



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA
ECOLÓGICA EN LA COMUNIDAD DE ZULETA, PARROQUIA ANGOCHAGUA,
CANTÓN DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS

AUTORA:

LECHÓN FUELANTALA BRENDA MISHELLE

DIRECTOR:

Econ. Luis Cervantes

Ibarra, Noviembre 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo titulado, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA COMUNIDAD DE ZULETA, PARROQUIA ANGOCHAGUA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”, en el cual se realizó los capítulos correspondientes para la creación de la hostería ecológica que brinda servicios de hospedaje y actividades recreativas turísticas en el sector. En el estudio de mercado, se pudo identificar la demanda insatisfecha a la que nos podemos dirigir conociendo así la predisposición de la visitas de turistas locales, nacionales e internacionales. En el estudio técnico, se determinó el tamaño del proyecto, la infraestructura, los costos y gastos necesarios para la creación de la hostería ecológica, con un total de la inversión requerida. Al desarrollar el estudio financiero, se pudo comprobar la rentabilidad del proyecto, conocer las utilidades y el beneficio que se obtendrá por la inversión. Dentro del análisis organizacional, se desarrollaron todos los aspectos jurídicos y administrativos, detallando cada una de las funciones del personal que conformará la hostería ecológica para su correcto funcionamiento. Con el análisis de la evaluación de impactos económicos, sociales, ambientales y culturales se pudo observar que estos son positivos, para los propietarios de la hostería ecológica, la población y la zona de influencia del proyecto.

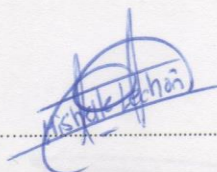
SUMMARY

This paper titled, "FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF AN ECOLOGICAL HOSTERÍA IN THE COMMUNITY ZULETA, PARISH Angochagua, CANTON IBARRA, Imbabura province.", In which the chapters for the creation of the eco-lodge was held that offers services of lodging and tourist recreational activities in the sector. In the market study could identify unmet demand to which we can direct and knowing the predisposition of the visits of many local, national and international tourists. In the technical study we determined the size of the project, infrastructure costs and expenses necessary for the creation of the eco-lodge giving us a total investment required. In developing the financial study can check the profitability of the project, make profits and benefit we get from the investment. Within the organizational analysis we are all legal and administrative aspects, detailing each of the functions of the people who will shape the eco-lodge for proper operation. To conclude the analysis of the assessment of economic, social, environmental and cultural impacts could be observed that these are positive, thus giving us a clear view that the creation of the eco-lodge is favorable for both owners, people in the area and the surrounding environment without causing any negative effect.

AUTORÍA

Yo, Brenda Mishelle Lechón Fuelantala, portadora de la cédula de ciudadanía Nro. 1003597802 declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA COMUNIDAD DE ZULETA, PARROQUIA ANGOCHAGUA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”, y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no han sido presentado previamente para ningún grado ni calificación profesional; y que he respaldado las diferentes fuentes de información.

En la ciudad de Ibarra al vigésimo segundo día del mes de julio del 2016



Brenda Mishelle Lechón Fuelantala

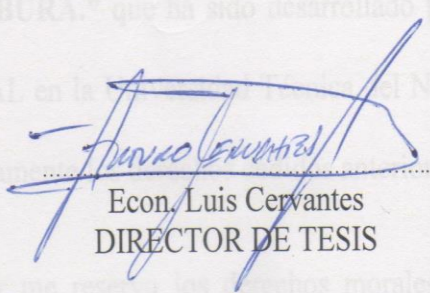
100359780-2

TESIS

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la señorita de decimo semestre, Brenda Mishelle Lechón Fuelantala, para optar por el Título de Ingeniera Comercial cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA COMUNIDAD DE ZULETA, PARROQUIA ANGOCHAGUA, CANTÓN IBARRA, 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 al vigésimo segundo día del mes de julio del 2016



Econ. Luis Cervantes
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Brenda Mishelle Lechón Fuelantala, con cédula de ciudadanía Nro. 1003597802, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA COMUNIDAD DE ZULETA, PARROQUIA ANGOCHAGUA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”** que ha sido desarrollado para optar por el título de ENGENIERA COMERCIAL en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

(Firma): 

Nombre: Brenda Mishelle Lechón Fuelantala

Cédula: 1003597802

Ibarra, a los 24 días del mes de Enero de 2016

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad. Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

Datos de Contacto			
Cedula de identidad:	1003597802		
Apellidos y Nombres:	Brenda Mishelle Lechón Fuelantala		
Dirección:	Cuatro esquina Calle Quis-Quis y Hernán Gonzales de Saa		
Email:	mishelle_brenda_@hotmail.com		
Teléfono Fijo:	062-651-088	Teléfono Móvil	988226079
Datos de la obra			
Título:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA COMUNIDAD DE ZULETA, PARROQUIA ANGOCHAGUA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”		
Autora:	Brenda Mishelle Lechón Fuelantala		
Fecha: AAAAMMDD	2016-11-XX		
Solo para Trabajo de Grado			
Programa:	Pregrado	Posgrado	
Título por que opta	Ingeniería Comercial		
Director:	Eco. Luis Cervantes		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.

Yo, Brenda Mishelle Lechón Fuelantala con cedula de ciudadanía Nro. 100359780-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS.

La autora Brenda Mishelle Lechón Fuelantala manifiesta que la obra 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 titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra al vigésimo segundo día del mes de noviembre del 2016

La Autora



Srta. Mishelle Lechón

1003597802-2

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios por permitirme haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional.

A mis padres CARLOS LECHÓN y SILVIA FUELANTALA por ser el pilar más importante de mi vida, por su apoyo y motivación constante, a mi hermana EMILY LECHÓN por ayudarme y acompañarme en toda mi etapa universitaria, a cada una de las personas que me ayudaron a salir adelante sin dejarme sola en ningún momento.

Finalmente le dedico a mi ángel KARLITA NAVAS que me cuida desde el cielo y sé que me guiara y me cuidara en cada paso de mi vida.

Mishelle Lechón

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento principal a DIOS por darme fuerzas para poder superar cada una de las dificultades y obstáculos y poder llegar al final de esta etapa importante de mi vida.

Mi gratitud más importante a los guías de mi vida mis padres, que me brindaron todo el apoyo, amor y comprensión corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

Al Economista Luis Cervantes director de mi trabajo de grado, quien me a guiado en cada paso de este proyecto, con sus conocimientos, profesionalismo y apoyo para finalizar este proyecto.

Mishelle Lechón

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxi
JUSTIFICACIÓN	xxiii
OBJETIVOS	xxiv
OBJETIVO GENERAL.....	xxiv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xxiv
CAPÍTULO I	25
DIAGNOSTICO SITUACIONAL	25
Antecedentes	25
Objetivos del Diagnostico.....	26
Objetivo General.....	26
Objetivos Específicos.....	27
Variables	27
Indicadores	27
Matriz de relación Diagnostica	29
Análisis de las variables diagnósticas	31
Historia.....	31
Aspectos Geográficos	31
Aspectos Demográficos	33

Aspectos Económicos	33
Aspecto Social	34
Aspecto Legal y Político	36
Aspecto Tecnológico	36
Aspecto Turístico	38
Matriz AOOD.....	40
Aliados	40
Oponentes	41
Oportunidades	41
Riesgos.....	42
CAPÍTULO II	43
MARCO TEÓRICO.....	43
Estudio De Factibilidad.....	43
Empresa.....	43
Hostería	44
Hostería Ecológica	44
Servicio	44
Turismo	45
Objetivos del Turismo.....	45
Importancia del Turismo	45
Ventajas del Turismo	46
Tipos de Turismo	48
Estudio De Mercado	49
Segmentación del Mercado.....	49
Población.....	50
Muestra	50
Demanda	50
Oferta	51
Demanda Insatisfecha	51
Comercialización	51
Promoción.....	52
Plaza.....	52
Posicionamiento	52
Precio	52

Estudio Técnico	53
Macro Localización	53
Micro Localización	53
Tamaño de la Planta.....	54
Diagrama de Procesos.....	54
Ingeniería del proyecto	55
Mano de Obra	55
Costos Indirectos de fabricación.....	55
Gastos Administrativos.....	55
Gastos Financieros	56
Terrenos	56
Edificio.....	56
Maquinaria y Equipo.....	57
Vehículo.....	57
Capital de Trabajo.....	57
Estudio Financiero	58
Ingresos	58
Egresos.....	58
Gastos.....	58
Estado de Situación Financiera.....	59
Estados de Pérdidas y Ganancias	59
Estado de Flujo de Efectivo	59
Tasa de Rendimiento.....	60
Presupuesto	60
VAN.....	60
TIR	61
TMAR.....	61
Punto de Equilibrio	61
Propuesta Administrativa.....	62
Misión	62
Visión.....	62
Estructura Orgánica	62
Estructura Funcional	63
CAPÍTULO III.....	64

ESTUDIO DE MERCADO	64
Presentación	64
Objetivos del estudio de mercado	64
Objetivo General	65
Objetivo específicos	65
Variables	66
Indicadores	66
Matriz de la relación de estudio de mercado	68
Mecánica Operativa del Estudio	69
Identificación de la población en estudio	69
Muestra	69
Fuente de Información	70
Tabulación y análisis de la información	71
Resultados de la encuesta aplicada a turistas en el cantón de Ibarra	71
Resultados de la encuesta aplicada a administradores y dueños de hosterías en la comunidad de Zuleta.....	81
Identificación del servicio.....	90
Servicios a brindarse en la Hostería Ecológica.....	65
Mercado Meta	90
Análisis de la demanda	91
Demanda Actual.....	91
Proyección de la demanda	93
Identificación de la oferta	94
Análisis de la oferta	94
Oferta Actual.....	94
Proyección de la oferta.....	95
Demanda Insatisfecha	95
Estrategias de comercialización.....	97
Estrategias de servicio.....	97
Estrategia de precio.....	97
Estrategia de Plaza	98
Estrategia de Promoción	98
Conclusiones del estudio de mercado	98
CAPÍTULO IV.....	100

ESTUDIO TÉCNICO	100
Presentación	100
Objetivos del Estudio Técnico	100
Objetivo General	100
Objetivos Específicos.....	100
Localización del proyecto	101
Macro Localización	101
Micro Localización	103
Ingeniería del Proyecto	105
Diseño de la planta.....	108
Diagrama de procesos	109
Proceso del servicio de hospedaje.....	109
Proceso de venta del servicio de restaurante.....	110
Proceso de servicio de tour por la zona	111
Inversiones del proyecto	112
Inversiones fijas	112
Inversiones diferidas	117
Materia Prima.....	118
Mano de obra	120
Costos Indirectos.....	122
Gastos de ventas.....	123
Capital de trabajo	123
Financiamiento.....	124
CAPÍTULO V.....	128
ESTUDIO FINANCIERO	128
Presupuesto de ingreso.....	128
Presupuesto de costo y gasto.....	129
Costos Operativos	129
Gastos Administrativos	132
Gastos de Ventas.....	134
Depreciaciones.....	135
Amortizaciones	137
Presupuesto de costo y gasto.....	137
Estado de Situación Inicial.....	138

Estado de Resultados	139
Estado de flujo de efectivo.....	140
Tasa de Rendimiento media.....	141
VAN.....	141
TIR	142
Beneficio Costo.....	142
Periodo de Recuperación	143
Punto de Equilibrio	144
CAPÍTULO IV.....	146
ESTRUCTURA ORGÁNICA	146
La empresa	146
Requisitos para la constitución de la sociedad.....	146
Aporte de Capital	147
Razón Social	147
Logotipo	147
Slogan	149
Misión	149
Visión.....	149
Políticas.....	149
Principios y valores.....	150
Principios	150
Valores	151
Estructura organizativa	151
Organigrama Estructural.....	151
Organigrama Funcional	152
Responsabilidades.....	153
Perfiles profesionales.....	156
CAPÍTULO VII	158
IMPACTOS	158
Impacto Económico	159
Impacto Social	160
Impacto Ambiental.....	161
Impacto Cultural	162
Impacto general.....	163

CONCLUSIONES	165
RECOMENDACIONES	166
BIBLIOGRAFÍA	167
ANEXOS	171
ANEXO A: Encuesta a los turistas	172
ANEXO B: ENCUESTA A LOS CENTROS TURISTICOS	176

ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz Diagnóstica.....	29
2. Localización Política de la comunidad de Zuleta	32
3. Límites de la comunidad de Zuleta.....	32
4. Población de Imbabura	33
5. Tipos de transportes a Zuleta	38
6. Matriz AOOD.....	40
7. Matriz Relación Estudio de Mercado	68
8. Origen	71
9. Conocimiento de una Hostería Ecológica.....	72
10. Visita Comunidad Zuleta	73
11. Competencia	74
12. Aceptación	75
13. Huéspedes	76
14. Frecuencia de visitas	77
15. Permanencia.....	78
16. Precio	79
17. Publicidad	80
18. Funcionalidad de una Hostería ecológica	81
19. Hostería Ecológica	82
20. Es Rentable	83
21. Capacidad.....	84
22. Tipos de Servicios.....	85
23. Frecuencia de atención.....	86
24. Alojamiento.....	87
25. Restaurante.....	88
26. Tour por la zona	89
27. Transporte	90
28. Proyección del crecimiento turístico.....	91
29. Proyección del crecimiento turístico.....	92
30. Proyección del crecimiento del mercado meta	92
31. Demanda Actual.....	93
32. Proyección de la demanda	94

33. Oferta Actual.....	95
34. Proyección de la oferta.....	95
35. Balance de oferta y demanda	96
36. Precio	96
37. Matriz De Microlocalización	104
38. Terreno.....	112
39. Infraestructura Civil.....	112
40. Vehículo.....	113
41. Equipo de computación.....	113
42. Maquinaria y equipo	114
43. Muebles y enseres	115
44. Menaje.....	116
45. Resumen de la inversión fija.....	117
46. Inversiones diferidas	117
47. Materia prima.....	118
48. Mano de Obra Directa.....	120
49. Mano de Obra Indirecta	121
50. Operativos	122
51. Administrativos.....	122
52. Gastos de ventas.....	123
53. Capital de trabajo	123
54. Inversión	124
55. Financiamiento.....	124
56. Amortización del crédito.....	125
57. Tasa de inflación años anteriores	128
58. Presupuesto de ingreso.....	129
59. Costo del paquete.....	129
60. Sueldo unificado MOD	130
61. Proyección del costo total de mano de obra directa.....	130
62. Proyección de CIF.....	131
63. Proyección de mantenimiento.....	131
64. Proyección de reposición de menaje.....	132
65. Resumen de costos operativos	132
66. Sueldos unificados administrativos.....	133

67. Proyección del costo total de mano de obra indirecta.....	133
68. CIF administrativos.....	134
69. Gastos administrativos	134
70. Publicidad	135
71. Depreciaciones activos fijos	136
72. Amortización diferidos	137
73. Presupuesto de costo y gasto.....	137
74. Estado situación inicial	138
75. Estado de resultados.....	139
76. Estado de flujo de efectivo.....	140
77. TMAR.....	141
78. VAN.....	142
79. TIR	142
80. Beneficio costo.....	143
81. Período de recuperación.....	143
82. Punto de equilibrio.....	144
83. Requisitos de constitución	146
84. Matriz de evaluación de impactos.....	158
85. Matriz de impacto económico.....	159
86. Matriz de impacto social	160
87. Matriz de impacto ambiental.	161
88. Matriz de impacto ambiental.	163
89. Impacto general.....	163

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Población de Imbabura	34
2. Tipos de Turismo	48
3. Origen	71
4. Conocimiento de una Hostería Ecológica.....	72
5. Visita Comunidad Zuleta	73
6. Competencia	74
7. Aceptación	75
8. Huéspedes	76
9. Frecuencia de visitas	77
10. Permanencia.....	78
11. Precio	79
12. Publicidad	80
13. Funcionalidad de una Hostería Ecológica.....	81
14. Hostería Ecológica	82
15. Es rentable.....	83
16. Capacidad.....	84
17. Tipos de servicios	85
18. Frecuencia de atención.....	86
19. Alojamiento.....	87
20. Restaurante.....	88
21. Tour por la Zona	89
22. Transporte	90
23. América.....	102
24. Ecuador	102
25. Imbabura	103
26. Ibarra.....	103
27. Diseño de la planta.....	108
28. Proceso del servicio de hospedaje.....	109
29. Proceso de venta del servicio de restaurante.....	110
30. Proceso de servicio de tour por la zona	111
31. Logotipo.....	148
32. Tarjeta de presentación	148

33. Organigrama estructural..... 152

JUSTIFICACIÓN

El presente estudio pretende identificar los aspectos para la viabilidad del proyecto, que es la creación de una hostería ecológica donde se cuente con servicios de alojamiento donde pueden descansar rodeados de un ambiente natural teniendo un vínculo con la naturaleza, se contara también con un restaurante, paseos a los alrededores con el personal capacitado para la práctica de las actividades turísticas. Este proyecto será dirigido para brindar un mejor servicio a los turistas tanto locales, nacionales y extranjeros ya que éstos vienen con grandes expectativas de encontrarse con un lugar en el cual puedan realizar algún deporte de aventura, conocer el hermoso entorno paisajístico, aprovechando el gran potencial turístico que existe en la comunidad de Zuleta.

Con este proyecto muchos de los moradores se verán beneficiados ya que se genera nuevas plazas de empleo.

Por tal motivo este proyecto tiene como finalidad la contribución del crecimiento económico en la comunidad, satisfaciendo necesidades del visitante y mejorando las condiciones de vida, fortalecer el turismo, apoyar el desarrollo local y mejorar la economía del cantón, así también para poder obtener ingresos y beneficios para la hostería ecológica. Todo esto se realizará mediante la aplicación de la teoría y conceptos básicos de administración, contabilidad, finanzas y marketing.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Hostería Ecológica en la comunidad de Zuleta, parroquia Angochagua, cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar el diagnóstico situacional para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.
- Construir una base teórica, científica y legal para realizar el marco teórico por medio de una investigación bibliográfica referente al tema del proyecto.
- Efectuar un estudio de mercado para establecer los indicadores y variables en todo lo que se refiere a la demanda, oferta, precios competencia entre otros aspectos.
- Ejecutar el estudio técnico para lograr determinar la macro y micro localización, ingeniería del proyecto, inversiones para la ejecución del proyecto.
- Elaborar un estudio financiero para determinar si el proyecto es factible, sustentable, viable y rentable en el tiempo, a través de los indicadores económicos.
- Definir la estructura administrativa, procedimientos y requerimientos tanto técnicos y financieros para el proyecto.
- Fijar los principales impactos que ocasiona la creación de la hostería ecológica desde el aspecto cultural, económico, social y ambiental

CAPÍTULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

La comunidad Zuleta fue fundada el 11 de enero de 1943; donde los primeros pobladores fueron los Caranquis, los cuales estuvieron en la comunidad aproximadamente al año de 1470 cuando llegaron los Incas.

La comunidad de Zuleta está ubicada en la parroquia de Angochagua, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, teniendo una extensión de 1800 hectáreas que se utiliza para cultivar, para el ganado, pastizales, en donde también se distribuye bosques naturales y bosques cultivados. La comuna está limitada al norte con el cantón de Ibarra y la parroquia de la Esperanza, al sur con la parroquia de Olmedo y Cantón Cayambe, al este con la parroquia de San Pablo y al oeste con la parroquia de Mariano Acosta y el cantón de Pimampiro.

Una de las principales actividades de la comunidad son las artesanías del bordado que comienza a surgir aproximadamente en el año de 1940; donde jóvenes de la comunidad fueron a trabajar en la hacienda Zuleta con Doña Avelina, la cual les enseñó el arte del bordado, comenzaron con pequeños manteles. Al comenzar con esta tradición, fueron creando más bordados en diferentes modelos como paneras, tapetes, servilletas, porta vasos, vestidos, camisas entre otras que son de agrado de muchas personas de la zona y para los extranjeros. El bordado es como la identidad de cada una de las personas de la comunidad, ya que refleja lo que son, sus paisajes, sus tradiciones en tan solo un pedazo de tela donde le transmiten color y vida a cada uno de sus bordados.

Zuleta es un lugar apropiado para instalar una hostería, ya que cuenta con los principales servicios básicos como son el agua potable, la luz eléctrica y telefonía. Una de las principales ventajas en cuanto a cómo llegar a la comunidad es que, ahora cuenta con carreteras de primer orden en la cual facilita la llegada a la comunidad. Existe cooperativas de transporte urbano con las cuales podemos llegar con mayor facilidad como son la cooperativa de La Esperanza y la cooperativa 24 de julio, también podemos contar con las cooperativas de camionetas.

Existen otros atractivos turísticos los cuales se puede visitar en la comunidad, como el páramo de Zuleta en la cual podemos realizar paseos, conocer y recolectar plantas, podemos observar alpacas entre otros, la Hacienda Zuleta es un lugar arquitectónico y cultural ya que su diseño barroco es muy atractivo para los visitantes, aquí también nos permite conocer la fábrica de quesos.

Las tradiciones y fiestas que cuenta la comunidad de Zuleta son varias, en las que podemos mencionar: La fiesta de Santa Marianita, La fiesta de San Juan o Rama de Galo Plaza, el pase del niño, entre otras.

Una vez realizado y finalizado el diagnóstico, podemos observar que la comunidad de Zuleta es una excelente alternativa en donde podemos implantar una hostería ecológica por sus múltiples ventajas de turismo y buen entorno que se acopla a la idea del proyecto.

1.2. Objetivos del Diagnostico

1.2.1. Objetivo General

Realizar el diagnóstico situacional con la finalidad de identificar los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos del entorno.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar los antecedentes históricos, geográficos y demográficos de la zona.
- Conocer las características y actividades económicas de la comunidad de Zuleta.
- Analizar los aspectos económicos para identificar el grado de educación y cultura en la que se encuentra la comunidad.
- Conocer los aspectos Sociales de la comunidad de Zuleta.
- Conocer el aspecto legal y político para el desarrollo del proyecto.
- Determinar los aspectos tecnológicos de la comunidad de Zuleta.
- Identificar los aspectos turísticos de la Zona.

1.3. Variables

Las variables diagnósticas que se emplearan para la verificación y la medición del proyecto son las siguientes:

- Historia
- Geografía
- Demográfica
- Económicos
- Social
- Legal
- Tecnológico
- Político

1.4. Indicadores

Los indicadores que corresponden a cada una de las variables son:

HISTORIA

- Fundación e historia de la comunidad de Zuleta.

GEOGRAFIA

- Ubicación
- Limites
- Territorio
- Altura
- Suelo
- Clima
- Idiomas

DEMOGRAFIA

- Población

ECONOMIA

- Población económicamente Activa
- Nivel de ingresos

SOCIAL

- Tradiciones
- Carreteras
- Educación
- Vivienda
- Salud

LEGAL y POLÍTICO

- Ley de turismo
- Ley de régimen tributario

TECNOLOGICO

- Luz Eléctrica
- Servicio Telefónico
- Seguridad
- Accesibilidad
- Transporte

TURISMO

- Turismo Ibarra
- Turismo Zuleta

1.5. Matriz de relación Diagnostica

Tabla N° 1

Matriz Diagnóstica

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuentes
Determinar los antecedentes históricos.	Historia	<ul style="list-style-type: none"> • Fundación e historia de la comunidad de Zuleta. 	Investigación Documentos Datos estadísticos	Secundaria
Determinar los aspectos	Aspectos Geográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Límites 	Datos Estadísticos	INEC

geográficos del área de investigación		<ul style="list-style-type: none"> • Territorio • Altura • Suelo • Clima • Idiomas 		
Investigar los datos socio-demográficos de la Comunidad de Zuleta	Aspectos Demográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Población 	Datos Estadísticos	INEC
Analizar los aspectos económicos para identificar el grado de educación y cultura en la que se encuentra la comunidad.	Aspectos Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Población económicamente Activa • Nivel de Ingresos 	Documentos, Datos Estadísticos	INEC
Conocer los aspectos Sociales de la comunidad de Zuleta	Aspectos Social	<ul style="list-style-type: none"> • Carreteras • Educación • Vivienda • Salud 		Secundaria
Conocer el aspecto legal y político para el desarrollo del proyecto.	Aspecto Legal y político	<ul style="list-style-type: none"> • Ley de turismo • Ley de régimen tributario 		Secundaria
Determinar los aspectos tecnológicos.	Aspecto Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> • Luz Eléctrica • Servicio Telefónico • Seguridad • Accesibilidad • Transporte 	Investigación Documentos	Secundaria
Conocer todo sobre los aspectos turísticos.	Aspecto Turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Imbabura • Turismo Ibarra • Turismo Zuleta 	Investigación	Secundaria

Fuente: Ministerio de turismo de Ibarra.
Elaborado por: La Autora

1.6. Análisis de las variables diagnósticas

1.6.1. Historia

1. Fundación e historia de la comunidad de Zuleta

(Erazo, 2012), nos dice que La Comuna Zuleta fue fundada el 11 de enero de 1943, los primeros pobladores de este territorio fueron los Caranquis, quienes poblaron la zona desde los años 800 hasta aproximadamente el año 1470 D.C., cuando arribaron los Incas. Tras luchar contra la resistencia Caranqui alrededor de ocho o nueve años, los Incas finalmente se asentaron en estas tierras por un lapso de casi cuarenta años. Después de la conquista española, los terrenos que corresponden a la hacienda y la Comuna de Zuleta fueron entregados a los misioneros jesuitas por la corona. En 1767, el rey Carlos III expulsó a los jesuitas del país y los terrenos fueron confiscados y posteriormente vendidos al canónigo Gabriel Zuleta. En 1898 la familia de los ex presidentes ecuatorianos Leónidas Plaza y Galo Plaza Lasso, compró los terrenos, llevando con ellos a sus “Yanapas” o colaboradores, quienes eran indígenas movilizados de sus comunidades de origen a Zuleta, para trabajar en la hacienda. La primera familia se asienta a orillas del río Tahuano en el año de 1917. Posteriormente hacia el norte se registran los asentamientos mestizos y hacia el sur los asentamientos indígenas. La Comuna Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura. Administrativamente forma parte del Cantón Ibarra, Parroquia de Angochagua y tiene una superficie de 4770 hectáreas las mismas que en el año de 1995 fueron declaradas como “Bosque y Vegetación Protectora”. Zuleta tiene alrededor de 1037 habitantes distribuidos en 329 familias. La población es en su mayoría indígena que habla kichwa y español. Fue fundada por los primeros pobladores del sector en el año de 1943 en la época de la resistencia Caranqui.

1.6.2. Aspectos Geográficos

1. Ubicación

Está ubicada en la parroquia de Angochagua, en la Comunidad de Zuleta AV. Galo Plaza; su extensión cuenta con 1800 hectáreas que se las utilizan para el área de cultivos, ganadería, pastizales, bosques naturales y bosques cultivados.

Tabla N° 2**Localización Política de la comunidad de Zuleta**

Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra
Parroquia	Angochagua
Comunidad	Zuleta

Fuente: Mapa Geográfico Imbabura
Elaborado por: La Autora

2. Limites**Tabla N° 3****Límites de la comunidad de Zuleta**

Norte	Cantón Ibarra y Parroquia de la Esperanza, Provincia de Imbabura.
Sur	Parroquia Olmedo, Cantón Cayambe, Provincia de Pichincha.
Este	Parroquia San Pablo, cantón de Otavalo, Provincia de Imbabura.
Oeste	Parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, Provincia de Imbabura.

Fuente: Artículo de internet Limites.
Elaborado por: La Autora.

3. Territorio

Comprenden una extensión de 4 mil 770 hectáreas, de las cuales 120 están reforestadas y 400 se encuentran en proceso.

4. Altura

Zuleta se encuentra entre los 2800 msnm (metros sobre el nivel del mar) y los 3800 msnm de altitud.

5. Suelo

El suelo de la comunidad de Zuleta es una tierra muy fértil en el cual se puede cultivar múltiples productos como: Papa, maíz, frejol, zanahoria blanca, quinua, melloco, ají, chocho, algodón, camotes, berro entre otros.

6. Clima

Zuleta tiene durante todo el año un clima templado. La temperatura en la comunidad de Zuleta está entre 70 y 75 grados Fahrenheit durante el día con humedad baja. En las noches suele ser más frías.

7. Idiomas

Quichua y español

1.6.3. Aspectos Demográficos

1. Población

Total de habitantes en la comunidad de Zuleta 1510 con 302 familias

1.6.4. Aspectos Económicos

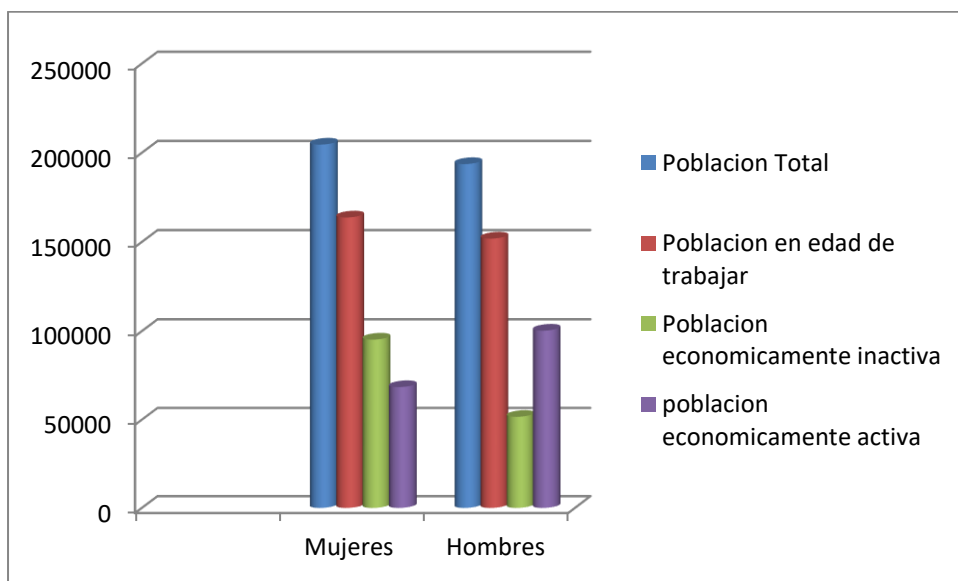
1. Población Económicamente Activa

Tabla N° 4

Población de Imbabura

Población	Mujeres	Hombres
Población Total	204580	193664
Población en edad de trabajar	163727	151875
Población económicamente inactiva	95243	51625
Población económicamente activa	68484	100250

Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

Figura N° 1**Población de Imbabura**

Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

2. Nivel De Ingresos

Las principales fuentes de ingresos de la comunidad de Zuleta son por:

- La agricultura
- La Ganadería
- El turismo
- Las artesanías

1.6.5. Aspecto Social**1. Carreteras**

Las carreteras para llegar a la comunidad de Zuleta son vías de primer orden, a las cuales se han invertido un monto cerca de 3.600.000 de dólares que invirtió la Prefectura de Imbabura.

2. Educación

En cuanto a la educación se puede decir que es un aspecto importante, existe becas escolares que se dan en la comunidad de Zuleta hace aproximadamente 3 años. Estas becas son aportadas por turistas extranjeros y donadores nacionales a un grupo de niños de la comunidad, pudiendo contar con el apoyo económico para la educación. Esto ha beneficiado a la económica familiar de alrededor de 40 estudiantes entre niños de la escuela y del colegio de la comunidad.

3. Vivienda

La mayoría de las viviendas de la comunidad de Zuleta son elaboradas de tapial, bloque, ladrillo o adobe. Cuentan con los servicios básicos casi en todos los hogares, tienen agua potable excepto en la parte más alta de la comuna que no acceden a dicho servicio. El suministro de agua potable normalmente se encuentra fuera de la vivienda pero dentro del terreno

Las familias en cuanto a la eliminación de basura tienen varias opciones como:

- Quemarla
- Acceden a servicio municipal este servicio es para los hogares que se encuentran en la vía principal.
- Botarla al río, quebrada o algún terreno baldío
- Los desechos orgánicos se los entierra

El alumbrado público tiene la mayoría de los hogares, son pocos los hogares los que no tienen este servicio.

4. Salud

Los servicios de salud son cubiertos por el Centro de Salud de Zuleta, en casos de gravedad se acude a hospitales médicos y clínicas privadas ubicadas en la ciudad de Ibarra, en otros casos los moradores utilizan remedios caseros.

Dentro de las enfermedades más comunes en esta zona pueden citarse las respiratorias, dolores de huesos, estomacales entre otras.

1.6.6. Aspecto Legal y Político

1. Ley de turismo

Al conocer la ley de turismo, observamos que nos ayuda a saber el desarrollo y regulación del sector turístico, las potestades del estado, así mismo saber las obligaciones y derechos que tenemos los que queremos brindar un servicio de turismo.

2. Ley de régimen tributario

Son reformas para todo el país, empresas públicas y privadas que se deben cumplir, dichos reformas pueden ser beneficiosas y así mismo perjudiciales para algunos es por eso que estas reformas son por tiempos limitados con el fin de ayudar al progreso del país.

3. Código de trabajo

1.6.7. Aspecto Tecnológico

1. Luz Eléctrica

La mayoría de barrios de la comunidad de Zuleta cuenta con el servicio de alumbrado público en otras partes de la zona no existe alumbrado público.

2. Servicio Telefónico

En la mayoría de las viviendas cuenta con servicio telefónico fijo y celular utilizando la telefonía de Claro y Movistar, en algunos sectores como el Alto y la Cocha no son beneficiados con este servicio ya que no llega la señal a estos puntos.

3. Seguridad

La comunidad de Zuleta cuenta con un retén policial ubicado en la casa comunal; cuenta con un equipo completo y una comunicación vía radio con diferentes puntos de la comunidad para así brindar un servicio confiable para los moradores del sector y personas que van de visita a la comunidad.

4. Accesibilidad

Para llegar a la comunidad de Zuleta se pueden tomar algunas vías:

- Cayambe, Ayora, Olmedo, Zuleta
- Otavalo, Ibarra, Zuleta
- Tabacundo, Otavalo, Ibarra, Zuleta.

Las distancias desde las ciudades principales hacia Zuleta son:

Cayambe -Zuleta, 26 km

San Pablo del Lago -Zuleta, 15 km.

Ibarra - Zuleta, 18 km.

Olmedo- Zuleta 8 Km

5. Transporte

Las cooperativas de transporte que prestan el servicio hasta Zuleta se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla N° 5

Tipos de transportes a Zuleta

Nombre de las cooperativas	Recorrido	Tarifa
Cooperativa 24 de Junio de Olmedo	Ibarra- Zuleta	0,50 Ctvs.
	Cayambe- Zuleta	0,50 Ctvs.
Cooperativa La Esperanza	Ibarra- Zuleta	0.50 Ctvs.
Camionetas	Ibarra- Zuleta	\$ 25

Fuente: Terminal del Ibarra
Elaborado por: La Autora

1.6.8. Aspecto Turístico

1. Turismo Ibarra

El turismo en el cantón Ibarra cuenta con varias actividades para realizar como:

- Laguna de Yahuarcocha.- Hay el autódromo internacional “José Tobar” donde se desarrollan las competencias automovilísticas, así como hay el muelle en el cual se realiza varias actividades como botes chocones, alquiler de botes, renta de bicicletas y juegos infantiles
- Loma de Guayabillas.- Ahí se puede realizar múltiples actividades como caminatas, camping, ciclismo, deportes como futbol y vóley. Brindando áreas de parrilladas, mirador y juegos infantiles.
- Museo Atahualpa.- Se puede observar vestigios arqueológicos de la cultura Caranqui.
- Parques y monumentos.- Se puede visitar varios de los edificios tradicionales de la ciudad como: El obelisco, el torreón, la esquina del coco, San Miguel Arcángel etc.

El cantón Ibarra debido a su entorno natural brinda a sus visitantes nacionales y extranjeros realizar cada una de las estas actividades con el objetivo de compartir maravillosos momentos de alegría en familia y con amigos.

2. Turismo Zuleta

En la comunidad Zuleta existe varias actividades turísticas entre ellas están las fiestas populares que hace que el turismo sea realmente alto. En esta zona se ha conservado su cultura y tradiciones que los habitantes de Zuleta desean poder compartir todas estas maravillosas actividades, entre ellas tenemos las siguientes:

- El Área del Estanco
- El Páramo de Zuleta.
- La Hacienda de Zuleta.
- Bordados de Zuleta.

Las principales fiestas en la comunidad de Zuleta son:

- San Juan o Rama de Galo Plaza
- A Santa Marianita.

1.7. Matriz AOR

Tabla N° 6

Matriz AOR

Aliados	Oponentes
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios básicos • Carreteras de primer orden • Centro de Salud • Cooperativas de transporte • Seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> • Haciendas, casas de alojamiento(competencia) • Escaza infraestructura turística • Desconocimiento del potencial turístico • Falta de conocimiento de los atractivos turísticos del sector • Falta de cobertura móvil y comunicación de internet
Oportunidades	Riesgos
<ul style="list-style-type: none"> • Lugares turísticos del sector • Tradiciones • Variedad de recursos naturales y culturales • Escaza contaminación • Fuentes de trabajo (Se brindan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Clima • Desastres naturales • Modificación en las reformas en el código tributario.

Elaborado por: La Autora

1.7.1. Aliados

- **Servicios básicos.-** La zona de la comunidad de Zuleta cuenta con los principales servicios básicos como el agua y luz eléctrica.
- **Carreteras de primer orden.-** Desde a mediados del 2015 se cuenta con carreteras de primer orden lo cual permite llegar con mayor facilidad a la comuna.
- **Centro de Salud.-** En la comunidad de Zuleta se encuentra un centro de salud capacitado para brindar el mejor de los servicios.

- **Cooperativas de transporte.-** Existe varias cooperativas de transporte que brindan su servicio para el traslado hacia Zuleta.
- **Seguridad.-** En la comunidad existe un retén policial el cual brinda seguridad para toda la comunidad.

1.7.2. Oponentes

- **Haciendas, casas de alojamiento (competencia).-** Existe varias casas de alojamiento y haciendas las cuales son competencias principales.
- **Escasa infraestructura turística.-** No existe refugios en los lugares los cuales se puede visitar alrededor de la comuna.
- **Falta de conocimiento de los atractivos turísticos del sector.-** No existe conocimiento sobre todos los lugares turísticos que se puede conocer en esta comunidad.
- **Falta de cobertura móvil y comunicación de internet.-** En varios sectores de la comunidad de Zuleta no se cuenta con una buena cobertura para celulares e internet.

1.7.3. Oportunidades

- **Lugares turísticos del sector.-** Se cuenta con varios atractivos turísticos los cuales se puede visitar.
- **Tradiciones.-** Las diferentes tradiciones que existe en Zuleta es una excelente oportunidad la cual podemos aprovechar para lograr captar clientes.
- **Variedad de recursos naturales y culturales.-** Al existir muchos lugares los cuales conocer, tenemos la oportunidad de poder hacer conocerlos ante los visitantes que vayan a la comunidad de Zuleta.

- **Escaza contaminación.-** En la comunidad de Zuleta la contaminación es escasa debido a la buena organización que todos los pobladores de la comuna, al momento de desechar la basura y por las mingas que se hace.
- **Fuentes de trabajo (Se brindan).-** Ya que los moradores del sector son los que más conocen la zona son perfectos para ocupar un trabajo de guiar y hacer conocer la comunidad de Zuleta.

1.7.4. Riesgos

- **Clima.-** El clima nos puede afectar muchas veces por las lluvias excesivas las cuales no nos permitirían que los huéspedes puedan salir a conocer el lugar.
- **Desastres naturales.-** Al no tener control de lo que puede suceder con la naturaleza como: Terremotos
- **Modificación en las reformas en el código tributario.-** Reformas nuevas que hagan que se disminuya el turismo y afecte directamente a las hosterías.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Estudio De Factibilidad

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 10) *Una forma breve de un estudio de factibilidad muchas veces es llamada “estudio de prefactibilidad.” En principio contiene todas las partes principales de un estudio amplio pero en breve y grosso modo.*

Este tipo de estudio determina la factibilidad en forma aproximada para luego decidir acerca de la elaboración de un estudio que involucre todos los detalles.

El estudio de factibilidad es una herramienta que nos ayuda a tomar las mejores decisiones en un proyecto, sabiendo así si el proyecto va a tener éxito o fracaso.

2.2. Empresa

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

Es una entidad que realiza un conjunto de actividades con la ayuda de varias personas(trabajadores) brindando así un producto o servicio cumpliendo la necesidad para los clientes con el fin de obtener una utilidad en caso de que sea privada.

2.3. Hostería

(Ripoll, Inversiones Rentables Hoteleras, 2009) Manifiesta: *“Lugar de establecimiento que provee de un espacio para pernotar que puede ofrecer además servicios complementarios”*.

Es un lugar donde se brinda un servicio de alojamiento con el fin de ofrecer un buen descanso teniendo en cuenta que puede tener varios servicios más como el de restaurante, spa, área de lectura entre otros.

2.4. Hostería Ecológica

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

Es un lugar donde se mezcla lo confortable de un hotel y sus servicios con la paz que brinda la naturaleza y el contacto hacia la misma, dando así un momento de tranquilidad y descanso

2.5. Servicio

Según (Lovelock) es una actividad económica que implica desempeños basados en tiempo que buscan obtener o dar valor a cambio de dinero, tiempo y esfuerzo sin implicar la transferencia de propiedad. En este sentido, también involucra tres elementos alrededor del Servicio: Acciones, Procesos y Ejecuciones.

El servicio es una actividad es decir como un producto en forma no material la cual se brinda al cliente a cambio de dinero

2.6. Turismo

El Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Di-Bella, 2007, pág. 14)

Según (Alvear, 2008, pág. 29), el turismo es definido como " La actividad productiva que se ocupa de las tareas relativas al estudio, planificación, capacitación, implementación, supervisión, promoción, comercialización y prestación de los servicios destinados al turista. "

El turismo nos dice que es la visita de una persona o grupo de personas a un lugar diferente a su residencia actual con el fin de conocer lugar por placer.

2.6.1. Objetivos del Turismo

Presenta los objetivos que se desarrollan en el turismo.

- **Objetivo social:** *Contribuir a incrementar la oferta de servicios turísticos para clases sociales de bajos ingresos.*
- **Objetivo turístico:** *Ofrece la posibilidad financiera de paliar la estructura y equipamiento turístico para estratos económicamente débiles.*
- **Objetivo de la administración:** *Desarrollar un modelo de la inversión en empresas, para dar servicios al turismo popular. (Gurria, pág. 18)*

Existe diferentes objetivos del turismo pero cada uno de ellos tiene como meta brindar un servicio para todas las clases sociales que puedan conocer distintos lugares en diferentes partes cerca o lejos de los lugares de residencia.

2.6.2. Importancia del Turismo

(Andrade, 2008) Manifiesta. El turismo es muy importante por las siguientes razones:

- *Genera fuentes de trabajo e identidad nacional.*
- *Eleva el auto estima de los residentes y naturales de un territorio.*
- *Moviliza mucho dinero en efectivo que se distribuye al igual en muchas personas alternativamente.*
- *Beneficia a los que directamente trabajan en el sector, más bien los pobladores donde se desarrolla esta actividad, vendiendo sus productos ya sean alimentos, artesanías, transporte.*
- *Genera múltiples puestos de trabajo directo e indirecto.*

El turismo es de gran importancia porque ayuda en diferentes ámbitos como generar empleo, dar a conocer a turistas nacionales y extranjeros los lugares atractivos de una zona y genera riqueza de un país.

2.6.3. Ventajas del Turismo

Menciona las ventajas del turismo

- ***La Integración de las familias:*** *Esta es una de las más importantes generada por el turismo, puesto que permite el diálogo, la interacción y el esparcimiento del núcleo familiar en determinadas ocasiones.*
- ***Aprovechamiento y Explotación de los recursos Naturales:*** *este se realiza con el fin de crecer y brindar nuevas alternativas para el turista, teniendo siempre en cuenta la capacidad de carga que posee el lugar.*
- ***Seguridad:*** *Gracias a los programas implementados por el Gobierno sea mejorado mucho en este aspecto, así hemos logrado que los turistas se sientan más seguros en el momento de salir de vacaciones, ya sea vía terrestre, aérea, marítima.*

- **La Conservación de lugares Históricos y turísticos:** Con el fin de mejorar y de conservar, nuestra historia para el turista y la comunidad.
- **Creación de nuevas infraestructuras:** Este se lleva a cabo en todo lugar que se desea utilizar como destino turístico, ya que se hace necesario la mejora de estos lugares, para así brindar un excelente servicio.
- **Generación de empleos:** Gracias a las grandes inversiones que se realizan para llevar a cabo estos proyectos turísticos, muchas personas se ven beneficiadas.
- **Desarrollo de nuevas tecnologías:** En Cada instante que pasa se crean nuevas Herramientas tecnológicas, lo que hace necesario estar siempre actualizados.
- **Genera grandes cambios Sociales, Culturales y Religiosos:** Este es un factor muy contradictorio. Ya que es bueno interactuar con otras personas y darnos a conocer, como gente que posee grandes cualidades.
- **Destinos para todos los Gustos y Exigencias:** Gracias a la gran variedad de destinos que podemos brindarle a todos los turistas ya sean nacionales o internacionales, se logra una mayor cobertura y satisfacción de los estos.
- **Importancia de la Administración Turística y Hotelera:** Para el buen desarrollo del Turismo se hace necesario de especializar y utilizar todo el recurso humano posible, con el fin de brindar un servicio de alta calidad y así obtener reconocimiento por esto.
(Boullon, 2005)

Al contar con el turismo en las diferentes zonas se refleja muchas ventajas como es el compartir buenos momentos en familia conociendo nuevos lugares y a su vez es bueno para la salud ya que la mayoría de sitios turísticos nos brindan momentos de paz y poder relajarse.

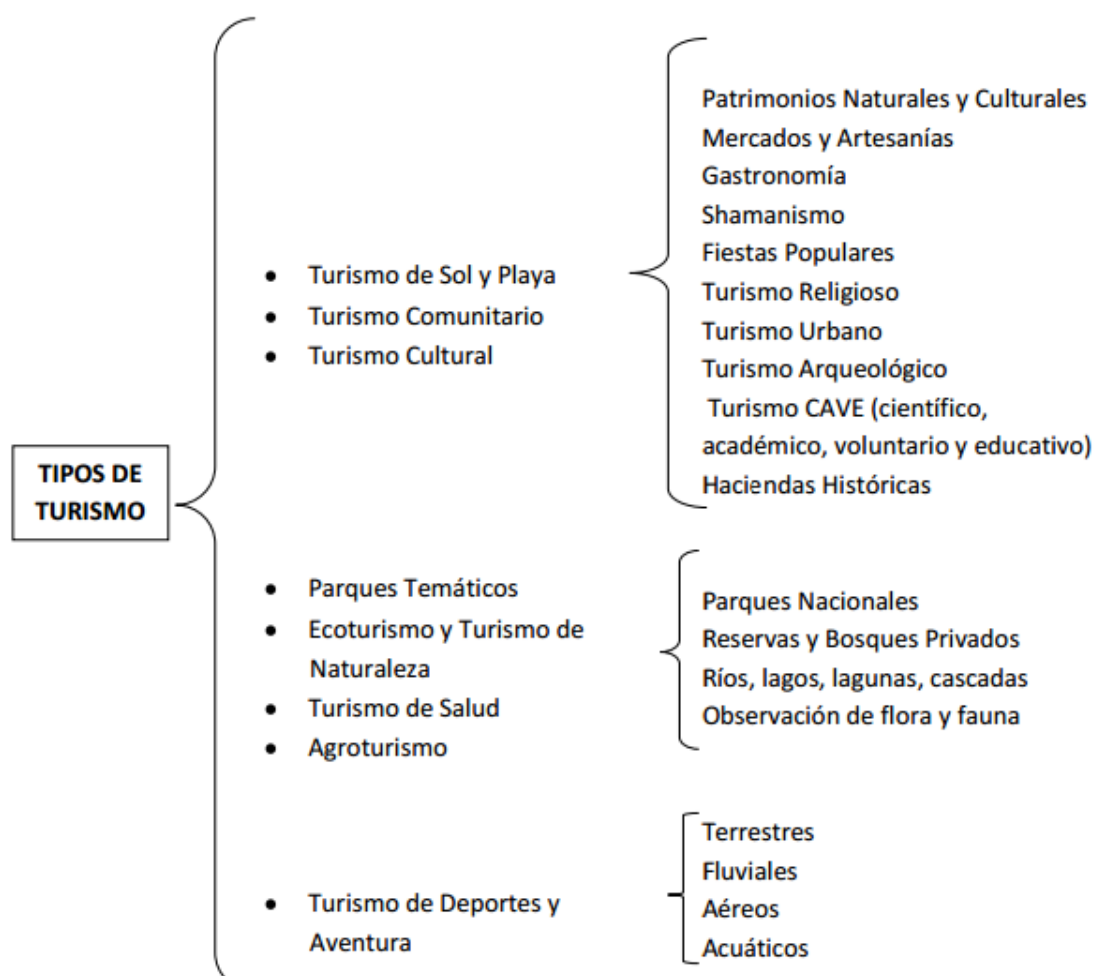
2.6.4. Tipos de Turismo

Para identificar los diferentes tipos de turismo en una manera general, podemos visualizar el siguiente cuadro, donde se exponen las diferentes modalidades del turismo y en términos muy generalizados las actividades que abarcan algunos de ellos son:

(Ripoll, Inversiones Rentables Hoteleras, 2009, pág. 95)

Figura N° 2

Tipos de Turismo



Aquí nos indica que hay muchos tipos de turismo en los cuales las personas pueden escoger el tipo de viaje que quiere hacer, según la persona, el tipo social, el clima, la adrenalina entre otros.

2.7. Estudio De Mercado

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 15) El estudio del mercado no es más que un conjunto de técnicas útiles para obtener información acerca del medio ambiente del proyecto (demanda y oferta). Es si; consiste en estimar la cantidad de producto que es posible vender, las especificaciones que este debe exhibir y el precio que los consumidores potenciales están dispuestos a pagar.

(Kotler, Principios de marketing , 2009, pág. 5), Expresan: "Una filosofía de dirección del mercado según el cual logra metas de la organización depende de la determinación de las necesidades y deseos de los mercados meta y de la satisfacción de los deseos de forma más eficaz y eficiente que los competidores".

El Estudio de Mercado nos ayuda a realizar un análisis de la demanda y oferta del servicio que se ofrece, conocer los costos que se generan y los precios que se debe poner en el tipo de negocio que se va a realizar, teniendo como objetivo saber cuál es nuestro mercado y saber cómo llegar a el de mejor manera que la competencia.

2.7.1. Segmentación del Mercado

Según (Ortis, Ortiz Gonzalez, & Giraldo Oliveros, 2014), La segmentación no es más que la identificación a través de diversas variables de características similares que posee un subgrupo de mercado y que las diferencia del resto ¿Por qué es tan importante esto? Primero, porque establece un punto de partida importante en la definición de las variables de control del mercado en términos operativos (acción) enviando mensajes claros en coincidencia con los deseos de los segmentos escogidos.

La segmentación de mercado es un grupo del mercado con características similares con las cuales se trabajara para la ejecución de un proyecto.

2.7.2. Población

Según (Matínez Bencardino, pág. 2) *“Es un conjunto de medidas o el recuento de todos los elementos que presentan una característica común. El termino población se usa para denotar el conjunto de elementos del cual se extrae la muestra.”*

La población es un grupo de personas con características en común de un lugar o zona específica a la que se escoge.

2.7.3. Muestra

Según (Matínez Bencardino, págs. 3, 4) Se define como un conjunto de medidas o el recuento de una parte de los elementos pertenecientes a la población. Los elementos se seleccionan aleatoriamente, es decir, todos los elementos que componen la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionados.

La muestra es la parte extraída del conjunto de la población, es decir es la porción representativa a donde nos vamos a dirigir.

2.7.4. Demanda

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 28), *“La demanda es la cantidad de un producto que los consumidores estarían dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”*

Según (Rey, Fundamentos de marketing turístico, 2005, pág. 78), la demanda es definida como: “el volumen de compras realizado por un grupo determinado de consumidores, en un área geográfica definida, en cierto periodo y en un entorno dado, como resultado de la aplicación de un determinado nivel de esfuerzo de marketing” (Pág. 78)

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que el consumidor requiere o intentan adquirir en el mercado.

2.7.5. Oferta

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 45), Oferta de un bien como las diversas cantidades que este bien que los vendedores llevaran al mercado a todos los precios alternativos posibles, permaneciendo constantes todos los demás factores. Es una relación entre los precios y las cantidades por unidad de tiempo que los oferentes desean vender.

Según (Rey, Fundamentos de marketing turistico, 2005, pág. 74), la oferta es definida como: “El número total de empresa, instituciones privada o públicas, que se dedican a la detección, incitación o satisfacción directa de una necesidad, o de un conjunto determinado de necesidades de ocio, mediante un viaje”

Oferta es la cantidad de bienes y servicios que están en el mercado para la disposición del cliente.

2.7.6. Demanda Insatisfecha

(Mina, 2008) “Es la demanda a la cual va dirigido el proyecto, porque la oferta actual, no alcanza a cubrir este aspecto”

La demanda insatisfecha es a la que podemos brindar nuestro servicio ya que el oferente o los oferentes actuales no pueden satisfacer su demanda.

2.7.7. Comercialización

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 49),” Se entiende por comercialización el conjunto de actividades relacionadas con las transferencias de bienes y servicios desde los productores hasta el consumidor final.”

La comercialización es poner a la venta un producto o servicio para poder llegar de mejor modo al consumidor final de manera efectiva y eficiente.

2.7.8. Promoción

(Fernandez R. , 2007, pág. 59), expresa: “Es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados”.

Es un tipo de herramienta para poder llegar al cliente de manera más rápida y poder ofrecer el producto o servicio de la empresa.

2.7.9. Plaza

(Kotler, Principios de Marketing , 2009). Afirma “La mayoría de los productores recurren a intermediarios para que lleven sus productos al mercado. Tratan de forjar un canal de distribución, es decir, una serie de organizaciones independientes involucradas en el proceso de lograr que el consumidor o el usuario industrial pueda usar o consumir el producto o servicio.”

Es el lugar físico donde se ofrece los productos o el servicio, estos serían los lugares de distribución. Este punto debe siempre ser un lugar de acceso fácil y rápido.

2.7.10. Posicionamiento

(Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing , 2013) sostienen: “ Arreglo de una oferta de mercado para ocupar un lugar claro, distintivo y deseable en relación con productos competidores en la mente de los consumidores meta”.

Es una estrategia que permite que el producto o servicio sea conocida ante el público con una buena imagen que sea distintivo y apreciable para que siempre lo elijan.

2.7.11. Precio

(Rojas, 2010, pág. 171), manifiesta: El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra

realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. Además en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas.

El precio es el valor monetario que se asigna a un producto o servicio, incluido los gastos, costos y ganancia. El precio debe ser competitivo y adecuado ya que si es bajo tenemos la posibilidad de perder o que se lo catalogue al producto como malo, en cambio si es muy caro existe la posibilidad de que no adquieran el producto y se el cliente se vaya con la competencia.

2.8. Estudio Técnico

(Urbina, pág. 204), señala: *“El Estudio Técnico busca resolver preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo cómo y con qué producir lo que se desea”.*

El Estudio Técnico es el que nos permite saber el cálculo financiero del proyecto. Se toma en cuenta la maquinaria, el equipo, mano de obra, materia prima entre otros.

2.8.1. Macro Localización

Según (Flores, 2007, pág. 49), afirma: “El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la Macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.”

La macro localización es la localización general de un proyecto en un país determinado, para conocer exactamente en donde se va a encontrar el proyecto.

2.8.2. Micro Localización

Según (Flores, Proyectos de inversion para las PYMES creacion de empresas , 2007, pág. 50), afirma: “Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella

que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes.”

La Micro Localización es el estudio que se lo realiza para elegir la zona específica donde se va a elaborar el proyecto.

2.8.3. Tamaño de la Planta.

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 51) Entendemos como tamaño de una planta industrial la capacidad instalada de producción de la misma. Esta capacidad se expresa en cantidad producida por unidad de tiempo, es decir volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados por año, ciclo de operación, mes, día, turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa, no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, sino en función del volumen de materia prima que entra en el proceso.

Es la capacidad de la planta en producir el producto principal, medido por medio tiempo o ciclos con el fin de obtener producto según la materia prima.

2.8.4. Diagrama de Procesos

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, págs. 58, 59), Un diagrama de proceso nos permite conocer cual será la secuencia de operaciones a realizar para lograr nuestro objetivo; así como identificar que elementos constituyen el producto que se compraran y cuales deberán fabricarse. Este nos permite tomar una decisión sobre el proceso que habremos de seguir para la manufactura de nuestros productos, dependiendo tanto de aspectos técnicos como económicos. Pueden citarse como factores técnicos: la calidad, el acabado, la confiabilidad, la tasa de producción, el grado de automatización; y como factores económicos: el costo de la maquinaria, el costo de la mano de obra, el costo de la materia prima, etc.

Es una serie de procesos a seguir para el cumplimiento del objetivo de un proyecto, tomando en cuenta todo lo que se necesita como materia prima, maquinaria entre otros.

2.8.5. Ingeniería del proyecto

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 54), *“Abarca todas aquellas investigaciones técnicas que se refieren a la selección y determinación del proceso determinación de equipo y maquinaria, mano de obra y finalmente la distribución de planta.”*

La ingeniería del proyecto nos quiere decir que están todos los recursos que se necesita para cumplir el proyecto con todas las herramientas necesarias.

2.8.6. Mano de Obra

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 119) Comprende los sueldos y salarios de los técnicos y mecánicos encargados de la supervisión y control de la producción, de la reparación y del mantenimiento. También incluye el personal asignado al control del almacén y a las labores de limpieza de la planta.

La mano de obra es todo lo que comprende sueldos y salarios de los trabajadores de operación de una planta.

2.8.7. Costos Indirectos de fabricación

Según (Horngren, Datar, & Foster, 2007) son, *“Todos los costos de fabricación que se relacionan con el objeto del costo (productos en proceso y después productos terminados), pero que no pueden rastrearse en ese objeto del costo en forma económicamente factible.”*

Los costos indirectos de fabricación son todos aquellos costos que no se pueden observar que no son ni los materiales ni mano de obra directa.

2.8.8. Gastos Administrativos

Según (Luna, Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 121), Comprenden básicamente los sueldos y salarios del personal dedicado a la dirección, organización y administración de la

planta industrial, así como diversos gastos, tales como viáticos, servicios telefónicos y telegráficos, papelería y útiles de aseo.

Los gastos administrativos son todos los sueldos, salarios y viáticos de los empleados dedicado a cargos administrativos de la empresa.

2.8.9. Gastos Financieros

(Lorente, 2016) Nos dice que: *Podríamos inicialmente definir los gastos financieros como toda contraprestación pagada por el cesionario al cedente (propietario del activo financiero) por el uso de capitales ajenos.*

Gastos financieros son todos aquellos costos de capital o costos que se financia con terceros que pueden ser los bancos entre otros.

2.8.10. Terrenos

Según (Ejemplode.com, 2013), *“Son los predios que pertenecen al comerciante. Terrenos es cuenta del Activo; porque representa el precio de costo de los terrenos que son propiedad del comerciante.”*

Los terrenos son propiedad del comerciante, son un activo para cada uno de los dueños en donde se va adecuar las instalaciones

2.8.11. Edificio

Según (Ejemplode.com, 2013) *La cuenta de Edificios está constituida por las casas propiedad del comerciante. Edificios es cuenta del Activo; porque representa el precio de costo de los edificios que son propiedad del comerciante.*

Los edificios es un activo donde se refleja el costo la cual son las instalaciones de la empresa.

2.8.12. Maquinaria y Equipo

Según (Ejemplode.com, 2013) Representa el conjunto de máquinas de las que se sirven las industrias para realizar su producción. Maquinaria es cuenta del Activo; porque representa el costo de la maquinaria que es propiedad del industrial. Las cuentas de Terrenos, Edificios, Equipo de oficina, Equipo de entrega y Maquinaria tienen un movimiento muy semejante: aumentan cada vez que se compra uno de esos bienes; y disminuyen cuando se vendan o se den de baja por inservibles.

La maquinaria y equipo la que nos ayuda a la producción de la industria, es un activo de la entidad o empresa.

2.8.13. Vehículo

Según (Hernandez, 2005), “Cuenta real de activo no circulante. Son los vehículos que tiene la empresa para usos diferentes al reparto de mercancía y traslados varios.”

Es el medio de transporte que se utiliza para movilizar a las personas o repartir productos de un lugar a otro.

2.8.14. Capital de Trabajo

Según (Rodas, 2012), El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio.

(Baca, 2013) Está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa

Es el fondo económico que va a utilizar la empresa para la inversión del proyecto obteniendo utilidades.

2.9. Estudio Financiero

Es el que analiza y determina si el proyecto es factible, sustentable, viable y rentable en el tiempo, a través de los indicadores económicos.

2.9.1. Ingresos

Según (Label & Leon Ledesma, 2012, págs. 76, 77) En el estado de resultados, los ingresos constituyen lo que la empresa ha ganado durante un período de tiempo por la venta de sus mercaderías, de los productos terminados o por la prestación de servicios a sus clientes. Los ingresos pueden provenir de distintas fuentes: una empresa puede generar ingresos ya sea por ventas o prestaciones de servicios, intereses, dividendos, derechos sobre marcas o concesiones, o una combinación de estos conceptos. La suma de todas estas fuentes de ingresos corresponde al total de ingresos de una empresa durante ese período.

Es todo lo que la empresa ha ganado en un determinado tiempo por la venta de sus productos o servicios.

2.9.2. Egresos

Es todo lo que debe la empresa, esto incluye los gastos, préstamos e inversiones que se hace como actividades dentro de la empresa o del proyecto.

2.9.3. Gastos

Según (Label & Leon Ledesma, 2012, pág. 78) Los gastos representan los bienes o servicios que se ha necesitado consumir durante el ejercicio para poder realizar la actividad de la empresa.

El gasto es una contraprestación exterior necesaria para la empresa para el buen funcionamiento de las operaciones.

2.9.4. Estado de Situación Financiera

Según (Sinisterra V.) El balance general es el estado financiero que muestra razonablemente la situación financiera del ente económico a una fecha de corte. Son elementos del balance general el activo, el pasivo y el patrimonio. El balance y en general todos los estados financieros se utilizan como fuente de información en el proceso de toma de decisiones tanto por los usuarios internos como externos.

Es el que nos indica la situación financiera en la que se encuentra la empresa económicamente.

2.9.5. Estados de Pérdidas y Ganancias

Según (Sinisterra V., pág. 25) El estado de resultados es el informe que muestra el resultado neto, utilidad o pérdida, proveniente de las operaciones efectuadas por el ente económico durante un período determinado. Este estado compara todos los ingresos realizados en el período con los gastos incurridos para generar dichos ingresos. De esta comparación se genera la utilidad cuando los ingresos exceden a los gastos; o la pérdida, en el caso contrario.

Es aquel balance que nos indica el estado neto, si tenemos pérdida o ganancias por las actividades que se ha realizado en la empresa.

2.9.6. Estado de Flujo de Efectivo

(Romero, 2006, pág. 302) Afirma: *“Es un estado financiero que comunica los cambios en los recursos de una entidad y sus fuentes en un periodo determinado, mostrando las actividades de operación, financiamiento, e inversión y su reflejo final en el efectivo”.*

Es un estado financiero que nos indica el efectivo generado y utilizado en cada una de las actividades de la empresa de operación, financiación e inversión. Determina la capacidad de la empresa para generar efectivo.

2.9.7. Tasa de Rendimiento

Según (Mendoza, 2010, pág. 33) Se puede dar dos definiciones de tasa interna de rendimiento. En primer término podemos decir que constituye la tasa de interés a la cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión. También se entiende por tasa interna de rendimiento la tasa máxima que estaríamos dispuestos a pagar a quien nos financia el proyecto considerando que también se recupera la inversión.

Es la tasa máxima que podemos pagar a quien nos facilita el financiamiento para el proyecto.

2.9.8. Presupuesto

Según (Label & Leon Ledesma, 2012, pág. 189) El presupuesto es un plan detallado que traza las expectativas futuras de una entidad y las expresa en términos cuantitativos. En la contabilidad, los presupuestos pueden ser utilizados por una diversidad de razones. Usted puede utilizarlos para planificar y controlar sus futuros ingresos y gastos; o puede usar los presupuestos para los futuros desembolsos de capital, los que debieran mostrar cuándo la empresa planea comprar activos a largo plazo y de dónde provendrán los fondos para ello.

Es una planificación de todo lo que se necesita para el proyecto y el buen funcionamiento económico del mismo.

2.9.9. VAN

(Sapag, 2007, pág. 253). Define: “Mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión”.

Su fórmula es la siguiente:

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

Cuando se utiliza el valor presente neto para decisiones de aceptación y rechazo, los criterios son los siguientes:

- Si el valor presente neto es mayor que 0, se acepta el proyecto.
- Si el valor presente neto es menor que 0, se rechaza el proyecto.

El VAN es un indicador financiero que nos permite conocer los flujos de ingreso y egresos de un proyecto a futuro para determinar si este es factible o no

2.9.10. TIR

(Ortiz, 2005, pág. 45)Manifiesta: “Representa la tasa de rentabilidad de los recursos invertidos en el plan de negocio y, por tanto, se define como la tasa que iguala el valor de la inversión inicial (I) y el valor de los flujos de producción o de efectivo generado (E)”.

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

La Tasa Interna de Retorno nos ayuda a medir la rentabilidad y comparar las inversiones si son o no convenientes.

2.9.11. TMAR

2.9.12. Punto de Equilibrio

(Aching, 2007, pág. 197)Expone, guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia, pág. 197. Menciona: “Permite calcular la cuota inferior o mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”.

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

El punto de equilibrio es aquel que nos ayuda a saber el nivel de operaciones, conociendo así el nivel desde donde se empieza a ganar o se empieza a perder.

2.10. Propuesta Administrativa

2.10.1. Misión

Según (Wheelen, 2007, pág. 12) Dice: “La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”

La misión es la razón de ser de la empresa, dando a conocer de qué se trata o a que se dedica la empresa, a quien está dirigida y en donde está situada.

2.10.2. Visión

(Fernandez R. , 2007, pág. 21)Expresa: *”La visión de la empresa nos indica cuál es la meta que ella persigue a largo plazo; incluye la forma en que se piensa a sí misma en la actualidad y en el futuro.”*

La visión es la que nos indica el propósito o la meta que la empresa se ha propuesto a largo plazo, indicándonos hacia donde se dirige o donde quiere llegar.

2.10.3. Estructura Orgánica

(Griffin, 2011)Define la estructura organizacional como: *“Conjunto de elementos que se pueden usar para configurar una organización aquí se encuentra la distribución de la*

autoridad entre los puestos, coordinación de las actividades entre los puestos, la diferenciación entre las posiciones.”

Es como funciona la empresa por niveles jerárquicos es decir la distribución de cargos, funciones del personal de la empresa o entidad.

2.10.4. Estructura Funcional

(Robbins & Coulther, 2005) *“Es un diseño organizacional que agrupa especialidades ocupacionales similares o relacionadas. Es en el enfoque funcional hacia la departamentalización aplicado a toda la organización”*

Es la organización de las funciones que van a cumplir cada uno de los colaboradores de la empresa.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El turismo es uno de los principales pilares del desarrollo económico del país, tomando esto como una ventaja para la implementación del proyecto.

El presente estudio de mercado nos ayudara a conseguir los datos necesarios sobre los clientes, los competidores, el precio, la oferta, la demanda y el mercado que tenemos que analizar dentro de la comunidad de Zuleta, con el objetivo de demostrar que el servicio que se quiere realizar tiene la oportunidad de posesionarse en el mercado, pudiendo así satisfacer las necesidades del cliente.

Junto con una investigación en el Ministerio de Turismo de Imbabura pudimos saber que el número de turistas en la provincia de Imbabura son 182000 visitas registradas en el año 2015.

Principalmente las visitas turísticas en la comunidad de Zuleta son altas, debido a que es un lugar placentero por su clima templado, por la diversidad de lugares por conocer, su fauna y su flora y alejado de la rutina y estrés de la ciudad.

3.2. Identificación del servicio

En la comunidad de Zuleta, es una zona adecuada en donde ubicar la hostería ecológica ya que se cuenta con maravillosos lugares turísticos, un clima templado, apto para todo tipo de turismo.

3.2.1. Servicios a brindarse en la Hostería Ecológica

- **Servicios principales**

- ✓ **Alojamiento.-** Sus instalaciones como salón de recepción, habitaciones, es decir su infraestructura será adecuada de ambiente ecológico es decir de manera rustica, pero siendo confortable y cómodo el hospedaje para todos los clientes que desean disfrutar de un momento con la naturaleza y agradable.
- ✓ **Restaurante.-** Se ofrecerá una gastronomía típica de la zona, con productos del sector.
- ✓ **Tours por zona.-** Se realizara un servicio de recorrido por lugares de la zona que son turísticos, estos se los puede realizar de diferentes maneras, que pueden ser en vehículo, caminando o cabalgando.

- **Servicios complementarios**

- ✓ **Garaje.-** Se contara con un espacio para el estacionamiento de vehículos de los clientes, para la seguridad de los mismos.
- ✓ **Salón de recepción.-** Este salón será para que los huéspedes puedan socializar, en el cual habrá sillones y mesas que podrán utilizar juegos de mesa.

3.3. Objetivos del estudio de mercado

3.3.1. Objetivo General

Efectuar un estudio de mercado para establecer los indicadores y variables en todo lo que se refiere a la demanda, oferta, precios competencia entre otros aspectos.

3.3.2. Objetivo específicos

- Estudiar la demanda de los servicios turísticos de la comunidad de Zuleta.

- Conocer la oferta de los servicios turísticos dentro de la zona.
- Establecer los precios más convenientes para el servicio turístico según el área de estudio.
- Determinar estrategias que nos permitan que el proyecto sea favorable.

3.4. Variables

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias

3.5. Indicadores

DEMANDA

- Motivo de visita
- Lugar de origen
- Atractivos turísticos
- Existencias de hosterías
- Aceptación de la hostería
- Frecuencia de visita
- Permanencia en el lugar
- Conocimiento de hostería ecológica

OFERTA

- Tiempo en la actividad
- Tipos de servicio
- Rentabilidad en la actividad
- Días de mayor oferta
- Tipos de turistas
- Capacidad instalada

PRECIO

- Determinación del precio
- Nivel de precios
- Precios de competencia

ESTRATEGIAS

- Servicio
- Plaza
- Precio
- Publicidad

3.6. Matriz de la relación de estudio de mercado

Tabla N° 7

Matriz Relación Estudio de Mercado

Objetivos Específicos	Variables	Indicadores	Técnicas	Fuentes
Estudiar la demanda de los servicios turísticos de la comunidad de Zuleta.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Motivo de visita • Lugar de origen • Atractivos turísticos • Existencias de hosterías • Aceptación de la hostería • Frecuencia de visita • Permanencia en el lugar • Conocimiento de hostería ecológica 	Encuesta	Primaria
Conocer la oferta de los servicios turísticos dentro de la zona.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en la actividad • Tipos de servicio • Rentabilidad en la actividad • Días de mayor oferta • Tipos de turistas • Capacidad instalada 	Encuesta	Primaria
Establecer los precios más convenientes para el servicio turístico según el área de estudio.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Determinación del precio • Nivel de precios • Precios de competencia 	Encuesta	Primaria
Determinar estrategias que nos permitan que el proyecto sea favorable.	Estrategias	<ul style="list-style-type: none"> • Servicio • Plaza • Precio • Publicidad 	Encuesta	Primaria

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

3.7. Mecánica Operativa del Estudio

3.7.1. Identificación de la población en estudio

La población objetivo de estudio, son los turistas que visitan la Provincia de Imbabura, siendo 182000 apropiadamente al año este datos fue proporcionado por el Ministerios de Turismo de Imbabura.

La segunda población que se va a investigar son los establecimientos de alojamiento en la provincia de Imbabura, con el objetivo de conocer la oferta que hay en la provincia, con el número de establecimientos y capacidad de cada uno de ellos.

3.7.2. Muestra

Tomando en cuenta la población de turistas a estudiar es significativa, se va a aplicar el muestreo, utilizando la siguiente formula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

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

d² = Varianza 0,25

Z^2 = Nivel de Confianza

Datos:

$N= 182000$

$d^2 = 0,25$

$Z^2 = 95\% \quad 1,96$

$e = a 5\%$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(182000)}{(0,05)^2 (182000-1)+(1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = 397$$

Aplicando la fórmula de la muestra tenemos un resultado de 397, que se realiza a turistas nacionales y extranjeros para obtener la información.

3.7.3. Fuente de Información

Las fuentes de información que se utilizaran son:

- **Información Primaria**

- ✓ **Encuesta:** Se la realizo a los turistas que visitan el cantón de Ibarra en los lugares de mayor frecuencia de turismo.

- **Información Secundaria.-** Esta información se obtuvo de informes estadísticos, departamento de turismo, libros e internet.

3.8. Tabulación y análisis de la información

3.8.1. Resultados de la encuesta aplicada a turistas en el cantón de Ibarra

1. ¿Cuál es su lugar de origen?

Tabla N° 8

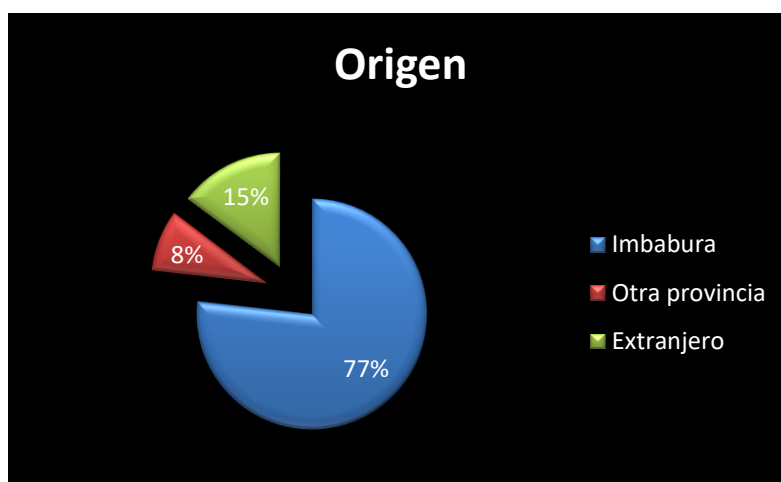
Origen

Alternativa	Frecuencia	%
Imbabura	309	77%
Otra provincia	32	8%
Extranjero	56	15%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 3

Origen



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: Al realizar la encuesta observamos que más de la mitad de los turistas son de la provincia de Imbabura, seguido de un por una cantidad pequeña de turistas extranjeros y se cuenta con una cantidad mínima de turistas de otra provincia.

2. ¿Conoce usted lo que es una Hostería Ecológica?

Tabla N° 9

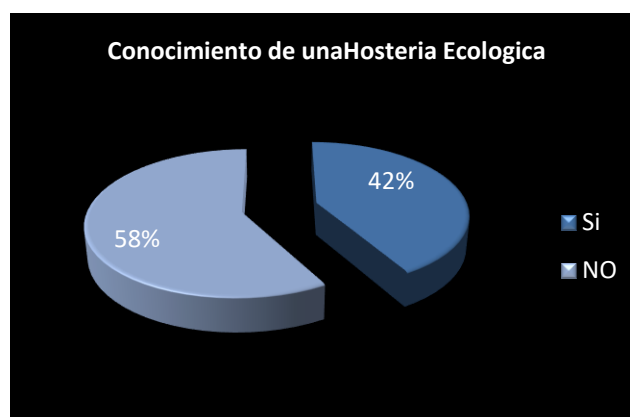
Conocimiento de una Hostería Ecológica

Alternativa	Frecuencia	%
Si	158	42%
NO	239	58%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 4

Conocimiento de una Hostería Ecológica



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: La mayor parte de la población encuestada nos dice que no conoce lo que es una hostería ecológica y una cantidad menos a la mitad nos afirma que conoce lo que es una hostería ecológica, dando nos como resultado la inquietud de los turistas para conocer lo que es una hostería ecológica.

3. ¿Ha visitado usted la comunidad de Zuleta?

Tabla N° 10

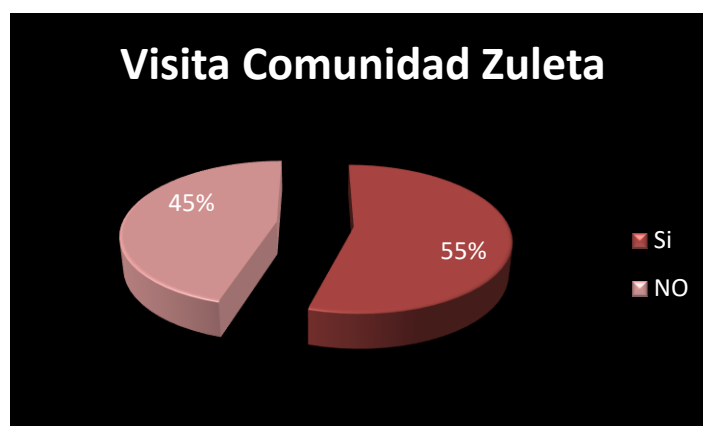
Visita Comunidad Zuleta

Alternativa	Frecuencia	%
Si	225	55%
NO	172	45%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 5

Visita Comunidad Zuleta



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: Pudimos observar que más de la mitad de los turistas encuestados si conocen la comunidad de Zuleta y les gusta, y un poco menos de la mitad no conocen pero afirman que si les gustaría conocerla.

4. ¿Dentro de la comunidad de Zuleta ha escuchado sobre alguna hostería que preste un servicio de alojamiento, restaurante y tour por la zona?

Tabla N° 11

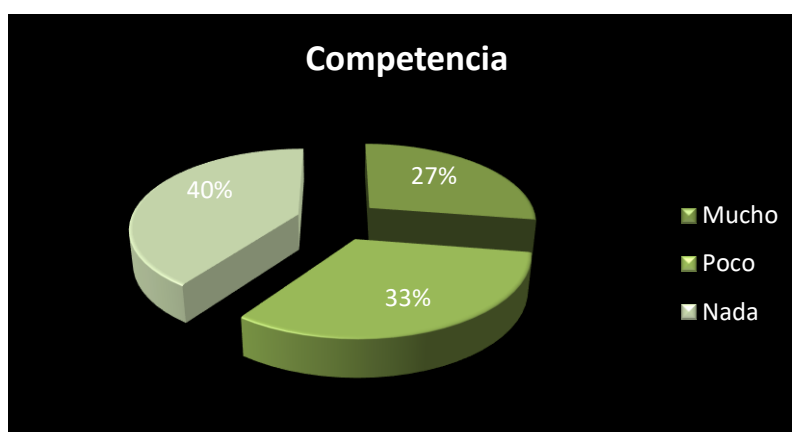
Competencia

Alternativa	Frecuencia	%
Mucho	104	27%
Poco	123	32%
Nada	170	40%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 6

Competencia



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: La mayoría de las personas encuestadas nos informa que no han escuchado nada sobre hosterías en la comunidad de Zuleta con todos esos servicios, en un porcentaje parecido nos dicen que conocen un poco que brinden hosterías con algunos servicios y en una cantidad mínima afirman haber escuchado que si existe hosterías que brindan todos estos servicios.

5. ¿Estaría dispuesto asistir a una Hostería Ecológica situada en la comunidad de Zuleta?

Tabla N° 12

Aceptación

Alternativa	Frecuencia	%
Si	217	55%
No	11	3%
Tal vez	169	42%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 7

Aceptación



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: De acuerdo con los resultados se observa que hay una gran aceptación de los turistas encuestados que estarían dispuestos a asistir a la Hostería Ecológica en la comunidad de Zuleta, los resultados nos reflejan que más de la mitad de los encuestados si asistirían, un poco menos de la mitad respondieron que tal vez asistirían ya que tendrían que ver su situación económica en ese momento y tan solo una mínima cantidad de los encuestados nos dijeron que no asistirían a una hostería ecológica en Zuleta.

6. ¿Con quién acudiría a la Hostería?

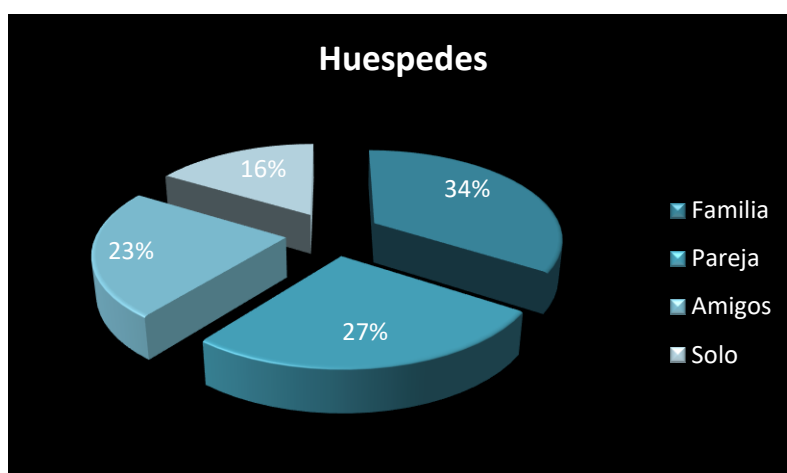
Tabla N° 13

Huéspedes

Alternativa	Frecuencia	%
Familia	147	34%
Pareja	101	27%
Amigos	87	23%
Solo	62	16%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 8

Huéspedes

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

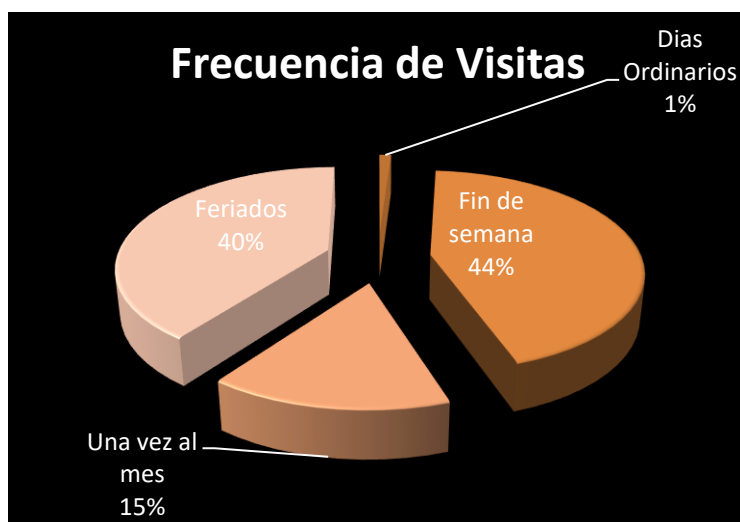
Análisis: Podemos observar que la mejor opción de visitar lugares turísticos es en familia, pareja y amigos, tan solo un porcentaje muy bajo acudiría solo. Al tener esta información tenemos en cuenta que nuestra demanda sería buena ya que acudirían en grupos a hospedarse a nuestra Hostería Ecológica.

7. ¿Con que frecuencia visitaría usted la Hostería?

Tabla N° 14**Frecuencia de visitas**

Alternativa	Frecuencia	%
Días Ordinarios	4	1%
Fin de semana	184	44%
Una vez al mes	58	15%
Feriados	151	40%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 9**Frecuencia de visitas**

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: Los turistas encuestados reflejan que la mejor opción para visitar la Hostería Ecológica sería los fines de semana, pero así también otra gran mayoría nos dice que visitarían en los días feriados y tan solo una pequeña parte de los turistas visitarían la Hostería Ecológica en días ordinarios.

8. ¿Qué tiempo considera usted que permanecería en la Hostería Ecológica?

Tabla N° 15

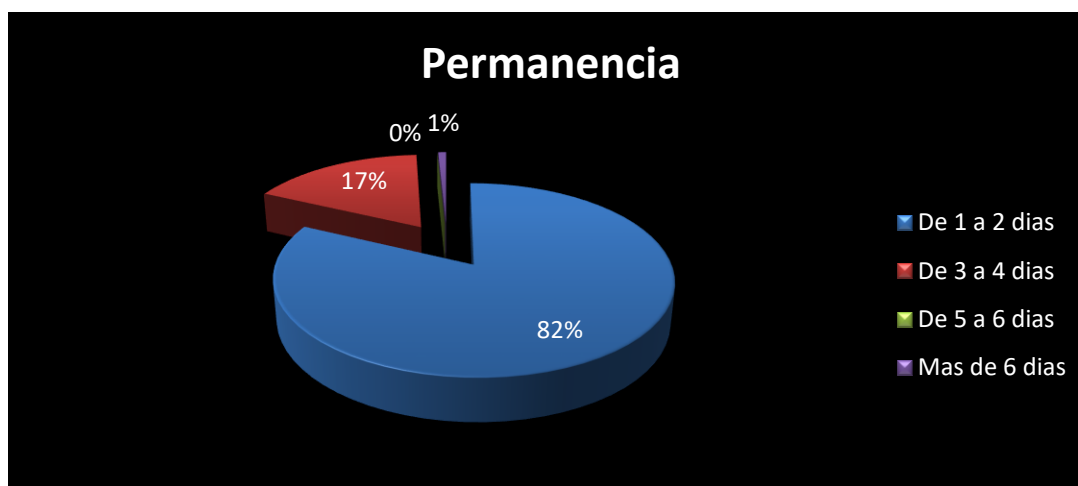
Permanencia

Alternativa	Frecuencia	%
De 1 a 2 días	329	82%
De 3 a 4 días	65	17%
De 5 a 6 días	0	0%
Más de 6 días	3	1%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 10

Permanencia



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: La mayoría de los turistas considera un tiempo apropiado en hospedarse entre un día a dos, un pequeño grupo de turistas se hospedaría entre 3 a 4 días y tan solo un mínimo grupo se hospedaría más de 5 días.

9. De acuerdo a sus ingresos ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios en la Hostería Ecológica?

Tabla N° 16

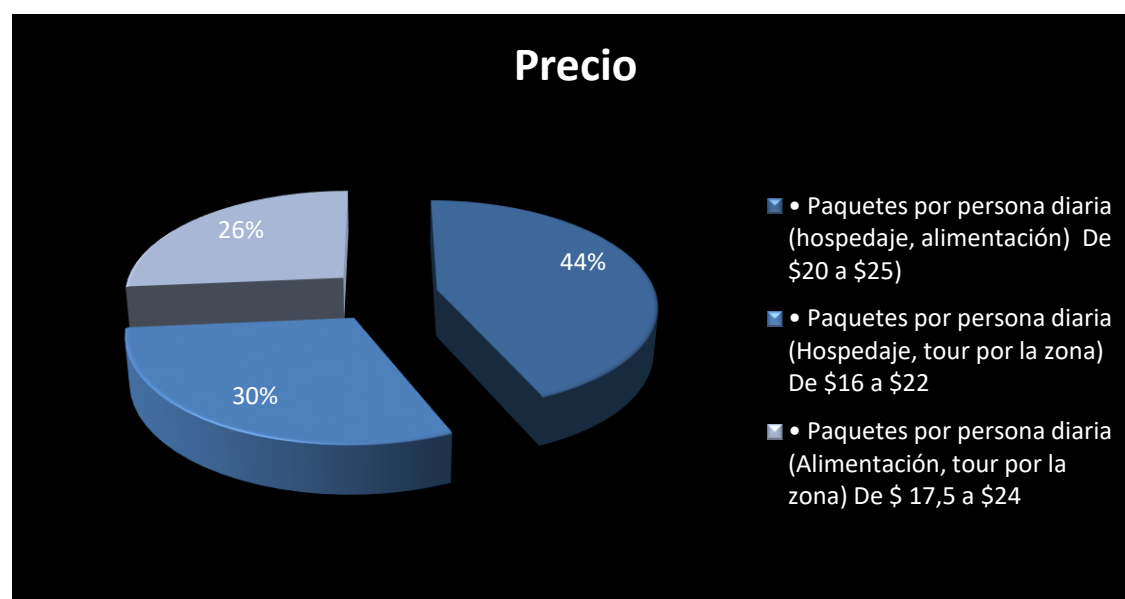
Precio

Alternativa	Frecuencia	%
• Paquetes por persona diaria (hospedaje, alimentación) De \$45)	183	44%
• Paquetes por persona diaria (Hospedaje, tour por la zona) De \$35	114	30%
• Paquetes por persona diaria (Alimentación, tour por la zona) De \$ 35	100	26%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 11

Precio



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a precios la mayoría de los turistas estuvieron de acuerdo que pagarían 45 dólares por paquetes personales de hospedaje y alimentación, un grupo mediano de turistas pagarían entre 35 en un paquete de hospedaje y tour por la zona y un grupo pequeño pagaría ente 35 dólares un paquete de alimentación y tour por la zona.

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

Tabla N° 17

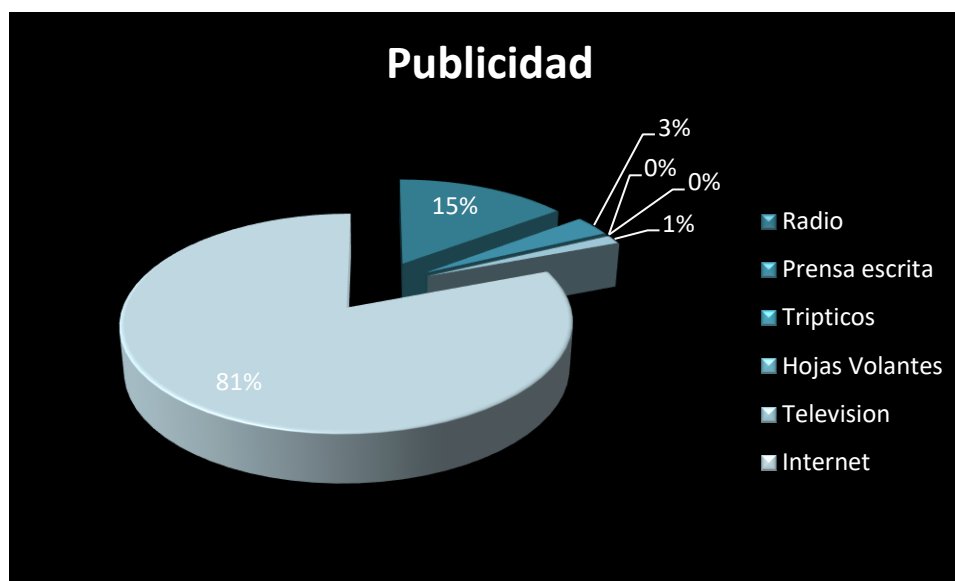
Publicidad

Alternativa	Frecuencia	%
Radio	56	15%
Prensa escrita	12	3%
Trípticos	0	0%
Hojas Volantes	0	0%
Televisión	5	1%
Internet	324	81%
Total	397	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 12

Publicidad



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a la publicidad los turistas nos proporcionaron información de que su medio favorito de información es el internet y con cantidades de encuestados mínimas nos dicen que la prensa escrita y televisión.

3.8.2. Resultados de la encuesta aplicada a administradores y dueños de hosterías en la comunidad de Zuleta.

1. ¿Conoce usted cómo funciona una hostería ecológica?

Tabla N° 18

Funcionalidad de una Hostería ecológica

Alternativa	Frecuencia	%
En su totalidad		
Mucho	2	67%
Poco	1	33%
Nada		
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 13

Funcionalidad de una Hostería Ecológica



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: Las encuestas realizadas a dueños y administradores de las principales hosterías en la comunidad de Zuleta, podemos ver que el 67% si conoce como funciona una hostería ecológica y tan solo un 33% no conoce cómo funcionan tales hosterías.

2. ¿Consideraría que su negocio es una hostería ecológica?

Tabla N° 19

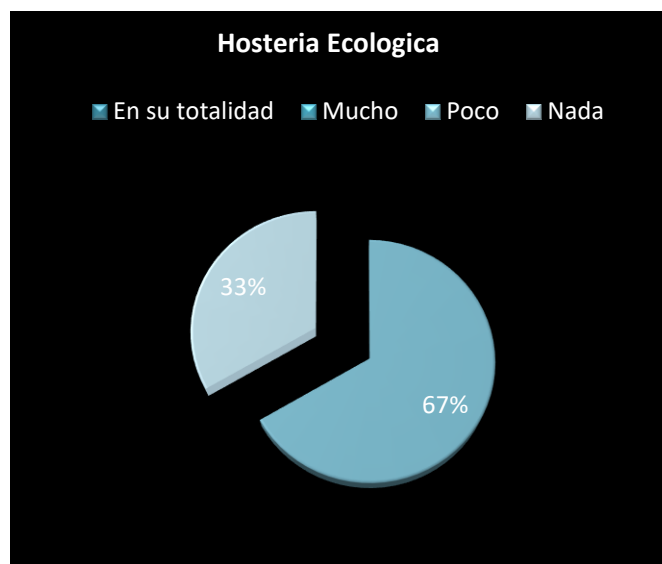
Hostería Ecológica

Alternativa	Frecuencia	%
En su totalidad		
Mucho		
Poco	2	67%
Nada	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 14

Hostería Ecológica



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: Al realizar esta encuesta podemos ver que ninguna se considera como hostería ecológica, es por eso que factible instalar una de estas hosterías.

3. ¿Con la experiencia que tiene del negocio, la creación de una hostería en la comunidad de Zuleta es una actividad rentable?

Tabla N° 20

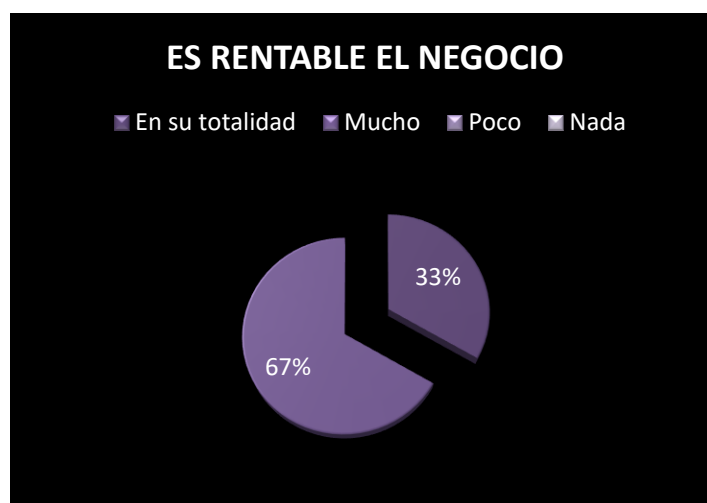
Es Rentable

Alternativa	Frecuencia	%
En su totalidad	1	33%
Mucho	2	67%
Poco		
Nada		
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 15

Es rentable



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: Con las respuestas de dueños y administradores podemos saber que el negocio de una hostería en la comunidad en Zuleta si es rentable y factible.

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

Tabla N° 21

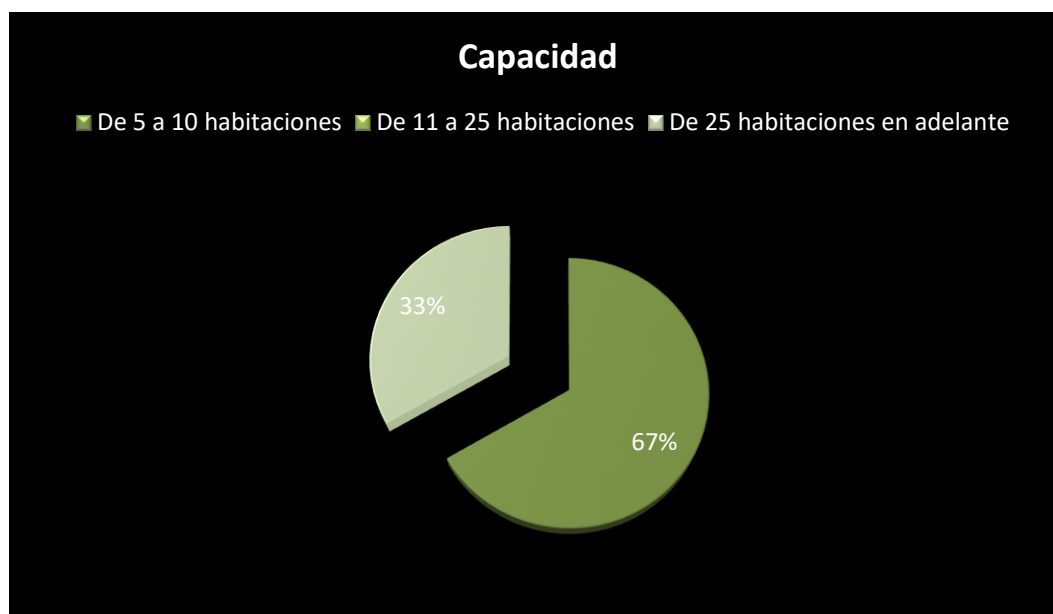
Capacidad

Alternativa	Frecuencia	%
De 5 a 10 habitaciones	2	67%
De 11 a 25 habitaciones		
De 25 habitaciones en adelante	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 16

Capacidad



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: El 67% de las hosterías situadas en la comunidad de Zuleta cuentan con habitación de 5 a 10 y tan solo un 33% de las hosterías cuentan con más de 25 habitaciones.

5. ¿Qué servicios presta usted a sus clientes?

Tabla N° 22

Tipos de Servicios

Alternativa	Frecuencia	%
Restaurante		
Alojamiento		
Cabalgatas		
Tours por la zona		
Todas las anteriores	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 17

Tipos de servicios



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: La totalidad de las hosterías en Zuleta ofrecen los principales servicios que son de alojamiento, restaurante, cabalgatas y tours por la zona, lo que nos permite observar que cuentan con servicios similares o iguales a los que se va a ofrecer.

6. La atención que ofrece a los clientes es:

Tabla N° 23

Frecuencia de atención

Alternativa	Frecuencia	%
Permanente	3	100%
Fines de semana y feriados		
Ocasionalmente		
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Figura N° 18

Frecuencia de atención



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Análisis: Las hosterías en la comunidad de Zuleta nos informan que la atención que ellos brindan es permanente, es decir que atienden todos los días.

7. Cuáles son sus precios en :

Tabla N° 24

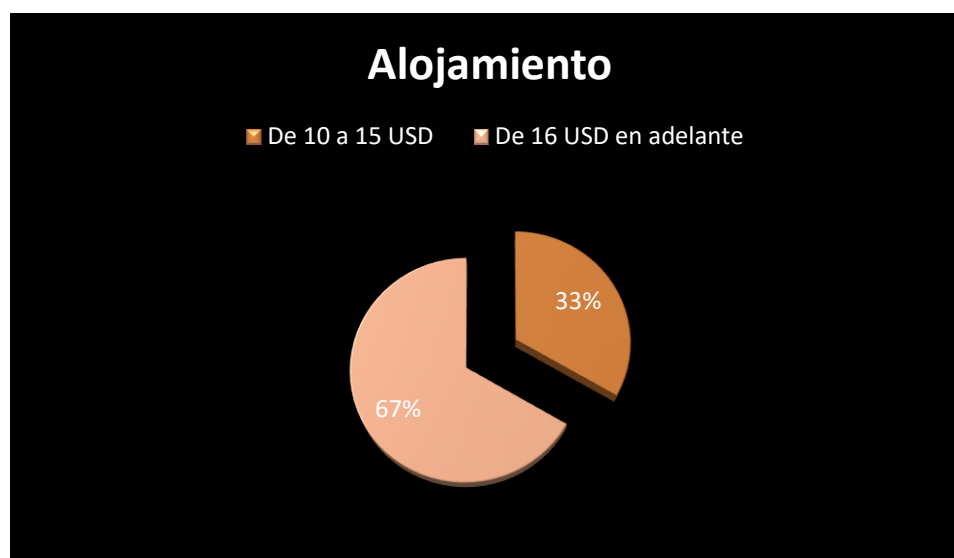
Alojamiento

Alternativa	Frecuencia	%
De 10 a 15 USD	1	33%
De 16 USD en adelante	2	67%
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 19

Alojamiento



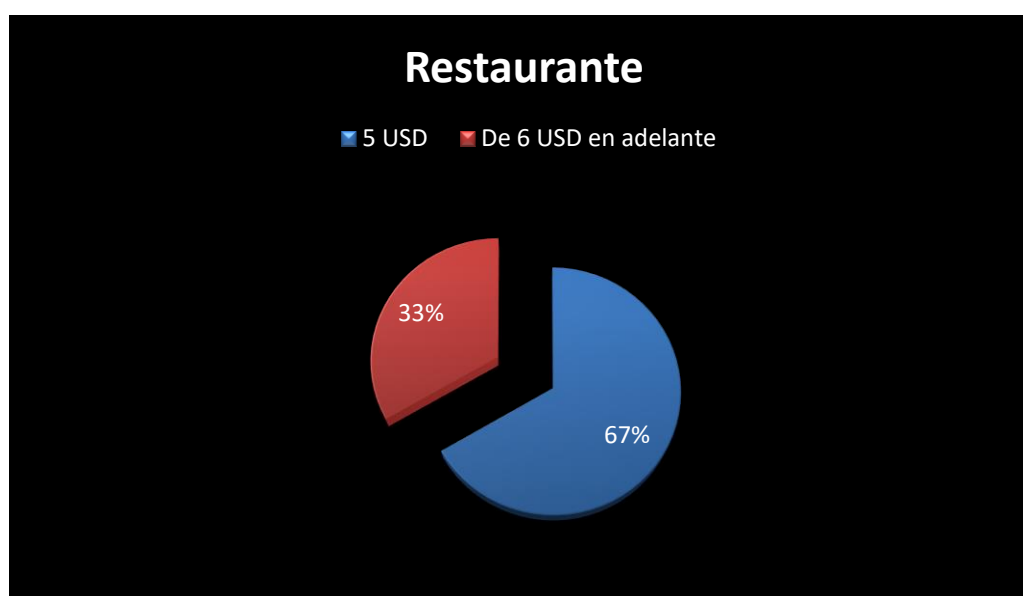
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: En cuanto a precios de alojamiento nos dieron a conocer que un 67% cobran de 16 dólares en adelante y un 33% cobran en un rango de 10 a 15 dólares.

Tabla N° 25**Restaurante**

Alternativa	Frecuencia	%
5 USD	2	67%
De 6 USD en adelante	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 20**Restaurante**

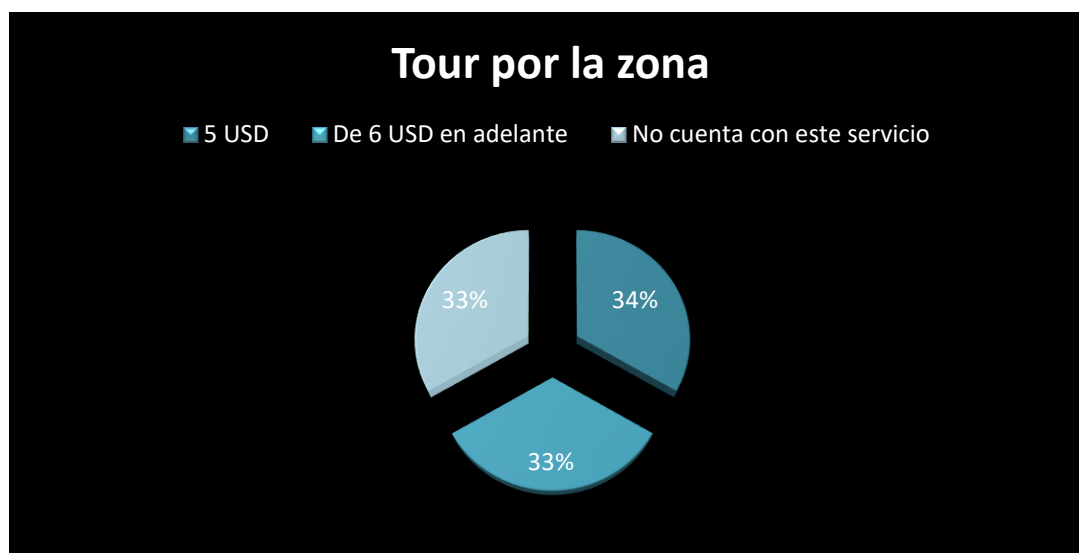
Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: Los precios en lo que es servicio de restaurante por plato cobran hasta 5 dólares las hosterías en un 67% y apenas un 33% más de 6 dólares.

Tabla N° 26**Tour por la zona**

Alternativa	Frecuencia	%
5 USD	1	33%
De 6 USD en adelante	1	33%
No cuenta con este servicio	1	33%
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 21**Tour por la Zona**

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: Sus precios varían según el lugar a donde quieren los turistas visitar los precios inician desde los 5 dólares en adelante. Una de las hosterías no cuenta con este servicio.

8. Cuenta con un servicio de transporte para la llegada a la hostería

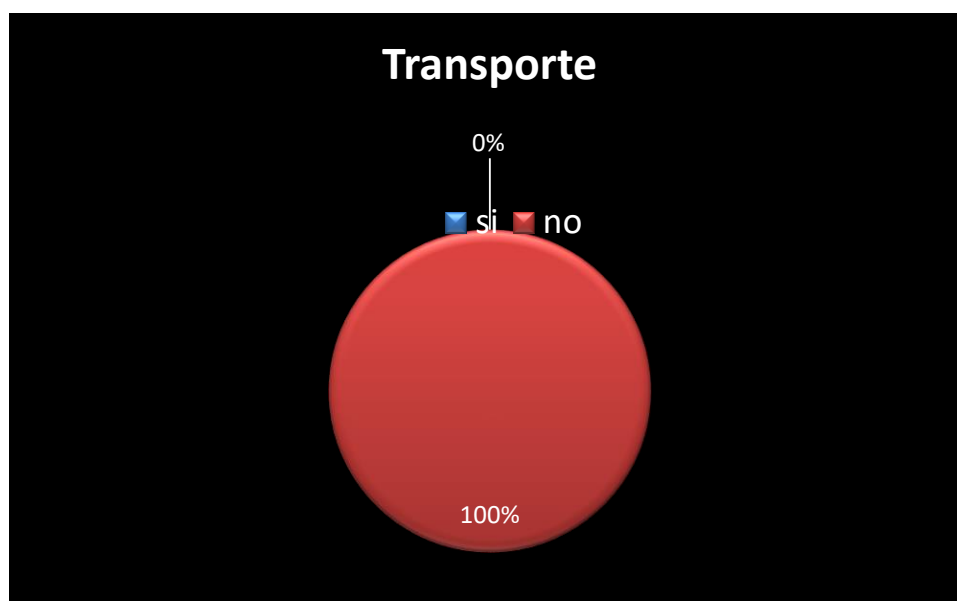
Tabla N° 27

Transporte

Alternativa	Frecuencia	%
si	0	0%
no	3	100%
Total	3	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Figura N° 22

Transporte

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Análisis: Ninguna de las hosterías cuenta con un servicio de transporte para la llegada a cada una de sus hosterías respectivamente.

3.9. Mercado Meta

El mercado meta al que se quiere llegar a que ocupe el servicio de Hostería Ecológica en la comunidad de Zuleta, son los turistas locales, nacionales y extranjeros.

3.10. Análisis de la demanda

El estudio de la demanda nos ayuda a obtener la cantidad de turistas que les gustaría o necesitan servicios turísticos como es el alojamiento en una hostería para la satisfacción de su necesidad, en base a la información obtenida por las encuestas realizadas a los turistas dentro del cantón de Ibarra en edades de 18 años en adelante.

3.10.1. Demanda Actual

Con las encuestas realizadas a los potenciales clientes de la hostería ecológica se observa que más de la mitad de los encuestados estaría dispuesto a utilizar el servicio de hostería ecológica en la comunidad de Zuleta, esta información la podemos constatar en la pregunta número 5 de la encuesta dirigida a los turistas dentro del cantón de Ibarra, de la misma manera observamos que casi la mitad de los turistas visitarían la hostería los fines de semana así como observamos en la pregunta número 7, de las personas encuestadas un poco menos de la mitad afirmo que asistirían a la hostería con su familia lo cual esta información podemos evidenciar en la pregunta 6, con esta información podemos decir que si existe una demanda actual.

Se realizar la proyección de la población turística con la tasa de crecimiento turística de la Provincia de Imbabura que es del 0.064 % dicho por el Ministerio de turismo de Imbabura. Teniendo en cuenta los datos históricos que son los siguientes:

Tabla N° 28

Proyección del crecimiento turístico

Año	Población Turística
2010	130753
2011	139693
2012	149245
2013	159449
2014	1770352

Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 29**Proyección del crecimiento turístico**

Años	Población turística
2015	182000
2016	193648
2017	206041
2018	219228
2019	233259
2020	248187

Fuente: INEC
Elaborado por: La Autora

Para obtener estos datos utilizamos la fórmula del monto con la tasa de crecimiento turística de 0.064. Con este cuadro podemos ver que el crecimiento de la población turística se va incrementando pausadamente ya que la tasa de crecimiento es baja.

Con el porcentaje de aceptación de la creación de una hostería ecológica en Zuleta que es más de la mitad, procedemos a realizar la proyección de crecimiento del mercado meta.

Tabla N° 30**Proyección del crecimiento del mercado meta**

Años	Población turística	Total 53%
2015	182000	96460
2016	193648	102633
2017	206041	109202
2018	219228	116191
2019	233259	123627
2020	248187	131539

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Al calcular el crecimiento turístico con el crecimiento turístico del mercado meta podemos observar que es directamente proporcional.

Tabla N° 31***Demanda Actual***

Año	Mercado Meta
2015	96460

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

De los 182000 turistas registrados en el año 2015, son 96460 los que demandarían el servicio a la hostería ecológica en la comunidad de Zuleta.

3.10.2. Proyección de la demanda

La demanda se proyectara tomando la tasa de crecimiento turístico el cual es del 0.064 % según el Ministerio De Turismo de Imbabura. La proyección se la realizo dentro del periodo de 2016 al 2020.

Para ejecutar la proyección de la demanda se lo realizara con la siguiente formula del monto:

$$D_n = D_0 (1+i)^n$$

Dónde:

D_n= Demanda futuraD₀= Demanda inicial

I= Tasa de crecimiento turístico

N= año proyectado

Tabla N° 32**Proyección de la demanda**

Año	Mercado Meta
2015	96460
2016	102633
2017	109202
2018	116191
2019	123627
2020	131539

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

La proyección de la demanda se obtuvo con la fórmula del monto utilizando el porcentaje de crecimiento turístico de Imbabura, obteniendo la demanda anual. Como resultado podemos observar que el flujo turístico, es muy significativo lo que nos permite ver que si hay una posibilidad para el proyecto.

3.11. Identificación de la oferta

3.11.1. Análisis de la oferta

El análisis de la oferta busca como propósito determinar los lugares de establecimientos que tengan iguales o similares servicios, que serían la competencia para la hostería ecológica.

3.11.2. Oferta Actual

Para poder conocer la oferta actual obtuvimos información en el Ministerio de Turismo de Imbabura donde se conoce que hay 328 lugares de hospedaje a nivel de la provincia de Imbabura.

Tabla N° 33**Oferta Actual**

Año	Competencia similares	Nro. de asistentes
2015	Hosterías de Imbabura	18040

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.11.3. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se la ejecutara de una manera exponencial que es el modelo de crecimiento de la población turística, conociendo que la tasa de crecimiento del PIB del año 2015, la cual es de 0.064%.

Tabla N° 34**Proyección de la oferta**

Año	Oferentes
2015	18040
2016	19195
2017	20423
2018	21730
2019	23121
2020	24601

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.12. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se la tendrá del balance de oferta y demanda, con la ayuda de la información que se obtuvo en la realización de las encuestas aplicadas a los posibles o potenciales clientes y la encuesta a los dueños o administradores de las hosterías similares de la comunidad de Zuleta.

Tabla N° 35**Balance de oferta y demanda**

Año	Oferta	Demanda	Demanda	
			insatisfecha	
2016	19195	102633	83439	
2017	20423	109202	88779	
2018	21730	116191	94461	
2019	23121	123627	100506	
2020	24601	131539	106939	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

De acuerdo a esta comparación se puede terminar que si hay un mercado insatisfecho al cual podemos llegar

3.13 Identificación Del Precio**3.13.1 Análisis del Precio**

El análisis del precio busca como propósito ser competente e ir a la par con los precios que tiene el mercado.

3.13.2. Precio

El precio lo hemos promediado en base a los precios en el mercado:

Tabla N° 36**Precio**

Servicio	Hostería		
	Comunitaria Zuleta	Hostería Carmelita	Hostería Sandoval
Alojamiento	25	22	25
Restaurante	15	12	13,5
Tours por la zona	20	0	18
Total	60	34	56,5
Promedio	50,17		

Elaborado por: La autora

3.14. Estrategias de comercialización

3.14.1. Estrategias de servicio

La Hostería Ecológica Zuleta, instalara su infraestructura con todos los servicios expuestos para la distracción y el descanso pleno de los huéspedes. En cuanto al personal de la hostería será altamente calificado para que brinden el mejor servicio de calidad. Para hacer más llamativo nuestra Hostería Ecológica utilizaremos más estrategias como:

- Tener siempre a disposición artículos necesario para el huésped
- Ofrecer servicios de valor añadido que otras hosterías de la zona no ofrezcan, como servicio a la habitación.
- Tener una base de datos de los clientes, para poder estar en contacto con ellos y ofrecerles promociones o descuentos por ser clientes leales
- Contar con una página web donde exista toda nuestra información de las instalación y servicios que se brindan, promociones, descuentos y los precios de cada uno de nuestros servicios

3.14.2. Estrategia de precio

Las estrategias de precio son muy importantes ya que es un aspecto importante para los huéspedes al momento de elegir en donde hospedarse, las siguientes estrategias son:

- Basarnos en los precios de la competencia, que sean similares sin que afecte nuestro beneficio.
- Acumulación de puntos por consumir más servicios a cambio de un beneficio o artículo.
- El precio disminuirá cuando el grupo de huéspedes sea mayo de 8 personas.

3.14.3. Estrategia de Plaza

La estrategia de plaza para la Hostería Ecológica en Zuleta es:

- Canal directo: Que los huéspedes puedan visitar las instalaciones, para poder observar y puedan conocerlas y que puedan tener la información pertinente.
- Canal indirecto: para que los huéspedes puedan conocer los servicios que se brindan sería por medio de intermediarios turísticos como: agencias de turismo, instituciones públicas (Departamento de turismo) y privadas (locales turísticos).

3.14.4. Estrategia de Promoción

La estrategia de promoción nos ayuda a nuestra hostería a que sea conocida, sus beneficios y su ubicación. Utilizaremos las siguientes estrategias:

- La publicidad, la que nos ayudara a que conozcan o sepan de nuestra Hostería Ecológica por medio de la publicidad contratada como cuñas en las principales radios, publicidad en internet (paginas sociales) y hojas volantes.

3.15. Conclusiones del estudio de mercado

- En cuanto a la demanda pudimos observar que si se existe en una cantidad alta, ya que los turistas buscan hospedarse en lugares diferentes adecuados para descansar, relajarse y salir de la monotonía de la ciudad.
- En la oferta observamos que no existe demasiada competencia en la comunidad de Zuleta, lo que nos beneficia para poder brindar el mejor de los servicios y que escojan nuestra hostería.

- Al investigar los precios de la competencia, nos damos cuenta que son precios accesibles para los huéspedes, que están en un nivel medio ni muy bajo ni muy alto, los cuales tomamos como referencia para poder establecer nuestros precios y sea competitivos.
- Además se ha considerado las estrategias comerciales para que elijan nuestra hostería ecológica cumpliendo siempre la satisfacción los huéspedes en su totalidad.
- Finalmente concluyo que una hostería ecológica en la comunidad de Zuleta, tendría gran aceptación ya que se brinda buenos servicios con cómodos precios y brindarle una experiencia única al conocer los principales atractivos de esta comuna.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Presentación

El presente capítulo nos ayuda a conocer los aspectos técnicos necesarios, en los recursos que sean necesarios para la ejecución del proyecto, por lo que comenzaremos analizar la localización, tamaño, distribución de las instalaciones, materia prima, mano de obra, maquinaria necesaria e inversiones del proyecto.

En el Estudio Técnico es importante ya que nos ayuda a saber si nuestro proyecto es técnicamente factible o no, esto podemos analizar mediante la información de los factores productivos.

4.2. Objetivos del Estudio Técnico

4.2.1. Objetivo General

Ejecutar el estudio técnico para lograr determinar la macro y micro localización, ingeniería del proyecto, inversiones para la ejecución del proyecto.

4.2.2. Objetivos Específicos

- Determinar la localización más conveniente para el proyecto, dentro de los parámetros de macro y micro localización, obteniendo así el mejor y mayor beneficio.
- Establecer el tamaño del proyecto, en base a factores como la inversión, la demanda entre otros.
- Determinar la distribución de las instalaciones para el proyecto.

- Crear un proceso de actividades, para otorgar los mejores servicios a todos los clientes<

4.3. Localización del proyecto

Establecemos la mejor ubicación para el proyecto, determinando la macro y micro localización, pudiendo minimizar costos para obtener el máximo beneficio posible.

4.3.1. Macro Localización

1. Variables de la macro localización del proyecto

- Geografía

2. Indicadores de la macro localización del proyecto

- Continente
- País
- Provincia
- Cantón

3. Análisis de los indicadores

- **Continente.-** EL proyecto se va a encontrar en el continente americano.
- **País.-** La hostería ecológica estará ubicada en Ecuador, el cual limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú y al oeste con el océano Pacífico.
- **Provincia.-** El proyecto estará ubicado en una de las provincias del norte del país, es decir la provincia de Imbabura, la cual limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

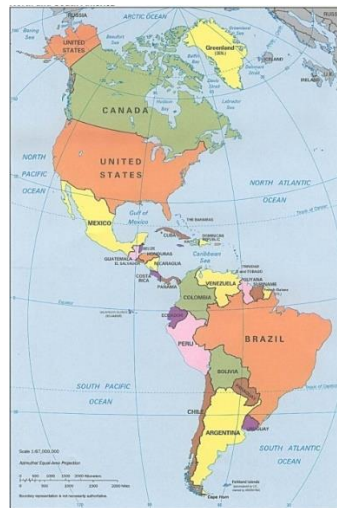
- **Cantón.-** En el cantón en el cual se situara el proyecto es en el cantón de Ibarra, el cual limita al norte con la provincia del Carchi, al oeste con los cantones de Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha.

4. Mapas de macro localización

- Continente

Figura N° 23

América



- País

Figura N° 24

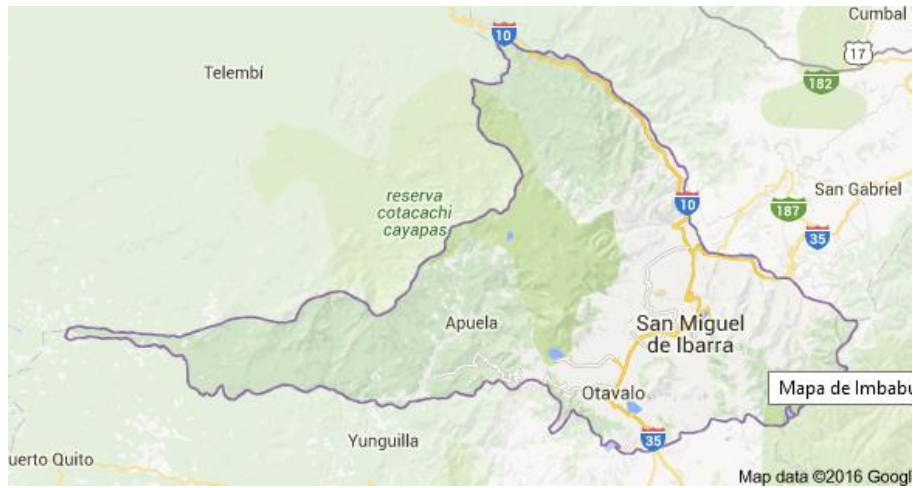
Ecuador



- Provincia

Figura N° 25

Imbabura



- Cantón

Figura N° 26

Ibarra



4.3.2. Micro Localización

El micro localización nos ayuda a determinar el lugar exacto en donde estará ubicada la Hostería Ecológica.

La cual hemos determinado que sería ideal situarla en:

Cantón: Ibarra

Parroquia: Angochagua

Comunidad: Zuleta

1. Variables del micro localización del proyecto

- Terreno
- Disponibilidad de servicios básicos
- Competencia
- Vías
- Medios de transporte

Tabla N° 37

Matriz De Microlocalización

Variable	Ponderación	Calificación
Terreno	10	9
Disponibilidad de servicios básicos	10	8
Competencia	10	7
Vías de acceso	10	10
Medios de transporte	10	8
Clima	10	8
TOTAL	60	50

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

De las variables en la matriz de micro localización según a la calificación de 51 sobre 60 de puntuación se considera apropiada la ubicación donde se implementará el proyecto.

2. Análisis de las variables

- **Terreno.-** Para la creación de la hostería ecológica se cuenta con un terreno propio en la parte medio alto de la comunidad de Zuleta.
- **Disponibilidad de servicios básicos.-** El área en donde se encuentra el terreno cuenta con los principales servicios como lo es el agua potable, alcantarillado, energía eléctrica.
- **Competencia.-** Las principales competencias dentro de la comunidad son las pequeñas casas de alojamiento con las que están asociadas a la hostería de la comunidad.
- **Vías.-** Las vías de acceso para llegar a la comunidad son de primer orden, se encuentran en perfectas condiciones ya que fue asfaltado el año pasado (2015).
- **Medios de transporte.-** Se cuenta con cooperativas de buses las cuales llega hasta la calle principal de la comunidad, este medio de transporte sale desde la ciudad de Ibarra cada hora, en cuanto a la llegada hacia la hostería, en la comunidad de Zuleta existe camionetas de alquiler para la transportación dentro de toda la comunidad.

4.4. Ingeniería del Proyecto

En este punto del estudio técnico se da a conocer los recursos del proyecto necesarios para el funcionamiento, con la ayuda de terceros, que son las asesorías, la maquinaria, tecnología, personal entre otros.

1. Variables de la ingeniería del proyecto

- Inversión
- Mercado
- Capital disponible
- Materia prima e insumos disponibles

2. Análisis de las Variables del tamaño del proyecto

- **Inversión.-** Para llevar a cabo este proyecto se recurrirá a la obtención de un préstamo, el cual se investigara en las entidades financieras, las tasas de interés y el tiempo en el cual debemos pagarlo.
- **Mercado.-** Al haber realizado el estudio de mercado en el anterior capitulo, se comprueba que si existe turistas que desean o asistirían a la Hostería Ecológica situada en la comunidad de Zuleta.
- **Capital disponible.-** Se debe contar con una cantidad de capital, para gastos no previstos e inevitables que se deberán ejecutar en el momento.
- **Materia prima e insumos disponibles.-** Son los productos que se van a utilizar para la elaboración y utilización en lo que corresponde al servicio de restaurante de la hostería.

3. Distribución de las áreas

Para la distribución de la planta se tomó en cuenta las áreas necesarias para una hostería, en donde podamos realizar las actividades productivas, económicas y de turismo con las medidas necesarias de seguridad para los turistas y personal que va a elaborar en la hostería. La Hostería construida será de 5000 m², será distribuida de la siguiente manera:

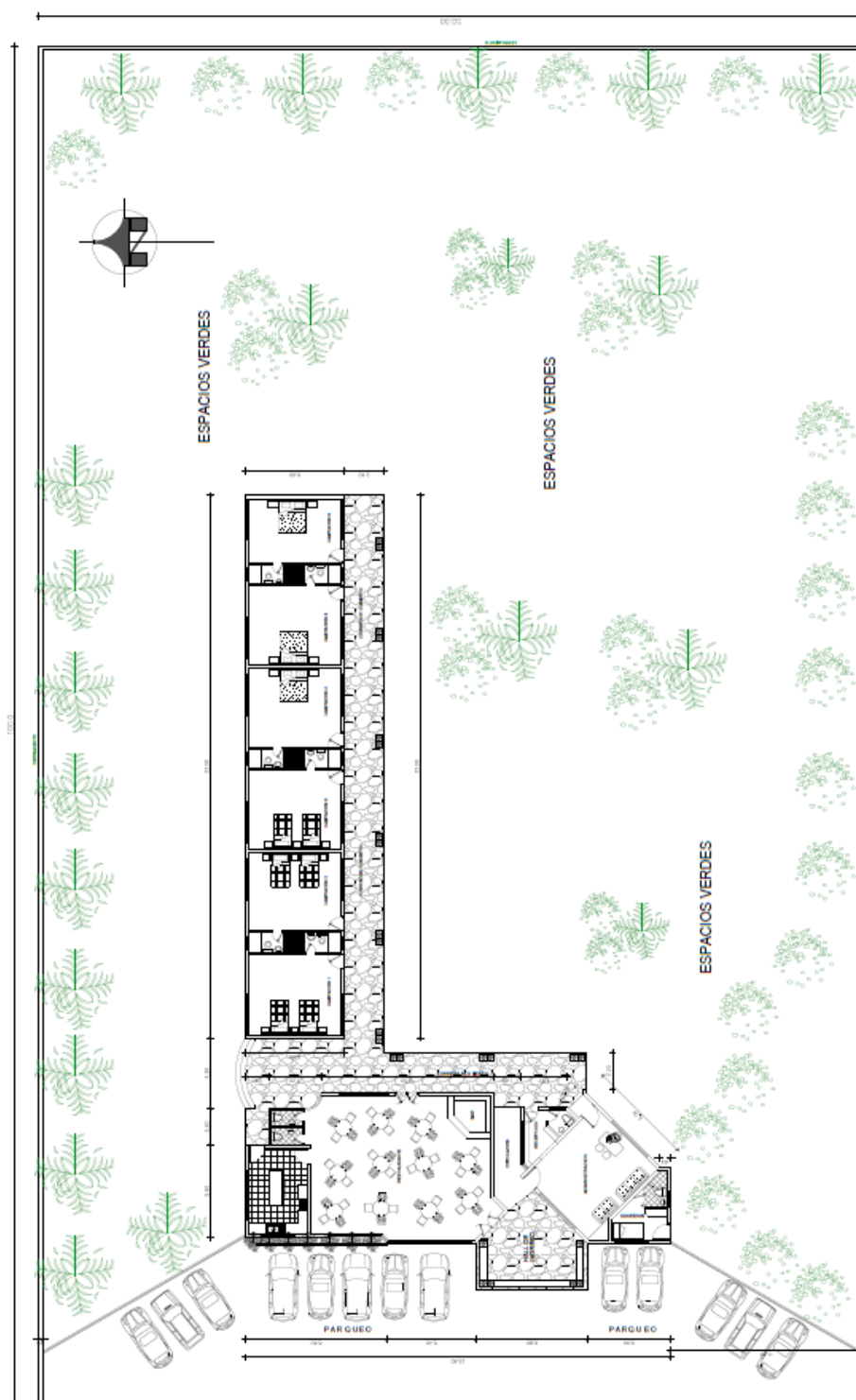
- ✓ Área Administrativa
- ✓ Área de alojamiento
- ✓ Área de restaurante
- ✓ Área de recepción
- ✓ Área recreativa
- ✓ Parqueadero
- **Capacidad Instalada.-** La capacidad instalada está dividida por las siguiente forma:

- ✓ **Área Administrativa.-** Se asignara un cuarto en el cual se realizara actividades admirativas que realizara el gerente y contador con un tamaño de 40 m2
- ✓ **Área de alojamiento.-** Al principio se contara con un número de 6 habitaciones, con una capacidad para hospedarse 30 personas aproximadamente. En una área de 1200 m2
- ✓ **Área de restaurante.-** Esta área contara con un cuarto de cocina, y un cuarto con un espacio doble para servir los alimentos, para una capacidad de 30 personas, en un tamaño de 500 m2
- ✓ **Área de recepción.-** El área de recepción se situara en la parte delantera baja de la hostería, en donde se recibirá a los huéspedes y se les brindara toda la información necesaria, en una área de 60 m2
- ✓ **Área recreativa.-** El espacio para esta área, será un área verde en donde los huéspedes pueden realizar múltiples actividades, como un picnic, jugar con pelotas, leer, entre otras.
- ✓ **Parqueadero.-** El área de parqueadero estará situada a un lado de la hostería, con capacidad para 15 vehículos, en una área de 1000 m2

4.5. Diseño de la planta

Figura N° 27

Diseño de la planta



Fuente: Ingeniero Civil
Elaborado por: Arq. Víctor Játiva

4.6. Diagrama de procesos

4.6.1. Proceso del servicio de hospedaje

Figura N° 28

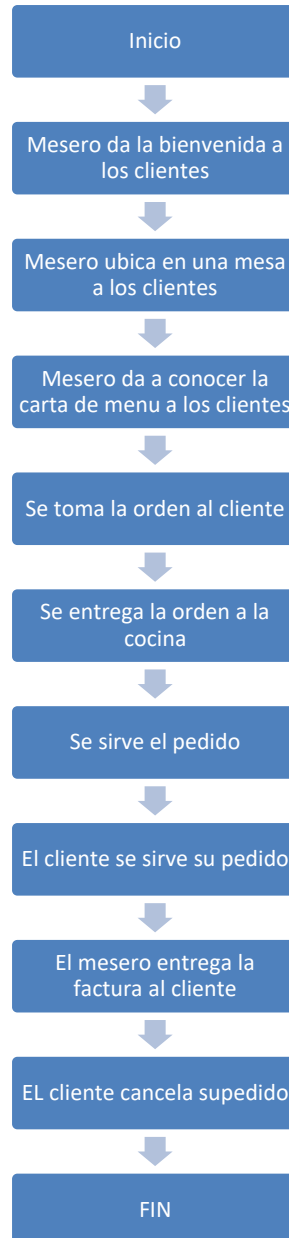
Proceso del servicio de hospedaje



4.6.2. Proceso de venta del servicio de restaurante

Figura N° 29

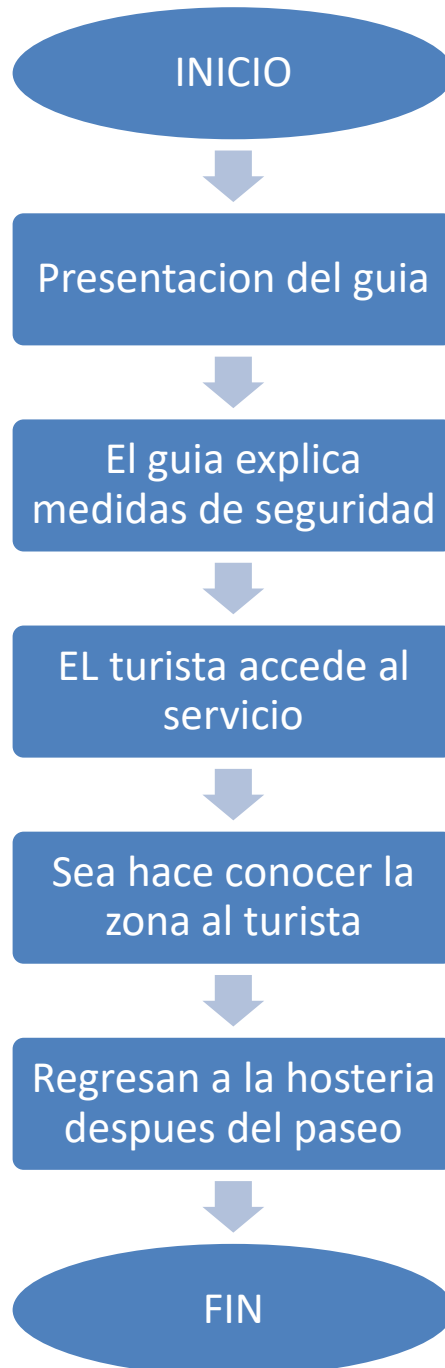
Proceso de venta del servicio de restaurante



4.6.3. Proceso de servicio de tour por la zona

Figura N° 30

Proceso de servicio de tour por la zona



4.7. Inversiones del proyecto

4.7.1. Inversiones fijas

Para realizar el proyecto debemos saber las inversiones en todos los equipos, maquinarias, muebles, enseres y menaje necesario para la hostería ecológica.

TERRENO

Tabla N° 38

Terreno

Detalle	m2	valor m2	Valor total
Terreno	5000	\$ 6,00	\$ 30.000,00
Total			\$ 30.000,00

Fuente: Avalúos y Catastros del Municipio de Ibarra
Elaborado por: La Autora

INFRAESTRUCTURA CIVIL

Tabla N° 39

Infraestructura Civil

Detalle	m2	Cantidad	Total
Área de alojamiento	1200	\$ 100,00	\$ 120.000,00
Área Administrativa	40	\$ 90,00	\$ 3.600,00
Área de restaurante	500	\$ 120,00	\$ 60.000,00
Área de recepción	60	\$ 90,00	\$ 5.400,00
Área recreativa	2200	\$ 40,00	\$ 88.000,00
Parqueadero	1000	\$ 15,00	\$ 15.000,00
Total	5000		\$ 292.000,00

Fuente: Arq. Víctor Játiva
Elaborado por: La Autora

VEHICULO**Tabla N° 40****Vehículo**

Detalle	Cant	valor	Valor total
Vehículo	1	\$ 15.000,00	\$ 10.000,00
	Total		\$ 10.000,00

Fuente: Patio de venta de vehículos
Elaborado por: La Autora

EQUIPO DE COMPUTACION**Tabla N° 41****Equipo de computación**

Detalle	Cantidad	Valor	Valor total
Computadora		1 \$ 350,00	\$ 350,00
Impresora		1 \$ 65,00	\$ 65,00
Teléfono		2 \$ 25,00	\$ 50,00
	Total		\$ 465,00

Fuente: Word Computers
Elaborado por: La Autora

MAQUINARIA Y EQUIPO

Tabla N° 42

Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Valor	Valor total
Equipo para la Cocina y Restaurante			
Cocina industrial	1	\$ 145,00	\$ 145,00
Refrigerador	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Congelador	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Cafetera	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Licadora	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Microondas	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Batidora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Tanque de gas	3	\$ 55,00	\$ 165,00
Ollas grandes	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Ollas medianas	6	\$ 45,00	\$ 270,00
Ollas pequeñas	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Juego de cucharones	3	\$ 10,00	\$ 30,00
Sartenes pequeños	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Sartenes Grande	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Total			\$ 2.490,00
Equipo para las habitaciones			
Televisión	7	\$ 320,00	\$ 2.240,00
Equipo de sonido	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Total			\$ 2.640,00
Equipo para aseo			
Lavadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Escobas	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Aspiradora	2	\$ 120,00	\$ 240,00
Recogedor	6	\$ 1,00	\$ 6,00
Trapeador	6	\$ 2,80	\$ 16,80
Basureros pequeños	10	\$ 3,00	\$ 30,00
Basureros grandes	5	\$ 12,00	\$ 60,00
Total			\$ 1.164,80
Equipo de SS.HH			
Dispensadores de papel	7	\$ 12,00	\$ 84,00
Dispensadores de Jabón	7	\$ 7,00	\$ 49,00
Calefón	6	\$ 300,00	\$ 1.800,00
Total			\$ 1.933,00
Equipo de incendios			
Extintor de incendio	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Total			\$ 40,00
Total maquinaria y equipo			\$ 8.267,80

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

MUEBLES Y ENSERES

Tabla N° 43

Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	valor	Valor total
Muebles y enseres para el área administrativa			
Escritorio	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Sillas	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Archivador	1	\$ 40,00	\$ 40,00
total			\$ 200,00
Muebles y enseres para el área operativa			
Comedor 4 personas	4	\$ 220,00	\$ 880,00
Comedor 6 personas	3	\$ 300,00	\$ 900,00
Mesa de acero para cocina	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Juego de sala	1	\$ 720,00	\$ 720,00
Cama 2 plazas	15	\$ 150,00	\$ 2.250,00
cama 1.5 plaza	15	\$ 110,00	\$ 1.650,00
Colchón 2 plazas	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Colchón 1.5 plaza	8	\$ 100,00	\$ 800,00
Veladores	6	\$ 15,00	\$ 90,00
total			\$ 7.640,00
Total Muebles y enseres			\$ 7.840,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

MENAJE**Tabla N° 44****Menaje**

Detalle	Cantidad	valor	Valor total
Menaje Restaurante y cocina			
Individuales	30	\$ 1,00	\$ 30,00
Tasas	30	\$ 0,60	\$ 18,00
Platos hondos	30	\$ 1,10	\$ 33,00
Platos planos	30	\$ 1,10	\$ 33,00
Platos para base de tazas	30	\$ 0,80	\$ 24,00
Platos pequeños	30	\$ 0,60	\$ 18,00
Cucharas	50	\$ 0,25	\$ 12,50
Cucharillas	50	\$ 0,25	\$ 12,50
Trinches	50	\$ 0,25	\$ 12,50
Cuchillos	50	\$ 0,25	\$ 12,50
Reposteros pequeños	50	\$ 0,60	\$ 30,00
Vasos	30	\$ 0,50	\$ 15,00
Charoles	5	\$ 5,50	\$ 27,50
Saleros	30	\$ 0,80	\$ 24,00
Total			\$ 302,50
Menaje Habitaciones			
Juego de sábanas 2 plazas	12	\$ 32,00	\$ 384,00
Juego de sábanas 1,5 plaza	24	\$ 30,00	\$ 720,00
Cobijas de algodón	48	\$ 25,00	\$ 1.200,00
Cobertor 2 plazas	12	\$ 40,00	\$ 480,00
cobertor 1,5 plaza	24	\$ 40,00	\$ 960,00
Cortinas	12	\$ 25,00	\$ 300,00
Almohadas	30	\$ 3,25	\$ 97,50
Toallas	50	\$ 6,00	\$ 300,00
Espejos para el cuarto de baño	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Total			\$ 4.477,50
Total Menaje			\$ 4.780,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: La Autora

RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA

Tabla N° 45

Resumen de la inversión fija

Resumen Activos fijos	Valor total
Infraestructura Civil	\$ 292.000,00
Terreno	\$ 30.000,00
Vehículo	\$ 10.000,00
Maquinaria y equipo	\$ 8.267,80
Equipo de computación	\$ 465,00
Muebles y enseres	\$ 7.840,00
Menaje	\$ 4.780,00
Total	\$ 353.352,80

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.7.2. Inversiones diferidas

Tabla N° 46

Inversiones diferidas

Resumen Activos Diferidos	Valor total
RUC	\$ -
Patente Municipal	\$ 500,00
Licencia de funcionamiento	\$ 380,00
Registro Sanitario (MSP)	\$ 125,00
Permiso de Bomberos	\$ 80,00
Permisos Ambientales	\$ 200,00
Registro Ministerio de turismo	\$ 500,00
Nombramiento representante legal	\$ 50,00
Constitución	\$ 600,00
Total	\$ 2.435,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.7.3. Materia Prima

Tabla N° 47

Materia prima

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Verduras y Legumbres				
TOMATE RINON	1	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 144,00
AJO	2	\$ 1,00	\$ 2,00	\$ 24,00
BROCOLI	8	\$ 0,50	\$ 4,00	\$ 48,00
LECHUGA	10	\$ 0,33	\$ 3,30	\$ 39,60
VAINITA	8	\$ 0,50	\$ 4,00	\$ 48,00
ZANAHORIA	10	\$ 0,50	\$ 5,00	\$ 60,00
PIMIENTO	10	\$ 0,50	\$ 5,00	\$ 60,00
AJI	15	\$ 0,50	\$ 7,50	\$ 90,00
ACELGA	10	\$ 0,50	\$ 5,00	\$ 60,00
CILANTRO	10	\$ 0,25	\$ 2,50	\$ 30,00
APIO	10	\$ 0,25	\$ 2,50	\$ 30,00
PEREJIL	10	\$ 0,25	\$ 2,50	\$ 30,00
CEBOLLA PAITENA	20	\$ 0,50	\$ 10,00	\$ 120,00
CEBOLLA BLANCA	20	\$ 0,75	\$ 15,00	\$ 180,00
SUBTOTAL			\$ 80,30	\$ 963,60
TOMATE DE ARBOL	20	\$ 1,00	\$ 20,00	\$ 240,00
MORA	20	\$ 1,00	\$ 20,00	\$ 240,00
NARANJILLA	60	\$ 1,00	\$ 60,00	\$ 720,00
PINA	5	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 60,00
PAPAYA	5	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 60,00
LIMON	25	\$ 1,00	\$ 25,00	\$ 300,00
NARANJA	25	\$ 1,00	\$ 25,00	\$ 300,00
GUANABANA	25	\$ 1,00	\$ 25,00	\$ 300,00
SUBTOTAL			\$ 185,00	\$ 2.220,00
PAPA CHOLA	1	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 192,00
FREJOL SECO	12	\$ 0,60	\$ 7,20	\$ 86,40
ARVEJA	8	\$ 1,00	\$ 8,00	\$ 96,00
LENTEJA	8	\$ 0,80	\$ 6,40	\$ 76,80
CHOCLO	8	\$ 1,00	\$ 8,00	\$ 96,00
SUBTOTAL			\$ 45,60	\$ 547,20
Carnes				
POLLO	50	\$ 1,30	\$ 65,00	\$ 780,00
CARNE DE CERDO	55	\$ 2,50	\$ 137,50	\$ 1.650,00
CARNE DE RES	35	\$ 2,50	\$ 87,50	\$ 1.050,00

CHULETAS	30	\$ 2,50	\$ 75,00	\$ 900,00
SALCHICHAS	20	\$ 3,00	\$ 60,00	\$ 720,00
MORTADELA	60	\$ 1,25	\$ 75,00	\$ 900,00
SUBTOTAL			\$ 500,00	\$ 6.000,00
LECHE	30	\$ 0,80	\$ 24,00	\$ 288,00
HUEVOS	10	\$ 3,20	\$ 32,00	\$ 384,00
CONDIMENTOS	10	\$ 0,75	\$ 7,50	\$ 90,00
CAFÉ	5	\$ 6,00	\$ 30,00	\$ 360,00
AZUCAR	1	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 420,00
PAN	300	\$ 0,15	\$ 45,00	\$ 540,00
MANTEQUILLA	2	\$ 2,70	\$ 5,40	\$ 64,80
MERMELADA	4	\$ 3,00	\$ 12,00	\$ 144,00
SUBTOTAL			\$ 190,90	\$ 2.290,80
	Total		\$ 1.001,80	\$ 12.021,60

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.7.4. Mano de obra

Tabla N° 48

Mano de Obra Directa

Sueldos Operativos	Nro.	Sueldo mensual	Sueldo Anual	Aporte patronal (12,15%)	Aporte Personal (0,35%)	Décimo cuarto	Décimo tercero	Fondos de reserva	Total
Cocinero	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 583,20	\$ 449,28	\$ 364,00	\$ 400,00	\$ 33,32	\$ 6.629,80
Ayudante de cocina	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 533,63	\$ 411,09	\$ 364,00	\$ 366,00	\$ 30,49	\$ 6.097,21
Mesero	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 533,63	\$ 411,09	\$ 364,00	\$ 366,00	\$ 30,49	\$ 6.097,21
Guía turística	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 533,63	\$ 411,09	\$ 364,00	\$ 366,00	\$ 30,49	\$ 6.097,21
Camarera de Habitación	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 533,63	\$ 411,09	\$ 364,00	\$ 366,00	\$ 30,49	\$ 6.097,21
Total	5	\$ 1.864,00	\$ 22.368,00	\$ 2.717,71	\$ 2.093,64	\$ 1.820,00	\$ 1.864,00	\$ 155,27	\$ 31.018,63

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 49

Mano de Obra Indirecta

Sueldos Administrativos	Sueldo mensual	Sueldo Anual	Aporte patronal (12,15%)	Aporte Personal (9,35%)	Décimo cuarto	Décimo tercero	Fondos de reserva	Total
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Gerente	450,00	5.400,00	656,10	505,44	364,00	450,00	37,49	7.413,03
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Contadora	366,00	4.392,00	533,63	411,09	364,00	366,00	30,49	6.097,21
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Recepcionista	366,00	4.392,00	533,63	411,09	364,00	366,00	30,49	6.097,21
	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total	1.182,00	14.184,00	1.723,36	1.327,62	1.092,00	1.182,00	98,46	19.607,44

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.7.5. Costos Indirectos

Tabla N° 50

Operativos

Operativo		
Descripción	Costo mensual	Costo Anual
Agua	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Luz	\$ 80,00	\$ 960,00
Gas	\$ 30,00	\$ 360,00
Teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00
Internet	\$ 40,00	\$ 480,00
Cable	\$ 25,00	\$ 300,00
Combustible	\$ 80,00	\$ 960,00
Total	\$ 400,00	\$ 4.800,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 51

Administrativos

Administrativo		
Descripción	Costo mensual	Costo Anual
Luz	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua	\$ 6,00	\$ 72,00
Teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00
Internet	\$ 20,00	\$ 240,00
Total	\$ 71,00	\$ 852,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.7.6. Gastos de ventas

Tabla N° 52

Gastos de ventas

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Página Web	1	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00
Publicidad				
Prensa	4	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Trípticos	200	\$ 0,35	\$ 70,00	\$ 840,00
Total			\$ 160,00	\$ 1.590,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.7.7. Capital de trabajo

Tabla N° 53

Capital de trabajo

Descripción	Valor mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 1.001,80	\$ 12.021,60
MOD	\$ 2.584,89	\$ 31.018,63
CIF	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Mant Maquinaria	\$ 172,25	\$ 2.066,95
Mant. Vehículo	\$ 166,67	\$ 2.000,00
Reposición de Menaje	\$ 59,75	\$ 717,00
Gastos Administrativos		
Sueldos Administrativos	\$ 1.633,95	\$ 19.607,44
CIF Administrativos	\$ 71,00	\$ 852,00
Gasto de Ventas		
Publicidad	\$ 132,50	\$ 1.590,00
Total	\$ 6.222,80	\$ 74.673,62
	\$ 18.668,40	

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

4.8. Financiamiento

EL financiamiento es una de las partes más importantes para la ejecución del proyecto, ya que con esta se puede realizar lo investigado.

Tabla N° 54

Inversión

Detalle		Valor
Activos Fijos	\$	353.352,80
Capital de trabajo	\$	18.668,40
Activos Diferidos	\$	2.435,00
Total de la Inversión	\$	374.456,20

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 55

Financiamiento

Financiamiento		Valor	Porcentaje
Capital Propio	\$	154.456,20	41%
Capital Financiado	\$	220.000,00	59%
Total	\$	374.456,20	100%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Se detallara la tabla de amortización del crédito que se lo va a realizar en la Corporación Financiera Nacional, esta entidad financiera ayuda a este tipo de proyectos productivos para que se los pueda ejecutar, nos prestarían aproximadamente el 59% de la inversión requerida que sería un monto de \$220.000,00 a una tasa anual del 11.02%, es decir una tasa mensual de 0.9183% en un periodo de 60

Tabla N° 56

Amortización del crédito

Cuota	Inicial	Interés	Cuota	Amortización	Final
0					\$ 220.000,00
1	\$ 220.000,00	\$ 2.020,33	\$ 4.785,53	\$ 2.765,19	\$ 217.234,81
2	\$ 217.234,81	\$ 1.994,94	\$ 4.785,53	\$ 2.790,59	\$ 214.444,22
3	\$ 214.444,22	\$ 1.969,31	\$ 4.785,53	\$ 2.816,21	\$ 211.628,01
4	\$ 211.628,01	\$ 1.943,45	\$ 4.785,53	\$ 2.842,08	\$ 208.785,93
5	\$ 208.785,93	\$ 1.917,35	\$ 4.785,53	\$ 2.868,18	\$ 205.917,75
6	\$ 205.917,75	\$ 1.891,01	\$ 4.785,53	\$ 2.894,52	\$ 203.023,23
7	\$ 203.023,23	\$ 1.864,43	\$ 4.785,53	\$ 2.921,10	\$ 200.102,14
8	\$ 200.102,14	\$ 1.837,60	\$ 4.785,53	\$ 2.947,92	\$ 197.154,21
9	\$ 197.154,21	\$ 1.810,53	\$ 4.785,53	\$ 2.974,99	\$ 194.179,22
10	\$ 194.179,22	\$ 1.783,21	\$ 4.785,53	\$ 3.002,32	\$ 191.176,90
11	\$ 191.176,90	\$ 1.755,64	\$ 4.785,53	\$ 3.029,89	\$ 188.147,02
12	\$ 188.147,02	\$ 1.727,82	\$ 4.785,53	\$ 3.057,71	\$ 185.089,31
13	\$ 185.089,31	\$ 1.699,74	\$ 4.785,53	\$ 3.085,79	\$ 182.003,52
14	\$ 182.003,52	\$ 1.671,40	\$ 4.785,53	\$ 3.114,13	\$ 178.889,39
15	\$ 178.889,39	\$ 1.642,80	\$ 4.785,53	\$ 3.142,73	\$ 175.746,66
16	\$ 175.746,66	\$ 1.613,94	\$ 4.785,53	\$ 3.171,59	\$ 172.575,07
17	\$ 172.575,07	\$ 1.584,81	\$ 4.785,53	\$ 3.200,71	\$ 169.374,36
18	\$ 169.374,36	\$ 1.555,42	\$ 4.785,53	\$ 3.230,11	\$ 166.144,25
19	\$ 166.144,25	\$ 1.525,76	\$ 4.785,53	\$ 3.259,77	\$ 162.884,48
20	\$ 162.884,48	\$ 1.495,82	\$ 4.785,53	\$ 3.289,71	\$ 159.594,78
21	\$ 159.594,78	\$ 1.465,61	\$ 4.785,53	\$ 3.319,92	\$ 156.274,86
22	\$	\$	\$	\$	\$

	156.274,86	1.435,12	4.785,53	3.350,40	152.924,46
	\$	\$	\$	\$	\$
23	152.924,46	1.404,36	4.785,53	3.381,17	149.543,29
	\$	\$	\$	\$	\$
24	149.543,29	1.373,31	4.785,53	3.412,22	146.131,06
	\$	\$	\$	\$	\$
25	146.131,06	1.341,97	4.785,53	3.443,56	142.687,51
	\$	\$	\$	\$	\$
26	142.687,51	1.310,35	4.785,53	3.475,18	139.212,33
	\$	\$	\$	\$	\$
27	139.212,33	1.278,43	4.785,53	3.507,09	135.705,23
	\$	\$	\$	\$	\$
28	135.705,23	1.246,23	4.785,53	3.539,30	132.165,93
	\$	\$	\$	\$	\$
29	132.165,93	1.213,72	4.785,53	3.571,80	128.594,13
	\$	\$	\$	\$	\$
30	128.594,13	1.180,92	4.785,53	3.604,61	124.989,52
	\$	\$	\$	\$	\$
31	124.989,52	1.147,82	4.785,53	3.637,71	121.351,81
	\$	\$	\$	\$	\$
32	121.351,81	1.114,41	4.785,53	3.671,11	117.680,70
	\$	\$	\$	\$	\$
33	117.680,70	1.080,70	4.785,53	3.704,83	113.975,87
	\$	\$	\$	\$	\$
34	113.975,87	1.046,68	4.785,53	3.738,85	110.237,02
	\$	\$	\$	\$	\$
35	110.237,02	1.012,34	4.785,53	3.773,18	106.463,84
	\$	\$	\$	\$	\$
36	106.463,84	977,69	4.785,53	3.807,83	102.656,01
	\$	\$	\$	\$	\$
37	102.656,01	942,72	4.785,53	3.842,80	98.813,20
	\$	\$	\$	\$	\$
38	98.813,20	907,43	4.785,53	3.878,09	94.935,11
	\$	\$	\$	\$	\$
39	94.935,11	871,82	4.785,53	3.913,71	91.021,40
	\$	\$	\$	\$	\$
40	91.021,40	835,88	4.785,53	3.949,65	87.071,75
	\$	\$	\$	\$	\$
41	87.071,75	799,61	4.785,53	3.985,92	83.085,83
	\$	\$	\$	\$	\$
42	83.085,83	763,00	4.785,53	4.022,52	79.063,31
	\$	\$	\$	\$	\$
43	79.063,31	726,06	4.785,53	4.059,46	75.003,85
	\$	\$	\$	\$	\$
44	75.003,85	688,79	4.785,53	4.096,74	70.907,11
	\$	\$	\$	\$	\$
45	70.907,11	651,16	4.785,53	4.134,36	66.772,74
	\$	\$	\$	\$	\$
46	66.772,74	613,20	4.785,53	4.172,33	62.600,41

	\$	\$	\$	\$	\$
47	62.600,41	574,88	4.785,53	4.210,65	58.389,76
	\$	\$	\$	\$	\$
48	58.389,76	536,21	4.785,53	4.249,32	54.140,45
	\$	\$	\$	\$	\$
49	54.140,45	497,19	4.785,53	4.288,34	49.852,11
	\$	\$	\$	\$	\$
50	49.852,11	457,81	4.785,53	4.327,72	45.524,39
	\$	\$	\$	\$	\$
51	45.524,39	418,07	4.785,53	4.367,46	41.156,93
	\$	\$	\$	\$	\$
52	41.156,93	377,96	4.785,53	4.407,57	36.749,36
	\$	\$	\$	\$	\$
53	36.749,36	337,48	4.785,53	4.448,05	32.301,31
	\$	\$	\$	\$	\$
54	32.301,31	296,63	4.785,53	4.488,89	27.812,42
	\$	\$	\$	\$	\$
55	27.812,42	255,41	4.785,53	4.530,12	23.282,30
	\$	\$	\$	\$	\$
56	23.282,30	213,81	4.785,53	4.571,72	18.710,58
	\$	\$	\$	\$	\$
57	18.710,58	171,83	4.785,53	4.613,70	14.096,88
	\$	\$	\$	\$	\$
58	14.096,88	129,46	4.785,53	4.656,07	9.440,81
	\$	\$	\$	\$	\$
59	9.440,81	86,70	4.785,53	4.698,83	4.741,98
	\$	\$	\$	\$	\$
60	4.741,98	43,55	4.785,53	4.741,98	0,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo de estudio financiero se analizará y determinará si el proyecto es factible, sustentable, viable y rentable en el tiempo, a través de los indicadores económicos.

5.1. Presupuesto de ingreso

Para conocer el presupuesto de ingresos que se obtendrá en la Hostería Ecológica por los servicios que se va a brindar, se implementó paquetes, en donde el turista pueda elegir el que le conviene más. Con respecto a las proyecciones futuras se presupone un incremento del 3.38% del precio de acuerdo a la inflación anual en el año 2016 según el Banco Central del Ecuador.

Inflación que ha tenido en los últimos 5 años

Tabla N° 57

Tasa de inflación años anteriores

Tasa de inflación años anteriores	
Años	Inflación
2015	3,38%
2014	3,11%
2013	3,01%
2012	6,12%
2011	3,57%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 58**Presupuesto de ingreso**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad (personas)	4380	4660	4959	5276	5614
Precio	\$ 50,00	\$ 51,69	\$ 53,44	\$ 55,24	\$ 57,11
				\$	\$
Valor total	\$ 219.000,00	\$ 240.891,94	\$ 264.972,27	291.459,75	320.594,99

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.2. Presupuesto de costo y gasto**5.2.1. Costos Operativos**

Los costos operativos son todos los que están relacionados con la actividad económica, estos son costos directos e indirectos, como los que se mostrara a continuación:

MATERIA PRIMA

La materia prima en este caso se considera a todo material para la preparación de la comida en el restaurante, la materia prima se consideró según el número de turistas que adquirirán los servicios en la Hostería Ecológica al año.

Los costos de preparación del paquete que se brindaran en la hostería ecológica se establecerán a través de cada elemento que con lleva a preparar los mismos, que crecerá según la inflación del 3,38%

Tabla N° 59**Costo del paquete**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Cantidad de turistas	4.380	4.660	4.959	5.276	5.614
	\$	\$	\$	\$	\$
Costo del paquete unitario	14,30	14,79	15,29	15,80	16,34
	\$	\$	\$	\$	\$
Total	62.647,67	68.910,13	75.798,61	83.375,68	91.710,18

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

MANO DE OBRA DIRECTA

Los sueldos operativos es la paga de remuneraciones al personal que forma parte directa de los procesos en los servicios de la hostería, los cuales son un cocinero, ayudante de cocina, mesero, guía turístico y una camarera de habitación.

Tabla N° 60

Sueldo unificado MOD

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Cocinero	\$ 400,00	\$ 413,52	\$ 427,50	\$ 441,95	\$ 456,88
Ayudante de cocina	\$ 366,00	\$ 378,37	\$ 391,16	\$ 404,38	\$ 418,05
Mesero	\$ 366,00	\$ 378,37	\$ 391,16	\$ 404,38	\$ 418,05
Guía turística	\$ 366,00	\$ 378,37	\$ 391,16	\$ 404,38	\$ 418,05
Camarera de Habitación	\$ 366,00	\$ 378,37	\$ 391,16	\$ 404,38	\$ 418,05
Total Mensual	\$ 1.864,00	\$ 1.927,00	\$ 1.992,14	\$ 2.059,47	\$ 2.129,08
Total Anual	\$ 22.368,00	\$ 23.124,04	\$ 23.905,63	\$ 24.713,64	\$ 25.548,96

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 61

Proyección del costo total de mano de obra directa

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Salario Básico Unificado	\$ 22.368,00	\$ 23.124,04	\$ 23.905,63	\$ 24.713,64	\$ 25.548,96
Aporte Patronal	\$ 2.717,71	\$ 2.809,57	\$ 2.904,53	\$ 3.002,71	\$ 3.104,20
Fondos de reserva	-	\$ 1.926,23	\$ 1.991,34	\$ 2.058,65	\$ 2.128,23
Vacaciones	\$ 932,00	\$ 963,50	\$ 996,07	\$ 1.029,74	\$ 1.064,54
Décimo Tercero	\$ 1.864,00	\$ 1.927,00	\$ 1.992,14	\$ 2.059,47	\$ 2.129,08
Décimo Cuarto	\$ 1.864,00	\$ 1.927,00	\$ 1.992,14	\$ 2.059,47	\$ 2.129,08
Total Sueldos Operativos	\$ 29.745,71	\$ 32.677,35	\$ 33.781,84	\$ 34.923,67	\$ 36.104,09

COSTOS INDIRECTOS DE OPERACION

Los costos indirectos de operación son aquellos servicios que prestaran a la hostería, se tomara en cuenta el mismo porcentaje de inflación.

- **CIF**

Tabla N° 62

Proyección de CIF

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Agua	\$ 1.440,00	\$ 1.488,67	\$ 1.538,99	\$ 1.591,01	\$ 1.644,78
Luz	\$ 960,00	\$ 992,45	\$ 1.025,99	\$ 1.060,67	\$ 1.096,52
Gas	\$ 360,00	\$ 372,17	\$ 384,75	\$ 397,75	\$ 411,20
Teléfono	\$ 300,00	\$ 310,14	\$ 320,62	\$ 331,46	\$ 342,66
Internet	\$ 480,00	\$ 496,22	\$ 513,00	\$ 530,34	\$ 548,26
Cable	\$ 300,00	\$ 310,14	\$ 320,62	\$ 331,46	\$ 342,66
Combustible	\$ 960,00	\$ 992,45	\$ 1.025,99	\$ 1.060,67	\$ 1.096,52
Total	\$ 4.800,00	\$ 4.962,24	\$ 5.129,96	\$ 5.303,36	\$ 5.482,61

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- **Mantenimiento**

Tabla N° 63

Proyección de mantenimiento

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Mantenimiento de Maquinaria	\$ 166,67	\$ 172,30	\$ 178,12	\$ 184,14	\$ 190,37
Mantenimiento de Vehículo	\$ 59,75	\$ 61,77	\$ 63,86	\$ 66,02	\$ 68,25
Total	\$ 226,42	\$ 234,07	\$ 241,98	\$ 250,16	\$ 258,62

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- **Reposición de menaje**

Para saber la reposición del menaje se consideró el 15% del valor total de menaje.

Tabla N° 64**Proyección de reposición de menaje**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Reposición de menaje	\$ 717,00	\$ 741,23	\$ 766,29	\$ 792,19	\$ 818,96
Total	\$ 717,00	\$ 741,23	\$ 766,29	\$ 792,19	\$ 818,96

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- **Resumen de costos operativos**

Tabla N° 65**Resumen de costos operativos**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima	\$ 62.647,67	\$ 64.765,16	\$ 66.954,22	\$ 69.217,27	\$ 71.556,82
Mano de Obra Directa	\$ 29.745,71	\$ 30.751,12	\$ 31.790,50	\$ 32.865,02	\$ 33.975,86
CIF	\$ 4.800,00	\$ 4.962,24	\$ 5.129,96	\$ 5.303,36	\$ 5.482,61
	\$	\$	\$	\$	\$
Mantenimiento	226,42	234,07	241,98	250,16	258,62
	\$	\$	\$	\$	\$
Reposición de menaje	717,00	741,23	766,29	792,19	818,96
TOTAL	\$ 98.136,80	\$ 101.453,82	\$ 104.882,96	\$ 108.428,00	\$ 112.092,87

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Los costos operativos para el primer año en funcionamiento son de \$98,136.80

5.2.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son todos aquellos flujos de dinero que se los realiza por concepto de administración dentro de la Hostería, los cuales proyectaremos con la tasa de inflación de 3.38%.

- **Sueldos Administrativos**

Tabla N° 66**Sueldos unificados administrativos**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Gerente	\$ 450,00	\$ 465,21	\$ 480,93	\$ 497,19	\$ 513,99
Contadora	\$ 366,00	\$ 378,37	\$ 391,16	\$ 404,38	\$ 418,05
Recepcionista	\$ 366,00	\$ 378,37	\$ 391,16	\$ 404,38	\$ 418,05
Mensual	\$ 1.182,00	\$ 1.221,95	\$ 1.263,25	\$ 1.305,95	\$ 1.350,09
Anual	\$ 14.184,00	\$ 14.663,42	\$ 15.159,04	\$ 15.671,42	\$ 16.201,11

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 67**Proyección del costo total de mano de obra indirecta**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Salario Básico					
Unificado	\$ 14.184,00	\$ 14.663,42	\$ 15.159,04	\$ 15.671,42	\$ 16.201,11
Aporte Patronal	\$ 1.723,36	\$ 1.781,61	\$ 1.841,82	\$ 1.904,08	\$ 1.968,44
Fondos de reserva	-	\$ 1.221,46	\$ 1.262,75	\$ 1.305,43	\$ 1.349,55
Vacaciones	\$ 591,00	\$ 610,98	\$ 631,63	\$ 652,98	\$ 675,05
Décimo Tercero	\$ 1.182,00	\$ 1.221,95	\$ 1.263,25	\$ 1.305,95	\$ 1.350,09
Décimo Cuarto	\$ 1.182,00	\$ 1.221,95	\$ 1.263,25	\$ 1.305,95	\$ 1.350,09
Total Sueldos					
Administrativos	\$ 18.862,36	\$ 20.721,37	\$ 21.421,75	\$ 22.145,80	\$ 22.894,33

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- **CIF Administrativos**

Tabla N° 68

CIF administrativos

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Luz	\$ 240,00	\$ 248,11	\$ 256,50	\$ 265,17	\$ 274,13
Agua	\$ 72,00	\$ 74,43	\$ 76,95	\$ 79,55	\$ 82,24
Teléfono	\$ 300,00	\$ 310,14	\$ 320,62	\$ 331,46	\$ 342,66
Internet	\$ 240,00	\$ 248,11	\$ 256,50	\$ 265,17	\$ 274,13
Total CIF administrativos	\$ 852,00	\$ 880,80	\$ 910,57	\$ 941,35	\$ 973,16

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

- **Resumen Gastos administrativos**

Tabla N° 69

Gastos administrativos

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Mano de Obra Directa	\$ 18.862,36	\$ 19.499,90	\$ 20.159,00	\$ 20.840,37	\$ 21.544,78
CIF	\$ 852,00	\$ 880,80	\$ 910,57	\$ 941,35	\$ 973,16
Total gastos administrativos	\$ 19.714,36	\$ 20.380,70	\$ 21.069,57	\$ 21.781,72	\$ 22.517,94

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.2.3. Gastos de Ventas

Los gasto de venta son aquel dinero que se asigna para la contratación de servicios de publicidad con el objetivo de que se dé a conocer la Hostería Ecológica y sus servicios, este gasto también se calculara con la inflación de 3.38%.

- **Publicidad**

Tabla N° 70**Publicidad**

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Página Web	\$ 30,00	\$ 31,01	\$ 32,06	\$ 33,15	\$ 34,27
Publicidad Prensa	\$ 720,00	\$ 744,34	\$ 769,49	\$ 795,50	\$ 822,39
Trípticos	\$ 840,00	\$ 868,39	\$ 897,74	\$ 928,09	\$ 959,46
Total	\$ 1.590,00	\$ 1.643,74	\$ 1.699,30	\$ 1.756,74	\$ 1.816,11

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.2.4. Depreciaciones

Para obtener las diferentes depreciaciones se utiliza los porcentajes según la ley.

Tabla N° 71

Depreciaciones activos fijos

Resumen Activos fijos	Valor total	Valor residual	Vida Útil	Depreciación anual	1	2	3	4	5	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
	\$										
	\$	14.600,00		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Infraestructura Civil	292.000,00	0	20	13.870,00	13.870,00	13.870,00	13.870,00	13.870,00	13.870,00	69.350,00	222.650,00
	\$	\$									
Terreno	30.000,00	-									
	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Vehículo	10.000,00	2.000,00	5	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	1.600,00	8.000,00	2.000,00
	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Maquinaria y equipo	8.267,80	826,78	10	744,10	744,10	744,10	744,10	744,10	744,10	3.720,51	4.547,29
Equipo de computación	\$ 465,00	\$ 46,50	5	\$ 83,70	\$ 83,70	\$ 83,70	\$ 83,70	\$ 83,70	\$ 83,70	\$ 418,50	\$ 46,50
	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Muebles y enseres	7.840,00	261,07	5	1.515,79	1.515,79	1.515,79	1.515,79	1.515,79	1.515,79	7.578,93	261,07
	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Menaje	4.780,00	956,00	5	764,80	764,80	764,80	764,80	764,80	764,80	3.824,00	956,00
	\$	\$		\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Total	353.352,80			18.578,39	18.578,39	18.578,39	18.578,39	18.578,39	18.578,39	92.891,94	230.460,86

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.2.5. Amortizaciones

Para obtener la amortización de los activos diferidos se aplicó el 20% según la ley.

Tabla N° 72

Amortización diferidos

Descripción	Valor inicial	Amortización	Amortización					Valor en libros	
			2016	2017	2018	2019	2020		acumulada
Activos diferidos	\$ 2.435,00	20%	\$ 487,00	\$ 487,00	\$ 487,00	\$ 487,00	\$ 487,00	\$ 2.435,00	\$ -

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2.6. Presupuesto de costo y gasto

Tabla N° 73

Presupuesto de costo y gasto

Detalle	2016	2017	2018	2019	2020
Materia Prima	\$ 62.647,67	\$ 64.765,16	\$ 66.954,22	\$ 69.217,27	\$ 71.556,82
Mano de Obra Directa	\$ 29.745,71	\$ 30.751,12	\$ 31.790,50	\$ 32.865,02	\$ 33.975,86
CIF	\$ 4.800,00	\$ 4.962,24	\$ 5.129,96	\$ 5.303,36	\$ 5.482,61
Gastos Administrativos	\$ 19.714,36	\$ 20.380,70	\$ 21.069,57	\$ 21.781,72	\$ 22.517,94
Gastos de Ventas	\$ 1.590,00	\$ 1.643,74	\$ 1.699,30	\$ 1.756,74	\$ 1.816,11
TOTAL	\$ 118.497,74	\$ 122.502,96	\$ 126.643,56	\$ 130.924,11	\$ 135.349,35

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Los costos y gastos totales en el primer año ascienden a \$118.497,74

5.3. Estado de Situación Inicial

El estado de situación Inicial es aquel que determina el inicio de las actividades económicas de la empresa, en este caso la Hostería Ecológica, aquí se reflejara todos los activos, pasivos y patrimonio con la que cuenta la entidad al inicio de las actividades.

Tabla N° 74

Estado situación inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVOS	
Bancos	\$ 18.668,40	Cuentas por pagar	\$ 220.000,00
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Terreno	\$ 30.000,00	Capital Social	\$ 149.676,20
Edificio	\$ 292.000,00		
Vehículo	\$ 10.000,00		
Equipo de Computación	\$ 465,00		
Maquinaria y Equipo	\$ 8.267,80		
Muebles y Enseres	\$ 7.840,00		
Otros Activos	\$ 2.435,00		
TOTAL ACTIVO	\$ 369.676,20	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 369.676,20

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.4. Estado de Resultados

El Estado de resultados nos ayuda a identificar la rentabilidad de la Hostería Ecológica, es decir la capacidad de generar utilidades, con el fin de obtener más de lo que se invierte.

Tabla N° 75

Estado de resultados

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Ingresos	\$ 219.000,00	\$ 226.402,20	\$ 234.054,59	\$ 241.965,64	\$ 250.144,08
(-) Costos de Producción(hospedaje o comida)	\$ 62.647,67	\$ 64.765,16	\$ 66.954,22	\$ 69.217,27	\$ 71.556,82
Utilidad Bruta	\$ 156.352,33	\$ 161.637,04	\$ 167.100,37	\$ 172.748,37	\$ 178.587,26
(-) Gastos Administrativos	\$ 19.714,36	\$ 20.380,70	\$ 21.069,57	\$ 21.781,72	\$ 22.517,94
(-) Gastos de Ventas	\$ 1.590,00	\$ 1.643,74	\$ 1.699,30	\$ 1.756,74	\$ 1.816,11
(-) Gastos Financieros	24.244,00	20.352,68	16.032,54	11.236,32	5.911,55
(-) Depreciaciones	\$ 18.578,39	\$ 18.578,39	\$ 18.578,39	\$ 18.578,39	\$ 18.578,39
Utilidad Operacional	\$ 92.225,59	\$ 100.681,53	\$ 109.720,58	\$ 119.395,20	\$ 129.763,26
(-) 15% Participación Trabajadores	\$ 13.833,84	\$ 15.102,23	\$ 16.458,09	\$ 17.909,28	\$ 19.464,49
Utilidad antes de Impuestos	\$ 78.391,75	\$ 85.579,30	\$ 93.262,49	\$ 101.485,92	\$ 110.298,77
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$ 19.597,94	\$ 21.394,82	\$ 23.315,62	\$ 25.371,48	\$ 27.574,69
Utilidad Neta	\$ 58.793,81	\$ 64.184,47	\$ 69.946,87	\$ 76.114,44	\$ 82.724,08

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.5. Estado de flujo de efectivo

El estado de flujo de efectivo, nos ayuda a conocer las variaciones y movimientos de efectivo en un determinado periodo, en este caso en 5 años.

Tabla N° 76

Estado de flujo de efectivo

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020
Capital Propio	\$ (154.456,20)				
Préstamo	\$ (220.000,00)				
Valor salvamento de activos					\$ 230.460,86
Recuperación del capital del trabajo					\$ 18.668,40
Utilidad neta	\$ 58.793,81	\$ 64.184,47	\$ 69.946,87	\$ 76.114,44	\$ 82.724,08
Depreciación +	\$ 18.578,39	\$ 18.578,39	\$ 18.578,39	\$ 18.578,39	\$ 18.578,39
Inversiones diferidas	\$ 2.435,00				
Inversiones activos fijos	\$ 353.352,80				
Capital de trabajo	\$ 18.668,40				
Flujo de efectivo	\$ (374.456,20)	\$ 77.372,20	\$ 82.762,86	\$ 88.525,26	\$ 94.692,83
					\$ 350.431,73

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.6. Tasa de Rendimiento media

Es el costo de oportunidad el cual se calcula utilizando la tasa activa para el capital financiado y para el capital propio calculamos con la siguiente formula:

$$i+f+i*f$$

i=Premio al riesgo 9.17%

f=inflación 3.38%

Tabla N° 77

TMAR

Descripción	Valor	%	Tasa Ponderada	Valor Ponderado
Capital Propio	\$ 154.456,20	41%	12,86%	5,30%
Capital Financiado	\$ 220.000,00	59%	11,02%	6,47%
TOTAL	\$ 374.456,20	100%		11,78%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

TMAR	Premio al riesgo	Inflación	i* f
12,86%	9,17%	3,38%	0,31%

5.7. VAN

El valor actual neto es el que representa la rentabilidad del proyecto en tiempo real, es decir nos ayuda a ver si nuestro proyecto es factible en el tiempo, el cual tiene que ser un valor positivo y mayor a cero.

Tabla N° 78**VAN**

Año	Entradas de Efectivo	Factor de descuento	Entradas Actuales
0			
2016	\$ 77.372,20	0,89	\$ 68.555,94
2017	\$ 82.762,86	0,79	\$ 64.976,43
2018	\$ 88.525,26	0,70	\$ 61.581,13
2019	\$ 94.692,83	0,62	\$ 58.365,71
2020	\$ 350.431,73	0,55	\$ 191.383,39
		Valor presente	\$ 444.862,60
		Inversión Inicial	\$ (374.456,20)
		VAN	\$ 819.318,80

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.8. TIR

La tasa interna de retorno, es la que nos ayuda a determinar la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales que devuelve una inversión en un periodo de tiempo.

Tabla N° 79**TIR**

0	2016	2017	2018	2019	2020
\$ 374.456,20	\$ 77.372,20	\$ 82.762,86	\$ 88.525,26	\$ 94.692,83	\$ 350.431,73
	\$ 1,19	\$ 1,41	\$ 1,67	\$ 1,98	\$ 2,35
\$ (374.456,20)	\$ 65.243,63	\$ 58.849,37	\$ 53.079,48	\$ 47.877,31	\$ 149.406,41
\$ (374.456,20)	\$ 374.456,20				

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

TIR	19%
-----	-----

5.9. Beneficio Costo

El costo beneficio nos indica que por cada dólar de inversión en el proyecto se genera \$1.85

Tabla N° 80**Beneficio costo**

Años	flujo de caja
0	\$ 374.456,20
2016	\$ 77.372,20
2017	\$ 82.762,86
2018	\$ 88.525,26
2019	\$ 94.692,83
2020	\$350.431,73
Total	\$693.784,88
Costo beneficio	\$ 1,85

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.10. Periodo de Recuperación

En el siguiente cuadro podremos indicar en el periodo en el que se recupera la inversión.

Tabla N° 81**Período de recuperación**

Años	Inversión Inicial	Entradas de Efectivo	Entradas Actuales	Entradas Acumuladas
2016	\$ 374.456,20	\$ 77.372,20	\$ 77.372,20	1
2017		\$ 82.762,86	\$ 82.762,86	2
2018		\$ 88.525,26	\$ 88.525,26	3
2019		\$ 94.692,83	\$ 94.692,83	4
2020		\$ 350.431,73		1 mes
	Total		\$ 343.353,15	
	Diferencia		\$ 31.103,06	
	Mensual		\$ 29.202,64	
	Los meses que se requieren		\$ 29.202,64	
	Suma(Inversión +suma de los 4 flujos)		\$ 372.555,79	

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

La inversión se recupera a los 4 años y un mes aproximadamente.

5.11. Punto de Equilibrio

El punto nos ayuda a obtener un beneficio igual a cero, es decir donde la Hostería Ecológica no tiene ni beneficios ni pérdidas.

Tabla N° 82

Punto de equilibrio

Costos Fijos	Cantidad
Gastos administrativos	\$ 19.714,36
Gastos de ventas	\$ 1.590,00
Depreciaciones	\$ 18.578,39
Diferidos	\$ 487,00
Gastos financieros	\$ 24.244,00
Total Costos Fijos	\$ 64.613,74
Costos Variables	Cantidad
Materia Prima	\$ 12.021,60
Sueldos Operacionales	\$ 29.745,71
Servicios Básicos	\$ 4.800,00
Mantenimiento Maquinaria y equipo	\$ 2.066,95
Mantenimiento Vehículo	\$ 2.000,00
Reposición Menaje	\$ 717,00
Total Costos Variables	\$ 51.351,26
Total Costos	\$ 115.965,01
Ventas	\$ 219.000,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

FORMULA:

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

$$PE = \frac{\$ 64.613,74}{1 - \frac{\$ 115.965,01}{\$ 219.000,00}}$$

$$PE = \frac{\$ 64.613,74}{1 - 0,529520575}$$

$$PE = \frac{\$ 64.613,74}{0,470479425}$$

$$PE = \$ 137.335,96$$

CAPÍTULO IV

6. ESTRUCTURA ORGÁNICA

6.1. La empresa

La Hostería Ecológica será denominada con el nombre de “Hostería Ecológica Zuleta”, será una Compañía de Responsabilidad Limitada.

Una compañía de responsabilidad limitada es aquella que se conforma con un mínimo de dos personas, y como máximo de quince personas, las cuales responden por las obligaciones sociales.

6.1.1. Requisitos para la constitución de la sociedad

Los tramites que se debe conseguir y realizar es según la sociedad anónima que son las siguientes:

Tabla N° 83

Requisitos de constitución

Resumen Activos Diferidos
RUC
Patente Municipal
Licencia de funcionamiento
Registro Sanitario (MSP)
Permiso de Bomberos
Permisos Ambientales
Registro Ministerio de turismo
Nombramiento representante legal
Constitución

6.1.2. Aporte de Capital

El aporte del capital para la creación de la Hostería Ecológica será mediante la aportación de fondos propios, el resto mediante un préstamo bancario en la CFN, el capital estará conformado con la aportación de 10 socios.

La escritura pública de constitución de una compañía tiene que estar aprobada por la Superintendencia de Compañías, inscribiéndonos en el Registro Mercantil.

6.1.3. Razón Social

Es la denominación que se le da a la empresa, acompañada de las palabras “Compañía limitada” o su abreviatura Cía. Ltda., no puede existir otra con el mismo nombre.

6.1.4. Logotipo

El Logotipo es una herramienta la cual nos ayuda a que el cliente tenga un acercamiento de lo que se trata nuestro proyecto, la primera impresión que se lleva, es por eso que debe ser llamativo y completo con la información adecuada; es decir es la imagen corporativa de la Hostería Ecológica.

La estrategia del servicio de Hostería Ecológica en la comunidad de Zuleta, será el desarrollo de la imagen de la misma, en primer lugar se le asignó un nombre al establecimiento el cual es: HOSTERÍA ECOLÓGICA ZULETA, así mismo se diseñara un logotipo, para que si se pueda identificar a la hostería el turista.

Figura N° 31

Logotipo



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Así también se realiza una tarjeta de presentación la cual lleva información, con la cual se encuentran el nombre del gerente propietario y número de teléfono para obtener información, hacer reservaciones entre otras cosas.

Figura N° 32

Tarjeta de presentación



Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

6.1.5. Slogan

El slogan es el lema que utilizara y se identificara la Hostería Ecológica. El slogan que se utilizara la Hostería Ecológica Zuleta Cía. Ltda., será: “Donde descansar es un placer”.

6.2. Misión

Somos una Hostería Ecológica que ofrece a los turistas locales, nacionales e internacionales un excelente servicio, con la mejor calidad en hospedaje y alimentación, con una experiencia única junto a la naturaleza y sus beneficios que nos brinda la comunidad de Zuleta.

6.3. Visión

En el año 2020 la Hostería Ecológica será uno de los principales puntos turísticos más atractivos con respecto a sitios turísticos ecológicos, para turistas locales, nacionales e internacionales en la Zona 1 del país.

6.4. Políticas

- El huésped al momento de la salida de la hostería tendrá que entregar las llaves de la habitación en la recepción, para que el personal pueda realizar la limpieza y el control de la habitación.
- En caso de que el huésped quiera extender su estadía, tiene que informar en recepción con un mínimo de 12 horas de anticipación.
- La pérdida de la llaves de la habitación tendrá un costo de \$ 10.00
- Cualquier daño ocasionado por el huésped durante su tiempo de hospedaje, se le cobrará al huésped de forma inmediata y en efectivo.
- Para las reservaciones, serán de con un mínimo del 50%.

- Puntualidad a todos los empleados de la hostería, y cumplimiento de sus labores en tiempos establecidos, si no se cumple se sancionara con llamadas de atención y si se continua con esto, tendrá una multa y en casos extremos el despido.
- Según el desempeño laboral de los trabajadores, se dará racionamientos adicionales.

6.5. Principios y valores

6.5.1. Principios

- **Calidad.-** La Hostería Ecológica buscara la manera de satisfacer las necesidades al 100% de los huéspedes.
- **Respeto por las personas.-** Ser respetuoso con el personal operativo, administrativo y con los clientes, por medio de la educación fomentando el bienestar y un buen ambiente laboral.
- **Trabajo en equipo.-** Saber informar a todo el personal de lo que importante que es trabajar en equipo
- **Innovación.-** Siempre tener nuevas ideas y creativas para poder satisfacer las expectativas del huésped, a través de nuevos productos y el mejor de los servicios, pudiendo así ser más competitivos.
- **Responsabilidad social.-** tener el compromiso voluntario, buscando el mejoramiento social, económico, cultural y ambiental en la comunidad de Zuleta, teniendo buenas relaciones con los huéspedes y personal, pudiendo contribuir con la conservación del medio ambiente que nos ofrece la comunidad.
- **Buen clima organizacional.-** Brindar a todos los trabajadores el mejor ambiente laboral, por medio de buena conducta, un buen trato hacia todos en la Hostería Ecológica.
- **La atención debe ser rápida y flexible.-** Solucionar de manera rápida los conflictos que se pueda presentar durante la estadía de los huéspedes de la Hostería Ecológica.

6.5.2. Valores

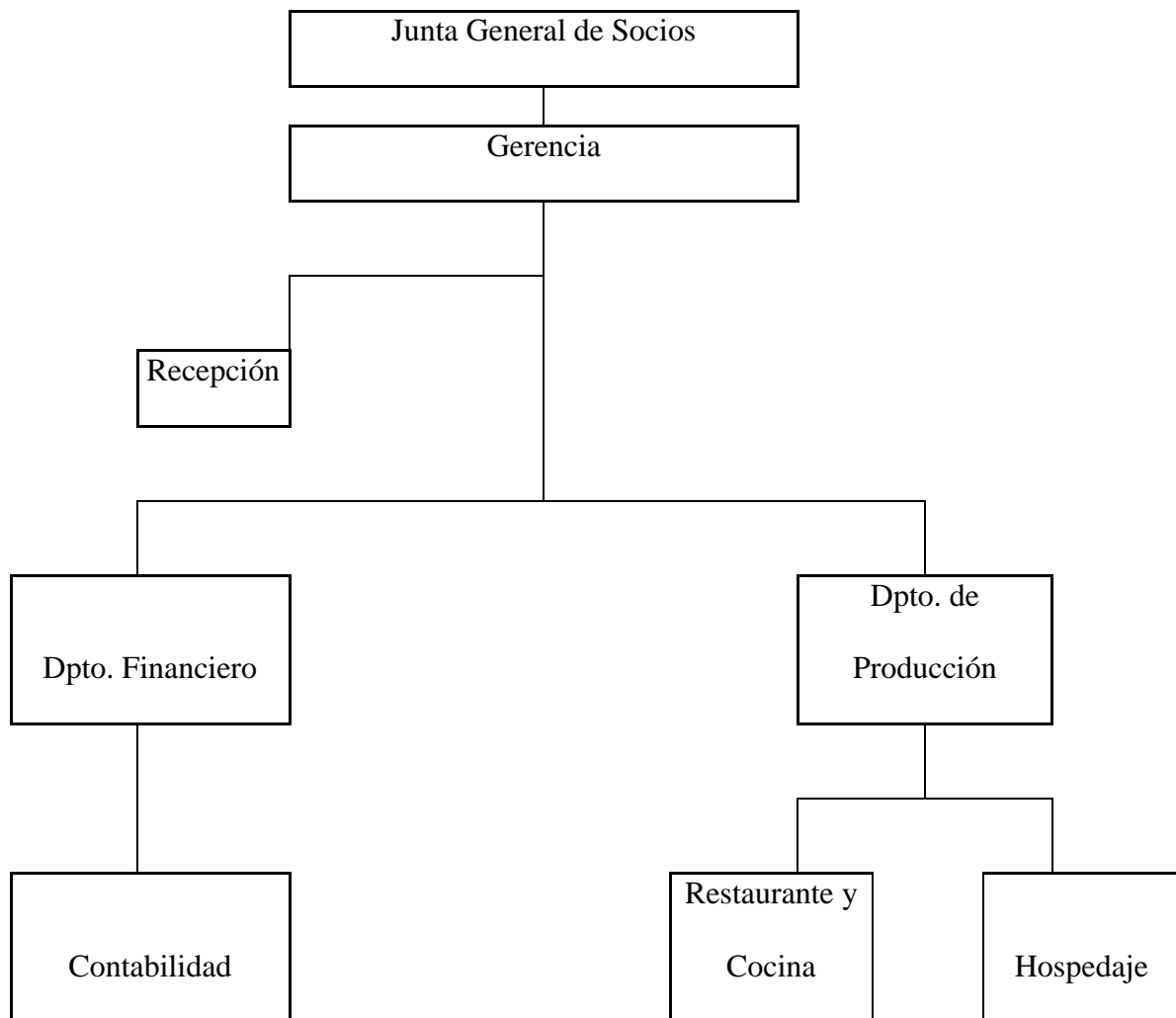
- **Puntualidad.-** Cumplir los horarios establecidos, tanto como la entrada y salida de la Hostería Ecológica y el cumplimiento de todas las actividades.
- **Responsabilidad.-** Desempeñar todas las actividades bajo la responsabilidad de cada uno de los empleados de la Hostería Ecológica, obteniendo siempre los mejores resultados.
- **Respeto.-** Promover el respeto entre los trabajadores para así poder evitar a futuro conflictos que ocasionen problemas.
- **Honradez.-** Los empleados al realizar sus actividades siempre cumplirlas de manera íntegra obteniendo el mejor de los resultados.
- **Compromiso.-** Siempre realizar sus actividades de la mejor manera.
- **Excelencia.-** La mejora continua en todas las actividades que se realice con el fin de dar la mejor atención a nuestros visitantes.

6.6. Estructura organizativa

Para comenzar al desarrollo de actividades se necesita implementar una estructura orgánica, que nos ayuda a dirigir y cumplir todas las actividades organizadamente.

6.6.1. Organigrama Estructural

La hostería Ecológica Zuleta Cía. Ltda., tiene el siguiente organigrama estructural con formado por cada una de las áreas necesarias.

Figura N° 33**Organigrama estructural****6.6.2. Organigrama Funcional**

En el organigrama estructural, se muestra la relación de dependencia y actividades que se va a realizar en cada uno de los departamentos y secciones que conforman la Hostería Ecológica. Los elementos que explicara según el diseño de la estructura orgánica será:

- **Especialización del Trabajo:** Se analizara las actividades y funciones de cada uno de los que conforman la Hostería Ecológica.
- **Departamentalización:** Se agrupara los puestos de trabajo para poder coordinar las tareas comunes.

6.6.3. Responsabilidades

1. Junta General de socios

- Crear un reglamento interno en donde especifique cada una de las normas y reglas para el buen funcionamiento de la Hostería Ecológica.
- Determinar los cargos, funciones y actividades para cada uno del personal.
- Aproar o reprobado informes de cada una de las áreas.

2. Área Administrativa

➤ Gerente

- Dirigir y controlar cada una de las actividades de los empleados de la Hostería Ecológica para el correcto funcionamiento.
- Revisar los pagos a proveedores, de servicios, sueldos entre otros.
- Aprobar y firmar los permisos que se otorga a los empleados
- Controlar y registrar que se cumpla los horarios ya establecidos
- Control de ingresos y egresos.
- Control de las cuentas por cobrar y cuentas por pagar.
- Presentar la información económica, financiera y contable a la junta de accionistas periódicamente.

➤ Recepcionista

- Atender llamadas telefónicas, informando de todos nuestros servicios y hacer las respectivas reservaciones.
- Mantener el registro de llamadas.
- Tener un registro de todos los huéspedes.
- Coordinar la agenda del gerente
- Recibir a los visitantes, dando la mejor atención posible.

- Despedir de manera cordial a los clientes en el momento que dejen la hostería ecológica
- Atender todos los pedidos de los clientes y darle soluciones inmediatas.
- Asignar las habitaciones correspondientes, según las reservaciones o pedidos de los huéspedes.
- Dar a conocer a los visitantes todos los servicios que ofrece la Hostería Ecológica.

➤ **Contador**

- Cuadrar a diario la caja.
- Verificación de los ingresos y egresos de la hostería ecológica.
- Presentación de balances mensuales de las compras y ventas, mediante el registro de facturas emitidas y recibidas.
- Declaración de impuestos.

3. Área de Alojamiento

➤ **Camarera de Habitación**

- Realizar el mantenimiento y limpieza de cada una de las habitaciones.
- Mantener las habitaciones con todos los implementos de aseo personal.
- Realizar inventarios de todas las cosas de las habitaciones, para saber que no falte nada.
- Lavar y planchar las cobijas, sabanas entre otros.

4. Área de Restaurante

➤ Cocinero

- Coordinar todas las actividades dentro de la cocina
- Preparar los platos para la alimentación de los visitantes.
- Saber dirigir a los ayudantes de cocina para poder realizar eficazmente su labor.
- Llevar un registro de cada uno de los alimentos e insumos que se necesita para la preparación de cada uno de los platos que se ofrece en el servicio de restaurante.

➤ Ayudante de cocina

- Ayudar a las funciones del chef
- Colaborar con la preparación de los platos.
- Tener organizada la cocina y limpia.

➤ Mesero

- Dar la bienvenida a los visitantes, dirigirles a una mesa.
- Hacer conocer el menú disponible.
- Tomar la orden.
- Transmitir la orden al chef.
- Brindar todo lo necesario para la mesa como: sal, azúcar, salsas, cubiertos entre otros.

5. Servicios Generales

➤ Guía turístico

- Planificar cada una de las actividades que se va a realizar.
- Informar de cada uno de los atractivos turísticos de la zona.
- Planificar el tiempo de las visitas o paseos que se van a realizar
- Contar con un equipo de primeros auxilios.

6.6.4. Perfiles profesionales

El perfil profesional que debe tener cada uno de los trabajadores de la Hostería Ecológica Zuleta Cía. Ltda., son los siguientes:

➤ **Gerente**

- Título universitario en administración de empresas o ingeniero comercial, entre otras carreras afines.
- Capacitar para liderar.
- Orientación de trabajo en equipo
- Toma de decisiones correctas
- Poder trabajar bajo presión
- Poder de negociar

➤ **Recepcionista**

- Experiencia en manejo de base de datos.
- Saber manejar Office
- Poder trabajar bajo presión
- Capacidad para tomar decisiones

➤ **Contador**

- Título universitario en contabilidad y auditoría.
- Experiencia mínimo un año en cargos similares.
- Experiencia en toma de decisiones.
- Manejo correcto de programas contables.

➤ **Camarera de Habitación**

- Bachiller
- La edad mínima 18

- Compromiso con la Hostería Ecológica.

➤ **Cocinero**

- Título universitario en gastronomía
- Experiencia mínimo un año.
- Experiencia en preparación nacional.
- Facilidad para trabajar bajo presión.

➤ **Ayudante de cocina**

- Título de bachiller
- Tener cursos en el tema de gastronomía
- Experiencia mínima un año.

➤ **Mesero**

- Título de bachiller.
- Experiencia mínima un año.
- Dominio en el área de servicio a la mesa

➤ **Guía turístico**

- Título de bachiller.
- Experiencia mínima un año.
- Conocer los distintos lugares de la zona.
- Conocer la historia y leyendas de la zona.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Por la creación de la Hostería Ecológica en la comunidad de Zuleta, parroquia Angochagua, cantón Ibarra, provincia de Imbabura se da diferentes impactos que serán analizados a continuación:

- Impacto Económico
- Impacto Social
- Impacto Ambiental
- Impacto Cultural

Para el análisis de todos estos impactos se aplicara una matriz de valoración que nos ayude a conocer el nivel que se alcanzan.

Tabla N° 84

Matriz de evaluación de impactos

CUALITATIVA	CUANTITATIVA
NEGATIVA EN EL NIVEL ALTO	-3
NEGATIVA EN EL NIVEL MEDIO	-2
NEGATIVA EN EL NIVEL BAJO	-1
INDIFERENTE	0
POSITIVO EN EL NIVEL BAJO	1
POSITIVO EN EL NIVEL MEDIO	2
POSITIVO EN EL NIVEL ALTO	3

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

7.1. Impacto Económico

Al ejecutarse el proyecto se genera ingresos económicos que beneficiara directamente e indirectamente a los moradores del sector, mejorando la calidad de vida de las familias creando ingresos para los trabajadores que se considera que sean personas nativas del lugar así reduciendo la migración de los jóvenes y personas adultas que son responsables del hogar fortaleciendo la estabilidad y economía.

Tabla N° 85

Matriz de impacto económico

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL	
Empleo					X			2	
Calidad de vida						X		3	
Apoyo a la comunidad					X			2	
Integración social						X		3	
	TOTAL								10

Nivel de impacto económico = Sumatoria / Numero de indicadores

Nivel de impacto económico = 10/4

Nivel de impacto económico = 2,5

Nivel de impacto económico = POSITIVO EN EL NIVEL MEDIO

ANALISIS: Con la creación de la Hostería Ecológica se puede observar que se disminuirá el índice de migración, ya que no tendrán la necesidad de buscar trabajo en otros lugares y así no abandonar sus hogares.

La calidad de vida de las personas aumentar ya que la Hostería Ecológica brinda turismo a la zona, aumentando ventas dentro de la comunidad de Zuleta.

7.2. Impacto Social

Se crearan actividades de responsabilidad social que den ayuda a la comunidad como lo es el reciclaje de todo material hecho de papel y plástico para poderlas utilizar en la Hostería Ecológica teniendo así un bienestar comunitario y una buena imagen para la comunidad, además en de este impacto se considera el cambio de la calidad de vida de los pobladores de la comunidad mediante nuevas oportunidades de trabajo en diversos campos y generando una seguridad familiar con un trabajo estable.

Tabla N° 86

Matriz de impacto social

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Reciclaje					X			2
Mingas						X		3
Estabilidad					X			2
								TOTAL
								7

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Nivel de impacto Social = Sumatoria / Numero de indicadores

Nivel de impacto Social = 7/3

Nivel de impacto Social = 2,33

Nivel de impacto Social = POSITIVO EN EL NIVEL MEDIO

ANALISIS: Cuando la hostería ecológica este ya en funcionamiento se realizar varios programas de reciclaje con la ayuda de los trabajadores, personal administrativo, visitantes y personas de la comunidad.

Para la buena imagen tanto como de la hostería ecológica como para la comunidad, se ve necesario tener cronogramado mingas conformado por los dueños y empleados de las diferentes hosterías y personas de la comunidad.

7.3. Impacto Ambiental

Al construirlo en un área en donde el entorno comprende recursos nativos, es preciso implementar materiales que tengan un impacto positivo para de esa manera poder contribuir al lugar. La propuesta del proyecto tiene que ser beneficiosa con la naturaleza.

Son muy importantes los materiales que se utilizan para la creación de la hostería viendo que estos no afecten de una forma perjudicial al ambiente en el que se está trabajando. Una ayuda al cuidado de la naturaleza es el buen manejo de los desechos, la energía y el agua. Al saber el entorno que rodea a la hostería ecológica, se puede colaborar con la limpieza del área por medio de mingas, campañas de limpieza entre otros, demostrando el compromiso y el amor que se tiene por el medio ambiente preservando los recursos naturales.

Tabla N° 87

Matriz de impacto ambiental.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Manejo de los desechos				X				0
Trabajos sin tóxicos				X				0
Contaminación del medio ambiente					X			1
TOTAL								1

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Nivel de impacto Ambiental = Sumatoria / Numero de Indicadores

Nivel de impacto Ambiental = 1/3

Nivel de impacto Ambiental = 0,33

Nivel de impacto Ambiental = INDIFERENTE

ANALISIS: Al ser una Hostería Ecológica es decir relacionada directamente con la naturaleza el impacto que ocasiona tiene que ser nulo o mínimo, con lo que la hostería ecológica tomar medidas preventivas para reducción total de contaminación, con el principal objetivo la conservación de la naturaleza y el medio ambiente.

7.4. Impacto Cultural

Algunas de las personas de la comunidad de Zuleta se han mudado a las grandes ciudades en búsqueda de un mejor estilo de vida al no encontrar posibilidades de trabajo y superación en su comuna, al crear la Hostería ecológica se brindaría trabajo para que regresen a su lugar de origen para sí que se reincorporen donde sus seres queridos, afianzando el lazo familiar y volver a creer en el lugar donde nació.

Una de las ventajas para la hostería ecológica, es que hay pobladores que pueden asistir a capacitaciones y taller en temas de turismo y convertirse en guías nativos ya que nadie mejor que las personas nativas de la comunidad para dar a conocer a turistas de su comunidad.

Como un aporte más al ámbito cultural, es que los pobladores pueden plasmar su cultura de diferentes maneras, sea en artesanías, bailes populares, llaveros, prendas de vestir, entre otras formas, fomentando la actividad comercial.

Tabla N° 88

Matriz de impacto ambiental.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Tradiciones						X		3
Culturas						X		3
Turismo						X		3
Gastronomía						X		3
								TOTAL
								12

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Nivel de impacto Cultural = Sumatoria / Numero de indicadores

Nivel de impacto Cultural = 12/4

Nivel de impacto Cultural = 3

Nivel de impacto Cultural = POSITIVO EN EL NIVEL ALTO

ANALISIS: En este impacto tenemos un resultado de nivel positivo alto, por lo que se quiere conservar al 100% las costumbres, tradiciones, gastronomía propia del sector y darle a conocer a cada uno de los huéspedes o visitantes de la Hostería Ecológica por medio del turismo que se va a generar.

7.5. Impacto general

Tabla N° 89

Impacto general

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Económico					X			2
Social					X			2
Ambiental				X				0
Cultural							X	3
								TOTAL
								7

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Nivel de impacto General = Sumatoria / Numero de indicadores

Nivel de impacto General = 7/4

Nivel de impacto General = 1,75

Nivel de impacto General = POSITIVO EN EL NIVEL MEDIO

ANALIS: Al obtener los resultados de cada uno de los impactos podemos observar que la creación de la Hostería Ecológica genera efectos positivos, ya que beneficia a las personas por medio de trabajos estables, aumenta el turismo ayudando así a las ventas que se realiza en la comunidad, beneficia a los inversionistas en lo económico con ingresos favorables.

CONCLUSIONES

Al finalizar con cada uno de los capítulos del estudio de factibilidad, he llegado a las siguientes conclusiones:

- Al realizar el diagnóstico situacional del entorno en el cual se va a realizar la hostería ecológica podemos observar que es un lugar adecuado en el cual podemos obtener muchas ventajas gracias a los lugares turísticos, costumbres, tradiciones que nos brinda la comunidad de Zuleta
- Por medio del estudio de mercado obtuvimos excelentes resultados de quienes pueden ser nuestros principales clientes, sus necesidades, sus gustos, así también pudimos conocer quiénes serán nuestras principales competidoras que servicios ofrecen y sus diferentes precios.
- En el estudio técnico pudimos obtener la capacidad de la hostería ecológica, los costos de cada uno de los elementos que forman parte del proyecto y principalmente el financiamiento necesario para la creación del proyecto.
- Se pudo demostrar que la creación de la hostería ecológica es factible ya que se obtuvo resultados positivos y utilidades favorables

RECOMENDACIONES

Para la creación de la Hostería Ecológica es importante tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda tener varias estrategias promocionales, para que así los turistas regresen adquirir nuestros servicios y no a los de la competencia.
- Investigar de manera permanente cada una de las necesidades de los visitantes, esto se lo puede hacer preguntando a los turistas que visitan nuestra hostería ecológica o a través de un buzón de sugerencias.
- No se debe sobrepasar la capacidad de la hostería ecológica en las temporadas ya que el turista va a relajarse, se debe siempre brindar un servicio de calidad.
- Siempre buscar la manera de que los gastos sean menores y no sean mal gastados los recursos ya que en los primeros años no se obtiene la suficiente utilidad por la inversión inicial que se hace.
- La hostería ecológica debe optimizar los aspectos positivos en cuanto a los impactos que se ocasiona, obteniendo siempre el mejor beneficio tanto como a la hostería ecológica como para el medio ambiente.

BIBLIOGRAFÍA

- Aching, G. (2007). *Rápida Ratios Financieros y Matemás de la Mercadotecnia*. Electronica gratuita.
- Alvear, L. (2008). *Ecuador Operacion Turistica ¿Ingenua o inteligente?* Editorial Impresores Sudamericos.
- Andrade, J. V. (2008). *Turismo*. Editorial Trillas.
- Baca, G. (2013). *Evaluacion de proyectos*. Mexico: Mc. Graw- Hill.
- Boniface, P. (2008). *Elementos de turismo*. Mexico: Editorial Trillas.
- Boullon, R. (2005). *Las actividades turisticas y recreacionales*. Mexico: Editorial Trillas Sexta edicion.
- Castro, J. N. (2009). *Investigacion Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio*. Bogota Colombia: McGrawHill.
- Chiavenato, I. (2006). *Fundamentos de la administración*. Quinta Edicion.
- Di-Bella, M. (2007). *Introduccion al turismo*. Mexico: Trillas.
- Ejemplode.com, R. (2013). *Ejemplode.com*. Recuperado el 11 de 05 de 2016, de Principales cuentas del activo: http://www.ejemplode.com/46-contabilidad/956-principales_cuentas_del_activo.html
- Erazo, B. (27 de Marzo de 2012). *Zuleta Ibarra Imbabura*. Obtenido de Blogspot: <http://zuletaibarra.blogspot.com/2012/03/zuelta-ibarra-imbabura.html>

Fernandez, R. (2007). *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia*. Mexico: McGraw-Hill.

Fernandez, R. (2007). *Manual para elaborar un plan de mercadotecnia* . Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

Flores, J. (2007). *Proyectos de inversion para las PYMES creacion de empresas*. Colombia : Ecoe Ediciones.

Flores, J. (2007). *Proyectos de inversion para las PYMES creacion de empresas* . Colombia: Ecoe ediciones Ltda.

Griffin, R. (2011). *Administracion*. Mexico : Cengage Learning editores S.A.

Gurria, M. (s.f.). *Introduccion al turismo*. Mexico: Editorial TRILLAS.

Hernandez, A. J. (2005). *Gestiopolis*. Recuperado el 11 de 05 de 2016, de Cuentas Contables, clasificacion, concepto y descripcion: <http://www.gestiopolis.com/cuentas-contables-clasificacion-concepto-y-descripcion/>

Horngren, C., Datar, S., & Foster, G. (2007). *Contabilidad de Costos*. Mexico: Pearson Prentice Hall.

Kotler, P. (2009). *Principios de marketing* . Mexico: Prentice Hall.

Kotler, P. (2009). *Principios de Marketing* . Mexico: Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing* . Mexico: Prentice Hall.

Label, W., & Leon Ledesma, J. (2012). *Contabilidad para no contables*. Larousse - Ediciones Pirámide .

- Lorente, A. G. (2016). *Expansion*. Recuperado el 11 de 05 de 2016, de Gastos financieros: <http://www.expansion.com/diccionario-economico/gastos-financieros.html>
- Lovelock, C. (s.f.). *MEJORMARKETING.COM*. Obtenido de Servicio: <http://mejormarketing.blogspot.com/>
- Luna, F., Barragan, G. M., & Quintero Miranda, V. (2010). *Formulacion y Evaluacion de proyectos de inversion*. Instituto Politecnico Nacional.
- Matínez Bencardino, C. (s.f.). *Estadística básica aplicada*. Ecoe Ediciones Cuarta edicion.
- Mendoza, A. G. (2010). *Evaluacion de proyectos de inversion*. McGraw-Hill Interamericana .
- Mina, M. C. (2008). *Metodología de Investigación*. Ecuador.
- Nassir, C. (2007). *Proyectos de inversion formulacion y evaluacion* . Mexico: Pearson Prentice Hall Mexico.
- Núñez, R. (2007). *Manual de evaluacion de proyectos de inversion* . Mexico: Trillas.
- Ortis, V., Ortiz Gonzalez, J., & Giraldo Oliveros, M. (2014). *Maketing: conceptos y aplicaciones*. Universidad del Norte .
- Ortiz, A. (2005). *gerencia financiera y diagnostica estrategico*. Colombia Bogota: Editorial McGraw Hill.
- Rey, M. (2005). *Fundamentos de marketing turistico*. España: Editorial Sintesis.
- Rey, M. (2005). *Fundamentos de marketing turistico*. España: Editorial Sintesis.
- Ripoll, G. (2009). *Inversiones Rentables Hoteleras*.
- Ripoll, G. (2009). *Inversiones Rentables Hoteleras*.

Robbins, S., & Coulther, M. (2005). *Administración*. Mexico: Pearson Educación.

Rodas, F. (08 de 02 de 2012). *Contabilidad Puntual*. Recuperado el 11 de 05 de 2016, de Que es el capital de trabajo: <https://contapuntual.wordpress.com/2012/02/08/que-es-el-capital-de-trabajo/>

Rojas, S. A. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. D.F. Mexico: Mc Graw Hill.

Romero, J. (2006). *Principios de Contabilidad*. Mexico: Editorial McGraw-Hill.

Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversión, formulación y evaluación*. Mexico: Editorial Pearson Educación de México.

Sinisterra V., G. a. (s.f.). *Contabilidad administrativa*. Ecoe Ediciones.

Urbina, G. B. (s.f.). *Evaluación de proyectos*.

Wheelen, T. (2007). *Administración estratégica y política de negocios*. Mexico: Pearson Educación.

ANEXOS

ANEXO A: Encuesta a los turistas

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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES

Objetivo.- La presente encuesta tiene como principal objetivo la recopilación de información para conocer la factibilidad de la creación de una Hostería Ecológica en la comunidad de Zuleta, parroquia de Angochagua, cantón de Ibarra con los servicios de alojamiento, restaurante y tours en la zona.

Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione la respuesta que usted crea conveniente marcando con una X.

Edad: Entre 18 a 28 ____ de 29 a 39 ____ de 40 a 50 ____ de 51 en adelante ____

Género: Masculino ____ Femenino ____ LGBTI____

Ocupación: _____

1. **¿Cuál es su lugar de origen?**

Imbabura _____

Otra Provincia _____

Extranjero _____

2. **¿Conoce usted lo que es una Hostería Ecológica?**

Si _____

No _____

3. **¿Ha visitado usted la comunidad de Zuleta?**

Si _____

No _____

4. **¿Dentro de la comunidad de Zuleta ha escuchado sobre alguna hostería que preste un servicio de alojamiento, restaurante y tour por la zona?**

Mucho _____

Poco _____

Nada _____

5. ¿Estaría dispuesto asistir a una Hostería Ecológica situada en la comunidad de Zuleta?

Si _____

No _____

Tal vez _____

6. ¿Con quién acudiría a la Hostería?

Familia _____

Pareja _____

Amigos _____

Solo _____

7. ¿Con que frecuencia visitaría usted la Hostería?

Días Ordinarios _____

Fin de Semana _____

Una vez al mes _____

Ferriados _____

8. ¿Qué tiempo considera usted que permanecería en la Hostería Ecológica?

De 1 a 2 días _____

De 3 a 4 días _____

De 5 a 6 días _____

Más de 6 días _____

9. De acuerdo a sus ingresos ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los servicios en la Hostería Ecológica?

Paquetes por persona diaria (hospedaje, alimentación) De \$45)

Paquetes por persona diaria (Hospedaje, tour por la zona) De \$35

Paquetes por persona diaria (Alimentación, tour por la zona) De \$ 35

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

Radio _____

Prensa escrita _____

Trípticos _____

Hojas Volantes _____

Televisión _____

Internet _____

ANEXO B: ENCUESTA A LOS CENTROS TURISTICOS

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

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS ADMINISTRADORES O DUEÑOS

Objetivo.- La presente encuesta tiene como principal objetivo la recopilación de información para conocer la factibilidad de la creación de una Hostería Ecológica en la comunidad de Zuleta, parroquia de Angochagua, cantón de Ibarra con los servicios de alojamiento, restaurante y tours en la zona.

Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione la respuesta que usted crea conveniente marcando con una X.

Datos del encuestado:

Establecimiento: _____

Ciudad: _____

Fecha: _____

Edad: _____

1. ¿Conoce usted cómo funciona una hostería ecológica?

En su totalidad _____

Mucho _____

Poco _____

Nada _____

2. ¿Consideraría que su negocio es una hostería ecológica?

En su totalidad _____

Mucho _____

Poco _____

Nada _____

3. ¿Con la experiencia que tiene del negocio, la creación de una hostería ecológica en la comunidad de Zuleta es una actividad rentable?

En su totalidad _____

Mucho _____

Poco _____

Nada _____

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

5. ¿Qué servicios presta usted a sus clientes?

Restaurante

Alojamiento

Área infantil

Cabalgatas

Tours por la zona

6. La atención que ofrece a los clientes es:

Permanente

Fines de semana y feriados

Ocasionalmente

7. Cuáles son sus precios en

Alojamiento _____

Restaurante _____

Tours por la zona _____

Transporte _____

8. Cuenta con un servicio de transporte para la llegada a la hostería

Si _____

No _____

GRACIAS