla 42

Mantenimiento de inversiones

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Infraestructura existente	240,00	249,36	259,09	269,19	279,69
Obras civiles	160,00	166,24	172,72	179,46	186,46
Maquinaria y equipo	69,25	71,95	74,76	77,67	80,70
Muebles y enseres	72,80	75,64	78,59	81,65	84,84
Equipo de computación	10,20	10,60	11,01	11,44	11,89
Equipo de oficina	7,20	7,48	7,77	8,08	8,39
TOTAL	559,45	581,27	603,94	627,49	651,96

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- **Reposición de Menaje**

Al ser el menaje productos suntuarios que se deterioran fácilmente se prevé un valor de reposición del 10% del valor de compra

Tabla 43

Reposición de menaje de cocina y hospedaje

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Menaje	385,92	400,97	416,61	432,86	449,74
TOTAL	385,92	400,97	416,61	432,86	449,74

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

- **Resumen de los Gastos Operativos**

Tabla 44

Resumen de gastos operativos

Descripción	2015	2016	2017	2018	2019
Materia Prima	18.351,36	19.441,10	20.607,36	21.856,22	23.194,28
Mano de Obra Directa					
Servicios Básicos	1.500,00	1.558,50	1.619,28	1.682,43	1.748,05
Gas GLP	120,00	124,68	129,54	134,59	139,84
Mantenimiento de Maquinarias y equipos	559,45	581,27	603,94	627,49	651,96
Reposición de Menaje	385,92	400,97	416,61	432,86	449,74
TOTAL	44.135,39	48.934,30	52.484,87	56.315,93	60.450,70

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.3 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos contendrán los sueldos y salarios del personal administrativo, con un aumento del 8.5 % por cada año, los útiles de aseo, útiles de oficina y, con un incremento por inflación del 3.9 % para cada año; las depreciaciones y amortizaciones

Tabla 45

Remuneraciones mensuales del personal administrativo

DETALLE	Q	2015	2016	2017	2018	2019
Gerente	1	600,00	651,00	706,34	766,37	831,52
Contador	1	450,00	488,25	529,75	574,78	623,64
Secretaria Recepcionista	1	400,00	434,00	470,89	510,92	554,34

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Tabla 46

Remuneraciones anuales del personal administrativo

DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
Gerente	7.200,00	7.812,00	8.476,02	9.196,48	9.978,18
Contador	5.400,00	5.859,00	6.357,02	6.897,36	7.483,64
Secretaria	4.800,00	5.208,00	5.650,68	6.130,99	6.652,12
Recepcionista					
TOTAL	17.400,00	18.879,00	20.483,72	22.224,83	24.113,94

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Tabla 47

Beneficios sociales del personal administrativo

DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
RBU	17.400,00	18.879,00	20.483,72	22.224,83	24.113,94
Aporte Patronal	2.114,10	2.293,80	2.488,77	2.700,32	2.929,84
Fondos Reserva	-	1.572,62	1.706,29	1.851,33	2.008,69
Décimo Tercero	1.450,00	1.573,25	1.706,98	1.852,07	2.009,50
Décimo Cuarto	1.062,00	1.152,27	1.250,21	1.356,48	1.471,78
Total	22.026,10	25.470,94	27.635,97	29.985,03	32.533,75

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.3.1 Suministros de oficina

En los suministros de oficina estarán contemplados para el normal funcionamiento del centro de hospedaje y de igual manera tendrán un incremento del 3,9 % anual por el factor inflacionario

Tabla 48

Suministros de oficina

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Resmas de papel bond	84,00	87,28	90,68	94,22	97,89
Carpetas archivadoras	36,00	37,40	38,86	40,38	41,95
Tinta de impresora	120,00	124,68	129,54	134,59	139,84
Bolígrafos	15,00	15,59	16,19	16,82	17,48
Total	255,00	264,95	275,28	286,01	297,17

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.3.2 Útiles de aseo

Los insumos y materiales serán los necesarios para la realización del servicio de limpieza, para lo cual se determinó las cantidades promedio que se utilizaran en un mes para luego acumularlos anualmente y proyectarlos a futuro con una tasa de inflación del 3,9% anual

Tabla 49

Materiales de limpieza

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Escobas	84,00	87,28	90,68	94,22	97,89
Trapeadores	36,00	37,40	38,86	40,38	41,95
Limpiones	120,00	124,68	129,54	134,59	139,84
Guantes	24,00	24,94	25,91	26,92	27,97
Desinfectantes	180,00	187,02	194,31	201,89	209,77
Jabón De Baño	120,00	124,68	129,54	134,59	139,84
Papel Higiénico	180,00	187,02	194,31	201,89	209,77
Total	744,00	461,32	479,31	498,00	517,42

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.3.3 Depreciaciones

Para el cálculo de la depreciación de los activos fijos se utilizará los porcentajes establecidos en el artículo 21 numeral 6 de la Ley de Régimen Tributario Interno, en la cual determina los porcentajes para el efecto; el cálculo se lo realizará por el método de línea recta.

Tabla 50

Porcentajes de depreciación

ACTIVO FIJO	PORCENTAJE
Inmuebles	5 %
Muebles y Enseres	10 %
Maquinaria y Equipo	10 %
Vehículos	20 %
Equipo de Computación	33 %

Fuente: LORTI artículo 21 numeral 6
Elaborado por: La Autora

Tabla 51

Depreciación de propiedad planta y equipo

DESCRIPCION	%	2015	2016	2017	2018	2019	DEPRE. ACUMU.	SALDO LIBROS
Terreno								20.200,00
Infraestructura	5%	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	6.000,00	18.000,00
Existente								
Obras Civiles	5%	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	4.000,00	12.000,00
Maquinaria y Equipo	10%	692,50	692,50	692,50	692,50	692,50	3.462,50	3.462,50
Muebles y Enseres	10%	728,00	728,00	728,00	728,00	728,00	3.640,00	3.640,00
Equipo de Computación	33,33%	340,00	340,00	340,00			1.020,00	-
Equipo de Computación	33,33%				340,00	340,00	680,00	340,00
Equipo de Oficina	10%	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	360,00	360,00
Menaje	10%	385,92	385,92	385,92	385,92	385,92	1.929,60	1.929,60
TOTAL		4.218,42	4.218,42	4.218,42	4.218,42	4.218,42	21.092,10	39.732,10

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.3.4 Amortización de gastos de constitución

Las inversiones diferidas están constituidas por los gastos de constitución que se generaron para poner en marcha el proyecto, los mismos que serán amortizados por el periodo de cinco años a partir del primer año de funcionamiento, con un porcentaje del 20% anual sin que este sobrepase el impuesto a la renta para dar cumplimiento a la ley de Régimen Tributario Interno.

Tabla 52

Amortización de inversiones diferidas

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Amortización de Gastos de Constitución	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.3.5 Resumen de gastos administrativos

Analizados todos los gastos incurridos en el área administrativa se puede acumular con el fin de tener un valor para cálculos posteriores de evaluación financiera.

Tabla 53

Resumen de gastos administrativos

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldos y salarios	22.026,10	25.470,94	27.635,97	29.985,03	32.533,75
Útiles de oficina	255,00	264,95	275,28	286,01	297,17
Útiles de aseo	744,00	461,32	479,31	498,00	517,42
Depreciaciones	4.218,42	4.218,42	4.218,42	4.218,42	4.218,42
Amortizaciones	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
TOTAL	27.343,52	30.515,62	32.708,97	35.087,46	37.666,76

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.4 Gasto publicidad

Los gastos de ventas están relacionados con los egresos por publicidad y propaganda que el centro utilizará para promocionar los servicios que presta para los turistas nacionales y extranjeros.

Estos valores crecerán el 3,9% por efecto inflacionario a partir del segundo año de funcionamiento.

Tabla 54

Gasto publicidad mensual

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Prensa escrita	100,00	103,90	107,95	112,16	116,54
Radios	100,00	103,90	107,95	112,16	116,54
Televisión	150,00	155,85	161,93	168,24	174,80
Página Web	50,00	51,95	53,98	56,08	58,27
Afiches	30,00	31,17	32,39	33,65	34,96
Total	430,00	446,77	464,19	482,30	501,11

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Tabla 55

Gasto publicidad anual

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
Prensa escrita	1.200,00	1.246,80	1.295,43	1.345,95	1.398,44
Radios	1.200,00	1.246,80	1.295,43	1.345,95	1.398,44
Televisión	1.800,00	1.870,20	1.943,14	2.018,92	2.097,66
Página Web	600,00	623,40	647,71	672,97	699,22
Afiches	360,00	374,04	388,63	403,78	419,53
Total	5.160,00	5.361,24	5.570,33	5.787,57	6.013,29

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.5 Gastos financieros

La inversión total para poner en marcha el proyecto corresponde a 86.530,71 USD, de los cuales se financiarán 35.804,20 USD mediante un préstamo bancario hipotecario del Banco Nacional de Fomento a cinco años plazo a un interés anual del 11 %. De la inversión total se financiará el 41,00 % y el restante que corresponde a 50.726,71 USD será capital propio luego de hacer un estudio de validación de los proyectos, permite el financiamiento tanto para activos fijos como para capital de trabajo. A continuación se indica los requisitos generales que exige el BNF (2015) para créditos:

- a. Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- b. Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- c. Carta de pago de los impuestos.
- d. Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- e. Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- f. Proformas de la maquinaria a adquirir.
- g. Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

Los gastos financieros que se prevé se encuentran relacionados con los intereses bancarios, por el crédito otorgado. Para el cálculo de la cuota constante de amortización mensual del préstamo a realizarse en la BNF, se procedió mediante la siguiente fórmula:

$$V_c = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor Cuota:	$V_c = ?$
Monto del Préstamo:	$M_p = 35.804,20 \text{ USD}$
Tasa Interés Mensual:	$i = 0,00916999$

Períodos: n = 60 meses (5 años)

$$V_c = \frac{(35.804,20) (0,00916666) (1 + 0,00916666)^{60}}{[(1 + 0,00916666)^{60} - 1]}$$

$$V_c = 778,47 \text{ USD}$$

En la fórmula de cálculo para sacar el valor de cuota mensual, la tasa de interés mensual, se obtiene a partir del interés anual del 11 %, el cual, se lo divide para 12 meses dando el valor de 0,9166 % mensual, es decir una tasa de interés mensual de 0,00916666. Los 60 meses corresponden a los cinco años de duración del proyecto.

La tabla de amortización mensual está en concordancia al pago de intereses, conforme se irá pagando el capital, razón por la cual los primeros meses, se pagará el interés alto.

Tabla 56

Tabla de amortización anual

NRO	VALOR PRESENTE	INTERES	CAPITAL		SALDO	
			SOLUTO	INSOLUTO		
1	9.341,64	3.657,55	5.684,09		30.120,11	
2	9.341,64	2.999,80	6.341,84		23.778,27	
3	9.341,64	2.265,93	7.075,71		16.702,56	
4	9.341,64	1.447,13	7.894,51		8.808,05	
5	9.341,64	533,59	8.808,05		-	
TOTALES	46.708,20	10.904,00	35.804,20			

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.6 Estados financieros proyectados

Los estados financieros proyectados son el resultado de todos los presupuestos tanto de inversión; de ventas, de costos y de gastos, como sus ganancias proyectadas

5.6.1 Estado de situación financiera

Para el balance general se consideró las cuentas de activos, así como las de pasivos y patrimonio que constituirán el centro de hospedaje.

Cuadro 2

Estado de situación financiera

AÑO 0			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
ACTIVO CORRIENTE OPERACIONAL	6.026,71		
<u>Activos disponibles</u>	6.026,71	Pasivo a Largo Plazo	35.804,20
Efectivo y equivalentes de efectivo	6.026,71		
ACTIVO FIJO	80.004,20	TOTAL PASIVO	35.804,20
Terreno	20.200,00		
Infraestructura existente	24.000,00		
Obras civiles	16.000,00		
Maquinaria y equipo	6.925,00		
Muebles y enseres	7.280,00	PATRIMONIO	50.726,70
Equipo de computación	1.020,00		
Equipo de oficina	720,00		
Menaje de cocina	3.859,20		
ACTIVO DIFERIDO	500,00	Capital Propio	50.726,70
Gastos de constitución	500,00	TOTAL PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVO	86.530,91	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	86.530,91

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.7 Costo de producción

Para determinar el costo de producción se valúa todos los gastos incurridos y aplicados en la obtención del servicio, donde se incluye el costo de la materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación.

En los costos indirectos de fabricación se toma en cuenta el 75% del valor de los servicios básicos, el valor total del GLP, el 75% del valor de mantenimiento de inversiones y la reposición del menaje

Tabla 57

Cotos de producción

DESCRIPCIÓN		2015	2016	2017	2018	2019
Materia	Prima	18.351,36	19.441,10	20.607,36	21.856,22	23.194,28
Directa						
Mano de	Obra	23.218,66	26.827,78	29.108,14	31.582,33	34.266,83
Directa						
Costos	Indirectos	5.686,93	5.554,88	5.651,47	5.751,82	5.856,08
Fabricación						
TOTAL		47.256,95	51.823,76	55.366,97	59.190,37	63.317,18

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.8 Estado de resultados proyectado

Para los cálculos del estado de resultados o también denominado pérdidas y ganancias se determina todos los ingresos y egresos estimados del proyecto, cuya diferencia nos da como resultado la Utilidad del Ejercicio económico. Como proyecto cumplirá con las disposiciones tributarias se procederá con el pago del 15% de la participación de los trabajadores y la disposición transitoria primera de Código de la Producción aprobado en Diciembre del 2010 sobre el impuesto a la renta que manifiesta textualmente:

“La reducción de la tarifa de Impuesto a la renta de sociedades contemplada en la reforma al Art. 37 de la Ley de Régimen Tributario Interno, se aplicará de forma

progresiva en los siguientes términos: durante el ejercicio fiscal 2011, la tarifa impositiva será del 24%, durante el ejercicio fiscal 2012, la tarifa impositiva será del 23% y a partir del ejercicio fiscal 2013 en adelante la tarifa impositiva será del 22%”

Porcentajes que se aplican en el Estado de Resultados Proyectado.

En el siguiente informe se puede observar que se obtiene ganancias, lo que significa que durante la vida del proyecto los ingresos serán mayores que los gastos.

Tabla 58

Estado de resultados proyectado

DESCRIPCIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
VENTAS NETAS	131.250,00	144.489,99	159.065,64	175.113,36	192.794,40
(-) Costos de Producción	47.256,95	51.823,76	55.366,97	59.190,37	63.317,18
UTILIDAD VENTAS	83.993,05	92.666,22	103.698,68	115.922,99	129.477,22
GASTOS DE ADMINISTRACION	24.221,96	27.626,16	29.826,88	32.213,02	34.800,28
Sueldos Administrativos	22.026,10	25.470,94	27.635,97	29.985,03	32.533,75
útiles de oficina	255,00	264,95	275,28	286,01	297,17
Útiles de aseo	186,00	115,33	119,83	124,50	129,36
Gastos depreciación	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00	1.140,00
Gastos Constitución	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Servicios básicos	375,00	389,63	404,82	420,61	437,01
Gasto mantenimiento de inversiones	139,86	145,32	150,98	156,87	162,99
GASTOS VENTAS	5.160,00	5.361,24	5.570,33	5.787,57	6.013,29
Gastos Publicidad	5.160,00	5.361,24	5.570,33	5.787,57	6.013,29
UTILIDAD OPERACIONAL	54.611,09	59.678,83	68.301,47	77.922,40	88.663,65
GASTOS FINANCIEROS	5.684,09	6.341,84	7.075,71	7.894,51	8.808,05
Intereses Pagados	5.684,09	6.341,84	7.075,71	7.894,51	8.808,05
UTILIDAD EJERCICIO	48.927,00	53.336,98	61.225,75	70.027,89	79.855,60
Participación trabajadores 15 %	7.339,05	8.000,55	9.183,86	10.504,18	11.978,34
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	41.587,95	45.336,44	52.041,89	59.523,71	67.877,26
Impuesto a la Renta 22%	9.149,35	9.974,02	11.449,22	13.095,22	14.933,00
UTILIDAD NETA	32.438,60	35.362,42	40.592,67	46.428,49	52.944,26

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.9 Flujo de efectivo financiero

Para determinar el flujo de caja con que contaremos en cada período se concilian las entradas y salidas efectivas de dinero, es por eso que a la utilidad operativa del período se suman las depreciaciones y amortizaciones en vista que estas no son erogaciones de efectivo; además en el último periodo se suman los valores que se pueden rescatar por venta de los activos fijos, los mismos que se toma el valor en libros contable

Tabla 59

Flujo de efectivo financiero

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	2015	2016	2017	2018	2019
INVERSION	86.530,91					
Utilidad del Ejercicio		32.438,6	35.362,4	40.592,6	46.428,4	52.944,2
(+) Depreciaciones		4.218,42	4.218,42	4.218,42	4.218,42	4.218,42
(-) Participación de los trabajadores		7.339,05	8.000,55	9.183,86	10.504,1	11.978,3
(-) Impuestos a la Renta		9.149,35	9.974,02	11.449,2	13.095,2	14.933,0
(-) Reversión				1.020,00		
(+) Recuperación venta activos						59.932,1
(+) Capital de Trabajo						0
						6.026,71
FLUJO NETO	-86.530,91	20.168,6	21.606,2	23.158,0	27.047,5	96.210,1
		2	8	2	1	5

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

5.10 Evaluación financiera del proyecto

La aplicación de los criterios de evaluación para este estudio de factibilidad, se basan en el flujo neto de fondos del proyecto, pues esta herramienta nos conduce

a tomar una sola decisión, sea esta poner en marcha el proyecto o no hacerlo. Para esto se desarrolla los siguientes puntos:

5.10.1 Costo de oportunidad

La tasa de descuento o costo de oportunidad, representa el valor que el proyecto debería generar para que el inversionista ni gane ni pierda, en nuestro caso aquí valdría decir que por cada dólar de inversión necesitaríamos generar por lo menos la tasa de descuento para afrontar la deuda contraída.

Para el cálculo del costo de oportunidad se toma las tasas referenciales del Banco central del Ecuador a Enero del 2015.

Para lo cual aplicaremos la siguiente tabla:

Tabla 60

Costo de oportunidad

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PONDE.	V. PROMEDIO
INV. PROPIA	50.726,71	58,62	7,00	410,36
INV. FINANCIERA	35.804,20	41,38	11,00	455,15
TOTAL	86.530,91	100,00%		865,51
COSTO DE OPORTUNIDAD				8,65%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Siendo la inflación anual proyectada del 3,90 % para el año 2015 por el Banco Central del Ecuador, se estableció la tasa de descuento de la siguiente manera:

$$TRM = (1+IF) (1+CK) - 1$$

Simbología y datos:

Costo de Oportunidad:	CK=	0,0865
Tasa de Inflación:	IF=	0,0390

Tasa de Rendimiento Medio: TRM= ?

$$\text{Tasa Rendimiento Medio} = (1+0,0390) (1+0,0865)-1$$

Tasa de Rendimiento Medio = 12,83%

Para el presente proyecto La tasa de rendimiento medio TRM o también llamada tasa de redescuento es del 12,83% que representa el valor que el proyecto debería generar para que los inversionistas ni ganen ni pierdan, en nuestro caso aquí valdría decir que por cada dólar de inversión necesitaríamos generar por lo menos la tasa de descuento para afrontar la deuda contraída.

5.10.2 Valor actual neto (VAN)

El VAN de un proyecto de inversión se define como “la suma actualizada de los flujos de caja que esperamos genere a lo largo de su vida”. Es decir, es igual a “la diferencia entre el valor actual de sus cobros y el valor actual de sus pagos”. Se trata, por tanto, de una medida de la rentabilidad absoluta de una inversión.

FNC Flujo de Caja

i.- Tasa de Redescuento

n.- Tiempo u Horizonte de Vida Útil del Proyecto de Inversión.

VAN, Positivo significa que existe Rentabilidad.

VAN, Negativo Inversión no Rentable o no Atractiva.

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1+i)^1} + \frac{FNC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1+i)^n}$$

Tabla 61

Cálculo del valor actual neto (VAN)

AÑO	FLUJO DE FONDOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJO DE FONDOS ACTUALIZADOS
0	(86.530,91)	-	(86.530,91)
1	20.168,62	0,886328306	17.876,02
2	21.606,28	0,785577866	16.973,41
3	23.158,02	0,696279899	16.124,46
4	27.047,51	0,617132584	16.691,90
5	96.210,15	0,546982078	52.625,23
VAN			33.760,12

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Siendo la suma de los flujos de efectivo descontados de \$120.291,03 superior a la inversión inicial de \$86.530,91; el centro de hospedaje ecológico logrará cubrir la inversión inicial y generará una utilidad en torno al movimiento del proyecto en los 5 años que será de 33.760,12 dólares.

5.10.3 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios son exactamente iguales a los desembolsos iniciales.

La tasa interna de retorno deberá ser mayor que la tasa de descuento para que la inversión sea aceptada.

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, estableciendo para ello la aplicación de dos tasas arbitrarias, siendo:

Tasa Superior: 24,15%

Tasa Inferior: 12,83%

Las tasas anteriores permitieron obtener dos VAN uno positivo y otro negativo, siendo:

Tabla 62

Cálculo de la tasa interna de retorno (TIR)

AÑO	FLUJO DE FONDOS	TASA DE DESCUENTO	
		12,83%	24,15%
0	(86.530,91)	(86.530,91)	(86.530,91)
1	20.168,62	17.875,23	16.245,37
2	21.606,28	16.971,91	14.018,01
3	23.158,02	16.122,32	12.102,11
4	27.047,51	16.688,95	11.385,19
5	96.210,15	52.613,59	32.620,25
	VAN	33.741,10	(159,97)
	TIR		24,10%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Con estos datos y aplicando La fórmula con la que se calcula la TIR es:

$$TIR = TM - \frac{(TM - Tm) VAN TM}{VAN TM - VAN Tm}$$

En donde:

TM = Tasa Mayor

Tm = Tasa menor

VAN = Valor Actual Neto

$$TIR = 24,15\% - \frac{(24,15\% - 12,83\%) * (-159,97)}{(-159,97) - 33741,10}$$

TIR = 24,10 %

Este resultado nos permite determinar que el proyecto es factible, ya que es superior a la tasa de rendimiento medio, y permite igualar a la sumatoria actualizada, de los flujos de efectivo con la inversión inicial.

5.10.4 Período de recuperación de la inversión

Es el tiempo necesario para que la suma de los flujos de caja actualizados del proyecto iguale al desembolso inicial, es decir, el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial. De acuerdo con este criterio, un proyecto de inversión será ejecutable siempre que su plazo de recuperación sea inferior o igual al plazo que establezca la dirección de la empresa.

Tabla 63

Período de recuperación

AÑOS	FLUJOS NETOS.	FCA	RUCUPERAC.
1	20.168,62	17.876,02	17.876,02
2	21.606,28	16.973,42	34.849,44
3	23.158,02	16.124,47	50.973,90
4	27.047,51	16.691,91	67.665,81
5	96.210,15	52.625,25	18.865,10
	188.190,58	120.291,06	

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

El tiempo exacto para lograr recuperar la inversión del proyecto es la siguiente:

- ✓ Flujos de fondos de los cuatro primeros años \$67.665,81
- ✓ Flujo de fondo quinto año para cubrir inversión \$18.865,10

Dividimos el flujo necesario para cubrir la inversión para el flujo total del quinto año $18.865,1 / 52.625,25 = 0.358$; que es la fracción del año necesario en el quinto

período. Por lo tanto el tiempo necesario para recuperar la inversión es igual a la sumatoria de todos los periodos, dando como resultado:

PR = 4,36 años

PR = 4 años, 4 meses.

5.10.5 Costo beneficio

La evaluación de la razón consiste en sumar todos los flujos originarios de la inversión descontados con la TRM y luego el total se divide para la los egresos, con lo cual se obtiene, en promedio, el número de unidades monetarias recuperadas por cada unidad de inversión.

Tabla 64

Ingresos y egresos actualizados

AÑOS	INGRESOS	EGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	131.250,00	82.323,00	116.330,59	72.965,21
2	144.489,99	91.153,00	113.508,14	71.607,78
3	159.065,64	97.839,89	110.754,21	68.123,95
4	175.113,36	105.085,47	108.068,16	64.851,67
5	192.794,40	112.938,80	105.455,08	61.775,50
TOTAL	802.713,39	489.340,16	554.116,18	339.324,10

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

Con estos datos aplicamos en la fórmula:

$$\text{Beneficio/ costo} = \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN Egresos}}$$

$$\text{Beneficio/ costo} = \frac{554116,18}{339324,10}$$

$$\text{Beneficio / costo} = 1,63$$

Este indicador refleja que el ingreso actualizado es superior en 1,63 veces a los costos actualizados, lo que indica que por cada dólar invertido se generará \$ 0,63 de utilidad.

5.10.6 Punto de equilibrio

Se refiere a la cantidad o el monto de ventas que hace que los ingresos totales sean iguales a los costos totales, en este caso la utilidad es cero.

Es únicamente válido para el año 1 del proyecto, porque entre más tardío es el pronóstico es menos cierto.

$$PEq = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IV}}$$

Simbología y datos:

Costos fijos: CF

Costos variables: CV

Ingresos por ventas: IV

Punto de equilibrio: PEq

Tabla 65

Costos fijos y costos variables

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019
INGRESOS					
VENTAS	131.250,00	144.489,99	159.065,64	175.113,36	192.794,40
COSTOS FIJOS					
Mano De Obra Directa	23.218,66	26.827,78	29.108,14	31.582,33	34.266,83
Gastos De Ventas	5.160,00	5.361,24	5.570,33	5.787,57	6.013,29
Gastos Administrativos	24.221,96	27.626,16	29.826,88	32.213,02	34.800,28
Gastos Financieros	5.684,09	6.341,84	7.075,71	7.894,51	8.808,05
Depreciación					
TOTAL COSTO FIJO	58.284,72	66.157,02	71.581,06	77.477,43	83.888,44
COSTOS VARIABLES					
Costos Indirectos Producción	5.686,93	5.554,88	5.651,47	5.751,82	5.856,08
Materia Prima Directa	18.351,36	19.441,10	20.607,36	21.856,22	23.194,28
TOTAL COSTO VARIABLE	24.038,29	19.441,10	20.607,36	21.856,22	23.194,28
PE DOLARES	71.352,92	76.442,32	82.234,79	88.526,60	95.360,91

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

Aplicando las formulas determinamos los puntos de equilibrio en dólares y en unidades.

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES AÑO 2015			
PE (\$)	=	$\frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - (\text{costos variable} / \text{venta})}$	71.352,92 USD
		$\frac{58.284,72}{0,816851}$	

PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES AÑO 2015			
PE (Q)	=	$\frac{\text{Punto de Equilibrio (\$)}}{\text{Precio de Venta}}$	1346 turistas
		$\frac{71.352,92}{53}$	

5.10.7 Evaluación financiera

La evaluación financiera del proyecto en todos sus indicadores, determina que es factible realizarlo de acuerdo al siguiente resumen:

Tabla 66

Evaluación financiera

N°	SIGLAS	RUBRO	RESULTADO	OBSERVACIONES
1	TRM	Tasa Rendimiento Medio	12,83%	
2	TIR	Tasa Interna De Retorno	24,10%	Es Superior A La TRM
3	VAN	Valor Actual Neto	37.760,12	Mayor Que Cero
4	RC	Recuperación Inversión	4 Años 4 Meses	Proyecto Social
5	CB	Costo Beneficio	1,63	Es Decir Gana 0,63
6	PE (\$)	Punto De Equilibrio	71.352,92	Dólares
7	PE (Q)	Punto De Equilibrio	1346	Turistas

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.11 Resumen

Finalizado el estudio financiero y mediante el análisis de las razones financieras que permiten evaluar la viabilidad de un proyecto productivo se determina que la implementación del proyecto es recomendable, pues tanto el VAN, TIR, Costo Beneficio y período de recuperación cumplen con los parámetros de valuación.

CAPITULO VI

6 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

El objetivo central de este estudio es definir las características necesarias para el normal funcionamiento con respecto a su organización y función, para lo cual se debe definir su respectivo orgánico funcional, funciones y responsabilidades tanto del personal administrativo como del personal operativo, para lo cual se hará uso de las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración del personal y de participación de los involucrados en la gestión y los resultados y la posibilidad de contar con todos los elementos

6.1 Razón social

La empresa comunitaria de servicios de hospedaje ecológico tendrá la siguiente razón social:

“HOSPEDAJE ECOLÓGICO ALEXA.”

6.2 Logotipo

Un logotipo es un elemento grafico que identifica a una persona, empresa, institución o producto, suelen incluir símbolos claramente asociados con lo que presentan.



**HOSPEDAJE ECOLÓGICO
ALEXA**

Elaborado por: La Autora

6.3 Tipo de empresa

Por el tamaño será considerado como una pequeña empresa ya que tiene trabajadores menores a 10 personas. Por otro lado, también será considerada como una empresa comunitaria porque se refiere al turismo comunitario como una actividad económica solidaria que interrelaciona a la comunidad con los visitantes, con participación unánime de cada uno de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios.

6.3.1 Marco legal para su funcionamiento

Previo a iniciar sus actividades, la empresa deberá realizar algunos trámites legales en diversas instituciones, mismos que son imprescindibles para evitar problemas legales futuros y le permitirán a la empresa conocer sus obligaciones fiscales y operar legalmente, estos son los siguientes:

- a. Constitución de la Empresa
- b. Tramitar el Registro único de Contribuyentes
- c. Registro ante el Ministerio de Turismo
- d. Licencia Ambiental
- e. Licencia anual de funcionamiento
- f. Patente municipal
- g. Permiso sanitario
- h. Permiso del cuerpo de bomberos

6.3.1.1 Registro único de contribuyentes

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones

tributarias, quienes tienen las siguientes obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- a. Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal. Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.
- b. Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales. El contribuyente deberá realizar esta actualización dentro de los treinta días hábiles siguientes de haber ocurrido el hecho que produjo el cambio.

6.3.1.2 Patente municipal

El Art. 382 de la Ley de Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la patente y por consiguiente, el pago del impuesto para todos los comerciantes, productivos e industriales que funcionan dentro de los límites tanto rurales como urbanos del cantón Ibarra , así como los que ejerzan cualquier actividad económica.

La patente anual se obtendrá dentro de los treinta días siguientes al final del mes en que se inician las actividades y durante enero de cada año. Por el ejercicio de las actividades se pagará un impuesto mensual, cuya cuantía está determinada en proporción a la naturaleza, valores y ubicación del negocio y es indispensable para la obtención del RUC..

6.3.1.3 Número patronal

El número patronal es otorgado por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS). Los requisitos son los siguientes:

- a. Contratos de trabajo legalizado en el Ministerio de Relaciones Laborales

- b. Cédula de identidad del representante de la empresa.
- c. Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- d. Una vez obtenido el número patronal se debe proceder a afiliar a cada uno de los trabajadores mediante los respectivos avisos de entrada.

6.3.1.4 Registro único de proveedores

Formulario de registro de proveedores RUP impreso en el portal de compras Públicas.

- a. Acuerdo de responsabilidad impreso en el portal.
- b. Copia certificada de la escritura de constitución de la empresa.
- c. Copia certificada del Representante Legal.
- d. Copia de papeleta de votación.
- e. Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC.
- f. Certificado de estar al día en sus obligaciones con el SRI, lista blanca

6.3.1.5 Permiso de los bomberos

- a. Cédula de identidad del representante de la empresa.
- b. Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- c. Patente Municipal
- d. Pago de la tasa.

6.3.1.6 Registro sanitario emitido por la dirección provincial de salud del MSP

- a. Solicitud para permiso de funcionamiento.
- b. Planilla de Inspección.
- c. Copia del RUC del establecimiento (En caso de cambio de propietario o dirección)

- d. Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario o representante legal (En caso de cambio de propietario o representante legal).
- e. Lista de productos con su respectivo registro sanitario
- f. Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)

6.4 Filosofía empresarial

6.4.1 Misión

Constituye el primer elemento de una organización, mediante el cual se establece la razón de ser de la nueva unidad de producción; es decir el porqué de sus existencia, por qué se desea crear la empresa

El Centro de Hospedaje Ecológico "ALEXA", tiene como misión contribuir al desarrollo de la población de San Roque y fortalecer su economía, a través de la dotación, desarrollo y conservación de los recursos naturales que poseen para bienestar de sus habitantes.

6.4.2 Visión

La visión constituye el segundo componente de la organización, enunciado en el cual se logra plasmar la proyección de la empresa, describiendo la imagen futura que se desea obtener en un periodo de tiempo determinado

En 5 años el Centro de Hospedaje Ecológico "ALEXA", ser un establecimiento turístico líder y reconocido en la parroquia y a nivel nacional en la prestación de servicios y que goce de prestigio, confianza y credibilidad.

6.4.3 Valores

Hostería ecológica "ALEXA" ha considerado importante definir valores organizacionales mediante el cual se guíe para desempeñar sus actividades de forma adecuada y eficiente, así considera importantes los siguientes valores:

a) Responsabilidad

Cumplir con los compromisos y obligaciones adquiridas con todos los agentes que forman parte de nuestro sistema, para así fomentar confianza mediante respuesta inmediata a las necesidades y requerimientos que se presenten.

b) Servicio al Cliente

El cliente es la razón de ser del centro de hospedaje, por lo que es muy importante una actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los mismos, así como una constante investigación de sus necesidades.

c) Excelencia en los Procesos de Productos y Servicios

Eficiencia y eficacia en cada proceso para que el resultado sea la excelencia; es decir, productos y servicios que cumplan con las expectativas de los turistas en cuanto a variables como costo, tiempo y calidad.

d) Transparencia Empresarial Interna y Externa

Actuación empresarial y de sus funcionarios en apego a la legalidad, criterios técnicos y principios éticos; así como una adecuada información a las instituciones interesadas y a la ciudadanía.

e) Compromiso con la Comunidad y el Medio Ambiente

Actitud de compromiso y responsabilidad para con la organización así como con el medio ambiente, de esta manera se cumplirá uno de los objetivos que es el de contribuir al desarrollo de la organización y su habitantes.

f) Respeto hacia los Clientes y el Medio Ambiente

Los clientes siempre serán recibidos y atendidos con amabilidad y cordialidad; también se fomentará siempre el respeto entre todos quienes forman parte de la organización, así como el cuidado del medio ambiente.

g) Trabajo en Equipo y Convergencia de los Esfuerzos

Disposición de esfuerzos enfocados a la realización de los objetivos estratégicos de la Empresa, concordando los objetivos individuales y grupales con los de la organización.

6.5 Objetivos organizacionales**6.5.1 Objetivo general**

Ser un centro de hospedaje ecológico comunitario competitivo a través de la excelencia, servicio y atención de calidad, con precios accesibles, para satisfacer necesidades y requerimientos de los clientes y obtener beneficios sociales y económicos.

6.5.2 Objetivos específicos

- a. Satisfacer las necesidades de los turistas a través de la mejora continua los servicios
- b. Contribuir al desarrollo de la comunidad de San Roque

- c. Mejorar la calidad de vida de los habitantes de la parroquia de San Roque en aspectos: económico-productivo, social-intercultural, cultura ecológica.
- d. Posesionar al centro de hospedaje ecológico en el mercado regional.

6.5.3 Políticas empresariales

La política empresarial es una de las vías para hacer operativa la estrategia. Suponen un compromiso de la empresa; al desplegarla a través de los niveles jerárquicos de la empresa, se refuerza el compromiso y la participación del personal.

Afecta a más de un área funcional, contribuyendo a cohesionar verticalmente la organización para el cumplimiento de los objetivos estratégicos. Al igual que la estrategia, la política empresarial proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan alcanzar los objetivos. Así tenemos los siguientes:

6.5.3.1 Políticas generales

- a. Atender al turista es responsabilidad de todos los integrantes del centro de hospedaje ecológico, para lo cual deberán conocer los servicios que se ofertan.
- b. Los puestos de trabajo en el centro de hospedaje son de carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- c. Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad del talento humano mediante acciones sistemáticas de formación.
- d. Realizar un turismo sustentable
- e. Realizar todo trabajo con excelencia.
- f. Brindar trato justo y esmerado a todos los turistas.
- g. Todos los integrantes del centro de hospedaje deben mantener un comportamiento ético y acatarse a los valores y políticas establecidas.
- h. Prohibir toda forma de paternalismo y favoritismo, cumpliendo la reglamentación vigente.

- i. Preservar el entorno ambiental y la seguridad de la comunidad.

6.5.3.2 Políticas específicas

Estas políticas se refieren a la calidad, que es un factor importante en toda organización ya que estas directrices permitirán al centro de hospedaje operar de una manera eficiente

- a. Satisfacer todos los requisitos (de calidad, servicio y precio) de nuestros clientes.
- b. Preservar el cuidado del medio ambiente.
- c. Estar pendientes de las expectativas de nuestros turistas, internos y externos y nuestros grupos de interés.
- d. Entregar servicios de su completa satisfacción.
- e. Impulsar las actividades de innovación y desarrollo para satisfacer o, incluso, superar las expectativas de nuestros turistas.
- f. Fomentar el trabajo en equipo como patrón de comportamiento en todos los niveles organizativos.
- g. Expandir la cultura de respeto al medio ambiente, de prevención de riesgos por las personas y de compromiso con la sociedad, internamente y entre nuestros colaboradores.
- h. Velar por la mejora de los indicadores de crecimiento, rentabilidad, liderazgo, responsabilidad social, ambientales y seguridad; para asegurar el éxito continuo del centro turístico.

6.6 Estructura organizacional

Una organización es una estructura, configurada en base a relaciones internas y externas predeterminadas, entre personas o grupos de personas que trabajan para realizar un objetivo claramente definido. Esa estructura marca cómo se distribuye el trabajo, cómo se agrupan las personas en unidades de actividad específica y las unidades en entidades mayores, qué poder tiene cada uno, de quien depende, a quién dirigirse si surgen problemas, etc.

El diseño y rediseño periódico de esa estructura lo realizan los directivos de la organización, en ejercicio de una de sus funciones: la función de organización estructural.

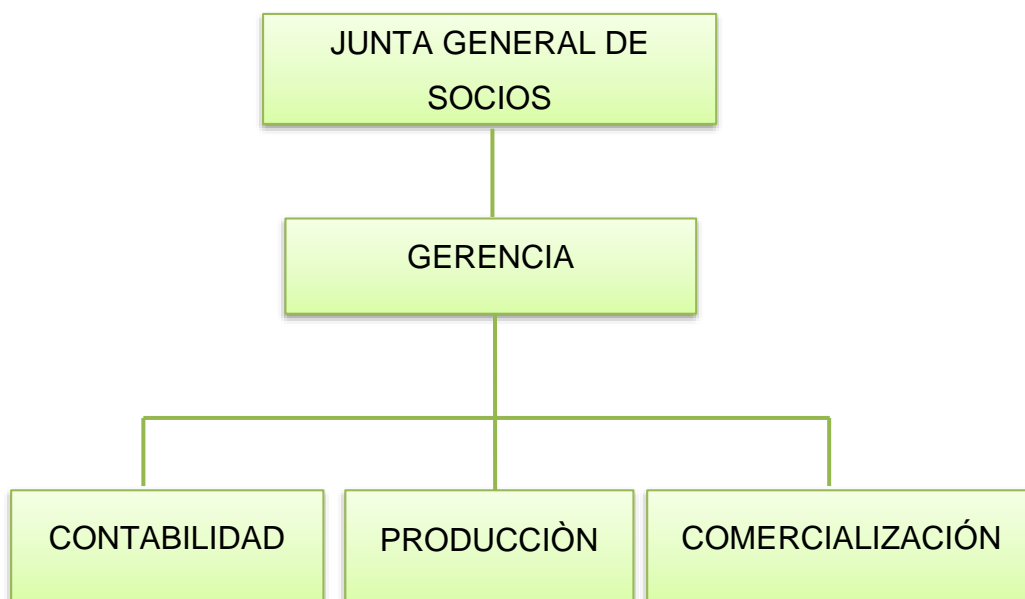
6.6.1 Organigrama estructural

El centro turístico utilizará un organigrama estructural para sus diferentes funciones y la comunicación recíproca de todos sus empleados y trabajadores con eficiencia y eficacia de cada uno de sus integrantes que conforman el centro de hospedaje ecológico, para que el éxito se realice en equipo, y así obtener mejores resultados y beneficios para el centro. El organigrama estructural adoptado para el centro muestra

- a. Los principales cargos
- b. División de las funciones
- c. Las líneas de autoridades y responsabilidad
- d. Los canales formales de comunicación
- e. Relaciones que existen entre los diversos puestos de la microempresa.

Gráfico 12

Organigrama estructural



Elaborado por: La Autora

Referencias:	Elaborado por:	Aprobado por:	Fecha:
<p>—— Nivel autoridad</p> <p>----- Nivel asesor</p>	<p>Andrade</p> <p>Mayra</p>	<p>Gerencia General</p>	<p>09-03-2015</p>


El organigrama propuesto es el más recomendado, según los aspectos en esta actividad económica y atienden básicamente a dos aspectos importantes de la estructura de la organización en la comunicación y el análisis.

6.7 Manual de funciones


Un manual funciones es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas.

Los manuales se elaboraron técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios.


Estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente.

	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha :		
		Pagin a		de
	HOSTERÍA ECOLÓGICA ALEXA	Sustituye a :		
Págin a			de	
Fecha				
NIVEL : DIRECTIVO GERENTE				
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
<p>Su labor se centra en el control y vigilancia de la buena marcha del centro de hospedaje, para lo cual trabajará junto con el cuerpo Directivo de turno y sus miembros</p>				
PERFIL		FUNCIONES		
Presidente de turno por elección de la Asamblea General		<ul style="list-style-type: none"> a. Representar a la comunidad en la empresa. b. Controlar, y vigilar la buena marcha de la empresa. c. Trabajar conjuntamente con el cuerpo directivo de la comunidad y sus miembros. d. Trabajar conjuntamente con el administrador en las necesidades y requerimientos de la empresa. e. Coordinar junto con el administrador las actividades de la empresa. f. Ser portavoz de las necesidades de la empresa hacia los miembros de la comunidad. 		
ELABORO	REVISO	AUTORIZO		


Elaborado Por: La Autora

	MANUAL DE FUNCIONES		Fecha :		
			Página	de	
	HOSTERÍA ECOLÓGICA ALEXA		Sustituye a :		
			Página	de	
		Fecha			
NIVEL: ASESOR - CONTADOR					
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
<p>Su labor se centra en la toma de decisiones y en la planeación empresarial, es el puesto en el cual se centra el mayor poder dentro de la organización, sus decisiones están centradas en lo que es inversión y en los contratos en los que representa a la empresa.</p>					
PERFIL		FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> a. Profesional en contabilidad y auditoría CPA b. Conocimientos sobre turismo, costos c. Relaciones Humanas d. Cultura General 		<ul style="list-style-type: none"> a. Representar legalmente a la empresa b. Establecer metas y objetivos que deberán ser cumplidos por los empleados de la empresa, y evaluar permanentemente el desempeño y desarrollo de la misma. c. Controlar, evaluar y mejorar la situación Financiera: estado de resultados, balance financiero y social, así como el rendimiento y la calidad de la empresa. d. Coordinar, prever, organizar o reorganizar todos los departamentos para el buen funcionamiento de la empresa, asimismo, dispone de la última toma de decisión en la empresa. 			
DESTREZAS					
<ul style="list-style-type: none"> a. Motivador b. Capacidad de comunicación c. Capacidad de escuchar d. Espíritu de observación e. Capacidad de mando f. Capacidad de trabajo en equipo g. Perseverancia y constancia h. Integridad moral y ética i. Visionario y enfocado hacia la excelencia 					
ELABORO	REVISO	AUTORIZO			


Elaborado Por: La Autora

	MANUAL DE FUNCIONES		Fecha :		
			Página	de	
	HOSTERÍA ECOLÓGICA ALEXA		Sustituye a :		
			Página	de	
		Fecha			
NIVEL: APOYO – SECRETARIA RECPECIONISTA					
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
<p>Sus principales funciones son gestionar las entradas y salidas de los turistas del centro (check-in, check-out), responder a las peticiones de información que formulen los clientes, atender la central telefónica y gestionar reservas.</p>					
PERFIL		FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> a. Bachiller en contabilidad b. Experiencia en actividades similares c. Buenas Relaciones Humanas d. Conocimientos de cultura en general 		<ul style="list-style-type: none"> a. Recibir y registrar a los turistas. b. Asignar habitaciones c. Registrar huéspedes y grupos. d. Autorizar cambios de habitaciones. e. Controlar llaves de habitaciones. f. Dar salida a las habitaciones. g. Atender problemas de los huéspedes. h. Solicitar trabajos a mantenimiento. i. Llevar los ingresos diarios de dinero j. Archivar la papelería que ya ha sido utilizada. 			
DESTREZAS					
<ul style="list-style-type: none"> a. Amabilidad b. Puntualidad c. Excelente comunicación verbal d. Comunicación inter-personal. e. Inteligencia f. Honradez g. Integridad moral y ética h. Espíritu crítico i. Visionario y enfocado hacia la excelencia 					
ELABORO	REVISO	AUTORIZO			


Elaborado Por: La Autora

	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha :		
		Página		de
	HOSTERÍA ECOLÓGICA ALEXA	Sustituye a :		
		Página		de
	Fecha			
NIVEL: PRODUCTIVO – COCINERA (O)				
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Será el encargado de realizar la planificación de los menús para la alimentación de los turistas que se hospeden en el centro, así como la elaboración de platos a la carta para las personas que hagan uso únicamente del restaurante.				
PERFIL		FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> a. Graduado en gastronomía b. Experiencia en puesto similar. 		<ul style="list-style-type: none"> a. Realizar presupuestos de compras de materias primas del menú. b. Velar que los equipos de cocina estén en perfecto estado. c. Receptar los pedidos que realizan los meseros. d. Preparar los pedidos de acuerdo a la orden. e. Llevar registros de consumo de clientes. f. Coordinar las actividades de cocina con el mesero y demás personas Inmersas 		
DESTREZAS				
<ul style="list-style-type: none"> a. Habilidad para interrelacionarse b. Aptitud para el contacto con los turistas c. Agilidad para desarrollar sus actividades d. Creatividad para enfrentar situaciones no previstas e. Estabilidad emocional f. Trabajo a presión g. Trabajo en equipo h. Buena presencia física 				
ELABORO	REVISO	AUTORIZO		

Elaborado Por: La Autora

	MANUAL DE FUNCIONES		Fecha :		
			Página	de	
	HOSTERÍA ECOLÓGICA ALEXA		Sustituye a :		
			página	de	
		Fecha			
NIVEL: PRODUCTIVO – GUÍA TURÍSTICO					
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
<p>Será el encargado de realizar los recorridos guiados ya sean ecológicos o también de visita hacia la comunidad para la convivencia con los habitantes que serán los aliados estratégicos del proyecto con sus artesanías y gastronomía autóctona del lugar</p>					
PERFIL		FUNCIONES			
<ul style="list-style-type: none"> a. Estudios en turismo b. Buenas relaciones humanas c. Experiencia en puesto similar. 		<ul style="list-style-type: none"> a. Coordina las actividades que se realizarán durante la visita a la hostería. b. Planifica y preparar información turística para uso de los visitantes. c. Evalúa el servicio prestado al turista. d. Planifica sus actividades de su trabajo e. Ejecuta los recorridos con los turistas que requieran de los servicios de entretenimiento f. Apoyo logístico en el área administrativa 			
DESTREZAS					
<ul style="list-style-type: none"> a. Habilidad para el manejo de personas b. Creatividad para poder hallar soluciones a situaciones imprevistas c. Destreza para manejar información turística. d. Estabilidad emocional e. Empatía con el trabajo f. Extrovertido g. Trabajo a presión y equipo 					
ELABORO	REVISO	AUTORIZO			

Elaborado Por: La Autora

	MANUAL DE FUNCIONES	Fecha :		
		Página		de
	HOSTERÍA ECOLÓGICA ALEXA	Sustituye a :		
		página		de
		Fecha		
NIVEL: PRODUCTIVO – MESERA (O)				
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO				
Será el encargado de realizar la atención personalizada de los pedidos de los turistas que se encuentran alojados en el centro así como el mantenimiento del menaje de cocina.				
PERFIL		FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> a. Cursos de cocina b. Buenas relaciones humanas c. Experiencia en puesto similar. 		<ul style="list-style-type: none"> a. Atender a los clientes con cordialidad y rapidez. b. Cuidar que los equipos de cocina estén en perfecto estado. c. Preparar los pedidos. d. Preparar las mesas y sillas de acuerdo al pedido del cliente. e. Presentarse al trabajo con los uniformes limpios. f. Realizar las limpiezas de emergencia y recoger la vajilla 		
DESTREZAS				
<ul style="list-style-type: none"> a. Habilidad para interrelacionarse b. Aptitud para el contacto con los turistas c. Agilidad para desarrollar sus actividades d. Creatividad para enfrentar situaciones no previstas e. Estabilidad emocional f. Trabajo a presión g. Trabajo en equipo h. Buena presencia física 				
ELABORO	REVISO	AUTORIZO		

Elaborado Por: La Autora

	MANUAL DE FUNCIONES		Fecha :		
			Página	de	
	HOSTERÍA ECOLÓGICA ALEXA		Sustituye a :		
			página	de	
		Fecha			
NIVEL: APOYO – JORNALERO					
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO					
<p>El trabajador será encargado de realizar actividades relacionadas directamente con el servicio, actividades que dependiendo de la complejidad se requerirá de conocimientos mucho más técnicos y de mantenimiento; para ello se dotará de los medios de trabajo necesarios para el cumplimiento de una determinada parte del proceso de desarrollo..</p>					
PERFIL		FUNCIONES			
<p>a. Experiencia en puesto similar.</p>		<p>a. Ayudarán en el cuidado de los espacios verdes y de la labor de aseo del establecimiento.</p>			
DESTREZAS					
<p>a. Capacidad de comunicación</p>		<p>b. Realizar el mantenimiento de infraestructura en el tiempo establecido.</p>			
<p>b. Capacidad de trabajo</p>		<p>c. Mantenimiento y conservación de la capacidad de los medios de trabajo</p>			
<p>c. Perseverancia y constancia</p>		<p>d. Cumplir un horario de trabajo</p>			
<p>d. Fortaleza mental y física</p>		<p>e. Tener conocimiento de sus funciones en las áreas de operación</p>			
<p>e. Integridad moral y ética</p>					
<p>f. Mantener disciplina</p>					
<p>g. Mantener honestidad en los acuerdos</p>					
<p>h. Puntual y responsable</p>					
ELABORO		REVISO		AUTORIZO	

Elaborado Por: La Autora

6.8 Resumen

El estudio organizacional permite determinar las funciones y destrezas que deben tener las personas que serán parte del área administrativa como del área productiva, instrumento que es de mucha importancia para las valoraciones del desempeño del personal para la toma de decisiones de la gerencia.

CAPITULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Par el análisis de los impactos que genera el proyecto, en primer lugar se utilizará una matriz, la cual nos permitirá un análisis pormenorizado de cada una de las variables que están dentro del impacto.

A continuación se muestra la matriz, en la cual consta un rango de que va desde 1 hasta el 3 tanto positivo como negativos:

Cuadro 3

Nivel de impactos

-3	-2	-1	0	1	2	3
Alto	Impacto	Impacto	No hay	Impacto	Impacto	Impacto
Impacto	medio	bajo	impacto	bajo	medio	alto
	Negativo		No hay		Positivo	
			impacto			

Elaborado por: la Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n}$$

Σ = Sumatoria de la calificación

n= Número de indicadores

7.1 Impacto económico

El impacto económico se refiere a los beneficios monetarios que la ejecución de un proyecto trae a la comunidad en la que se implante una unidad productiva, pueden ser reinversiones de utilidades, generación de fuentes de empleo, entre otros, a continuación la siguiente tabla.

Tabla 67

Impacto económico

	Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador									
Generación de empleo							x		2
Uso de recurso improductivo								x	3
Beneficios económicos para la comunidad								x	3
Desarrollo de proyectos comunitarios							x		2
TOTAL							4	6	10

Elaborado por: La Autora

Total impacto económico = $10 / 4 = 2.5$ Impacto positivo alto

Análisis:

- a. Con la ejecución de este proyecto se generarán fuentes de empleo para los habitantes de la comunidad, no será para toda la población pero sí para lo requerido para el funcionamiento del centro, de esta manera contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los mismos.
- b. Otro de los impactos que se generará es el aprovechamiento de un recurso improductivo existente en la comunidad ya que actualmente es un activo que no brinda ningún beneficio para la comunidad.
- c. Además, como consecuencia del anterior impacto, el funcionamiento del centro de hospedaje generará beneficios económicos para la comunidad, los mismos que servirán para fomentar el desarrollo del mismo administrando sus recursos de una manera eficiente y adecuado.
- d. La utilidad que genere el centro turístico se puede reinvertir en proyectos requeridos para la comunidad, pues uno de los objetivos del turismo comunitario es que sus ingresos sean reinvertidos para el bienestar de la comunidad y de sus habitantes.

7.2 Impacto social

Los indicadores de desarrollo social pueden ser, la interrelación comercial entre familias de la comunidad y de los turistas, así como un mejoramiento socio-económico de la calidad de la infraestructura de la comunidad como producto de presencia de turistas.

Tabla 68

Impacto social

	Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador									
Bienestar comunitario							x		2
Fortalecimiento del trabajo en equipo de los miembros de la comunidad								x	3
Mejoramiento de la imagen de la comunidad								x	3
Interrelación con diferentes personas								x	3
TOTAL							2	9	11

Elaborado por: La Autora

Total impacto social = $11 / 4 = 2.75$ Impacto positivo alto

Análisis:

- Como uno de los impactos sociales que se prevé generará la ejecución de este proyecto es el bienestar comunitario, puesto que con los impactos económicos que la reinversión de utilidades en proyectos comunitarios, mejorará la calidad de vida por que contarán con mejores servicios dentro de la comunidad, por ejemplo el mejoramiento de vías.
- Uno de las características de las comunidades indígenas es el trabajo en equipo, mediante mingas que son actividades dirigidas por los directivos con el fin de alcanzar objetivos propuestos como organización, por ello, con la implantación

de este proyecto se fortalecerá este valor por cuanto se sentirán motivados por los resultados que se alcancen con el trabajo en equipo.

- c. Se dará un mejoramiento de la imagen de la comunidad puesto que será la primera en generar este tipo de emprendimiento en comparación con las comunidades aledañas y por ende se verá reflejado la organización, coordinación y esfuerzos de sus habitantes para alcanzar metas y objetivos.
- d. La interrelación con diferentes tipos de personas por la llegada de turistas al centro, ayudará a que las personas de la comunidad puedan relacionarse y conocer diferentes formas de vida y aprender nuevas cosas.

7.3 Impacto ecológico

Este impacto tiene que ver con el entorno en el que se desarrolla un proyecto o se implante una nueva unidad productiva, los efectos que puede ocasionar.

Tabla 69

Impacto ecológico

Nivel de impacto		-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador									
Fomentar la cultura de la conservación del medio ambiente								x	3
Manejo adecuado de desechos							x		2
Utilización adecuada del agua							x		2
TOTAL							2	6	7

Elaborado por: La Autora

Total impacto social = $7 / 3 = 2.3$ Impacto positivo alto

Análisis:

- a. Uno de los objetivos del centro de hospedaje, es también fomentar el cuidado y preservación del medio ambiente, tanto a los habitantes de la comunidad así como también a los turistas, pues el turismo que se pretende hacer es un turismo sustentable, es decir sin generar impactos negativos a la naturaleza y sus recursos.
- b. Todos los desechos que se generen en el centro, ya sean orgánicos o inorgánicos, serán tratados correctamente, es decir, separados de acuerdo a su clase, y en lo posible reciclar el material reciclable; no podemos dejar de lado el manejo de las aguas servidas.
- c. El agua es el líquido vital para la subsistencia del ser humano, en este caso este recurso es propia de la comunidad, proveniente de las vertientes en los parajes de los páramos y será utilizado adecuadamente, lo necesario y sin desperdicios.

7.4 Impacto educativo

Se refiere a los efectos en el nivel cognitivo en las personas que son parte de la implementación de un nuevo proyecto.

Tabla 70

Impacto educativo

Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador								
Fuente de consulta							x	3
Adopción de conocimientos						x		2
Desarrollo de habilidades						x		2
Desarrollo del turismo							x	3
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La Autora

Total impacto social = $10 / 4 = 2.5$ Impacto positivo alto

Análisis:

- a. Este proyecto servirá como fuente de consulta para los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte ya que les facilitará conocimientos, así también para las personas que se interesen en adquirir conocimientos en cuanto a esta área se refiere y será fuente para la elaboración de proyectos similares.
- b. Con el desarrollo de investigación de este proyecto se obtuvo conocimientos nuevos, también otras personas pueden adquirir nuevos conocimientos de este documento y en la fase de operación del proyecto, tanto los turistas como quienes presten sus servicios están en constante aprendizaje de la relación entre ellos.
- c. El desarrollo de habilidades se refiere a que los trabajadores del centro de hospedaje ecológico recibirán capacitaciones lo que les permitirá desarrollar sus habilidades y destrezas como consecuencia de los conocimientos adquiridos.
- d. Con la implementación de este proyecto se incrementará la demanda en este sector, y esto ayudará a que los demás se interesen en el emprendimiento de nuevos proyectos, pues esta actividad se divide en varios tipos que pueden ser explotados.

7.5 Matriz general de impactos

A continuación se presenta un resumen de todos los niveles de impacto que contraerá la implantación de este proyecto.

Tabla 71

Impacto general del proyecto

	Nivel de impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Indicador									
Impacto económico								x	2,50
Impacto social								x	2,75
Impacto ecológico							x		2,33
Impacto educativo								x	2,50
TOTAL									10,08

Elaborado por: La Autora

Total impacto general = $10,08 / 4 = 2,52$ Impacto positivo alto

Luego de haber analizado los diferentes indicadores en cada impacto, tenemos la conclusión de que el nivel de impactos general es de 2,52 que corresponde a un impacto positivo alto; por lo tanto, el estudio de factibilidad para la creación de un centro de hospedaje ecológico comunitario, es factible de realizar desde este punto de vista, puesto que generará beneficios para la comunidad y sus alrededores.

7.6 Resumen

Los impactos futuros que generará el proyecto son de carácter positivo lo que demuestra que el proyecto cumplirá con la normativa vigente del medio ambiente, mejorará la calidad de vida de los habitantes de la parroquia de San Roque y generará rentabilidad para los inversionistas del proyecto.

CONCLUSIONES

1. Concluido el diagnóstico situacional se comprueba que existe una demanda de servicios de hospedaje ecológico elevada; existen lugares turísticos en la parroquia que aún no son explotados; la maquinaria y equipos necesarios para el funcionamiento son de tecnología nacional y se los puede adquirir en el mercado local y la legislación vigente garantiza la implementación de este tipo de proyectos mediante incentivos tributarios.
2. Recopilado las bases teóricas y científicas se tiene material de consulta respecto de los temas relacionados con el proyecto, mismos que ayudan a comprender aquellos temas que son nuevos o que no se dominan en la práctica y que sirven de apoyo para el análisis de los resultados obtenidos en la investigación.
3. El estudio de mercado permitió conocer que la demanda de servicios turísticos ecológicos es mayor que la oferta existente en el cantón y sus áreas circundantes, información que nos permite determinar los productos que se deben ofertar a los turistas y a que segmento del mercado se debe enfocar el proyecto.
4. Mediante el análisis de predominio de factores de localización se determinó que la mejor ubicación es la parroquia de San Roque, dato que nos permite determinar el tipo de construcción que tendrá el proyecto así como el presupuesto de obra e inversiones que se realizaran para su implementación.
5. Finalizado el estudio financiero y mediante el análisis de las razones financieras que permiten evaluar la viabilidad de un proyecto productivo se determina que la implementación del proyecto es recomendable, pues tanto el VAN, TIR, Costo Beneficio y período de recuperación cumplen con los parámetros de valuación.
6. El estudio organizacional permite determinar las funciones y destrezas que deben tener las personas que serán parte del área administrativa como del área

productiva, instrumento que es de mucha importancia para las valoraciones del desempeño del personal para la toma de decisiones de la gerencia

7. Los impactos futuros que generará el proyecto son de carácter positivo lo que demuestra que el proyecto cumplirá con la normativa vigente del medio ambiente, mejorará la calidad de vida de los habitantes de la parroquia de San Roque y generará rentabilidad para los inversionistas del proyecto.

RECOMENDACIONES

1. Utilizar los lugares turísticos existentes en la parroquia con el fin de atraer al turista ecológico para que haga uso de las instalaciones del centro de hospedaje.
2. Utilizar la bibliografía existente para ir mejorando los conocimientos con el fin de brindar al turista servicios de calidad.
3. Analizar los servicios que presta la competencia con el fin de diversificar y mejorar aquellos que ya existen y complementar con nuevos servicios para los turistas, lo que permitirá que el proyecto se mantenga en el mercado.
4. Sacar ventaja de la ubicación privilegiada que tendrá el proyecto a través de publicidad en las ciudades cercanas con el fin de captar la mayor cantidad de turistas que llegan a la provincia.
5. Maximizar los rendimientos financieros que produzcan el centro de hospedaje con el fin de reinvertir en mejoramiento de instalaciones y maquinarias y estar siempre a la vanguardia de los servicios de hospedaje.
6. Analizar periódicamente los manuales de funciones con el fin de ir mejorando y actualizando las actividades con el objetivo de estar siempre con conocimientos actuales acordes con la dinámica del sector.
7. Mantener los estándares de impactos del proyecto, y si por alguna razón decaen o generan algún daño al medio ambiente o a la comunidad, inmediatamente minimizarlos o corregirlos para conservar la credibilidad del mismo respecto al cumplimiento de normas y estándares de calidad tanto económicos como ambientales.

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Bravo V, M. (2007). *Contabilidad Genral*. Quito - Ecuador: Editorial Nuevo Día.
- Coronado Aybar, G. (2013). *Características y tipos de empresas*. Recuperado el 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos75/caracteristicas-tipos-empresas/caracteristicas-tipos-empresas.shtml>
- Greco, O. (2007). *Diccionario Contable*. Florida: Villeta ediciones.
- GURRIA DI BELLA, M. (2007). *INSTRUCCION DEL TURISMO*. MEXICO DF: TRILLAS.
- Kotler, P. (2008). *Los 10 principios del nuevo Marketing*. Chicago: Prentice Hall.
- PADILLA, Marcial. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá - Colombia: ECOE.
- Puchol, I. (2010). *El libro de las actividades Directivas*. Ediciones Diaz de santos S.A. tercera edición.
- Resnick, H. (2013). *Metodos de evaluación financiera en evaluación de proyectos*. Recuperado el 06 de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>
- Thompsom, I. (2007). *Objetivos de la mercadotecnia*. Recuperado el 06 de 2013, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/objetivos-mercadotecnia.html>
- Vertice Editorial. (2010). *La gestión del marketing, producción y calidad en las pymes*. España.

ANEXOS

ANEXO 1 Encuesta

UNIVERSIDAD “TÈCNICA DEL NORTE”
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Soy estudiante de la Universidad “Técnica del Norte”, me encuentro realizando una investigación sobre: “El Estudio de Factibilidad para la Creación de un Centro de Hospedaje Ecológico en la Parroquia de San Roque, Cantón Antonio Ante, Provincia de Imbabura”, con la finalidad netamente académica.

Datos Generales

Edad

1. ¿Se interesa usted por la actividad turística?

Si ()

No ()

2. ¿Qué tipo de atractivos turísticos le llama la atención?

Ecológico ()

Gastronómico ()

Compras ()

Museos ()

Medicina alternativa ()

3. ¿Conoce usted acerca del turismo ecológico?

Si ()

No ()

4. ¿Estaría usted dispuesto a hacer uso de las instalaciones y de los servicios de un centro turístico ecológico?

Si ()

No ()

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los servicios?

Platos a la carta 8,00 () 10,00 () 12,00 ()

Alojamiento 15,00 () 20,00 () 25,00 ()

Recreación 12,00 () 15,00 () 18,00 ()

Actividad Cultural 10,00 () 12,00 () 15,00 ()

6. ¿Con qué frecuencia visitaría usted este lugar?

Fines de semana ()

Ferriados ()

Una vez al mes ()

Una vez al año ()

Nunca ()

7. ¿Qué medios de comunicación prefiere para informarse del servicio?

Televisión ()

Radio ()

Internet ()

Vallas ()

Volantes ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2 Fotografías de los terrenos



TERRENO DE 500 M²



TERRENO DE 500 M²



ANEXO 3 Tabla de amortización anual

NRO	VALOR PRESENTE	INTERES	CAPITAL	SALDO INSOLUTO
1	778,47	328,21	450,26	35.353,94
2	778,47	324,08	454,39	34.899,54
3	778,47	319,91	458,56	34.440,98
4	778,47	315,71	462,76	33.978,22
5	778,47	311,47	467,00	33.511,22
6	778,47	307,19	471,28	33.039,94
7	778,47	302,87	475,60	32.564,33
8	778,47	298,51	479,96	32.084,37
9	778,47	294,11	484,36	31.600,00
10	778,47	289,67	488,80	31.111,20
11	778,47	285,19	493,28	30.617,92
12	778,47	280,66	497,81	30.120,11
13	778,47	276,10	502,37	29.617,74
14	778,47	271,50	506,97	29.110,77
15	778,47	266,85	511,62	28.599,15
16	778,47	262,16	516,31	28.082,84
17	778,47	257,43	521,04	27.561,79
18	778,47	252,65	525,82	27.035,97
19	778,47	247,83	530,64	26.505,33
20	778,47	242,97	535,50	25.969,83
21	778,47	238,06	540,41	25.429,41
22	778,47	233,10	545,37	24.884,04
23	778,47	228,10	550,37	24.333,68
24	778,47	223,06	555,41	23.778,27
25	778,47	217,97	560,50	23.217,76
26	778,47	212,83	565,64	22.652,12
27	778,47	207,64	570,83	22.081,30
28	778,47	202,41	576,06	21.505,24
29	778,47	197,13	581,34	20.923,90
30	778,47	191,80	586,67	20.337,23
31	778,47	186,42	592,05	19.745,19
32	778,47	181,00	597,47	19.147,71
33	778,47	175,52	602,95	18.544,77
34	778,47	169,99	608,48	17.936,29
35	778,47	164,42	614,05	17.322,23
36	778,47	158,79	619,68	16.702,55
37	778,47	153,11	625,36	16.077,19
38	778,47	147,37	631,10	15.446,09





39	778,47	141,59	636,88	14.809,21
40	778,47	135,75	642,72	14.166,49
41	778,47	129,86	648,61	13.517,88
42	778,47	123,91	654,56	12.863,33
43	778,47	117,91	660,56	12.202,77
44	778,47	111,86	666,61	11.536,16
45	778,47	105,75	672,72	10.863,44
46	778,47	99,58	678,89	10.184,55
47	778,47	93,36	685,11	9.499,44
48	778,47	87,08	691,39	8.808,04
49	778,47	80,74	697,73	8.110,31
50	778,47	74,34	704,13	7.406,19
51	778,47	67,89	710,58	6.695,61
52	778,47	61,38	717,09	5.978,52
53	778,47	54,80	723,67	5.254,85
54	778,47	48,17	730,30	4.524,55
55	778,47	41,47	737,00	3.787,55
56	778,47	34,72	743,75	3.043,80
57	778,47	27,90	750,57	2.293,23
58	778,47	21,02	757,45	1.535,78
59	778,47	14,08	764,39	771,39
60	778,47	7,07	771,40	0,00
TOTALES	46.708,20	10.903,99	35.804,21	

Fuente: Investigación directa


Elaborado por: La Autora

ANEXO 4 Proforma de los muebles

Cant.	DETALLE	V. UNITARIO	V. TOTAL
4	Gaños de 2 1/2	190,00	760,00
4	Literas	150,00	600,00
8	Veladores	50,00	400,00
4	colchones de 2 1/2	180,00	720,00
8	colchones 1 1/2	120,00	960,00
4	Peñadores	120,00	480,00
8	Lámparas de velador	30,00	240,00
4	Roperos	40,00	160,00
4	Sillones dos puestos	80,00	320,00
4	Espesjos	45,00	180,00
4	Mesas cuadradas comedor	80,00	320,00
4	Cómodas	190,00	760,00
1	Exhibidor de comida	600,00	600,00
1	Estantería de cocina	380,00	380,00
16	Sillas de comedor	25,00	400,00

 MUEBLES CONFORT Ing. Gaby Elizabeth Méndez Villarreal RUC. 1003337852001 Dir: Av. Pérez Guerrero 7-44 y Sánchez Telf. 062 951 680 / Ibarra - Ecuador	PROFORMA								
	Nº 0000568								
	Cliente: <u>Marya Bayetano Andrade</u> RUC/ C.I.: <u>100370709-6</u> Fecha: <u>5-05-2015</u> Dirección: <u>Atuntaguá - Bolívar y Candelaña</u>								
	<table border="1"> <tr> <td>MUEBLES CONFORT Ing. Gaby Méndez RUC: 1003337852001 Av. Pérez Guerrero 7-44 y Sánchez y Cifuentes Telf: 062 951680 Ibarra - Ecuador Muebles Confort</td> <td style="text-align: center;"> Recibí Conforme</td> </tr> </table>		MUEBLES CONFORT Ing. Gaby Méndez RUC: 1003337852001 Av. Pérez Guerrero 7-44 y Sánchez y Cifuentes Telf: 062 951680 Ibarra - Ecuador Muebles Confort	 Recibí Conforme					
MUEBLES CONFORT Ing. Gaby Méndez RUC: 1003337852001 Av. Pérez Guerrero 7-44 y Sánchez y Cifuentes Telf: 062 951680 Ibarra - Ecuador Muebles Confort	 Recibí Conforme								
<table border="1"> <tr> <td>SUBTOTAL \$.</td> <td></td> </tr> <tr> <td>I.V.A. 0 %</td> <td></td> </tr> <tr> <td>I.V.A. 12 %</td> <td></td> </tr> <tr> <td>TOTAL \$.</td> <td>7.280,00</td> </tr> </table>	SUBTOTAL \$.		I.V.A. 0 %		I.V.A. 12 %		TOTAL \$.	7.280,00	Original: Cliente Copia: Emisor
SUBTOTAL \$.									
I.V.A. 0 %									
I.V.A. 12 %									
TOTAL \$.	7.280,00								

ANEXO 5 Proforma del centro comercial de artículos del hogar y electrodomésticos





COMERCIAL
Artículos del Hogar
ELECTRODOMESTICOS

Telf.: 06 2957-454
RUC: 0401111257001
Sánchez y Cifuentes 11-94 y Colón



PROFORMA

CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
5	Teléfonos	70,00	350,00
4	Televisor	350,00	1.400,00
1	Lavadora	520,00	520,00
2	Plancha	30,00	60,00
1	Extintor de incendios	50,00	50,00
1	Aspiradora industrial	550,00	550,00
1	Equipo de sonido	450,00	450,00
2	Cocina industrial	250,00	500,00
1	Horno industrial	180,00	180,00
1	Plancha freidora	150,00	150,00
1	Refrigerador panorámico	1.000,00	1.000,00
1	Congelador	1.000,00	1.000,00
1	Horno microondas	150,00	150,00
2	Licuadaora	120,00	240,00
1	Cafetera	50,00	50,00
1	Batidora	30,00	30,00
5	Ollas	25,00	125,00
2	Cilindro de gas	60,00	120,00
TOTAL			\$ 6.925,00

Artículos del Hogar
ELECTRODOMESTICOS

ANEXO 6 Proforma de MEGASYSTEM

					
Dirección: Víctor Gomez Jurado 3-44 y Dr. Luis Fernando Aguinaga / Telfs: 06 2632 007 - 06 2630 894 Ibarra - Ecuador					
Cliente: BAYETERO ANDRADE MAYRA ALEXANDRA Ruc: 1003707096 Dirección: ATUNTAQUI Teléfono: 0989832089				Fecha: 14 de mayo del 2015 Ref: PE0000010197	
PROFORMA					
CANT.	DETALLE	PRECIO UNITARIO	DCTO	TOTAL	
1	IMPRESORA MULTIFUNCION EPSON L210	196.43		196.43	
1	DELL INSPIRON 14 N3420 CORE I5 3317U 6GB 750GB W	714.29		714.29	
SUB TOTAL:				910.72	
DESCUENTO:				0.00	
BASE IMPONIBLE:				910.72	
IVA:				109.29	
TOTAL:				1,020.01	
Condiciones Generales: <ol style="list-style-type: none"> 1. Forma de Pago: Contado 2. Garantía: 1 año contra defectos de fabricación 3. Validez de la oferta: 8 días 					
Sin otro particular, quedamos a la espera de sus gratas órdenes.					
Atentamente:					
					
TARAMBIS ANRANGO SANTIAGO DEP. VENTAS					

ANEXO 7 Proforma de muebles YADIRA





<h1>MUEBLES YADIRA</h1>		Marco Estévez		PROFORMA
RUC. 1001555653001 Calle Junín y Bolívar - Andrade Marín Telfs. 093429731 / 2908940 MUEBLES DE OFICINA - SALA COMEDOR ADEMÁS VITRINAS EN ACERO INOXIDABLE COCINAS - HORNOS INDUSTRIALES - MODULARES				0000770
Cliente: <u>Mayra Bayreth</u>		Fecha: <u>2015-05-04</u>		
RUC/C.I. <u>1003707096</u>		Telf: <u>0989833089</u>		
Dirección: <u>Atuntaqui</u>				
CANT.	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL	
1	Estacion de Trabajo	350 ⁰⁰	350 ⁰⁰	
1	Silla Tipo Gerente	120 ⁰⁰	120 ⁰⁰	
1	Archivador	150 ⁰⁰	150 ⁰⁰	
4	Sillas con coerverina	25 ⁰⁰	100 ⁰⁰	
TRANSPORTE				
SUBTOTAL			720⁰⁰	
0% IVA			-	
% IVA			-	
TOTAL \$			720⁰⁰	

MUEBLES "YADIRA"
 Calle Junín y Bolívar
 Telf: 2 968 940






ENTREGUE CONFORME

RECIBÍ CONFORME

ANEXO 8 Impuesto predial del terreno de 520 m²

			
REIMPRESIÓN TÍTULO DE CRÉDITO		Nº 009514	
		Nro. Tit:	1322003
NOMBRE: UBIDIA ROSA MARIA CLAVE CATAST 54510127017000 DIRECCION: SAN ROQUE SAN ROQUE FECHA EMISION: 01/01/2015 FECHA VENCIM 31/12/2015 02/02/2015 CEDULA 1000221612 CODIGO: 925126			
POR: IMPUESTO PREDIAL RUSTICO IMPUESTO PREDIAL RUSTICO - 2015 54510127017000 VALOR PROPIEDAD 2.765.47			
CONCEPTO		VALOR	
IMPUESTO A LOS PREDIOS RUSTICOS		2.49	
CUERPO DE BOMBEROS - RURAL		0.41	
TASA		5.00	
Especie Valorada		1.00	
		0.00	
Cobro: pasquela Responsable: pasquela		SUB TOTAL 8.90 DESCUENTOS 0.25 INTERESES 0.00 RECARGOS 0.00	
30/04/2015  Firma		TOTAL 8.65	
			
<small>MP10M-10-14 ps</small>			

ANEXO 9 Impuesto predial del terreno de 1000 m²

															
REIMPRESIÓN TÍTULO DE CRÉDITO		Nº 009516													
		Nro. Tit 1327982													
NOMBRE: USIDIA ROSA MARIA DIRECCION: SAN ROQUE SAN ROQUE FECHA EMISION: 01/01/2015 FECHA VENCIM 31/12/2015 CEDULA 1000221612		CLAVE CATAST 54510127022000 03/03/2015 CODIGO: 925191													
POR: IMPUESTO PREDIAL RUSTICO IMPUESTO PREDIAL RUSTICO - 2015 54510127022000		VALOR PROPIEDAD 3.453.20													
<table border="1"> <thead> <tr> <th>CONCEPTO</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>IMPUESTO A LOS PREDIOS RUSTICOS</td> <td>3.11</td> </tr> <tr> <td>CUERPO DE BOMBEROS - RURAL</td> <td>0.52</td> </tr> <tr> <td>TASA</td> <td>5.00</td> </tr> <tr> <td>Especie Valorada</td> <td>1.00</td> </tr> <tr> <td></td> <td>0.00</td> </tr> </tbody> </table>		CONCEPTO	VALOR	IMPUESTO A LOS PREDIOS RUSTICOS	3.11	CUERPO DE BOMBEROS - RURAL	0.52	TASA	5.00	Especie Valorada	1.00		0.00		
CONCEPTO	VALOR														
IMPUESTO A LOS PREDIOS RUSTICOS	3.11														
CUERPO DE BOMBEROS - RURAL	0.52														
TASA	5.00														
Especie Valorada	1.00														
	0.00														
Cobro: roseroi Responsable: pasquela		<table border="1"> <tbody> <tr> <td>SUB TOTAL</td> <td>9.63</td> </tr> <tr> <td>DESCUENTOS</td> <td>0.16</td> </tr> <tr> <td>INTERESES</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>RECARGOS</td> <td>0.00</td> </tr> <tr> <td>TOTAL</td> <td>9.47</td> </tr> </tbody> </table>		SUB TOTAL	9.63	DESCUENTOS	0.16	INTERESES	0.00	RECARGOS	0.00	TOTAL	9.47		
SUB TOTAL	9.63														
DESCUENTOS	0.16														
INTERESES	0.00														
RECARGOS	0.00														
TOTAL	9.47														
30/04/2015		<table border="1"> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">  Firma </td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;"> PAGADO 30 ABR. 2015 Karina Pasquel RECAUDADORA </td> </tr> </table>		 Firma		PAGADO 30 ABR. 2015 Karina Pasquel RECAUDADORA									
 Firma															
PAGADO 30 ABR. 2015 Karina Pasquel RECAUDADORA															