



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN
LA PARROQUIA EL CARMELO, CANTÓN
TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA.**

AUTOR(A): MIREYA LILIANA CUASQUER CUASAPUD

DIRECTOR: ING. COM. VICTOR ZEA. MSC

Ibarra, Noviembre, 2010

RESUMEN EJECUTIVO

El presente; Estudio de Factibilidad para la creación de una Hostería ecológica en la parroquia El Carmelo, cantón Tulcán, provincia del Carchi, está formado de la siguiente manera; Diagnostico situacional, este capítulo contiene, antecedentes del diagnostico, objetivos generales, objetivos específicos, las variables e indicadores relacionados en una matriz diagnostica, el análisis de cada una de las variables y cálculo de la muestra. Las bases teóricas, indica todos los conceptos teóricos y científicos de los temas a desarrollarse en el proyecto. En el estudio de mercado se encuentra definido la demanda, la oferta donde a través de un análisis se puede determinar que los complejos turísticos ofrecen un servicio limitado y los lugares de hospedaje solo se dedican a esa actividad es decir que en este cantón no existe un lugar donde se pueda recrea y descansar a la vez. El estudio técnico detalla donde está situado el proyecto, su micro y macro localización, la forma de cómo serán distribuidas sus áreas, los equipos, muebles, menaje que se va a necesitar para equipar y poner en marcha la hostería. Estudio económico, se determina la inversión que será de 242.324,40 dólares, se calculo los ingresos, egresos, costos y gastos lo que permite tener un balance general y un estado de resultados, el cálculo del valor actual neto que es de 14.307,07 dólares, una TIR de 11.67%, el costo beneficio es de 1.45 dólares, el plazo para recuperar la inversión es de 4 años 8 meses y 19 días lo que comprueba que el proyecto es viable. La estructura orgánica funcional establece parámetros de constitución de la compañía, su misión, visión, las funciones de cada miembro de la hostería según su nivel de responsabilidad. Los impactos que genera el proyecto son positivos puesto que esta compañía se dedica a brindar un servicio que no tiene competencia dentro del área y su característica es la naturaleza y su protección.

THEY SUMMARIZE EXECUTIVE

The present; Study of Feasibility for the creation of an ecological Hostel in the parish The Carmelo, canton Tulcán, county of the Carchi, this formed in the following way; I diagnose situational, this chapter contains, antecedents of the I diagnose, general objectives, specific objectives, the variables and indicators related in a womb diagnose, the analysis of each one of the variables and calculation of the sample. The theoretical bases, it indicates all the theoretical and scientific concepts of the topics to be developed in the project. In the market study it is defined the demand, the offer where you dare of an analysis you can determine that the tourist complexes offer a limited service and the places of alone lodging are devoted that is to say to that activity that in this canton a place doesn't exist where one can it recreates and to rest at the same time. The technical study details where it is located the project, its micro and macro localization, the form of how its areas will be distributed, the teams, furniture, furniture that he/she will need to equip and to start the hostel. I study economic, the investment is determined that will be of 242.324,40 dollars, you calculates the revenues, expenditures, costs and expenses what allows to have a general balance and a state of results, the calculation of the net current value that is of 14.307,07 dollars, a TIR of 11.67 %, the cost benefit is of 1.45 dollars, the term to recover the investment is of 4 years 8 months and 19 days what checks that the project is viable. The functional organic structure establishes parameters of constitution of the company, its mission, vision, the functions of each member of the hostel according to its level of responsibility. The impacts that it generates the project are positive since this company is devoted a service that doesn't have competition inside the area to toast and its characteristic is the nature and its protection.

AUTORÍA

Yo, MIREYA LILIANA CUASQUER CUASAPUD, portadora de la cédula de ciudadanía N° 0401541156, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA, EN LA PARROQUIA EL CARMELO, CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

.....
Srta. Mireya Cuasquer
C.C. 040154115-6

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada MIREYA CUASQUER para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A, cuyo tema es: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA, EN LA PARROQUIA EL CARMELO, CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI, Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 29 días del mes de Noviembre del 2010.

.....
ING. COM. VICTOR ZEA. MSC
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

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

Yo, MIREYA LILIANA CUASQUER CUASAPUD, con cédula de identidad Nro. 0401541156, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, Artículos 4,5 y 6, en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA PARROQUIA EL CARMELO, CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA, C.P.A en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....

Mireya Cuasquer C.
0401541156

Ibarra, a los 29 días del mes de Noviembre del 2010

DEDICATORIA

*A Dios todo poderoso por darme la vida, a mis padres
Heriberto y Cándida por su amor y cariño
incondicional, a mis hermanos (as) y de manera
especial a mi hija quien me dio la fuerza para
superarme y seguir adelante.*

Mireya

AGRADECIMIENTO

A mis padres por darme siempre su apoyo incondicional.

A mis hermanos por su comprensión y cariño.

A la Universidad Técnica del Norte y de manera particular a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, por haberme brindado un espacio en sus aulas donde me permitió adquirir conocimientos.

A todos quienes colaboraron con la realización de este proyecto en especial al Ing. Com. Víctor Zea.

Por su profesionalismo y acertado asesoramiento.

MIREYA CUASQUER

PRESENTACIÓN

La presente investigación científica denominada Estudio de Factibilidad para la creación de una hostería ecológica en la parroquia El Carmelo, Cantón Tulcán, Provincia del Carchi ha sido desarrollada bajo la modalidad de Proyecto.

Para hacer más sencilla la comprensión del proyecto investigado, se ha utilizado un lenguaje claro y sencillo. El informe final está estructurado en siete capítulos, los mismos que contienen el material recogido, analizado y elaborado, siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

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

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

El tercer capítulo corresponde al Estudio de Mercado, se elaboró una investigación de campo con encuestas dirigidas a determinar la oferta de centros turísticos y demanda la población del Cantón Tulcán

comprendida entre 18 a 65 años de edad, lo cual permitió identificar a los clientes insatisfechos, conocer sus requerimientos y necesidades. También se realizaron los análisis de la competencia, comercialización y precios, en relación al servicio que se pretende brindar con el presente proyecto.

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

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

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

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

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

	Págs.
PORTADA	I
RESUMEN EJECUTIVO	ii
THE SUMMARIZE EXECUTIVO	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
PRESENTACIÓN	Ix
ÍNDICE GENERAL	xii
ÍNDICE DE CUADROS	xv
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xviii
INTRODUCCIÓN	19
i DIAGNOSTICO SITUACIONAL	
Antecedentes del diagnóstico	25
Objetivos del Diagnóstico	25
Variables diagnósticas	26
Indicadores	26
Matriz relación diagnostica	27
Fuentes de información	27
Análisis de variables diagnosticas	28
Antecedentes históricos	28
Aspectos geográficos	29
Aspectos demográficos	30
Situación económica	32
Diagnostico Externo	33
Determinación de la oportunidad de inversión	34
ii MARCO TEÓRICO	
La empresa	35
Administración	36
Proceso Administrativo	37
Manual Administrativo	38
Manual de Funciones	40
Contabilidad general	41
Contabilidad de costos	42
Capital de trabajo	44
Proceso Contable	45
Evaluación Financiera	50
Valor Actual Neto	50
Tasa Interna de Retorno	51
Costo Beneficio	51
Recuperación de la Inversión	52

Punto de Equilibrio	52
La Mercadotecnia	53
El producto	53
El precio	53
Promoción	54
El mercado	54
El turismo	54
Importancia del turismo	55
Ecoturismo	55
Hosterías ecológicas	56
Clasificación de Hospedaje	56
iii ESTUDIO DE MERCADO	
Antecedentes del Estudio de Mercado	58
Objetivos del Estudio de Mercado	59
Tipos de investigación efectuada	60
Determinación del población	61
Resultados de la encuestas	63
Identificación del servicio	82
Análisis y proyección de la demanda	84
Análisis y proyección de la oferta	85
Balance demanda vs oferta	92
Conclusión del Estudio de Mercado	93
Marketing	94
Proyección de Ventas	94
Comercialización y estrategias	95
IV ESTUDIO TÉCNICO	
Localización del proyecto	97
Macro localización	97
Micro localización	98
Ingeniería del proyecto	100
Diseño de instalaciones físicas	100
Diagramas de procesos	103
Tamaño o Capacidad de la Hostería Ecológica	106
Presupuesto técnico e inversiones requeridas	107
V ESTUDIO ECONÓMICO	
Inversiones y financiamiento	115
Capital de trabajo	115
Proyección de servicios	116
Proyección de precios	117
Proyección de Ingresos	118
Proyección de Costos y Gastos	120
Estados financieros	126
Estado de situación	127
Estado de resultados	128
Flujo de caja	129

Evaluación Financiera	130
Tasa de redescuento	130
Cálculo del VAN	131
Cálculo de la TIR	131
Periodo de recuperación del la inversión	133
Costo Beneficio	133
Cálculo del Punto de equilibrio	134
Resumen de la Evaluación financiera	136
VI ESTRUCTURA ORGÁNICA Y FUNCIONAL	
Denominación de la Hostería	137
Elementos estratégicos	138
Aspecto legal y de constitución	141
Estructura organizacional y funcional	147
vii ANÁLISIS DE IMPACTOS	
Impacto económico	161
Impacto Comercial	162
Impacto Ambiental	163
viii CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones	
Recomendaciones	
Bibliografía	
Anexos	

ÍNDICE DE CUADROS

	Págs.	
Cuadro N° 1	Matriz de la relación diagnóstica	27
Cuadro N° 2	Extensión de los barrios de El Carmelo	31
Cuadro N° 3	Extensión de las comunidades de El Carmelo	31
Cuadro N° 4	Población económicamente activa y pasiva	32
Cuadro N° 5	Conocimiento sobre centros turísticos ecológicos	63
Cuadro N° 6	Requerimiento de una hostería ecológica	64
Cuadro N° 7	Beneficio de un centro turístico con todos los servicios	65
Cuadro N° 8	Conocimiento sobre las vías de acceso	66
Cuadro N° 9	Frecuencia de visitas	67
Cuadro N° 10	Disponibilidad de servicios	68
Cuadro N° 11	Precios por hospedaje	69
Cuadro N° 12	Precios por restaurante	70
Cuadro N° 13	Precios por bebidas	71
Cuadro N° 14	Precio por piscinas	72
Cuadro N° 15	Precio por paseos y cabalgatas	73
Cuadro N° 16	Conocimiento del funcionamiento de una hostería ecológica	74
Cuadro N° 17	Conocimiento sobre hostería ecológica	75
Cuadro N° 18	Rentabilidad	76
Cuadro N° 19	Capacidad de los complejos turísticos	77
Cuadro N° 20	Servicios que ofrecen	78
Cuadro N° 21	Precios de Piscina de la competencia	79
Cuadro N° 22	Precios de restaurante de la competencia	80
Cuadro N° 23	Modalidad de la atención	81
Cuadro N° 24	Condiciones de las vías de acceso	81
Cuadro N° 25	Proyección de la población	84
Cuadro N° 26	Proyección de la demanda	84
Cuadro N° 27	Establecimientos por categoría	85
Cuadro N° 28	Establecimientos turísticos en Tulcán	86
Cuadro N° 29	Crecimiento anual de los lugares de	86

	hospedaje	
Cuadro N° 30	Cálculo de la tasa de crecimiento de los lugares de hospedaje	87
Cuadro N° 31	crecimiento de los complejos turísticos	88
Cuadro N° 32	Tasa de crecimiento para los complejos turísticos	88
Cuadro N° 33	Proyección de crecimiento para los lugares de hospedaje y complejos turísticos	89
Cuadro N° 34	Capacidad de los establecimientos de hospedaje	90
Cuadro N° 35	Capacidad de los complejos turísticos	90
Cuadro N° 36	Oferta potencial para los lugares de hospedaje	91
Cuadro N° 37	Oferta potencial para los complejos turísticos	92
Cuadro N° 38	Cálculo de la demanda insatisfecha	93
Cuadro N° 39	Capacidad o tamaño general de la hostería	106
Cuadro N° 40	Capacidad o tamaño por área	107
Cuadro N° 41	Terreno y obras civiles	108
Cuadro N° 42	Equipos	108
Cuadro N° 43	Muebles y enseres	110
Cuadro N° 44	Menaje	111
Cuadro N° 45	Resumen de Inversiones fijas	112
Cuadro N° 46	Mano de obra indirecta	113
Cuadro N° 47	Mano de obra directa	113
Cuadro N° 48	Gastos de constitución	114
Cuadro N° 49	Estructura de la inversión	115
Cuadro N° 50	Capital de trabajo	116
Cuadro N° 51	Proyección de servicios	117
Cuadro N° 52	Proyección de precios	118
Cuadro N° 53	Proyección de ventas	119
Cuadro N° 54	Proyección de Costos	121
Cuadro N° 55	Sueldos proyectados	123
Cuadro N° 56	Gastos generales	123
Cuadro N° 57	Depreciación de activos fijos	124

Cuadro N° 58	Gastos de ventas	125
Cuadro N° 59	Presupuesto de ingresos y egresos	125
Cuadro N° 60	Costo oportunidad	130
Cuadro N° 61	Recuperación de la inversión	133
Cuadro N° 62	Costo Beneficio	134
Cuadro N° 63	Costos Variables	135
Cuadro N° 64	Costos fijos	135
Cuadro N° 65	Costos totales	136
Cuadro N° 66	Resumen de la evaluación	136
Cuadro N° 67	Socios que conforman la hostería	142
Cuadro N° 68	Matriz de impactos	160
Cuadro N° 69	Impacto económico - social	160
Cuadro N° 70	Impacto Comercial	161
Cuadro N° 71	Impacto ambiental	162
Cuadro N° 72	Matriz de Impactos General	163

ÍNDICE DE GRÁFICOS

			Págs.
Gráfico N°	1	Existencia de centros turísticos	63
Gráfico N°	2	Requerimiento de una hostería ecológica	64
Gráfico N°	3	Beneficios de un centro turístico	65
Gráfico N°	4	Vías de acceso	66
Gráfico N°	5	Visitas	67
Gráfico N°	6	Servicios	68
Gráfico N°	7	Precio de hospedaje	69
Gráfico N°	8	Precio de restaurante	70
Gráfico N°	9	Precios de bebidas	71
Gráfico N°	10	Precio de área de esparcimiento	72
Gráfico N°	11	Precio de paseos y cabalgatas	73
Gráfico N°	12	Funcionamiento de una hostería ecológica	74
Gráfico N°	13	Conocimiento de hostería ecológica	75
Gráfico N°	14	Rentabilidad	76
Gráfico N°	15	Capacidad	77
Gráfico N°	16	Oferta de servicios	78
Gráfico N°	17	Precios en área de esparcimiento	79
Gráfico N°	18	Precios de restaurante en la competencia	80
Gráfico N°	19	Atención a los clientes	81
Gráfico N°	20	Vías de acceso	82
Gráfico N°	21	Mapa de la Provincia del Carchi	98
Gráfico N°	22	Plano arquitectónico de la Hostería ecológica	99
Gráfico N°	23	Logotipo	137
Gráfico N°	24	Organigrama estructural	149

INTRODUCCIÓN

Con el propósito de dar a conocer el procedimiento metodológico seguido para realizar el presente trabajo de investigación, a continuación se transcriben las partes fundamentales del Proyecto o Plan de Investigación aprobado por la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Técnica del Norte.

Problema o necesidad a satisfacer.-EL Carmelo es un sector que posee muchos lugares atractivos para el turismo, lamentablemente todos estos sitios no han sido explotados de manera correcta, sin embargo en los últimos años las diferentes autoridades del gobierno tanto locales como cantonales han apoyado la iniciativa de los pobladores, para transformar este sitio en algo que cualquier transeúnte o amante de la naturaleza quiera conocer y visitar.

Esta parroquia celebra varias festividades importantes a las que concurren cientos de personas tanto de la provincia del Carchi, parte del departamento de Nariño y algunas localidades del la provincia de Sucumbíos.

El lugar donde hospedar a los visitantes es uno de los principales inconvenientes que se ha tratado de solucionar, en este sector, a pesar de que en la actualidad algunas personas inclinándose por la parte económica se han dedicado a ofrecer este servicio, que lastimosamente no es el mejor por no cumplir con todos los requerimientos se ha satisfecho en algo esta necesidad.

El hospedaje ha sido denominado como un servicio de primera necesidad y en este proyecto se propone la creación de una hostería

Ecológica que este enfocada a solucionar la falta de un local que cumpla con todos los requisitos exigidos por la el Ministerio de turismo órgano regulador de los lugares denominados como Centros turísticos u hosterías y quien califica de acuerdo a las normas de que categoría se lo denominara de acuerdo a los servicios que preste y a la atención que se dé a los turistas.

Se puede deducir que el principal problema que afecta al cantón Tulcán y a la parroquia del el Carmelo es la falta de un centro turístico que brinde todos los servicios necesarios, para satisfacer los requerimientos de la población y de los turistas en general.

Justificación de la investigación.- En los últimos años El Carmelo se ha dado a conocer por la celebración de distintas festividades, entre las más importantes y que concentran un gran números de turistas están: fiestas de parroquialización, la culturización del carnaval, las fiestas julianas, navidad y fin de año, en todas estas fechas se puede observar que la falta de un sitio donde albergar a todos los visitantes se ha convertido en una necesidad eminente.

Con la instauración de una hostería como la que se plantea en este proyecto se logrará satisfacer la necesidad del servicio de hospedaje y sana diversión, donde cada persona se pueda sentir rodeado de un ambiente único y exclusivo.

Este estudio no solo pretende dar un buen servicio a los visitantes si no que también se enfocara en construir un lugar de esparcimiento, diversión y recreación para los mismos habitantes del lugar ya que después de sus largas jornadas de trabajo necesitan un lugar donde pasar un momento de relajación diferente al de sus hogares.

Cabe señalar que el servicio que se pretende exponer es el de una hostería que fusione áreas de esparcimiento y diversión como: cabalgatas, tours por zonas atractivas e interesantes del pueblo, piscinas, turco, hidromasaje, restaurante y lugar de descanso.

Hoy en día el turismo natural o ecoturismo mueve a muchas personas en el mundo sobre todo en los últimos años, por el anuncio del denominado calentamiento global el cual ha hecho que la humanidad se concientice sobre cómo tratar a la naturaleza, esta es una de las principales razones por la cual este estudio se ha enfocado en ser un proyecto de tipo ecológico, ya que no solo se lograra satisfacer la necesidad de un hospedaje si no también se ofrecerá algo distinto e innovador donde todo esté relacionado con el medio ambiente y que todas las personas amantes de la naturaleza quieran descubrir y disfrutar.

El estudio de factibilidad tendrá como beneficiarios directos a los residentes de la parroquia el Carmelo, el cantón Tulcán, y personas de otras de otras ciudades aledañas de la provincia del Carchi, Imbabura y Sucumbíos, y a los turistas internacionales sobre todo de Colombia por ser un sector fronterizo. Los beneficiarios indirectos serian los inversionistas y los distintos medios de transporte por ser los impulsores de la industria del turismo.

Económicamente será factible por que en la actualidad cuando hablamos de turismo la mayoría de personas prefiere un lugar tranquilo donde descansar y lejos del bullicioso ruido de la ciudad y si se implanta una buena estrategia de publicidad lograremos nuevas inversiones obteniendo resultados en corto plazo.

Objetivo general.- Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una hostería ecológica en la Parroquia El Carmelo, Cantón Tulcán, Provincia del Carchi.

Objetivos específicos:

- Definir las bases teóricas y científicas que sustenten la investigación.
- Realizar el estudio de mercado y así determinar la oferta, la demanda, precios y competencia del proyecto.
- Realizar el estudio técnico que establezca el tamaño, localización, inversiones, organización y estructura de la hostería en la parroquia El Carmelo.
- Realizar un estudio económico- financiero que determine la viabilidad o no de la creación del la hostería ecológica.
- Determinar la incidencia de los impactos: social, económico, ambiental, turístico y cultural en la ejecución del proyecto.

Tipo de Investigación efectuada.- El presente estudio se desarrolló a través de una investigación cualitativa, descriptiva, de campo y bibliográfica.

Investigación cualitativa

Esta investigación tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la

realidad. No se trata de probar o de medir, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

Por tal razón este tipo de investigación se lo ha tomado para realizar el diagnóstico situacional, ya que en este capítulo se exponen todas las condiciones en las que se encuentra la zona de influencia para poder ejecutar el proyecto que se plantea.

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Este tipo de investigación se la utilizo, en el capítulo del estudio de mercado porque por medio de la encuestas, determinamos el tipo de actividades, y las necesidades turísticas de los encuestados, y esto nos permitió tener una visión de cómo implementar un servicio que satisfaga las necesidades de los turistas.

Investigación de campo

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

Es decir que utilizamos esta investigación en el estudio de mercado, debido a que fue necesario estar en contacto con los propietarios de los complejos turísticos para realizar las entrevistas y también observar como es el desenvolvimiento de las actividades dentro de estos sitios.

Bibliográfica-documental

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas y observaciones.

En la ejecución del marco teórico es necesario utilizar este tipo de investigación ya que se debe basaren documentos para respaldar y sustentar las teorías de los diferentes temas a tratar y que más adelante se pondrá en práctica para el desarrollo del proyecto.

CAPITULO I

1. DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES DEL DIAGNOSTICO

Para iniciar con el proceso de la realización del diagnóstico, se determinaron los objetivos diagnósticos, variables, indicadores, matriz de la relación diagnóstica y se establecen las fuentes de información.

1.1.1. OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

1.1.1.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar el diagnóstico situacional en la parroquia El Carmelo, con el fin de identificar la problemática y caracterizar al área de influencia del proyecto en aspectos tales como: antecedentes históricos, geográficos, demográficos y actividades económicas relevantes para la creación de una hostería de tipo ecológico en esta zona rural.

1.1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Definir los antecedentes de la parroquia El Carmelo.
- b) Analizar el espacio geográfico del área de investigación.
- c. Determinar los aspectos demográficos de El Carmelo y sus comunidades.
- d. Analizar la situación económica de la zona donde se ejecutara el proyecto de investigación.

1.1.2. VARIABLES DIAGNÓSTICAS

Se han identificado las siguientes variables que serán motivo de estudio y de un análisis minucioso.

1.1.2.1. Antecedentes de El Carmelo.

1.1.2.2. Espacio geográfico.

1.1.2.3. Demografía del la parroquia El Carmelo.

1.1.2.4. Situación económica.

1.1.3. Indicadores

1.1.3.1. Reseña histórica.

1.1.3.2. Ubicación territorial.

1.1.3.3. Población

1.1.3.4. Actividades Económicas

1.1.4. MATRIZ DE LA RELACIÓN DIAGNOSTICA

CUADRO N° 1

OBJETIVO	VARIABLES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
1. Definir los antecedentes de la parroquia El Carmelo	<ul style="list-style-type: none">• Antecedentes de El Carmelo	<ul style="list-style-type: none">• Reseña histórica	<ul style="list-style-type: none">• Documentos bibliográficos
2. Analizar el espacio geográfico del área de investigación	<ul style="list-style-type: none">• Espacio geográfico	<ul style="list-style-type: none">• Ubicación territorial	<ul style="list-style-type: none">• Fuentes secundaria
3. Determinar los aspectos demográficos de El Carmelo y sus comunidades	<ul style="list-style-type: none">• Demografía	<ul style="list-style-type: none">• Población	<ul style="list-style-type: none">• Datos estadísticos
4. Analizar la situación económica de la zona donde se ejecutará el proyecto	<ul style="list-style-type: none">• Situación económica	<ul style="list-style-type: none">• Análisis financiero	<ul style="list-style-type: none">• Fuentes secundarias

ELABORACIÓN: La Autora

1.1.5. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la realización del el diagnostico se ha recurrido a información proveniente de: libro de la historia de la Misión carmelita en Sucumbíos de Pablo Gallego Coto, ocd 1998. Información de la Tenencia política y junta parroquial del el Carmelo, documentación del Municipio de Tulcán, INEC, entre otros.

1.2. ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNOSTICAS.

1.2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

El Carmelo, o también denominado El Pun, perteneció a Colombia. Fue cedido a Ecuador en 1916 mediante el tratado Muñoz Vernaza-Suárez”.

Muchos colonos decidieron volver a Colombia y fundar La Victoria, en 1917. Otros se quedaron allí y profundizaron sus lazos familiares.

Es decir que El Carmelo fue creado el 29 de enero de 1919 en ese entonces llevaba el nombre El Pun, el 11 de enero del mismo año fue reconocido por el Municipio de Tulcán como una Parroquia, pero existía una disputa entre Sucumbíos y Carchi sobre la pertenecía de esta zona.

El día 2 de enero de 1930 hacen su entrada la misión Carmelita en el Pun. Donde la Vialidad y colonización serán las dos coordenadas en torno a las que girará toda la actividad de los misioneros. Encuentran un pueblito con 50 casas, con una gente muy acogedora, Pronto surgen ideas nuevas: urbanizar el Pun, creando un mercado los días domingos donde se venden los productos de la zona, e imponiendo el uso del sucre como moneda normal, ya que fuera de dos o tres familias, el resto eran colombianos. Se celebran las fiestas cívicas con desfiles, actos culturales para ir creando en las gentes el amor a la nueva Patria, el Ecuador. También instalan una farmacia que provee de lo indispensable a la gente.

En poco tiempo el Pun experimentará un gran cambio, que será obra de todos: del pueblo y de los misioneros. Se emprende con entusiasmo la

idea de construir una carretera de 2.50 metros de ancho: Tulcán, el Pun, el Chingual, la Fama, Sibundoy, la Bonita. Y así, el día 4 de marzo de 1935, llega el primer auto a El Pun.

El 17 de enero de 1955 por reconocimiento a la misión carmelita los pobladores piden que se autorice cambiar el nombre del Pun por el de El Carmelo. Para ese entonces era un hecho que esta parroquia pertenecía civilmente a la provincia del Carchi. Y a pesar de todos los esfuerzos que se hicieron, no fue posible conseguir que pasara a pertenecer a la oriental provincia de Napo.

Muchas fueron las obras realizadas por la Misión en este centro poblado, pero a pesar de todo y ante la inseguridad de estar y no estar en un lugar en litigio, se decidió abandonar el Carmelo el 31 de julio de 1968, hecho que queda recogido en carta dirigida al Obispo de Tulcán el 30 de junio del 67.

Todos estos contextos históricos han hecho que El Carmelo sea un pueblo emprendedor y con una visión de desarrollo para todas sus comunidades.

1.2.2. ASPECTOS GEOGRÁFICOS

El Carmelo se encuentra a una altura de 2.750 metros, situado al Nor-Oriente del Cantón Tulcán, provincia del Carchi, tiene una extensión de 61.20 km² cuadrados que representan el 1,46 % del territorio total del cantón. Sus límites son: Norte con Colombia, (Departamento de Nariño, corregimiento la Victoria), Sur Oriente con la Provincia de Sucumbíos, (Parroquia de Sanfrancisco del Playón y Santa Bárbara), Occidente con la Parroquia San Miguel de Tulcán en una parte y en otra parte con la Parroquia de Julio Andrade.

La mencionada parroquia es rural, y pertenece al Cantón Tulcán, está conformada por siete comunidades, todas cuentan con los servicios básicos necesarios como: higiene, salubridad, alcantarillado sanitario y fluvial, sistema de agua potable, energía eléctrica, y una central telefónica moderna y teléfonos domiciliarios.

El sistema de acceso vial es el siguiente: Carretera El Carmelo – Tulcán

35 km, Carmelo –Julio Andrade 25 km, Carmelo – Santa Barbará 15 km, La Bonita 45 km, Carmelo – San Antonio 2 km, La Victoria 10 km (Colombia), y caminos vecinales que conectan a todas las comunidades. Existe servicio innovado de transporte de pasajeros.

Por ser una zona fronteriza, se encuentra resguardada por dos instituciones, la Policía Nacional y el destacamento Militar Ya guachi.

También cuenta con un Sub-centro de salud equipado,

Existen organismos de control y servicio a la comunidad como son: Tenencia política (teniente, secretaria, registro civil, bibliotecario), Casa parroquial (cura párroco), Junta parroquial y Junta de aguas. Todas estas encaminadas a contribuir con el desarrollo y progreso común.

1.2.3. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

La parroquia el Carmelo se encuentra conformada por tres barrios en el centro del poblado: 24 de Mayo, 12 de Octubre y barrio Sucre y siete comunidades rurales: Buena Vista – Playa baja, Cartagena, Capulí, El Aljún- Agua Fuerte, Playa Alta, La Florida, y El Frailejón. Con una extensión total de 61.20 k m², distribuidos en la siguiente manera:

CUADRO N° 2

El Carmelo: Extensión de los barrios del centro del poblado

BARRIOS DENTRO DEL POBLADO	Km ²	# DE HABITANTES
Barrio 24 de Mayo	1 km ²	820
Barrio 12 de Octubre	700 m ²	450
Barrio Sucre	500 m ²	411
TOTAL	2 km ² y 200 m ²	1.681

FUENTE: Archivo de la Tenencia Política de El Carmelo.

ELABORACIÓN: La Autora

Las comunidades pertenecientes a El Carmelo se distribuyen de la siguiente manera:

CUADRO N° 3

El Carmelo: Extensión de las Comunidades

COMUNIDADES	Km ²	# DE HABITANTES
Buena Vista – Playa Baja	7 km ²	40
Cartagena	9.3 km ²	340
El Capulí	6.8 km ²	72
El Aljún – Agua Fuerte	7.6 km ²	430
Playa Alta	11.4 km ²	492
La Florida	6.9 km ²	150
El Frailejón	10 km ²	211
TOTAL	59.00 km²	1.735

FUENTE: Archivo de la Tenencia Política de El Carmelo

ELABORACIÓN: La Autora

1.2.4. SITUACIÓN ECONÓMICA

El Carmelo por estar dentro de la región interandina cuenta con un clima frío por ende las actividades agrícolas, ganaderas y comerciales son las principales actividades que generan los ingresos a la población.

CUADRO N° 4

El Carmelo: Población Económicamente Activa y Pasiva

ACTIVIDAD	POBLACIÓN ACTIVA	POBLACIÓN PASIVA
Trabajo jornal diario	70%	
Artesanías	5%	
Comercio informal	10%	
terratenientes	5%	
Empleados públicos		2%
Otras actividades		8%

FUENTE: Archivo de la Tenencia Política de El Carmelo.

ELABORADO POR: La Autora.

Al ser una población agrícola ganadera aproximadamente el 90% es activo el 10% pasiva

Dentro de la ganadería existe una asociación de ganaderos (Rancheros del Norte) con una producción de 10.000 litros de leche diarios y una planta de enfriamiento con una comercialización de 15.000 litros diariamente, de igual manera esta entidad se encarga de la administración de una tercerna para el servicio del pueblo.

En la agricultura se produce una variedad de productos pudiendo clasificar en tubérculos (papas), comercializando 10 toneladas semanales, hortalizas, frutas silvestres, gramíneas, su producción es comercializada en el mercado local y exportada a diferentes mercados de Tulcán, San Gabriel, Julio Andrade y al interior del país.

En cuanto a Psi cultura en la comunidad del Aljun se cuenta con un criadero de peces arcoíris con una productividad de 3.200 truchas al mes.

Con lo referente a lo Comercial cuenta con tienda de abarrotes, panaderías, farmacias, basares, picanterías, salones de belleza etc.

El viernes es el día de feria más importante para 3 416 habitantes de El Carmelo y sus nueve comunas. Pero también para los moradores de las veredas San José Alto, San Antonio, La Palma, El Salado y La Victoria, en Colombia.

En el último lustro, El Carmelo se convirtió en una despensa de los colombianos. Esta parroquia, en Carchi, y La Victoria, en Nariño, son las urbes más pobladas y geográficamente más importantes de ese sector.

La ventaja vial y el intenso comercio alimenticio se aprovechan muy bien en el Carmelo.

1.3. DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.3.1. ALIADOS

En el desarrollo de este proyecto contaríamos con algunos aliados como son: los turistas, la cultura y en si toda la naturaleza que convierte a este lugar en un sitio atractivo para todos quienes aman el ecoturismo.

1.3.2. OPONENTES

Los principales oponentes para la ejecución de este proyecto serían los propietarios de los complejos turísticos, hostales, residencias, hoteles y pensiones ya que de una u otra forma afectaría sus ingresos y el desarrollo de sus negocios calificados también como turísticos.

1.3.3. OPORTUNIDADES

Este proyecto permitiría el desarrollo de nuevas fuentes de trabajo en lugar donde se va a ejecutar, brindar un nuevo servicio tomando en cuenta la naturaleza y contribuir con la conservación del medio ambiente.

1.3.4. RIESGOS

Un factor que influye en el desarrollo de una empresa es la inestabilidad económica y política del país, la competencia y creación de nuevos centros turísticos con las mismas características de la hostería que se pretende construir.

1.4. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN

Mediante el diagnóstico situacional que se efectuó, en la parroquia el Carmelo, del cantón Tulcán, se puede deducir que este sector cumple con todas las condiciones para implementar este proyecto ya que es un lugar lleno de historias, cultura, y sobre todo cargado de una naturaleza infinita que cautiva a todos quienes deseen un momento de tranquilidad.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del Marco Teórico se han respetado las citas bibliográficas de conceptos y opiniones científicas, que se las ha incorporado en cada tema o subtema a lo largo de toda la investigación realizada. A continuación se presenta una síntesis de lo abordado en cada uno de ellos.

2.1. LA EMPRESA

Como manifiesta, CHIAVENATO, Idalberto (2006), 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. Pág. 22

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

2.1.1. OBJETIVOS DE LA EMPRESA

2.1.1.1. OBJETIVOS DE LARGO PLAZO

Son objetivos a nivel de la organización, sirven para definir el rumbo de la empresa. Se hacen generalmente para un periodo de cinco años, y tres como mínimo.

2.1.1.2. OBJETIVOS DE MEDIANO PLAZO

Son objetivos a nivel de áreas o departamentos, se establecen en función de los objetivos estratégicos. Se hacen generalmente para un periodo de dos a tres años.

2.1.1.3. OBJETIVOS DE CORTO PLAZO

Son objetivos a nivel de operaciones, se establecen en función de los objetivos tácticos. Se hacen generalmente para un plazo no mayor de un año.

2.1.2. IMPORTANCIA DE LA EMPRESA

La empresa es importante porque permite el incremento constante de la productividad y sobre todo se encarga de proveer bienes y servicios a la sociedad para satisfacer una necesidad.

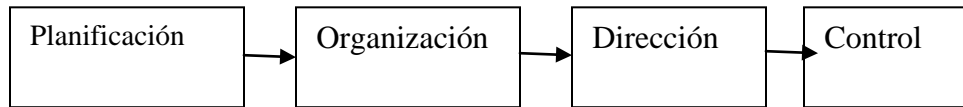
2.2. ADMINISTRACIÓN

REYES PONCE, Agustín, (2005) Define: “La administración como el proceso de diseñar y mantener un ambiente en el que las personas trabajando en grupo alcance con eficiencia y metas seleccionadas”. Pág. 35

La administración es aplicada a todo tipo de organizaciones bien sean pequeñas o grandes empresas, industrias manufactureras y de servicio, las mismas que necesitan una persona (administrador) que pueda desempeñarse como guía y ejerza un liderazgo que permita desarrollar y alcanzar todos los objetivos de forma común y que sean en beneficio de la empresa a la que representa.

2.2.1. PROCESO ADMINISTRATIVO

CHIAVENATO, Idalberto, (2001), organiza el Proceso Administrativo de la siguiente manera:



Cuando se consideran estos cuatro elementos en un enfoque global de interacción se logrará alcanzar los objetivos propuestos.

2.2.1.1. PLANIFICACIÓN

El Autor CHIAVENATO, Idalberto; (2001), Define “A la Planeación como la determinación de los objetivos y la elección de los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro”. Pág. 61

Este elemento del proceso, es esencial para los administradores, ya que de una buena planificación dependen los logros que se vayan a alcanzar posteriormente permitiendo optimizar recursos y se lograr el desarrollo eficaz y eficiente de los mismos.

2.2.1.2. ORGANIZACIÓN

CHIAVENATO, (2001), Dice, “la organización trata de determinar que recursos y que actividades se requieren para alcanzar los objetivos de la organización, Crear la estructura departamental de la empresa y asignar responsabilidades y a la autoridad en cada puesto”. Pág. 62

Esta función permite establecer una estructura organizacional dentro de una empresa, coordinar las funciones de cada departamento o sección de tal manera que todos contribuyan con el desarrollo de la entidad.

2.2.1.3. DIRECCIÓN

Según la definición de CHIAVENATO, (2001), “Esta etapa del proceso administrativo, llamada también ejecución, comando o liderazgo, es una función de tal trascendencia ya que se pone en marcha todos los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización”. Pág. 65

Esta fase permite establecer una forma adecuada de conducta en los miembros de una organización, aquí el administrador se encarga de motivar a los empleados y trata de interrelacionarlos y orientarlos para lograr las metas establecidas.

2.2.1.4. CONTROL

CHIAVENATO, (2001), Expresa, “Esta función define estándares para medir el desempeño, corregir desviaciones y garantizar que se realice la planeación”. Pág. 67

Esta función se centraliza en el vigilancia, inspección de todas las actividades que se estén desarrollado en la entidad y si es necesario corregir las falencias para no desviarse de el propósito inicial.

2.2.2. MANUAL ADMINISTRATIVO

REYEZ Ponce A, (2000), Dice “Es Un folleto, libro, carpeta, etc., en los que de una manera fácil de manejar (manuable) se concentran en forma sistemática, una serie de elementos administrativos para un fin concreto: orientar y uniformar la conducta que se presenta entre cada grupo humano en la empresa”

Se puede decir entonces que los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación

que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización, Instruyen al personal, acerca de aspectos tales como: objetivos, funciones, relaciones, políticas, procedimientos , normas, etc.

2.2.2.1. OBJETIVOS DE LOS MANUALES ADMINISTRATIVOS

- a)** Precisar las funciones y relaciones de cada unidad administrativa para deslindar responsabilidades, evitar duplicidad y detectar omisiones.
- b)** Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal, y propiciar la uniformidad en el trabajo.
- c)** Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas funciones operacionales.
- d)** Proporcionar información básica para la planeación e implementación de reformas administrativas.
- e)** Permite conocer el funcionamiento interno por lo que respecta a descripción de tareas, ubicación, requerimientos y a los puestos responsables de su ejecución.
- f)** Auxilian en la inducción del puesto y al adiestramiento y capacitación del personal ya que describen en forma detallada las actividades de cada puesto.
- g)** Sirve para el análisis o revisión de los procedimientos de un sistema.
- h)** Interviene en la consulta de todo el personal.
- i)** Que se desee emprender tareas de simplificación de trabajo como análisis de tiempos, delegación de autoridad,

2.2.3. MANUAL DE FUNCIONES

REYEZ Ponce Agustín, (2000), Manifiesta, “Puede conceptuarse al Manual como un cuerpo sistemático que indica las funciones y actividades a ser cumplidas por los miembros de la Organización y la forma en que las mismas deberán ser realizadas ya sea, conjunta o separadamente”.

Entonces el manual de funciones es un documento que se prepara en una empresa con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de los empleados de una compañía; describiendo con claridad todas las actividades de una empresa y distribuir las responsabilidades en cada uno de los cargos de la organización. De esta manera, se evitan funciones y responsabilidades compartidas que no solo redundan en pérdidas de tiempo sino también en la dilución de responsabilidades entre los funcionarios de la empresa, o peor aun de una misma sección.

2.2.3.1. ASPECTOS BÁSICOS QUE SE DESCRIBEN EN UN MANUAL DE FUNCIONES.

a. Descripción básica del cargo

El formato se encabeza describiendo el nombre del cargo, dependencia a la que pertenece y el cargo de su jefe inmediato.

b. Objetivo estratégico del cargo

Este ítem se refiere la actividad genérica que define el grupo de funciones, actividades y responsabilidades por lo cual se hace necesario la existencia de dicho cargo en la estructura de la empresa.

c. Funciones básicas

En este numeral se deben incluir brevemente cada una de las funciones y responsabilidades básicas que describa adecuadamente los límites y la esencia del cargo. Y esto se constituirá en una herramienta que ayude también a los jefes a realizar una evaluación adecuada y objetiva que no tenga nada que ver prejuicios personales.

d. Personal relacionado con el cargo.

Determinar con que empleados o secciones debe interactuar para dar cumplimiento a sus funciones y responsabilidades asignadas.

e. Perfil del Cargo

En este punto de la descripción del cargo, se refiere a cuál sería el perfil óptimo o ideal del funcionario que debe ocupar un cargo. Sirve de base para seleccionar el aspirante más adecuado en el proceso de selección.

2.3. CONTABILIDAD

2.3.1. CONCEPTO

DÍAZ, Hernando (2002), "La Contabilidad puede definirse como el sistema de información que permite identificar, clasificar, registrar, resumir, interpretar, analizar y evaluar, en términos monetarios las operaciones transaccionales de una empresa". Pág. 17

La contabilidad permite recolectar, analizar e interpretar las actividades económicas de un negocio, con la finalidad de obtener cuentas claras y ganancias sostenidas.

2.3.2. IMPORTANCIA

La Contabilidad es importante porque permite conocer de forma real la situación económica y financiera de la empresa, se puede decir que es esencial en un negocio ya que proporciona datos exactos de los ingresos, egresos y utilidad a través de un control exhaustivo y ordenado

2.3.3. OBJETIVOS

- Dar a conocer la situación económica y financiera de una empresa en un período de tiempo determinado.
- Analizar e informar sobre los resultados obtenidos, para tomar decisiones adecuadas a los intereses de la empresa.

2.3.4. CONTABILIDAD DE COSTOS

Gómez, Giovanni E. (2001), Manifiesta: " La Contabilidad de costos, es posiblemente el mejor instrumento de control y planeamiento a corto, mediano y largo plazo, por permitir, en base a la información resultante de su aplicación, la búsqueda de alternativas de solución a los diferentes inconvenientes". Pág. 235

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

2.3.4.1. ELEMENTOS DEL COSTO

Gómez, Giovanni E. (2001), Dice, “Los elementos de costo de un producto o sus componentes son los materiales directos, la mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación”. Pág. 237

a. Materiales Directos

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

b. Materiales Indirectos

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

c. Mano de obra Directa

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

d. Mano de Obra Indirecta

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

e. Costos indirectos de fabricación (CIF)

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

2.3.4.2. COSTOS VARIABLES

RAMIREZ, Angoitia. (2005), Expresa “ Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa, son los costos por producir o vender”. Pág. 202

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

2.3.4.3. COSTOS FIJOS

JACOBSON, Lyle. (1995), Dice “Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de "mantener la empresa abierta", de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa”. Pág.98

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

2.3.4.4. COSTO DE PRODUCCIÓN

Estos costos permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación.

2.3.5. CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos. Entre los activos circulantes y los pasivos circulantes. Es la capacidad de una empresa para desarrollar sus actividades de manera normal en corto plazo

2.3.6. PROCESO CONTABLE

Es una secuencia de todas las operaciones y transacciones que registra la contabilidad en un periodo o tiempo determinado. Se inicia con la recepción de documentos y el registro de las transacciones, continúa con la labor de pase de las cantidades registradas del diario al libro mayor, la elaboración del balance de comprobación, la hoja de trabajo, los estados financieros.

2.3.6.1. COMPROBANTE O DOCUMENTO FUENTE

Son la fuente u origen de los registros contables respaldan todas y cada una de las transacciones que se realizan en la empresa.

2.3.6.2. NORMALIZACIÓN

a. Diario general

El diario general es un libro que permite registrar de forma secuencial y cronológica las transacciones realizadas en la empresa. Son elementos del Diario General los siguientes:

- Nombre de la empresa
- Fecha del ejercicio
- N° de folio
- Numero del asiento contable
- Definición de la cuenta contable que interviene
- Código de la cuenta
- Valor que se debita o acredita según la cuenta que corresponda

b. Libro Mayor General

El mayor general permite controlar todas las cuentas principales con el objetivo de agrupar y verificar los valores de las cuentas que aparecen en el libro diario general. Generalmente los mayores se agrupan de acuerdo a las cuentas de activo, pasivo, patrimonio, ingresos y egresos. Sus elementos son:

- Membrete
- Nombre de la cuenta
- Fecha de operación contable
- Folio
- Cantidad de recargos y abonos
- Saldos deudores y acreedores

2.3.6.3. BALANCE DE COMPROBACIÓN

Documento contable a través del cual se realiza una verificación aritmética de la jurnalización y mayorización, en donde la sumatoria de los valores del debe será igual a la sumatoria de los valores del haber.

2.3.6.4. HOJA DE TRABAJO

SARMIENTO, Rubén (2005), Dice “Es una herramienta contable que permite al contador presentar en forma resumida y analítica gran parte del proceso contable”. Pág. 71

Aunque no constituye un documento obligatorio, es un medio auxiliar y didáctico que admite resumir en un solo informe la información del ciclo económico.

2.3.6.5. AJUSTES

Son asientos contables que se hacen para presentar saldos razonables, mediante la depuración oportuna y apropiada de todas las cuentas que por diversas causas no presentan valores que puedan ser comprobados y por ende no denotan la verdadera situación de la entidad.

2.3.6.6. ESTADOS FINANCIEROS

ZAPATA, SANCHEZ, Pedro (2008), afirma “Son informes que se elaboran al finalizar un periodo contable, con el objeto de proporcionar información sobre la situación económica y financiera de la empresa”. Pág. 60

Es decir que los estados financieros proporcionan información importante y trascendental a los dueños de una empresa ya que les permitirá examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial económico que ha desarrollado su negocio en un tiempo determinado.

a. ESTADO DE RESULTADOS

También llamado balance de pérdidas y ganancias, expresa en forma acumulada las cifras de rentas, costos y gastos resultantes en un período contable que al confróntalas se define la utilidad o pérdida de la actividad económica. Su estructura es la siguiente:

1. ENCABEZADO:

- Nombre o razón social de la empresa.
- N° de identificación
- Título del estado financiero
- Fecha del período al cual pertenece la información.
- Denominación de la moneda

2. TEXTO

Parte sustancial que presenta todas las cuentas de rentas, costos y gastos debidamente clasificadas y ordenadas a fin de ir estableciendo utilidad o pérdida.

3. FIRMAS DE LEGALIZACIÓN

En la parte inferior se insertaran las firmas y rubricas del gerente o representante legal, del contador y de algún otro que la norma exija.

b. BALANCE GENERAL

BRAVO, Mercedes (2007), Expresa “Es un informe contable que se presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, establece la posición financiera de la empresa en un momento determinado”. Pág. 62

Este balance nos demuestra la situación económica-financiera actual de la empresa. Señala la naturaleza y cantidad de todos los activos, pasivos y patrimonio, tiene por objeto rendir un informe claro a las partes interesadas sobre la situación de la compañía. La estructura del Balance General es la siguiente:

1. ENCABEZADO:

- Nombre o razón social de la empresa.
- N° de identificación
- Título del estado financiero
- Fecha del período al cual pertenece la información.
- Denominación de la moneda

2. TEXTO

Presenta las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio distribuido de tal manera que faculte efectuar un análisis financiero preciso.

3. FIRMAS DE LEGALIZACIÓN

En la parte inferior se insertaran las firmas y rubricas del gerente o representante legal, del contador y de algún otro que la norma exija.

c. ESTADO DE FLUJO DE CAJA

ZAPATA, Pedro (2008), Dice “Tiene que ver con las entradas y salidas del dinero, durante un periodo, con el objetivo de medir la capacidad de generar efectivo en la normal actividad de la empresa y la manera como se emplearán dichos recursos económicos. Pág. 389

Este estado se efectúa analizando todo el movimiento de entradas y salidas de efectivo, presenta el impacto que tienen las actividades operativas de inversión y de financiamiento.

d. ESTADO DE CAMBIO DEL PATRIMONIO

El estado de cambio del patrimonio permite mostrar los cambios en la inversión de los propietarios- accionistas durante el período, se elabora tomando en cuenta las aportaciones de capital que se hayan efectuado por ejercicio, disminuyendo las reducciones de capital para llegar al capital actual de la empresa.

e. POLÍTICAS CONTABLES Y NOTAS EXPLICATIVAS

Son los principios específicos, bases, procedimientos acogidos por las empresas en la elaboración y presentación de los estados financieros.

Estas representan la revelación de cierta información que no se refleja directamente en los estado financieros y que es de mucha utilidad para que los gerentes, accionistas o propietarios tomen decisiones con una base objetiva es decir que estas notas forman parte integral de un estado financiero.

2.4. EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera se realiza con el fin de saber mediante un análisis exhaustivo la viabilidad o no del proyecto; para el cual se usa las principales técnicas de evaluación que a continuación se detallan.

2.4.1. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

LAWRENCE J. Gitman (2003), Explica “El valor del dinero en el tiempo se considera una técnica para preparar presupuestos de capital, donde se descuentan los flujos de efectivo de la empresa a una tasa específica”. Pág. 345

Mediante esta técnica de evaluación financiera nos permite establecer el valor presente de los flujos de efectivos futuros. Nos indica de cierta forma la rentabilidad que va a tener el proyecto y se puede visibilizar si la inversión es favorable o no.

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

CRITERIOS DE DECISIÓN:

- Si el VAN mayor que cero, se acepta el proyecto.
- Si el VAN menor que cero, se rechaza el proyecto.

Si el VAN es mayor que \$0, la empresa ganara un rendimiento mayor que su costo de capital, tal acción debe mejorar el valor de mercado de la empresa y por lo tanto los ingresos de los propietarios.

2.4.2. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

JOHN J. Wild (2007), Expresa “Es la tasa de rendimiento anual compuesta que ganara la empresa si invierte en el proyecto y recibe los flujos positivos de efectivo dados”. Pág. 348

La tasa interna de retorno es aquella que permite conocer la rentabilidad que genera la inversión al final de su periodo de recuperación.

Su cálculo se realiza sacando el VAN superior e inferior; es decir que debe dar una VAN positivo y un negativo, para luego comparar los datos obtenidos.

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

2.4.3. COSTO - BENEFICIO

El costo – beneficio refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y gastos.

Con el análisis de la relación costo – beneficio se otorgan valores menores, iguales o mayores; esto quiere decir lo siguiente:

2.4.3.1. C/B > 1 significa que los ingresos son mayores que los gastos; entonces el proyecto es aconsejable.

2.4.3.2. C/B = 1, significa que los ingresos son iguales a los gastos, entonces el proyectos es indiferente.

2.4.3.3. C/B < 1; esto quiere decir que los ingresos son menores que los gastos entonces el proyecto no es aconsejable.

$$\text{COSTO - BENEFICIO} = \frac{\Sigma \text{ Ingresos actualizados}}{\Sigma \text{ Gastos actualizados}}$$

2.4.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Es el tiempo requerido para recuperar una inversión inicial en un proyecto y se calcula a partir de los flujos positivos de efectivo.

2.4.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

LAWRENCE J. Gitman (2003), Dice “Es el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos operativos”.

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

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

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

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

2.5. LA MERCADOTECNIA

STANTON, Willian J. (2007), Manifiesta “Es vital para el éxito de las organizaciones, lo cual se refleja en un planteamiento fundamental de los negocios y le da al cliente la máxima prioridad”. Pág. 9

La mercadotecnia incluye todas las actividades de un negocio que tiene que ver con el flujo de bienes y servicios desde la producción inicial hasta la producción final y el consumidor.

2.5.1. EL PRODUCTO

KOTTLER, Philip (2008), Dice “Un producto es un conjunto de atributos fundamentalmente unidos en una forma identificable”. Pág. 220.

El producto o servicio es un beneficio que satisface una necesidad, se debe tomar en cuenta la calidad ya que este es la pieza principal para llegar a un mercado meta.

2.5.2. EL PRECIO

ETZEL, Michael (2007), Expresa “Es la cantidad de dinero u otros elementos de utilidad que se necesitan para adquirir un producto”. Pág. 338.

Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios, mismo que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de la transacción.

2.5.3. PROMOCIÓN

La promoción, sin importar a quien vaya dirigida, es un intento de influir en las personas, permite que los empresarios puedan llegar a los clientes y dar a conocer los productos o servicios que se están ofertando y como de alguna manera van a satisfacer una necesidad.

2.5.4. EL MERCADO

Es el conjunto de compradores y vendedores que se interrelacionan para realizar el intercambio de bienes o servicios.

2.5.4.1. LA OFERTA

La oferta es un conjunto de bienes o servicios que se exponen en el mercado en un tiempo determinado y aun precio específico.

2.5.4.2. LA DEMANDA

Se relaciona con la necesidad del consumidor para adquirir un producto o un servicio con la finalidad de satisfacer una necesidad.

2.6. EL TURISMO

Enciclopedia, Encarta, 2009: “Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes o estancias en lugares diferentes a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año”.

Es decir que el Turismo es visitar y viajar a lugares diferentes a los que se frecuenta regularmente, por lo general sitios donde se encuentre tranquilidad y diversión.

2.6.1. IMPORTANCIA DEL TURISMO

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

2.6.1.1. Porque genera fuentes de trabajo e identidad nacional

2.6.1.2. Eleva el auto estima de los residentes y naturales de un territorio

2.6.1.3. Moviliza mucho dinero en efectivo que se distribuye al igual en muchas personas alternativamente

2.6.1.4. Se benefician los que directamente trabajan en el sector, más bien los pobladores donde se desarrolla esta actividad, vendiendo sus productos ya sean alimentos, artesanías, transporte

2.6.1.5. Generando múltiples puestos de trabajo directos e indirectos

2.6.2. ECOTURISMO

Diccionario de lenguaje español (2005), Dice. " Un viaje bien planeado, con desarrollo económico para el país, conservación de los recursos naturales y beneficios para los habitantes locales".

El ecoturismo, frecuentemente es confundido con los deportes de riesgo, consiste en visitas a las áreas geográficas relativamente inalteradas, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales o culturales, por medio de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y propicia la participación activa de las poblaciones locales en los procesos de planificación y en la distribución de sus beneficios.

El hombre hallará aquí un motivo para reflexionar acerca del valor de sus abundantes recursos, y la necesidad de contar con una política responsable en la materia. Según la Organización Mundial del Turismo, los ingresos generados en los países en desarrollo por la actividad turística alcanzan un 42 por ciento del total de los servicios y presentan un pronóstico de crecimiento explosivo para los próximos años, especialmente el turismo en áreas de riquezas naturales o culturales.

2.7. HOSTERÍAS ECOLÓGICAS

(<http://www.monografias.com>), Manifiesta: “Es un lugar donde se proporciona alojamiento y comida mediante pago originalmente están ubicadas en lugares campestres y cuentan con una infraestructura similar a un pequeño hotel de categoría donde todo está relacionado con la naturaleza. Simplemente estos lugares lo que quieren brindar es un ambiente más cálido y hogareño”. (2009)

Este tipo de lugares ofrecen, algo innovador donde los clientes pueden disfrutar de un ambiente de tranquilidad, y sana diversión ya que todo está vinculado con la naturaleza.

2.7.1. CLASIFICACIÓN DE HOSPEDAJE

2.7.1.1. Lujo

- a) Primera
- b) Turística

- c) Segunda A
- d) Segunda B

2.7.1.2. Por dimensión.

- a) Pequeño
- c) Mediano

- d) Grande

2.7.1.3. Por tipos de clientes

- a) Comerciales (para "hombres de negocios")
- b) Vacacional (para turistas)

- c) Convenciones y eventos
- d) Para residentes

2.7.2. Características de las hosterías ecológicas

Para la creación de una hostería de tipo ecológico debemos tomar en cuenta alguna de las siguientes características:

- a.** Minimizar el impacto del medio, a través de la utilización de tecnología solar para ayudar a la calefacción y al agua caliente sanitaria.

- b.** Reciclar las aguas grises para riego y mochila de inodoros.

- c.** Iluminar con leds y lámparas de bajo consumo.

- d.** Los muebles deberían estar diseñados y producidos especialmente para una Hostería ecológica.

- e.** Limpiar con productos biodegradables.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Para diseñar un proyecto es indispensable realizar un estudio de mercado, con el fin de cuantificar, con la información suficiente del mercado, la demanda, la oferta y precios. Efectuar las proyecciones para la vida útil del proyecto, destacando el comportamiento de las variables presentes en el mercado turístico en el entorno geográfico y social. Es necesaria también la cuantificación de la demanda insatisfecha y buscar el espacio de mercado del servicio que se pretende implantar y poner a disposición de los consumidores. En esta parte del proyecto también se hará un análisis de la competencia y los posibles canales de prestación del servicio.

3.1. ANTECEDENTES

3.1.1. FINALIDAD DEL ESTUDIO DE MERCADO

KLOTTER, Philip (2008) Dice, “Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización”. Pág. 98

Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado.

Este estudio trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico es decir la necesidad que tienen los

consumidores actuales y potenciales de un servicio o producto en un área delimitada, de igual manera admite identificar a las actuales empresas productoras, las mismas que se pueden investigar y analizar y que de cierta forma nos sirvan como guía para elaborar el régimen de formación de precios y la forma de cómo llegar con el bien o servicio a los consumidores y usuarios.

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

3.1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.1.2.1. OBJETIVO GENERAL

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

3.1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a.** Evaluar los servicios de turismo existentes en el Cantón Tulcán.
- b.** Analizar la demanda del servicio de hospedaje y turismo en Tulcán.
- c.** Establecer la oferta del servicio de una hostería ecológica en esta zona.
- d.** Estudiar las estrategias de comercialización, que permitan incrementar la demanda del servicio.

3.1.3. TIPO DE INVESTIGACIÓN EFECTUADA

En el presente proyecto se utilizó la investigación descriptiva y de campo; es decir, que se buscó los mecanismos correctos y válidos para lograr conocer las características de los consumidores potenciales del servicio de un complejo turístico en la zona de El Carmelo.

3.1.3.1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La investigación se ha realizado en base a diferentes técnicas de investigación de campo para la recopilación de información tanto primaria como secundaria, siendo las utilizadas en su momento las siguientes:

a. Encuestas

Las encuestas se realizaron a las personas que residen en el cantón Tulcán entre 18 y 60 años de edad.

b. Entrevistas

Las entrevistas se aplicaron a los propietarios y administradores de los complejos turísticos existentes en el Cantón Tulcán.

c. Observación

A demás de la técnica de la entrevista también se aplicó la de observación directa a los distintos centros turísticos localizados en Tulcán.

d. Diseño y validación de instrumentos

Para que la presente investigación cumpla con los objetivos trazados; en primer lugar se diseñó el formulario de encuestas dirigidas a los

consumidores y propietarios de los complejos turísticos, respectivamente.

3.2. DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

Los datos acerca de la población existente en el cantón Tulcán se los ha tomado de según el censo poblacional realizado en el año 2001, representa el 50,5 % del total de la Provincia del Carchi, se caracteriza por ser una población joven ya que el 42,7% son menores de 20 años, el total de la población es de 77.175 habitantes, de los cuales 47.359 residen en el área urbana en porcentaje el 61.37% y 29.816 habitan en el área rural ósea el 38.63 %.

Con respecto a la población de acuerdo al género, está distribuido así: 50.30% mujeres y 49.70 % hombres.

3.2.1. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población que se tomara para el estudio de mercado meta es todas las personas residentes en el Cantón Tulcán entre 18 y 65 años tanto el área urbana como rural que corresponde al 81.50 % del total de la población, poniendo énfasis en los habitantes de la parroquia el Carmelo que es el lugar donde se va a crear la hostería. Y de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC para el año 2010 es de 74.508 habitantes aplicando la tasa de crecimiento anual que es de 1.9 %.

3.2.1.1. MUESTRA

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

De donde:

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

δ = Varianza 0.25

Z= Nivel de confianza (1.96)

E= Nivel de error (0.05)

3.2.1.2. CÁLCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{74508 * 1.96^2 * 0.25}{0.05^2 (74507 - 1) + (1.96)^2 (0.25)^2}$$

n = 384 habitantes

3.3. RESULTADOS DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS

3.3.1. ENCUESTA APLICADA A LOS CONSUMIDORES (ver anexo 1)

3.3.1.1. ¿Conoce usted en el cantón Tulcán de algún centro turístico ecológico que preste servicios de alojamiento, restaurante, piscina, turco, hidromasaje, cabalgatas?

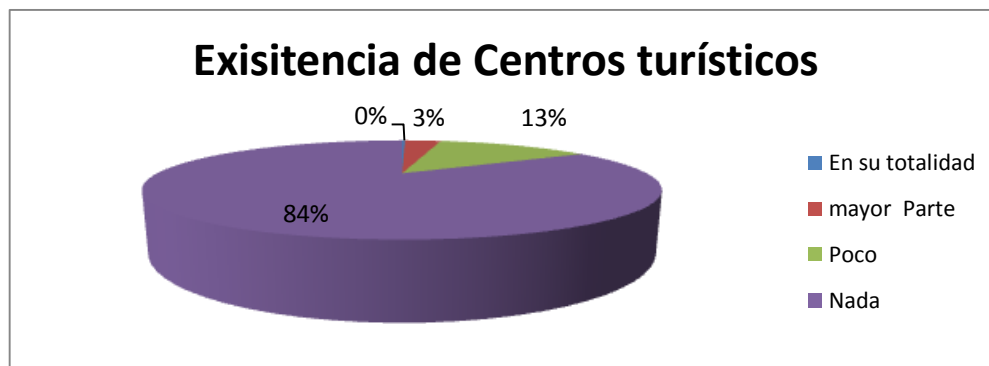
CUADRO N° 5
CONOCIMIENTO SOBRE CENTROS TURÍSTICOS ECOLÓGICOS

ALTERNATIVA	N°	%
En su totalidad	0	0
mayor Parte	12	3,13
Poco	50	13,02
Nada	321	83,85
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora.

GRAFICO N° 1



a) Análisis:

Se puede determinar que la mayoría de las personas encuestadas, no tienen conocimiento de que exista una hostería ecológica en el cantón Tulcán.

3.3.1.2. ¿Quisiera Usted contar con una hostería ecológica, en la población de El Carmelo que presta todos los servicios mencionados anteriormente?

CUADRO N° 6

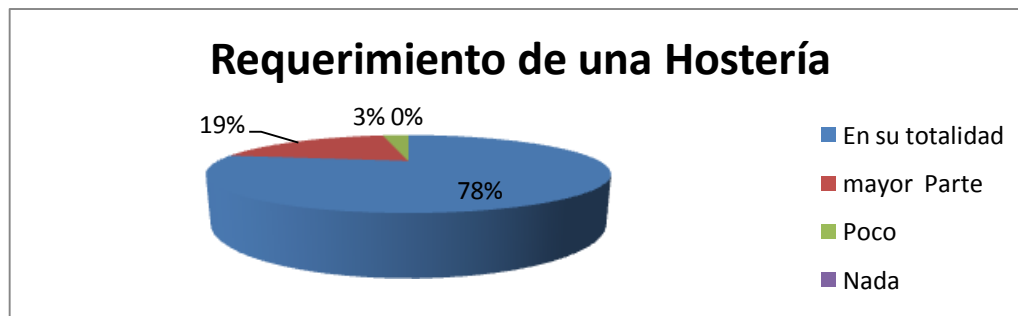
REQUERIMIENTO DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA

ALTERNATIVA	N°	%
En su totalidad	298	77,60
mayor Parte	75	19,53
Poco	11	2,86
Nada	0	0
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora.

GRAFICO N° 2



b) Análisis:

De acuerdo al gráfico se puede establecer que todas las personas estarían de acuerdo en que se establezca una hostería en el sector del Carmelo por ser un lugar de mucha cultura y sobre todo por la tranquilidad que ofrece para descansar.

3.3.1.3. ¿Le gustaría pasar unos días o un fin de semana de vacaciones con su familia, en un centro turístico que le brinde todas las facilidades y requerimientos que usted necesita?

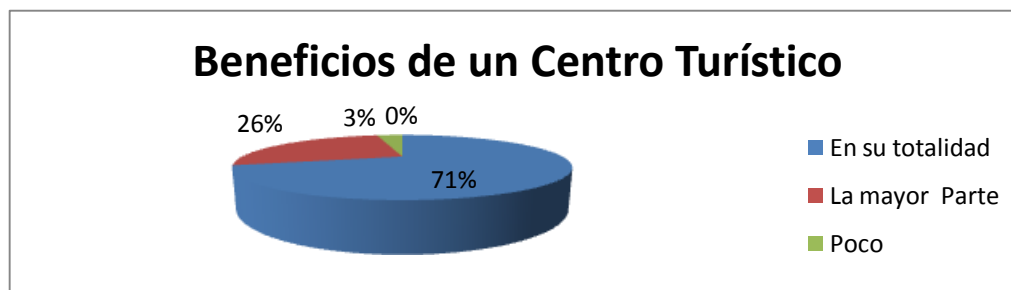
CUADRO N° 7
BENEFICIO DE UN CENTRO TURÍSTICO CON TODOS LOS
SERVICIOS

ALTERNATIVA	N°	%
En su totalidad	271	70,57
La mayor Parte	100	26,04
Poco	13	3,39
Nada	0	0,00
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora.

GRAFICO N° 3



c) Análisis:

En este caso se manifiesta en un porcentaje considerable, el hecho de que a las personas si les gustaría tener un lugar donde recrearse y divertirse sanamente ya que el cantón Tulcán no posee un lugar como el que se pretende crear.

3.3.1.4. ¿Conoce usted que a él Carmelo se llega por una vía asfaltada y sin peligro a tan solo 35 km desde la ciudad de Tulcán?

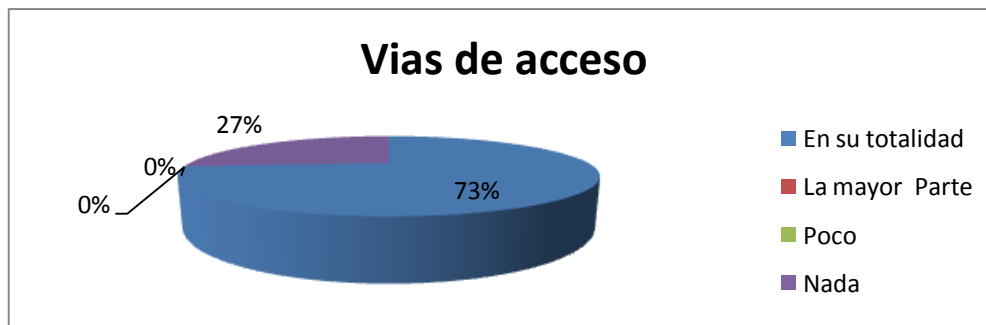
CUADRO N ° 8

CONOCIMIENTO SOBRE LAS VÍAS DE ACCESO

ALTERNATIVA	N°	%
En su totalidad	282	73,44
La mayor Parte	0	0
Poco	0	0
Nada	102	26.56
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán
ELABORACIÓN: La Autora.

GRAFICO N ° 4



d) Análisis:

Se puede deducir que la población del cantón Tulcán si tiene conocimiento de que la vía para ingresar a El Carmelo fue asfaltada. Pero por ser una obra ejecutada recientemente hay un cierto porcentaje de personas que no conocían de este aspecto.

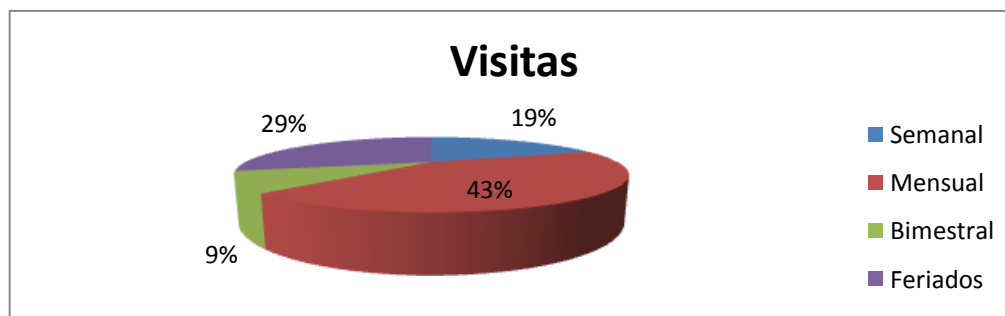
3.3.1.5. Si se creara este centro turístico, ¿Cada qué tiempo usted y su familia nos visitarían?

**CUADRO N° 9
FRECUENCIA DE VISITAS**

ALTERNATIVA	N°	%
Semanal	75	19,53
Mensual	164	42.71
Bimestral	34	8,85
Feridos	111	28.91
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán
ELABORACIÓN: La Autora.

GRAFICO N° 5



e) Análisis:

A través de este estudio podemos concluir que el mayor porcentaje de personas encuestadas se inclinarían por visitarnos mensualmente, es

decir que para seguir con el desarrollo del proyecto se tomara en cuenta las visitas mensuales.

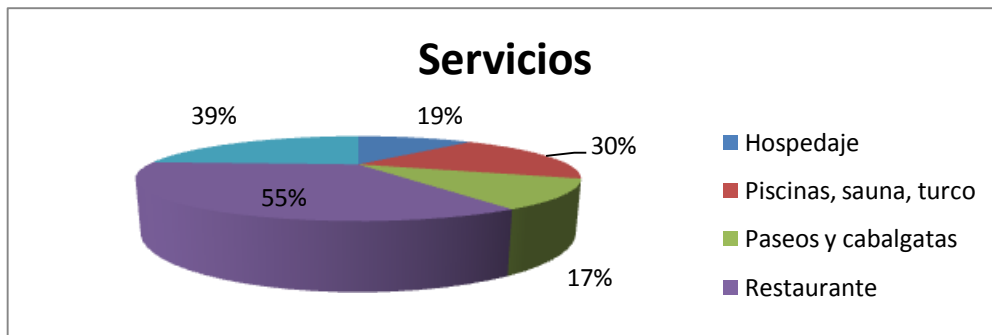
3.3.1.6. ¿De los servicios que ofrecería la hostería por cual se inclinaria usted como turista?

**CUADRO N° 10
DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS**

ALTERNATIVA	N°	%
Hospedaje	71	18,52
Piscinas, sauna, turco	115	30,03
Paseos y cabalgatas	66	17,10
Restaurante	212	55,25
Bebidas	147	38,50
TOTAL		

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán
ELABORACIÓN: La Autora.

GRAFICO N° 6



f) Análisis:

En esta pregunta no se tomo en cuenta los totales por motivo de que a muchos de los encuestados les gustaría disfrutar de más de un servicio que ofrecería la hostería. Pero se puede deducir que el servicio que más se destacaría es el de restaurante ya que todas las personas que

visten la hostería pasarían también el restaurante independientemente del los otros servicios que se ofrecería.

3.3.1.7. De acuerdo a sus ingresos, ¿Cuánto estaría usted dispuesto (a) a pagar por familia los servicios de Hospedaje, restaurante, bebidas, área de esparcimiento y relajación, paseos y cabalgatas?

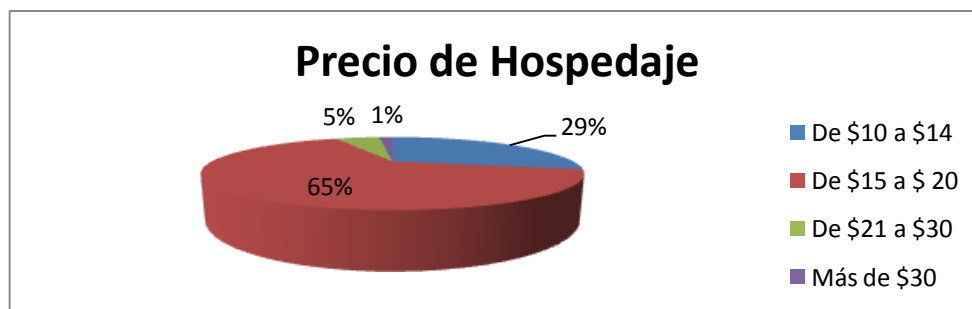
**• HOSPEDAJE
CUADRO N° 11**

PRECIOS POR HOSPEDAJE

ALTERNATIVA	N°	%
De \$10 a \$14	110	28,65
De \$15 a \$ 20	248	64,58
De \$21 a \$30	20	5,21
Más de \$30	6	1,56
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán
ELABORACIÓN: La Autora.

GRAFICO N° 7



g) Análisis

La mayoría del las personas investigas han optado por pagar entre 15 y 20 dólares de acuerdo a la situación económica actual. Y

según comentarios de las mismas, estarían de acuerdo en pagar más una vez que hayan experimentado la calidad de este servicio.

• **RESTAURANTE**

CUADRO N° 12

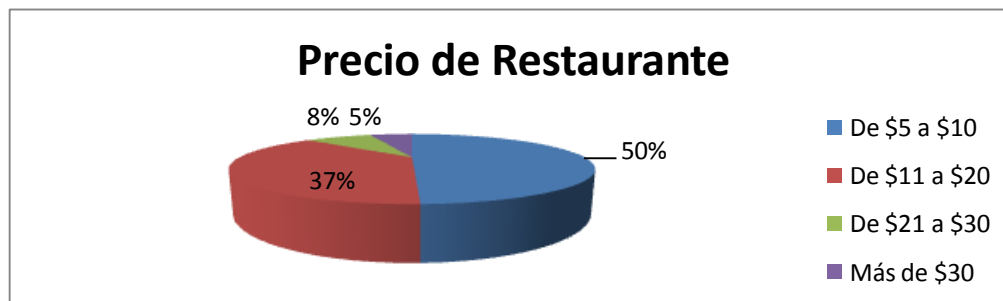
PRECIOS DE RESTAURANTE

ALTERNATIVA	N°	%
De \$5 a \$10	190	49.48
De \$11 a \$20	143	37.24
De \$21 a \$30	31	8.07
Más de \$30	20	5.21
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora.

GRAFICO N° 8



h) Análisis:

En el caso de los precios de restaurante y de acuerdo a la información los encuestado pagarían: de \$5 a \$10 pero hay una diferencia muy estrecha entre los que estarían dispuestos a pagar entre 11 y 20 esto será de acuerdo al los platos que deseen servirse.

• **BEBIDAS**

CUADRO N° 13

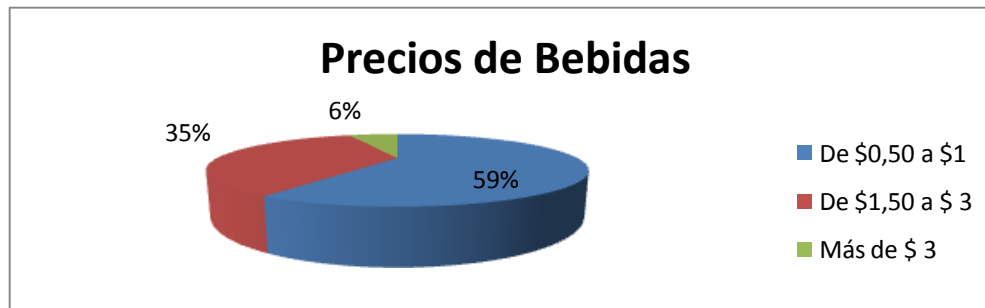
PRECIOS DE BEBIDAS

ALTERNATIVA	N°	%
De \$0.50.a \$ 1	226	58,85
De \$1,50 a \$ 3	136	35.42
Más de \$ 3	22	5.73
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora.

GRAFICO N° 9



i) Análisis:

En el gráfico para determinar cuánto pagarían los usuarios por concepto de bebidas, se obtuvo que las personas estuvieran dispuestas a pagar entre 0.50 y 1.00 pero considerando la bebida que deseen adquirir es por eso que también se considerara además el valor entre 1.50 y 3.00

• PISCINA, SAUNA Y TURCO

CUADRO N° 14

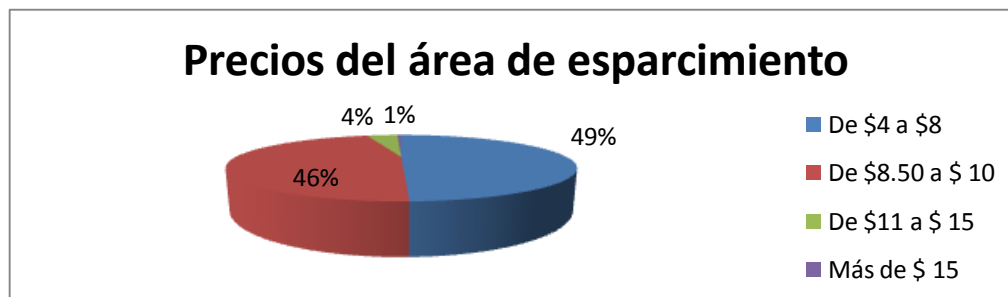
PRECIOS POR PISCINA, SAUNA Y TURCO

ALTERNATIVA	N°	%
De \$4 a \$8	190	49,48
De \$8.50 a \$ 10	177	46,09
De \$11 a \$ 15	15	3,91
Más de \$ 15	2	0,52
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 10



j) Análisis:

Con respecto determinar cuánto pagarían los usuarios por la utilización de piscinas, turco e hidromasaje el gráfico muestra los siguientes datos: la gran mayoría optaron por el valor entre 4 a 8 dólares, ya que actualmente si existen otros lugares que ofrecen este servicio por valores muchos menores a los expuestos, pero se ha hecho énfasis en la calidad del servicio que van a recibir, el mismo que mercería pagar los valores expuestos al encuestado

**• PASEOS Y CABALGATAS
CUADRO N ° 15**

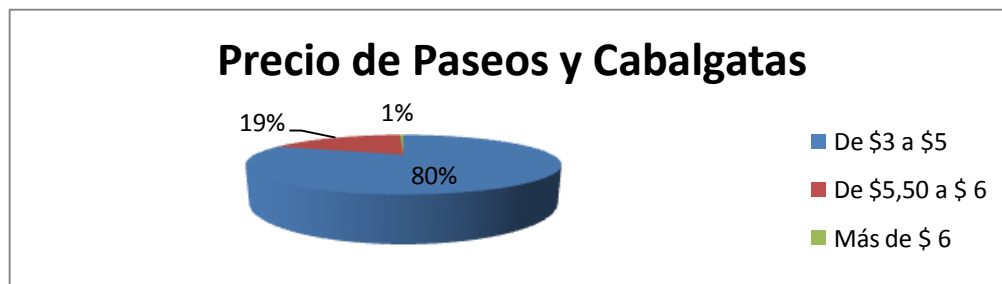
PRECIOS POR PASEOS Y CABALGATAS

ALTERNATIVA	N°	%
De \$3 a \$5	309	80,47
De \$5,50 a \$ 6	73	19,01
Más de \$ 6	2	0,52
TOTAL	384	100

FUENTE: Consumidores del Cantón Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 11



k) Análisis:

Se lograría determinar que los encuestados estarían dispuestos a pagar de 3 a 5 dólares por el servicio de cabalgatas, tomado en cuenta la distancia de los recorridos y la naturaleza q se podrá observar en la ejecución del paseo a caballo.

3.3.2. ENCUESTA REALIZADA A LOS PROPIETARIOS Y ADMINISTRADORES DE LOS COMPLEJOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TULCÁN. (Ver anexo 2)

Según el ministerio de turismo, en el cantón Tulcán existen solo cinco centros turísticos los mismos que son: Complejo turístico Tufiño en la Parroquia de Tufiño, Complejo turístico Aguas Hediondas también en la parroquia de Tufiño, Complejo turístico los Tres Chorros en Tulcán, Complejo turístico la Merced en el sector la Arrinconada en Tulcán.

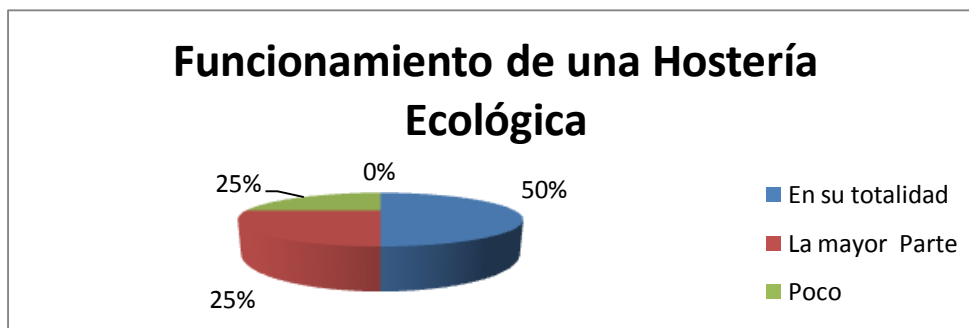
3.3.2.1. ¿Conoce usted cómo funciona una hostería ecológica?

CUADRO N° 16
CONOCIMIENTO DEL FUNCIONAMIENTO DE UNA HOSTERÍA
ECOLÓGICA

ALTERNATIVA	N°	%
En su totalidad	2	50,00
La mayor Parte	1	25,00
Poco	1	25,00
Nada	0	0,00
TOTAL	4	100

FUENTE: Propietarios de los complejos turísticos
ELABORACION: La Autora

GRAFICO N° 12



a) Análisis:

Los dueños de los centros turísticos manifestaron que si tienen una idea de cómo funciona una hostería ecológica, porque a través de los diferentes medios de comunicación han observado las diferentes publicaciones de hosterías ecológicas en diferentes sitios del país.

3.3.2.2. ¿Considera usted que su negocio es una hostería ecológica?

CUADRO N° 17
CONOCIMIENTO DE HOSTERÍA ECOLÓGICA

ALTERNATIVA	N°	%
En su totalidad	0	0,00
La mayor Parte	0	0,00
Poco	0	0,00
Nada	4	100,00
TOTAL	4	100

FUENTE: Propietarios de los complejos turísticos

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 13



b) Análisis:

Como se puede observar en el grafico la totalidad de los encuestados aclararon que a pesar de que tienen conocimiento del funcionamiento de una hostería ecológica no han aplicado este concepto en sus negocios, debido a que desde su inicio no consideraron esta idea, ya que creen que se debe seguir un procedimiento diferente y esto implicaría más costos.

3.3.2.3. ¿Con la experiencia que tiene del negocio, la creación de un centro turístico en el Cantón Tulcán es una actividad rentable?

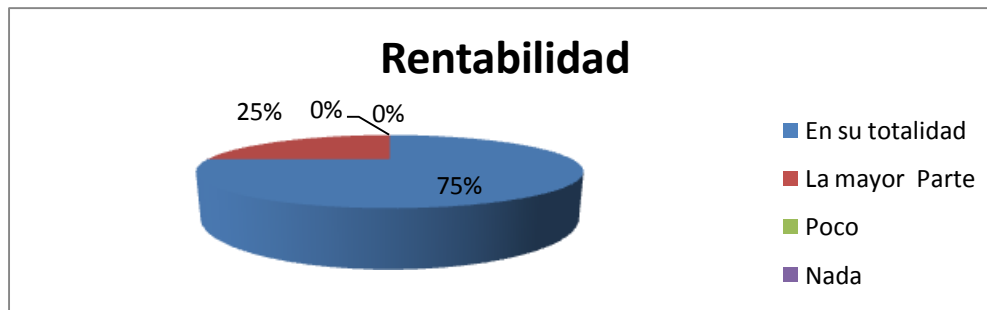
**CUADRO N°18
RENTABILIDAD**

ALTERNATIVA	N°	%
En su totalidad	3	75,00
La mayor Parte	1	25,00
Poco	0	0,00
Nada	0	0,00
TOTAL	4	100

FUENTE: Propietarios de los complejos turísticos

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 14



c) Análisis:

La mayoría de los centros turísticos tienen algunos años de funcionamiento y según manifiestan sus propietarios han tenido muy buenos resultados durante todo este tiempo debido a que existe muy poca competencia.

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

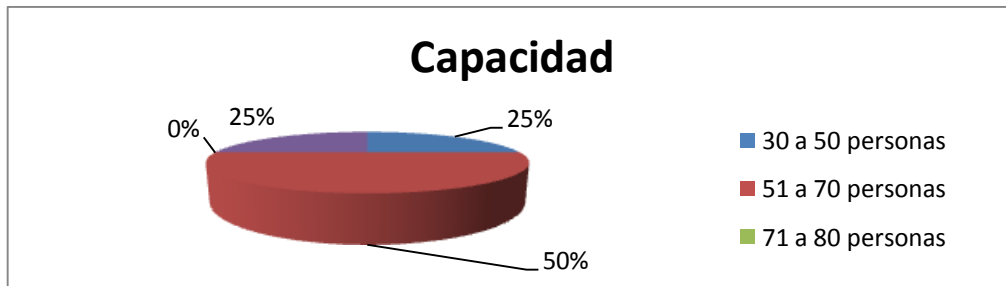
CUADRO N° 19
CAPACIDAD DE LOS COMPLEJOS TURÍSTICOS

ALTERNATIVA	N°	%
30 a 50 personas	2	50,00
51 a 70 personas	1	25,00
71 a 80 personas	0	0,00
Más de 80 personas	1	25,00
TOTAL	4	100

FUENTE: Propietarios de los complejos turísticos

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 15



d) Análisis:

Se puede determinar que la capacidad en general de cada centro turístico sería para 50 personas, pero no satisfacen las necesidades de los turistas por que los servicios que ofrecen son limitados.

3.3.2.5. ¿Qué servicios presta usted a sus clientes?

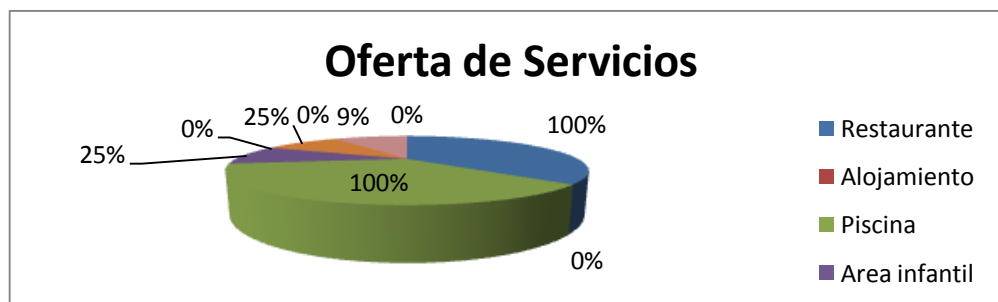
CUADRO N° 20
SERVICIOS QUE OFRECEN

ALTERNATIVA	N°	%
Restaurante	4	100,00
Alojamiento	0	0,00
Piscina	4	100,00
Área infantil	1	25,00
cabalgatas	0	0,00
turco	1	25,00
Hidromasaje	0	0,00
sauna	1	25,00
sala de baile	0	0,00

FUENTE: Propietarios de los complejos turísticos

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 16



e) Análisis:

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

3.3.2.6. Qué precios ha fijado para los servicios de:

- PISCINA, SAUNA Y TURCO

**CUADRO N° 21
PRECIOS DE PISCINA, SAUNA Y TURCO**

ALTERNATIVA	N°	%
De \$1,50 a \$ 3	4	100,00
De \$3,50 a \$ 5	0	0,00
De \$ 5,50 a \$ 6	0	0,00
Más de \$ 6	0	0,00
TOTAL	4	0

FUENTE: Propietarios de los complejos turísticos

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 17



f) Análisis:

Según la información obtenida, de los 4 complejos turísticos existentes en Tulcán; tres son administrados por el sector público, por lo tanto los valores que cobran por ingreso es muy bajo. Aun que los servicios ofrecidos no poseen la calidad que deberían tener para satisfacer completamente a los clientes.

• Restaurante

CUADRO N° 22

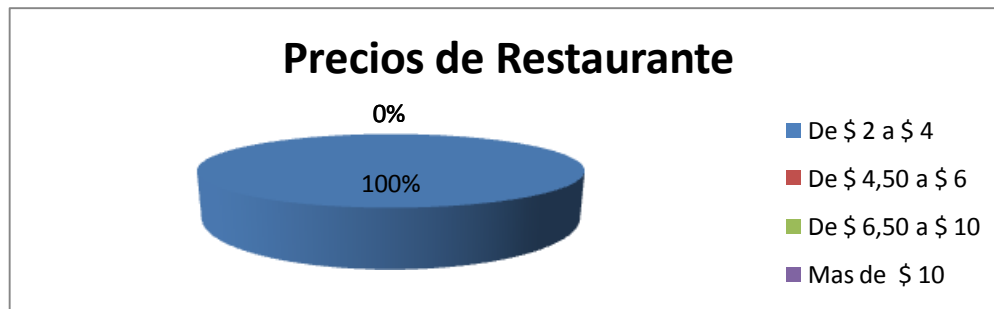
PRECIOS DE RESTAURANTE

ALTERNATIVA	N°	%
De \$ 2 a \$ 4	4	100,00
De \$ 4,50 a \$ 6	0	0,00
De \$ 6,50 a \$ 10	0	0,00
Más de \$ 10	0	0,00
TOTAL	4	100

FUENTE: Propietarios de los complejos turísticos

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 18



g) Análisis:

Todos los centros turísticos brindan el servicio de restaurante, pero se limitan a ofrecer comida rápida, gaseosas y en algunos el almuerzo, es decir no tienen una variedad de platos donde el cliente pueda escoger lo que desea servirse, lo cual resulta incomodo para muchas personas.

3.3.2.7. La atención que ofrece a los clientes es:

CUADRO N° 23

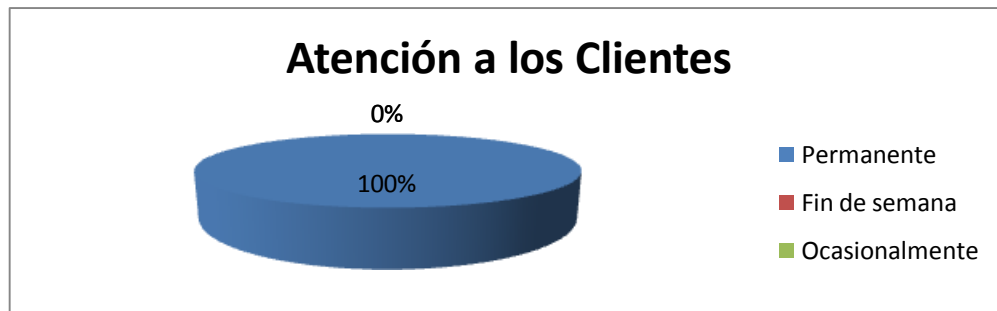
MODALIDAD DE LA ATENCIÓN

ALTERNATIVA	N°	%
Permanente	4	100,00
Fin de semana		0,00
Ocasionalmente		0,00
TOTAL	4	100

FUENTE: Propietarios de los complejos turísticos

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 19



h) Análisis:

Con respecto a la atención que ofrecen, todos brindan una atención permanente, pero aclaran que los fines de semana y los feriados son los días más concurridos.

3.3.2.8. Las vías de acceso para llegar al centro turístico son:

CUADRO N° 24

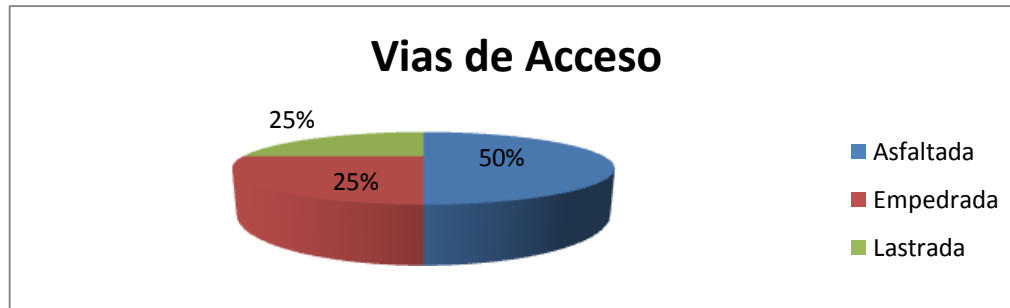
CONDICIONES DEL LAS VÍAS DE ACCESO

ALTERNATIVA	N°	%
Asfaltada	2	50,00
Empedrada	1	25,00
Lastrada	1	25,00
TOTAL	4	100,00

FUENTE: Propietarios de los complejos turísticos

ELABORACIÓN: La Autora

GRAFICO N° 20



i) Análisis:

En lo que se refiere al acceso para llegar a los complejos, todos poseen excelentes vías, en muy buen estado lo que facilita a los turistas la visita a estos centros turísticos.

3.3.3. OBSERVACIÓN DIRECTA

Mediante la observación se pudo analizar que a pesar de la distancia desde Tulcán hacia algunos de los centros turísticos, existe muy buena acogida por parte de los turistas en especial los fines de semana, pero existe inconformidad en la mayoría de los visitantes ya que dicen estar insatisfechos por que no pueden encontrar todos los servicios que necesitan en un solo lugar, manifiestan que por lo general en los feriados, las personas que no pueden salir de la ciudad por diversas circunstancias visitan estos lugares

3.4. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO

El proyecto para la creación de una hostería ecológica, tiene como finalidad la de brindar un servicio único y exclusivo que hasta la actualidad no existe en el cantón Tulcán. De esta forma poder satisfacer a la población y atraer a los turistas que estén de paso por la ciudad. Garantizándoles plena seguridad y tranquilidad.

3.4.1. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

El proyecto se caracteriza por la innovación y ejecución de nuevos servicios, los mismos que estarán enfocados en satisfacer las necesidades de todos los visitantes propios y extraños, en este lugar las personas podrá relajarse y disfrutar de un ambiente natural y hogareño rodeado de absoluta tranquilidad.

3.5. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.5.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En la actualidad se ha evidenciado mucho el crecimiento del ecoturismo, por tal razón un lugar que ofrezca, alternativas ecológicas se convierte en un atractivo ideal para todos los amantes de la naturaleza y el medio ambiente.

La hostería, en principio pretende ofrecer sus servicios a todo el Cantón Tulcán, cantón Montufar, y a todos los turistas que visiten la Provincia del Carchi aprovechando la ventaja de que es un puerto de entrada y salida de turistas nacionales y extranjeros.

Los factores que afectan en su mayor parte la demanda son: tamaño de la población, situación económica, las preferencias y gustos de los usuarios, y los precios de accesibilidad y consumo en este caso de los centros turísticos

3.5.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La demanda por los servicios turísticos tiene como principal factor el crecimiento poblacional. A efectos de realizar la proyección de la demanda, se presenta a continuación la proyección de la población

**CUADRO N° 25
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN**

AÑO	HABITANTES DEL CANTÓN TULCÁN	POBLACIÓN URBANA	POBLACIÓN RURAL	HOMBRES	MUJERES	Edad: 18 a 65 años	POBLACIÓN META
2010	91421	56105	35316	45436	45985	74508	74508
2011	93158	57171	35987	46299	46858	75923	75923
2012	94928	58257	36671	47179	47749	77366	77366
2013	96731	59364	37367	48075	48656	78836	78836
2014	98569	60492	38077	48989	49580	80334	80334
2015	100442	61641	38801	49920	50522	81860	81860
2016	102350	62812	39538	50868	51482	83416	83416

FUENTE: INEC 2001

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 26

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	POBLACIÓN META	DISPUESTOS A ASISTIR 71%	FRECUENCIA DE VISITAS AL AÑO	DEMANDA POTENCIAL
2010	74508	52901	634807	634807
2011	75923	53906	646868	646868
2012	77366	54930	659159	659159
2013	78836	55974	671683	671683
2014	80334	57037	684444	684444
2015	81860	58121	697449	697449

FUENTE: Investigación directa. Cuadro Estadístico N° 3.21

ELABORACIÓN: La Autora

En el cantón Tulcán y según datos estadísticos se determina que la población entre 18 y 65 años de edad para el año 2010 y que se ha tomado como población meta es de 74508 personas las mismas que

según encuesta están dispuestas a asistir en un 71% es decir que estas personas demandan nuestro servicio que al multiplicarlas por las veces que asistirían al año 12 veces dan 634807 personas siendo este resultado la posible demanda potencial anual solo en el Cantón.

3.6. ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA OFERTA

3.6.1. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se podría decir que la oferta en el sector turístico, es el conjunto de empresas, dedicadas a brindar todos los productos o servicios destinados al consumo de los turistas, aprovechando los atractivos naturales y culturales del lugar donde se esté ofertando el servicio.

Para realizar el análisis correspondiente a la oferta, se tomo en consideración no solo a los centros turísticos existentes en la ciudad de Tulcán si no también a todos los establecimientos que brindan el servicio de hospedaje en todo el cantón considerándolos como competencia directa, ya que se encuentran registrados como sitios turísticos en el catastro de la Dirección de Turismo del Cantón Tulcán.

CUADRO N ° 27
ESTABLECIMIENTOS POR CATEGORÍA
Año 2010

ESTABLECIMIENTOS	CATEGORÍAS			TOTAL
	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA	
HOSTALES	4		3	7
HOSTALES RESIDENCIAS		4	6	10
HOTELES	1	1	1	3
TOTAL	5	5	10	20

FUENTE: Catastro de la Dirección de Turismo de Tulcán 2010

ELABORACIÓN: La Autora

Este cuadro nos muestra todos los establecimientos de acuerdo a la categorización otorgada por la Dirección de Turismo de Tulcán, esta clasificación se da una vez que los establecimientos hayan cumplido con una serie de especificaciones que constan en el reglamento de regulación del turismo.

CUADRO N °28
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS

ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
COMPLEJO TURÍSTICO TUFÍÑO	TUFÍÑO
COMPLEJO TURÍSTICO AGUA HEDIONDAS	TUFÍÑO
COMPLEJO TURÍSTICO LOS TRES CHORROS	TULCÁN
COMPLEJO TURÍSTICO LA MERCED	TULCÁN

FUENTE: Catastro de la Dirección de Turismo de Tulcán 2010

ELABORACIÓN: La Autora

Según datos existentes en la Dirección de Turismo, Los centros turísticos que ofrecen servicios similares a los que se pretende implementar en la hostería ecológica son cuatro, evidenciando que a partir del año 2005 no se ha incrementado la cifra por instauración de este tipo de negocios.

CUADRO N ° 29

CRECIMIENTO ANUAL DE LOS ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN HOSPEDAJE

ESTABLECIMIENTOS	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010
HOSTALES	6	6	6	6	7	7
HOSTALES RESIDENCIAS	9	9	9	10	10	10
HOTELES	3	3	3	3	3	3
TOTAL	18	18	18	19	20	20

FUENTE: Catastro de la Dirección de Turismo de Tulcán 2010

ELABORACIÓN: La Autora

De acuerdo a los datos obtenidos se puede evidenciar que en los últimos años, no existe un crecimiento considerable de este tipo de lugares es mas en los últimos tres años el incremento ha sido nulo, según información de la dirección de turismo esto se debe a varios factores por los que ha travesado la provincia del Carchi desde la dolarización del país.

CUADRO N ° 30
CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO DE LOS
ESTABLECIMIENTOS QUE OFRECEN EL SERVICIO DE
HOSPEDAJE

AÑO	Número de lugares para hospedarse	$i = (Q2/Q1) - 1$
2005	18	0
2006	18	0
2007	18	0
2008	19	0,05
2009	20	0,05
2010	20	0
SUMATORIA		0,1
N° DE AÑOS		6
TASA DE CRECIMIENTO		0,02
% DE CRECIMIENTO ANUAL		1,67

FUENTE: Dirección de Turismo de Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora

La tasa de crecimiento anual que se llego a determinar para los establecimientos que ofrecen el servicio de hospedaje en el cantón Tulcán es de 1.67%,

CUADRO N °31
CRECIMIENTO ANUAL DE LOS COMPLEJOS TURÍSTICOS

ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS	AÑO 2005	AÑO 2006	AÑO 2007	AÑO 2008	AÑO 2009	AÑO 2010
COMPLEJOS TURÍSTICOS	4	5	5	5	4	4
TOTAL	4	5	5	5	4	4

FUENTE: Dirección de Turismo de Tulcán
ELABORACIÓN: La Autora

Estos datos muestran que, en el cantón Tulcán no se explota debidamente el turismo, los habitantes han optado por desarrollar el comercio como fuente de ingreso, dejando a un lado el aspecto turístico, por tal razón no hay un crecimiento de lugares que ofrezcan los servicios de relajación, diversión y esparcimiento.

CUADRO N ° 32
CÁLCULO DE LA TASA DE CRECIMIENTO PARA LOS COMPLEJOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN TULCÁN

AÑO	CENTROS TURÍSTICOS	$i = (Q2/Q1) - 1$
2005	4	0
2006	5	0,25
2007	5	0
2008	5	0
2009	4	-0,2
2010	4	0
SUMATORIA		0,05
N° DE AÑOS		6
TASA DE CRECIMIENTO		0,0083
% DE CRECIMIENTO ANUAL		0,83

FUENTE: Dirección de Turismo de Tulcán
ELABORACIÓN: La Autora

La tasa de crecimiento anual para los establecimientos turísticos es del 0.83% es decir que es muy baja, en consideración a la demanda.

CUADRO N° 33

PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO PARA LUGARES QUE OFRECEN HOSPEDAJE Y COMPLEJOS TURÍSTICOS

AÑO	PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO LUGARES DE HOSPEDAJE	PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO COMPLEJOS TURÍSTICOS	TOTAL PROYECCIÓN DE CRECIMIENTO
2010	18	4	22
2011	18	4	22
2012	18	4	22
2013	19	4	23
2014	20	4	24
2015	20	4	24

FUENTE: Dirección de Turismo de Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora

Tomado en cuenta la tasa de crecimiento tanto para los lugares de hospedaje y complejos turísticos se pudo determinar una proyección de crecimiento total en los próximos cinco años

3.6.2. COBERTURA DEL MERCADO

Con información facilitada por la Dirección de Turismo de Tulcán, se pudo establecer el número de establecimientos calificados como turísticos en Tulcán, la cantidad de habitaciones y plazas es decir la capacidad de cada uno de estos sitios, para albergar a turistas, datos que nos permiten determinar la oferta existente hasta el momento en este cantón.

**CUADRO N° 34
CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS**

HOSTALES	HABITACIONES	PLAZAS
MACHADO	12	28
TORRES DE ORO INTERNACIONAL	26	55
UNICORNIO	18	40
HOTEL BOARDER FLOR DE LOS ANDES	30	60
LAS ACACIAS	21	38
LOS ALPES	24	50
LUCERO PRINCESS	17	35
HOSTALES RESIDENCIAS		
PARK HOTEL	31	34
ALEJANDRA	24	50
LUMAR	20	44
ROYAL PLAZA	23	49
SAENZ INTERNACIONAL	28	50
CASA GRANDE	12	28
ESPAÑA	14	30
KARINA	14	28
SAN ANDRÉS	14	34
SAN SEBASTIAN	12	23
HOTELES		
SARA ESPÍNDOLA	30	70
AZTECA	70	130
FRAILEJÓN	41	84
TOTAL HABITACIONES Y PLAZA	481	960

FUENTE: Dirección de Turismo de Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora

**CUADRO N° 35
CAPACIDAD DE LOS COMPLEJOS TURÍSTICOS**

ESTABLECIMIENTOS	CAPACIDAD
COMPLEJO TURÍSTICO TUFÍÑO	50
COMPLEJO TURÍSTICO AGUA HEDIONDAS	60
COMPLEJO TURÍSTICO LOS TRES CHORROS	50
COMPLEJO TURÍSTICO LA MERCED	80
TOTAL CAPACIDAD	240

FUENTE: Dirección de Turismo de Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora

3.6.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para proyectar la oferta se tomo en cuenta la capacidad total de los lugares que ofrecen hospedaje y de los centros turísticos, se generó el cálculo para cada una de las opciones tomando en cuenta las respectivas tasas de crecimiento y al final se realizo una suma que determina la proyección total de la oferta. De esta manera tenemos que la oferta anual para los establecimientos de hospedaje es de 345.600 personas y la de los complejos turísticos es de 86.400 personas, efectuando una suma nos da una oferta potencial posible de 432.000 plazas ofertadas anualmente.

CUADRO N°36
CÁLCULO DE LA OFERTA POTENCIAL PARA LOS LUGARES QUE OFRECEN HOSPEDAJE

AÑO	N° de establecimientos	N° de plazas proyectadas	Capacidad mensual	Oferta potencial posible
2010	20	960	28800	345600
2011	20	960	28800	345600
2012	21	976	29280	351360
2013	22	992	29760	357120
2014	23	1008	30240	362880
2015	24	1024	30720	368640

FUENTE: Investigación Directa – Cuadros estadísticos 3.29 y 3.30

ELABORACIÓN: La Autora

Para determinar la oferta de los lugares que ofrecen el servicio de hospedaje se tomo en cuenta el número de establecimientos, la capacidad total, multiplicado por los 360 días del año tendríamos una capacidad u oferta de 345.600 plazas.

CUADRO N° 37
CÁLCULO DE LA OFERTA POTENCIAL PARA LOS CENTROS
TURÍSTICOS

AÑO	N° de establecimientos	N° de plazas proyectadas	Capacidad mensual	Oferta potencial posible
2010	4	240	7200	86400
2011	4	240	7200	86400
2012	4	240	7200	86400
2013	4	240	7200	86400
2014	4	240	7200	86400
2015	4	240	7200	86400

FUENTE: Dirección de Turismo de Tulcán - cuadros estadísticos 3.31 y 3.32
ELABORACIÓN: La Autora

De igual manera se pudo determinar la oferta tomando en consideración los establecimientos turísticos, multiplicando por la capacidad total que es de 240 personas, esto por los 360 días del año donde obtenemos una capacidad de 86.400 personas anualmente.

3.6.4. BALANCE DEMANDA Vs OFERTA

Se determina la demanda insatisfecha por la diferencia entre demanda potencial y oferta potencial, considerando que la demanda insatisfecha considera los personas entre 18 y 65 años de edad, que ven la necesidad de un lugar donde poder relajarse con tranquilidad y con todos los servicios necesarios disponibles.

**CUADRO N° 38
CÁLCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA**

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	634.807	432.000	-202.807
2011	646.868	432.000	-214.868
2012	659.159	437.760	-221.399
2013	671.683	443.520	-228.163
2014	684.444	449.280	-235.164
2015	697.449	455.040	-242.409

FUENTE: Dirección de Turismo de Tulcán
Cuadros estadísticos 3.22 - 3.32 y 3.33

ELABORACIÓN: La Autora

Determinado la proyección de la demanda en el Cantón Tulcán y la proyección de la oferta en el mismo sector, se puede obtener la demanda insatisfecha, demanda que permitirá la creación y acaparamiento de nuevos centros turísticos que cumplan con todos los servicios que los demandantes requieren, diríamos entonces que hoy en día todos los turistas optan por el turismo que conlleve estar en contacto con la naturaleza. Y disfrutar de un lugar cálido distinto al de la ciudad.

3.7. CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

Mediante este estudio se puede dar cuenta que en el cantón Tulcán no existe ningún lugar turístico que ofrezca los servicios de ecoturismo, la mayoría de personas están dedicadas al comercio formal e informal de tal manera que siendo una ciudad fronteriza, se ha convertido solo en una ciudad de paso para los turistas.

Tulcán es un cantón que tiene mucha diversidad en lo que a naturaleza se refiere, pero no ha sido aprovechado ni explotado por sus habitantes,

como se menciona anteriormente hoy en día se encuentra en auge todo lo referente al turismo natural ya que los turistas ya sean nacionales o extranjeros prefieren sitios donde puedan sentirse relajados y disfrutar de un descanso placentero.

3.8. MARKETING

3.8.1. PROYECCIÓN DE VENTAS A 5 AÑOS

Para determinar la capacidad que tendrá la hostería expondremos los siguientes detalles, el total de terreno es de 5 hectáreas la construcción ocupara 2.000 m², la misma que estará diseñada con 8 cabañas para hospedaje que tendrán una capacidad para 50 personas, en lo referente a restaurante tendrá capacidad para 60 personas, el área de piscinas tiene capacidad para 40 personas, el salón de usos múltiples pueden ingresar 80 personas, es decir que esta hostería albergara a 230 personas , las mismas que atreves de itinerarios serán distribuidas para evitar las aglomeraciones y mal estar en los turistas.

En el estudio de mercado se estableció una demanda insatisfecha, esta será tomada como base para establecer la captación de la demanda que tendrá las hostería anualmente.

Haciendo el análisis correspondiente diríamos entonces que la hostería cubriría el 41% del total de la demanda insatisfecha.

3.8.2. COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIAS

3.8.2.1. EL PRECIO

De acuerdo a la investigación realizada se puede establecer que los clientes están dispuestos a pagar los servicios de acuerdo a su nivel de ingreso y optan por pagar los precios medios ya que están de acuerdo en que si se desea un buen servicio tienen que pagar por ello.

Los precios en la hostería se han fijado de acuerdo al costo ya que por ser de tipo ecológico, en lo referente al servicio de restaurante todos los alimentos serán orgánicos ya que se contara con un huerto donde se cultivaran toda clase de productos de forma orgánica.

En lo referente a hospedaje y demás servicios se los ha establecido, tomando en cuenta a la competencia, sin embargo la característica de ser un lugar ecológico que brindara algunos servicios adicionales interfiere para la fijación del costo de hospedaje. En un principio el precio por este servicio será de 15 dólares, el mismo que cada año ira variando de acuerdo a la inflación del país.

3.8.2.2. ESTRATEGIAS DE VENTA

Esta parte es muy importante ya que nos permite la captación de mercado, se puede promocionar a través de radio, prensa, internet y publicidad ambulante ya que por ser uno de los primeros sitios que promueve el ecoturismo y la conservación del medio ambiente se convertirá en un novedoso lugar que esperamos sea de todo el agrado de los que aman la naturaleza.

3.8.2.3. Estrategias de servicios

En la Hostería ecológica se pretende dar un servicio de calidad, tomando en cuenta que el hecho de que va a promover el ecoturismo ya es una estrategia ya que se hará sentir a los visitantes en un ambiente exclusivo rodeado de naturaleza, con variedad de servicios dentro del mismo lugar donde las personas se puedan divertir, relajarse, disfrutar de alimentos orgánicos que no dañan ni alteran la salud y sobre todo descansar como realmente se merecen.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

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

4.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

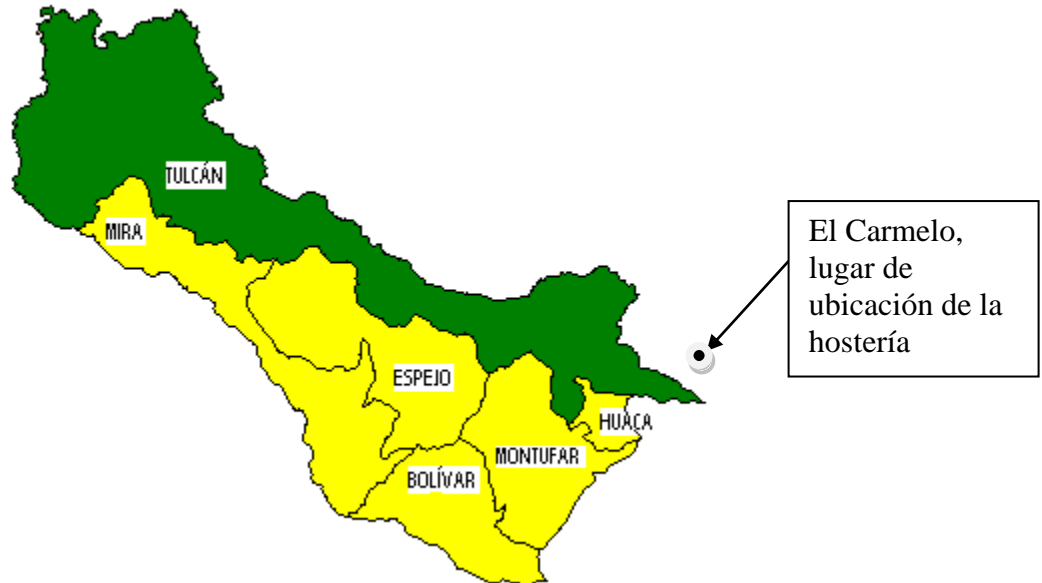
Una vez determinado el tamaño de proyecto es indispensable establecer su localización mediante el estudio de la micro y macro localización del proyecto, logrando así organizar de manera correcta la instalación de la estación de servicios de venta de combustible.

4.1.1. MACRO LOCALIZACIÓN

Este proyecto estará localizado en la República del Ecuador, Provincia del Carchi, Cantón Tulcán, Parroquia El Carmelo. Tulcán es la puerta de entrada del turismo internacional hacia el Ecuador. Se estima que un millón de visitantes ingresan anualmente por el puente internacional de Rumichaca, en medio de la amabilidad y sencillez de la gente de la zona.

GRAFICO N° 21

MAPA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI.



4.1.2. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La hostería estará ubicada en la entrada sur del pueblo de El Carmelo será implantada en un terreno propio, tendrá una superficie de 5 hectáreas. El mismo que posee algunas vertientes de agua y llega hasta el río Pun zona limítrofe entre Ecuador y Colombia.

El terreno donde se ubicará la Hostería cuenta con vías de primer orden, que en este caso sería la vía asfaltada Julio Andrade El Carmelo y carretera empedrada Guagua Negro - El Carmelo.

GRÁFICO N° 22

CROQUIS DE MICRO LOCALIZACIÓN

4.2. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto se establecerá de acuerdo a las necesidades de la hostería ecológica, para lo cual se ha tomado en cuenta las siguientes características:

4.2.1. DISEÑO DE INSTALACIONES FÍSICAS

4.2.1.1. DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS

Para el repartimiento de la planta se consideró importante tomar en cuenta algunas condiciones que permitan realizar las actividades económicas, productivas y turísticas de manera eficaz, así como también se tomo en cuenta todas las medidas básicas que brinden seguridad y bienestar tanto a los empleados como a todos turistas, evitando de esta manera posibles accidentes. La hostería será construida en 2000 m² según como indica el plano arquitectónico, los mismos que se distribuirán de la siguiente manera:

4.2.1.2. ÁREA ADMINISTRATIVA.

Dentro de esta área se encuentra la recepción, sala de espera, secretaria y la oficina de administración, con un área de 52 m².

4.2.1.3. ÁREA DE RESTAURANTE

En esta área se ubicara las mesas para restaurante en la parte derecha superior se colocara un mini bar donde se ofrecerá todo tipo de bebidas, a la izquierda del restaurante se ubicara la cocina, la misma que contara con un sub bodega. Con un área de 126 m².

4.2.1.4. ÁREA DE MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA

La hostería contará con un cuarto de lavandería y una bodega para planchado y para guardar el menaje correspondiente al área de habitaciones. De igual manera existe un patio para el secado de las diferentes prendas, con una superficie de 139 m².

4.2.1.5. ÁREA DE PISCINA

Las piscinas están ubicadas en la parte central de la hostería, una será infantil y la otra será para adultos, cuenta con el área donde está situado la sección de de ropaje, el sauna, turco, las duchas, los vestidores. A continuación de esto y por razones estratégicas se situara un cuarto donde se encuentra toda la maquinaria para el funcionamiento de las piscinas. Esta área tiene una capacidad para treinta personas, con un área de 40 m².

4.2.1.6. SALÓN MÚLTIPLE

La hostería también contará con un salón de usos múltiples, en el caso de que se desee dictar un seminario, conferencia o simplemente organizar un evento familiar. Este salón tendrá capacidad para 80 personas, con un área de 84 m².

4.2.1.7. ÁREA DE HOSPEDAJE

Existirán dos cabañas matrimoniales, una cabaña con dos habitaciones cada una para 2 personas con camas independientes, y cinco cabañas que poseerán dos habitaciones; cada una para cuatro personas es decir ocho personas por cabaña. Es decir que esta área tendrá capacidad para 48 personas, la misma que tiene una superficie de 800 m².

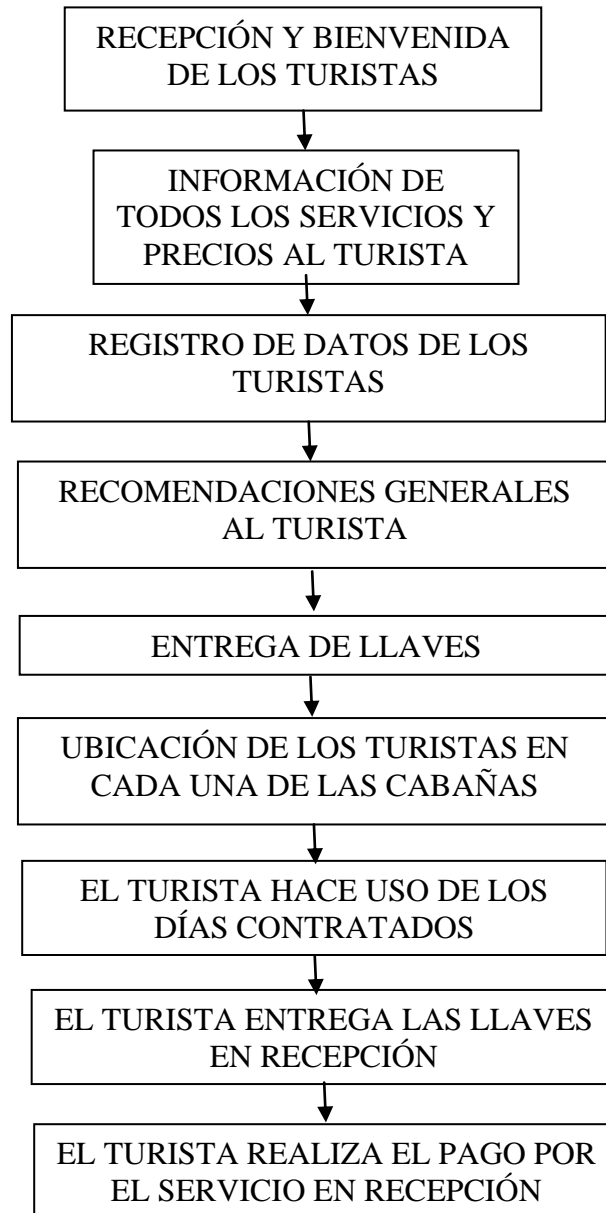
4.2.1.8. ÀREA DE CABALGATAS, RECORRIDOS

Para que la hostería tenga el sentido ecológico necesita que los visitantes se pongan en contacto con la naturaleza por tal razón estará situado en la parte posterior de la misma un corral donde se encontraran los caballos que serán utilizados para las cabalgatas y adicionalmente este corral contiene una bodega y un forraje para el cuidado de los animales de 759 m².

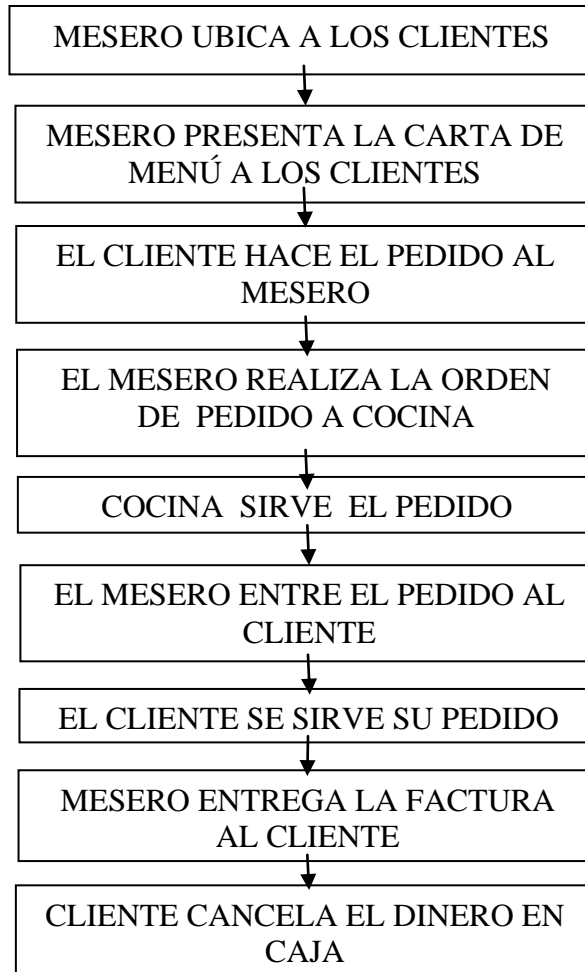
En esta área que tendrá una extensión de 4 hectáreas y 8.000 m² se marcaran senderos por los cuales se harán los recorridos mediante cabalgata o caminata, aquí se expondrán los atractivos más sobresalientes del lugar.

4.2.2. DIAGRAMAS DE PROCESOS

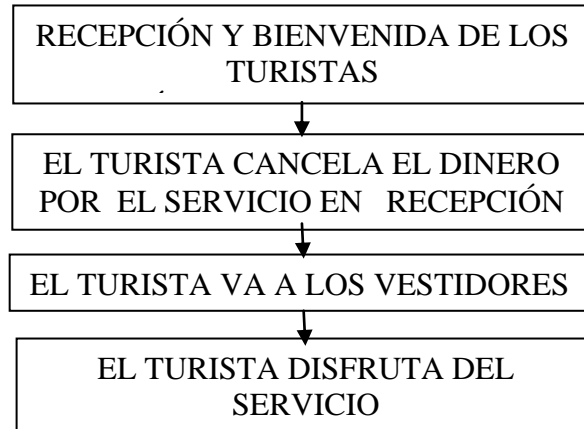
4.2.2.1. PROCESO DE VENTA DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE



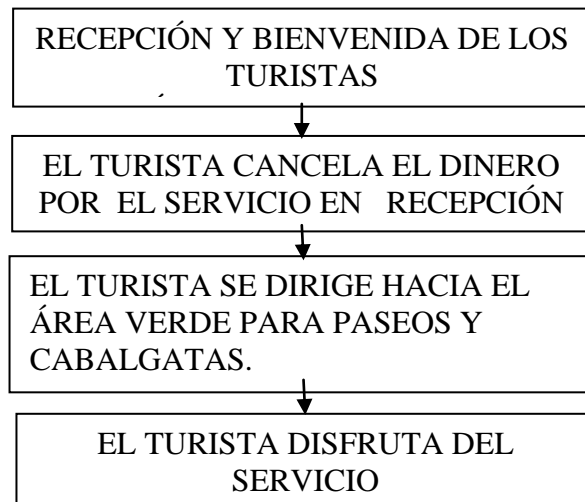
4.2.2.2. PROCESO DE VENTA DEL SERVICIO DE RESTAURANTE



4.2.2.3. PROCESO PARA EL INGRESO AL SERVICIO DE PISCINA, TURCO Y SAUNA



4.2.2.4. PROCESO PARA EL SERVICIO DE PASEOS Y CABALGATAS.



4.3. TAMAÑO O CAPACIDAD DE LA HOSTERÍA ECOLÓGICA

Este aspecto en el tamaño del proyecto tiene relación con el volumen de producción del servicio y su capacidad instalada; es decir, determinar cuál es la capacidad técnica viable, tomando en cuenta las condiciones normales de trabajo, producción y venta, derivadas del estudio de mercado. Además tomando en cuenta los factores de determinación del tamaño, se estima que la Hostería Ecológica, tenga la siguiente capacidad productiva, en cinco años de funcionamiento.

CUADRO N° 39

CAPACIDAD O TAMAÑO GENERAL

DEMANDA INSATISFECHA	41% DE CAPTACIÓN DE DEMANDA INSATISFECHA	PORCENTAJE CONSERVADOR 30%
202.807	83.151	24.945
214.868	88.096	26.429
221.399	90.773	27.232
228.163	93.547	28.064
235.164	96.417	28.925
242.409	99.388	29.816

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

La capacidad de la hostería es para 230 personas diarias la misma que multiplicado por 30 días promedio mensual, nos da una capacidad de 6.900 personas mensualmente, que anual mente nos daría una capacidad de 82.800 personas, que vendría a ser el 41% del total de la demanda insatisfecha.

En este aspecto se ha considerado necesario tomar un porcentaje conservador del 30% de la capacidad, para obtener datos más reales acerca de los turistas que visitaran la hostería.

CUADRO N° 40

CAPACIDAD O TAMAÑO POR ÁREA

DESCRIPCIÓN	CAPACIDAD TOTAL	% DE CAPACIDAD POR ÁREA	CAPACIDAD TOTAL
hospedaje	24.945	18,52%	4.638
Piscinas	24.945	30,03%	7.521
Paseos y Cabalgatas	24.945	17,1%	4.283
Bebidas	24.945	38,5%	9.642
Restaurante	24.945	55,25%	13.837

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

Para determinar la capacidad por cada área de la hostería, se tomo en cuenta las encuestas que se efectuaron a los consumidores en el estudio de mercado, en la pregunta N° 6 se investigo que cual servicio les llamaría más la atención y estarían dispuestos a adquirirlo, teniendo como resultado lo expuesto en anterior cuadro.

4.4. PRESUPUESTO TÉCNICO O INVERSIONES REQUERIDAS

En esta parte del proyecto se abordan aspectos propios de la ingeniería o requerimientos, tales como: infraestructura civil, terrenos, procesos de producción, equipos, recursos humanos, entre otros.

4.4.1. INVERSIONES FIJAS

Para iniciar el proyecto es preciso realizar la inversión en equipos, muebles y enseres y menaje, necesarios para la prestación del servicio de hostería ecológica. Por este motivo, se consideró que las inversiones totales se las realizará en el período pre-operativo y operativo del proyecto, estas inversiones no serán modificadas durante toda la vida del proyecto, es decir, durante los próximos 5 años de ejecución del

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

CUADRO Nº 41

TERRENO Y OBRAS CIVILES (ver anexo 3)

Descripción	Q	Unidad	Costo Unitario	Costo Total
Terreno	2000,00	m2	0.80	1.600,00
Obras Civiles y arquitectónicas	1,00	U	158.430,00	154.430,00
TOTAL				156.030,00

FUENTE: Obras de Ingeniería Civil, datos de avalúos y catastros del Municipio de Tulcán

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO Nº 42

EQUIPOS

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
EQUIPOS PARA PISCINAS			
Calderos	2	1.500,00	3.000,00
Tuberías 1	1	700,00	700,00
Tuberías 2	1	1.000,00	1.000,00
bombas	2	2.000,00	4.000,00
Iluminación	2	1.500,00	3.000,00
TOTAL			11.700,00
EQUIPOS PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN			
Computadora	1	1.431,62	1.431,62
Impresora	1	134,62	134,62
USB	2	22,00	44,00
Teléfono	1	50,00	50,00
Máquina registradora	1	760,00	760,00
Teléfono	1	50,00	50,00
TOTAL			2.470,24

EQUIPOS PARA COCINA Y RESTAURANTE			
Cocina Industrial	2	160,00	320,00
cafetera	1	365,00	365,00
congelador mabe	1	780,00	780,00
Refrigerador mabe	1	920,00	920,00
licuadora oster	2	87,00	174,00
Microondas indurama	1	136,00	136,00
Batidora oster	2	30,00	60,00
Tanque de gas	3	30,00	90,00
Ollas Grandes # 40	6	85,00	510,00
Olla Medianas # 30	6	60,00	360,00
Juego de ollas pequeñas	2	50,00	100,00
Ollas arroceras	2	90,00	180,00
Juego de cucharas para cocina	1	40,00	40,00
Sartenes	6	45,00	270,00
televisión 26 pulgadas LCD	2	550,00	1.100,00
equipo de sonido Elgi	1	652,72	652,72
TOTAL			6.057,72
EQUIPOS PARA ASEO			
Aspiradora	1	225,00	225,00
Planchadores	2	15,00	30,00
lavadora	1	820,00	820,00
Plancha	2	46,00	92,00
Escobas	10	2,50	25,00
TOTAL			1.192,00
EQUIPO DE SS.HH			
Secadores de manos	1	85,00	85,00
Dispensadores de papel	16	7,00	112,00
Dispensador de jabón	3	16,00	48,00
Calefón	1	225,25	225,25
TOTAL			470,25
EQUIPOS DE INCENDIOS			
extintores de incendio 10 libras	2	90,00	180,00
TOTAL			180,00
TOTAL INVERSIÓN EN EQUIPOS			22.070,21

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 43

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
MUEBLES Y ENSERES PARA EL ÁREA ADMINISTRATIVA Y RECEPCIÓN			
Escritorio	1	180,00	180,00
Archivador	2	200,00	400,00
Sillas	4	35,00	140,00
Sillas	2	35,00	70,00
Mini archivador	1	150,00	150,00
TOTAL			940,00
MUEBLES Y ENSERES PARA EL ÁREA OPERATIVA			
Sillas de madera	200	35,00	7.000,00
Mesas comedor 6 personas	10	150,00	1.500,00
Mesas comedor 4 personas	10	120,00	1.200,00
Mesa de acero inoxidable para cocina	2	200,00	400,00
Perchas para bodega	4	100,00	400,00
camas literas 2 pisos de 1 plaza	20	280,00	5.600,00
Cama 1,5 plaza	4	180,00	720,00
camas 2 plazas madera	4	200,00	800,00
colchones 1 plaza	20	180,00	3.600,00
Colchones 1,5 plazas	4	195,00	780,00
colchones 2 plazas	4	230,00	920,00
Veladores	20	110,00	2.200,00
TOTAL			25.120,00
TOTAL INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES			26.060,00

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

**CUADRO N° 44
MENAJE**

DETALLE	CANTIDAD	P. UNITARIO	TOTAL
Manteles para mesas	200	5,00	1.000,00
Individuales	200	1,50	300,00
VAJILLA			
Tasas para café corona	300	1,10	330,00
platos para base de taza corona	300	1,00	300,00
Platos base americana	300	3,25	975,00
platos torteros	300	2,50	750,00
Plato Pondo	300	2,85	855,00
Platos soperos	300	1,75	525,00
cucharas	300	0,60	180,00
cucharillas	300	0,35	105,00
trinchas	300	0,65	195,00
cuchillos	300	0,85	255,00
Postreros de cristal	300	0,58	174,00
Vasos	300	0,60	180,00
Charoles	40	6,00	240,00
Saleros	300	0,80	240,00
cucharas de madera para cocina	10	5,00	50,00
Porta cubiertos	300	1,75	525,00
TOTAL			7.179,00
MENAJE PARA HABITACIONES			
Cortinas para ventanas metros	50	13,00	650,00
Juegos de sábanas 1 plaza	100	20,00	2.000,00
Juegos de sábanas 1,5 plaza	100	22,00	2.200,00
Juego de sábanas 2 plazas	100	25,00	2.500,00
Cobijas de algodón	100	20,00	2.000,00
Cobertor de cama 1 plaza	80	35,00	2.800,00
Cobertor de cama 2 plazas	80	45,00	3.600,00
Almohadas	100	8,00	800,00
Toallas	200	6,00	1.200,00
Recipientes para baños	50	6,00	300,00
Espejos para tocadores	30	6,00	180,00
Botiquín	12	48,00	576,00
TOTAL			18.806,00
TOTAL INVERSIÓN EN MENAJE			25.985,00

A continuación se presenta un resumen de todos los recursos que requiere la hostería a instalarse en cuanto tiene que ver con inversiones fijas o permanentes, entre estos se contempla: terreno, maquinaria, equipos, muebles y enseres, que representan la base fija del proyecto.

CUADRO Nº 45

RESUMEN INVERSIONES FIJAS

CONCEPTO	VALOR
Terreno	1.600,00
Edificación	154.430,00
Muebles y enseres	26.060,00
Equipos	22.070,21
Menaje	25.985,00
TOTAL:	230.145,21

FUENTE: Cuadros Estadísticos Nº 41, 42, 43,44

ELABORACIÓN: La Autora

4.4.2. INVERSIÓN VARIABLE

Consisten todos los recursos que la nueva empresa o proyecto destinará para la contratación de mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales accesorios e insumos necesarios para iniciar con el proceso de producción que se plantea ejecutar.

Para que la empresa pueda operar en forma apropiada es necesario contar con lo siguiente:

4.4.2.1. REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA INDIRECTA

El proyecto para su funcionamiento, requerirá contar con el siguiente personal en el área administrativa.

CUADRO N°46
MANO DE OBRA INDIRECTA

SUELDOS ADMINISTRATIVOS		SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DEC 4TO	DEC 3RO	APORTE PATRONAL	
GERENTE		600,00	7.200,00	240,00	600,00	874,80	
CONTADORA		400,00	4.800,00	240,00	400,00	583,20	
SECRETARIA-RECEPCIONISTA		300,00	3.600,00	240,00	300,00	437,40	
CAJERA		260,00	3.120,00	240,00	280,00	379,08	
BODEGUERO		260,00	3.120,00	240,00	280,00	379,08	
TOTAL		1.820,00	21.840,00	1.200,00	1.860,00	2.653,56	27.553,56

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

4.4.2.2. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Es necesario para el funcionamiento de la hostería con la siguiente mano de obra, la misma que estará encargada de la parte operativa de la empresa, es decir trabajarán directamente con la elaboración de todos los productos y ofrecimiento de servicios.

CUADRO N°47
MANO DE OBRA DIRECTA

SUELDOS OPERARIOS	N °	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DEC 4TO	DEC 3RO	APORTE PATRONAL	
COCINERA	1	400,00	4800,00	240,00	400,00	583,20	
AYUDANTE DE COCINA	1	240,00	2880,00	240,00	240,00	349,92	
MESEROS	2	260,00	6240,00	480,00	520,00	379,08	
CAMARERA	2	260,00	6240,00	480,00	520,00	379,08	
GUÍA TURÍSTICO	1	300,00	3600,00	240,00	300,00	437,40	
PEÓN PARA CABALGATAS	1	260,00	3120,00	240,00	260,00	379,08	
LIMPIEZA Y MANTENIMIENTO	1	260,00	3120,00	240,00	280,00	379,08	
TOTAL			30.000,00	2.160,00	2.520,00	2.886,84	37.566,84

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

4.4.3. INVERSIÓN DIFERIDA

Los activos diferidos están constituidos por los gastos e inversiones necesarias para conformar la hostería o implementar la infraestructura inicial con la que trabajará la empresa. Igualmente constan los gastos que demanden los estudios o elaboración del Proyecto de Factibilidad.

CUADRO N° 48
GASTOS DE CONSTITUCIÓN

CONCEPTO	VALOR
Honorarios notario	500.00
Registro de la propiedad	400.00
Pago para constitución de la compañía	400.00
Publicación	38.00
Estudios de Factibilidad	1.500.00
TOTAL	2.838,00

FUENTE: (1) Algunos notarios de la ciudad, (2) Datos del registro de la propiedad y de avalúos y catastros del Municipio de Tulcán, (3) Datos de la Superintendencia de Compañías. 4) Prensa local

ELABORACIÓN: La Autora

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1. INVERSIONES Y SU FINANCIAMIENTO

La inversión que se realizara para ejecutar este proyecto es de 242.324,40 USD los mismos que serán aportados por los diez socios que conforman la compañía, cada uno aportará la cantidad de 24.232,44 dólares, todas estas aportaciones serán invertidas de la siguiente manera:

5.1.2. RESUMEN DE INVERSIONES

CUADRO No 49

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

CONCEPTO	VALOR
INVERSIÓN FIJA	230.145,21
CAPITAL DE TRABAJO	9.341,19
INVERSIÓN DIFERIDA	2.838,00
TOTAL	242.324,40

FUENTE: Cuadros Estadísticos N° 45, 50,48

5.2. CAPITAL DE TRABAJO

Es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

CUADRO 50
CAPITAL DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	1 MES
COSTOS OPERATIVOS	6.796,19
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1.820,00
GASTOS DE VENTAS	200,00
GASTOS GENERALES	525,00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	9.341,19

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

El capital de trabajo que se necesitaría el primer mes es de 9,341.19 dólares, con este valor se cubrirá, los costos y gastos generados el primer mes de actividad de la hostería.

5.3. PROYECCIÓN DE INGRESOS

Para este presupuesto se tomo en cuenta todos los servicios que la hostería ecológica va a brindar a todos sus clientes tales como: hospedaje, restaurante, piscinas, paseos y cabalgatas, bebidas, tomado en cuenta que la hostería va a cubrir anual mente el 41% del total de la demanda, que es 83.151 personas; se ha considerado un porcentaje conservador del 30% de la capacidad que seria 24.945 personas; el estudio de mercado fue fundamental ya que de este pudimos saber cuántos de los visitantes están dispuestos a contratar cierto tipo de servicios.

5.3.1. PROYECCIÓN DE SERVICIOS (clientes)

CUADRO 51
SERVICIOS

SERVICIOS	VISITANTES AÑO 1	VISITANTES AÑO 2	VISITANTES AÑO 3	VISITANTE S AÑO 4	VISITANTE S AÑO 5
hospedaje	4.638	4.913	5.062	5.216	5.375
Piscinas	7.521	7.967	8.208	8.458	8.716
Paseos y Cabalgatas	4.283	4.536	4.674	4.816	4.963
Bebidas	9.642	10.214	10.523	10.843	11.175
Restaurante	13.837	14.657	15.101	15.561	16.036

FUENTE: Cuadro estadístico: 40

ELABORACIÓN: La Autora

5.3.2. PROYECCIÓN DE PRECIOS

Para fijar los precios en los diferentes servicios se ha tomado en cuenta, los precios ofertados por la competencia. En la ciudad de Tulcán no existen centros turísticos como el que se pretende crear, por tal razón se ha tomado en cuenta a los hoteles, hostales, residencias como competencia y de acuerdo a estos, se ha fijado el precio de hospedaje, en los demás servicios se tomo en cuenta a los precios ofertados por los complejos turísticos que son competencia directa de la empresa.

CUADRO 52
PROYECCIÓN DE PRECIOS

SERVICIO/ PRODUCTO	PRECIOS AÑO 1	PRECIOS AÑO 2	PRECIOS AÑO 3	PRECIOS AÑO 4	PRECIOS AÑO 5
HOSPEDAJE	15,00	15,75	16,54	17,36	18,23
PISCINAS	4,50	4,73	4,96	5,21	5,47
RECORRIDOS Y CABALGATAS	4,00	4,20	4,41	4,63	4,86
BEBIDAS					
CERVEZA	1,50	1,58	1,65	1,74	1,82
GASEOSA PERSONAL	0,40	0,42	0,44	0,46	0,49
GASEOSA 1/2 LITRO	0,80	0,84	0,88	0,93	0,97
GASEOSA 3 LITROS	2,00	2,10	2,21	2,32	2,43
AGUA SIN GAS	0,40	0,42	0,44	0,46	0,49
AGUA CON GAS	0,50	0,53	0,55	0,58	0,61
JUGOS NATURALES	1,00	1,05	1,10	1,16	1,22
RESTAURANTE					
DESAYUNOS	3,00	3,15	3,31	3,47	3,65
ALMUERZOS	4,00	4,20	4,41	4,63	4,86
MERIENDAS	3,50	3,68	3,86	4,05	4,25
PLATOS A LA CARTA	8,75	9,19	9,65	10,13	10,64

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.3.3. PROYECCIÓN DE INGRESOS POR VENTAS

Considerando que se ha fijado los precios por cada uno de los servicios, y tomando en cuenta la capacidad de la hostería se ha proyectado los ingresos para cinco años, a partir del segundo años se efectúa un 5% de incremento, en cada servicio, este porcentaje es producto de la inflación del país, argumentando que como el país es inestable económicamente no se podría precisar el porcentaje de la inflación en los siguientes años

**CUADRO N° 53
PROYECCIÓN DE VENTAS**

SERVICIO/ PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD AÑO 1	INGRESOS AÑO 1	PRECIO	CANTIDAD AÑO 2	INGRESOS AÑO 2	PRECIO	CANTIDAD AÑO 3	INGRESOS AÑO 3	PRECIO	CANTIDAD AÑO 4	INGRESOS AÑO 4	PRECIO	CANTIDAD AÑO 5	INGRESOS AÑO 5
HOSPEDAJE	15,00	4.638	69.575,63	15,75	4.913	77.381,76	16,54	5.062	83.711,00	17,36	5.216	90.572,08	18,23	5.375	98.008,82
PISCINAS	4,50	7.521	33.844,86	4,73	7.967	37.642,13	4,96	8.208	40.720,97	5,21	8.458	44.058,52	5,47	8.716	47.676,10
RECORRIDOS Y CABALGATAS	4,00	4.283	17.130,93	4,20	4.536	19.052,96	4,41	4.674	20.611,35	4,63	4.816	22.300,68	4,86	4.963	24.131,76
BEBIDAS															
CERVEZA	1,50	5.303	7.954,99	1,58	5.617	8.847,51	1,65	5.788	9.571,17	1,74	5.964	10.355,64	1,82	6.146	11.205,92
GASEOSA PERSONAL	0,40	482	192,85	0,42	511	214,49	0,44	526	232,03	0,46	542	251,05	0,49	559	271,66
GASEOSA 1/2 LITRO	0,80	289	231,42	0,84	306	257,38	0,88	316	278,43	0,93	325	301,25	0,97	335	325,99
GASEOSA 3 LITROS	2,00	193	385,70	2,10	204	428,97	2,21	210	464,06	2,32	217	502,09	2,43	223	543,32
AGUA SIN GAS	0,40	1.446	578,54	0,42	1.532	643,46	0,44	1.578	696,08	0,46	1.626	753,14	0,49	1.676	814,98
AGUA CON GAS	0,50	193	96,42	0,53	204	107,24	0,55	210	116,01	0,58	217	125,52	0,61	223	135,83
JUGOS NATURALES	1,00	1.736	1.735,63	1,05	1.838	1.930,37	1,10	1.894	2.088,25	1,16	1.952	2.259,41	1,22	2.011	2.444,93
RESTAURANTE															
DESAYUNOS	3,00	3.459	10.378,11	3,15	3.664	11.542,50	3,31	3.775	12.486,59	3,47	3.890	13.510,01	3,65	4.009	14.619,30
ALMUERZOS	4,00	6.919	27.674,97	4,20	7.329	30.780,00	4,41	7.550	33.297,57	4,63	7.780	36.026,69	4,86	8.018	38.984,79
MERIENDAS	3,50	2.076	7.264,68	3,68	2.199	8.079,75	3,86	2.265	8.740,61	4,05	2.334	9.457,01	4,25	2.405	10.233,51
PLATOS A LA CARTA	8,75	1.384	12.107,80	9,19	1.466	13.466,25	9,65	1.510	14.567,69	10,13	1.556	15.761,68	10,64	1.604	17.055,85
TOTAL INGRESOS			189.152,55			210.374,76			227.581,82			246.234,77			266.452,74

5.4. PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS

5.4.1. PROYECCIÓN DE COSTOS DE SERVICIOS Y PRODUCTOS.

Para determinar con certeza cuál es el costo real que va a generar cada uno de los productos, se realizó una investigación exhaustiva a través de proformas de varias casas comerciales, de esta manera se estableció el costo real de todos los productos que se va a ofertar en la hostería.

En lo que se refiere al costo de los diferentes servicios se lo determino de acuerdo a la mano de obra directa y demás insumos necesarios para cada una de las áreas.

CUADRO N° 54
PROYECCIÓN DE COSTOS

SERVICIO/ PRODUCTO	PRECIO	CANTIDAD AÑO 1	EGRESOS AÑO 1	PRECIO	CANTIDAD AÑO 2	EGRESOS AÑO 2	PRECIO	CANTIDAD AÑO 3	EGRESOS AÑO 3	PRECIO	CANTIDAD AÑO 4	EGRESOS AÑO 4	PRECIO	CANTIDAD AÑO 5	EGRESOS AÑO 5
HOSPEDAJE		4638	10.197,84		4913	11.187,73		5062	12.251,12		5216	13.392,87		5375	14.618,18
MOD	7.619,08			8.480,03			9.408,04			10.407,64			11.483,68		
Servicios Básicos	1.380,00			1.449,00			1.521,45			1.597,52			1.677,40		
uniformes	160,00			168,00			176,40			185,22			194,48		
útiles de aseo	938,76			985,70			1.034,98			1.086,73			1.141,07		
Reserva para reposición de menaje	100,00			105,00			110,25			115,76			121,55		
PISCINAS		7521	6.675,38		7967	7.249,15		8208	7.863,61		8458	8.521,39		8716	9.225,29
MOD	4.019,08			4.460,03			4.935,04			5.446,39			5.996,54		
Servicios Básicos	1.334,00			1.400,70			1.470,74			1.544,27			1.621,49		
Mantenimiento de filtros	500,00			525,00			551,25			578,81			607,75		
uniformes	40,00			42,00			44,10			46,31			48,62		
útiles de aseo	782,30			821,42			862,49			905,61			950,89		
PASEOS Y CABALGATAS		5705	13.898,94		4536	15.073,89		4674	16.331,58		4816	17.677,36		4963	19.116,89
MOD	8.576,48			9.485,30			10.463,57			11.515,95			12.647,41		
Servicios Básicos	46,00			48,30			50,72			53,25			55,91		
Balanceados para caballos	4.000,00			4.200,00			4.410,00			4.630,50			4.862,03		
Uniformes	120,00			126,00			132,30			138,92			145,86		
útiles de aseo	156,46			164,28			172,50			181,12			190,18		
alquiler de 10 caballos	1.000,00			1.050,00			1.102,50			1.157,63			1.215,51		

RESTAURANTE		13.837	46.032,32		14.657	49.726,76		15.390,00	54.441,94		15.560,60	58.520,86		16.036	63.432,15
MOD	17.352,20			18.312,20			20.235,81			22.306,00			24.532,62		
Servicios Básicos	1.840,00			1.932,00			2.028,60			2.130,03			2.236,53		
Consumo de gas	600,00			630,00			661,50			694,58			729,30		
uniformes	480,00			504,00			529,20			555,66			583,44		
útiles de aseo	1.251,68			1.314,26			1.379,98			1.448,98			1.521,42		
semillas para cultivos	1.500,00			1.575,00			1.653,75			1.736,44			1.823,26		
insecticidas orgánicos	2.000,00			2.100,00			2.205,00			2.315,25			2.431,01		
Reserva para reposición de vajilla	100,00			105,00			110,25			115,76			121,55		
Desayunos	0,94	3.459	3.251,81	0,99	3.664	3.616,65	1,04	3.848	3.987,36	1,09	3.890	4.233,14	1,14	4.009	4.580,71
Almuerzos	1,56	6.919	10.793,24	1,64	7.329	12.004,20	1,72	7.695	13.234,63	1,81	7.780	14.050,41	1,90	8.018	15.204,07
Meriendas	1,50	2.076	3.113,43	1,58	2.199	3.462,75	1,65	2.309	3.817,68	1,74	2.334	4.053,00	1,82	2.405	4.385,79
Platos a la carta	2,71	1.384	3.749,96	2,85	1.466	4.170,69	2,99	1.539	4.598,19	3,14	1.556	4.881,62	3,29	1.604	5.282,44
BEBIDAS			4.749,85			5.282,77			5.714,86			6.183,26			6.690,95
Cerveza	0,65	5.303	3.447,16	0,68	5.617	3.833,92	0,72	5.788	4.147,51	0,75	5.964	4.487,44	0,79	6.146	4.855,90
Gaseosa personal	0,21	482	101,25	0,22	511	112,60	0,23	526	121,81	0,24	542	131,80	0,26	559	142,62
Gaseosa 1/2 ltro	0,49	289	141,74	0,51	306	157,65	0,54	316	170,54	0,57	325	184,52	0,60	335	199,67
Gaseosa 3 ltr	1,32	193	254,56	1,39	204	283,12	1,46	210	306,28	1,53	217	331,38	1,60	223	358,59
Agua sin gas	0,21	1.446	303,74	0,22	1.532	337,81	0,23	1.578	365,44	0,24	1.626	395,40	0,26	1.676	427,86
Agua con gas	0,26	193	50,14	0,27	204	55,77	0,29	210	60,33	0,30	217	65,27	0,32	223	70,63
Jugos naturales	0,26	1.736	451,26	0,27	1.838	501,90	0,29	1.894	542,95	0,30	1.952	587,45	0,32	2.011	635,68
TOTAL COSTOS			81.554,33			88.520,29			96.603,11			104.295,73			113.083,46

5.4.2. GASTOS

CUADRO N° 55

SUELDOS PROYECTADOS

GASTOS PERSONALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remuneraciones administrativas	21.840,00	22.932,00	24.078,60	25.282,53	26.546,66
Décimo 3er sueldo	1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15	1.458,61
Décimo 4to sueldo	1.860,00	1.953,00	2.050,65	2.153,18	2.260,84
Aporte patronal	2.653,56	2.786,24	2.925,55	3.071,83	3.225,42
Fondos de Reserva		1.200,00	1.260,00	1.323,00	1.389,15
TOTAL	27.553,56	30.131,24	31.637,80	33.219,69	34.880,67

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.4.1. GASTOS GENERALES

Para el funcionamiento y desarrollo de las actividades, la hostería debe realizar algunos gastos necesarios que a continuación se detallan de igual forma se ha tomado un crecimiento del 5% a partir del segundo año.

CUADRO N°56

GASTOS GENERALES

DETALLE	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arriendo de 4 hectáreas y 8.000 m ² útiles de oficina	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
TOTAL		6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04	7.657,69

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.4.2. GASTOS DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Para el cálculo de la depreciación se utilizó el método de línea recta (ver anexo 6). Los porcentajes de depreciación aplicados son de acuerdo a la Ley de Régimen Tributario Interno vigente:

- Edificaciones 5% 20 años
- Equipo de oficina 10% 10 años
- Muebles y enseres 10% 10 años
- Maquinaria y equipo 10% 10 años

CUADRO N°57

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación de edificio	7.721,50	7.721,50	7.721,50	7.721,50	7.721,50
Depreciación de equipos	2.050,40	2.050,40	2.050,40	2.050,40	2.050,40
Depreciación de equipos de computo	313,25	313,25	313,25	313,25	313,25
Depreciación muebles y enseres	2.606,00	2.606,00	2.606,00	2.606,00	2.606,00
Depreciación menaje	5.197,00	5.197,00	5.197,00	5.197,00	5.197,00
TOTAL DEPRECIACIÓN	17.888,15	17.888,15	17.888,15	17.888,15	17.888,15

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.4.3. GASTOS DE VENTAS

Para poder ofrecer y vender los servicios a todos los turistas es necesario hacer publicidad, en este caso se ha optado por realizar mediante el medio escrito y radial, es una estrategia mediante la cual se pretende llegar a todas las personas para que conozcan y visiten la hostería.

CUADRO 58
GASTOS DE VENTAS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad por radio	1.800,00	1.890,00	1.984,50	2.083,73	2.187,91
Publicidad escrita	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
total	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.4.4. PRESUPUESTO GENERAL

CUADRO N ° 59
PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	431.476,95	291.060,61	344.710,33	397.156,84	453.819,31
INGRESOS POR HOSPEDAJE	69.575,63	77.381,76	83.711,00	90.572,08	98.008,82
INGRESOS POR PISCINAS	33.844,86	37.642,13	40.720,97	44.058,52	47.676,10
INGRESOS POR RECORRIDOS Y CABALGATAS	17.130,93	19.052,96	20.611,35	22.300,68	24.131,76
INGRESOS POR BEBIDAS	11.175,55	12.429,41	13.446,04	14.548,10	15.742,62
INGRESOS POR RESTAURANTE	57.425,57	63.868,50	69.092,46	74.755,38	80.893,44
INVERSIÓN INICIAL	242.324,40				
SALDO DE AÑOS ANTERIORES		80.685,85	117.128,51	150.922,08	187.366,57
EGRESOS	350.791,10	173.932,10	193.788,25	209.790,27	228.506,79
EGRESOS POR HOSPEDAJE	10.197,84	11.187,73	12.251,12	13.392,87	14.618,18
EGRESOS POR PISCINAS	6.675,38	7.249,15	7.863,61	8.521,39	9.225,29
EGRESOS POR RECORRIDOS Y CABALGATAS	13.898,94	15.073,89	16.331,58	17.677,36	19.116,89
EGRESOS POR BEBIDAS	4.749,85	5.282,77	5.714,86	6.183,26	6.690,95
EGRESOS POR RESTAURANTE	46.032,32	49.726,76	54.441,94	58.520,86	63.432,15
GASTOS ADMINISTRATIVOS	27.553,56	30.131,24	31.637,80	33.219,69	34.880,67
GASTOS DE VENTAS	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
GASTOS GENERALES	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04	7.657,69
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	2.838,00				
GASTO INVERSIÓN	230.145,21				
(-)15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		7.933,34	9.619,87	10.694,01	12.028,84
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		11.238,89	13.628,15	15.149,85	17.040,86
80% REPARTO DE UTILIDADES		26.973,34	32.707,57	36.359,64	40.898,05
TOTAL	80.685,85	117.128,51	150.922,08	187.366,57	225.312,53

5.5. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Estos estados nos permitirán evaluar de cierta forma la situación económica y financiera del negocio, y así poder tomar decisiones acertadas para el cambio y desarrollo de la empresa.

5.5.1. ESTADO DE SITUACIÓN

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES	242.324,40	80.685,85	117.128,51	150.922,08	187.366,57	225.312,53
CAJA - BANCOS	242.324,40	80.685,85	117.128,51	150.922,08	187.366,57	225.312,53
ACTIVOS FIJOS		230145,21	230145,21	230145,21	230145,21	230145,21
TERRENO		1.600,00	1600	1600	1600	1600
EDIFICIO		154.430,00	154430	154430	154430	154430
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. EDIFICIO		7.721,50	7721,5	7721,5	7721,5	7721,5
EQUIPOS		20.503,97	20503,97	20503,97	20503,97	20503,97
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. EQUIPOS		2.050,40	2050,397	2050,397	2050,397	2050,397
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		1.566,24	1566,24	1566,24	1566,24	1566,24
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. EQUIPOS DE COMP		313,25	313,25	313,25	313,25	313,25
MUEBLES Y ENSERES		26.060,00	26060	26060	26060	26060
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. M Y E		2.606,00	2606	2606	2606	2606
MENAJE		25985,00	25985	25985	25985	25985
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. MENAJE		5.197,00	5197	5197	5197	5197
ACTIVOS DIFERIDOS						
GASTOS CONSTITUCIÓN		2.838,00	2.838,00	2.838,00	2.838,00	2.838,00
(-) AMORTIZACIÓN GASTOS DE CONST.		567,60	1135,2	1.702,80	2.270,40	2.838,00
TOTAL ACTIVOS	242.324,40	313.101,46	348.976,52	382.202,49	417.511,78	455.457,74
PASIVOS		46.145,57	55.955,60	62.203,51	69.967,75	78.052,07
PASIVOS CORRIENTES						
C X P 15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		7.933,34	9.619,87	10.694,01	12.028,84	13.418,69
C X P 25% IMPUESTO A LA RENTA		11.238,89	13.628,15	15.149,85	17.040,86	19.009,82
C X P 80% REPARTO DE UTILIDADES		26.973,34	32.707,57	36.359,64	40.898,05	45.623,56
PATRIMONIO	242.324,40	266.955,89	293.020,92	319.998,98	348.111,64	377.405,67
CAPITAL SOCIAL	242.324,40	242.324,40	242.324,40	242.324,40	242.324,40	242.324,40
DEPRECIACIÓN ACUM ACTIVOS FIJOS		17.888,15	35.776,29	53.664,44	71.552,58	89.440,73
RESULTADO DEL EJERCICIO		6.743,34	8.176,89	9.089,91	10.224,51	11.405,89
RESULTADO DE AÑOS ANTERIORES			6.743,34	14.920,23	24.010,14	34.234,65
TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO	242.324,40	313.101,46	348.976,52	382.202,49	418.079,38	455.457,74

5.5.2. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Para la proyección de ingresos y gastos se tomo en cuenta la tasa de inflación del 5% anual

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	189.152,55	210.374,76	227.581,82	246.234,77	266.452,74
INGRESOS POR HOSPEDAJE	69.575,63	77.381,76	83.711,00	90.572,08	98.008,82
INGRESOS POR PISCINAS	33.844,86	37.642,13	40.720,97	44.058,52	47.676,10
INGRESOS POR RECORRIDOS Y CABALGATAS	17.130,93	19.052,96	20.611,35	22.300,68	24.131,76
INGRESOS POR BEBIDAS	11.175,55	12.429,41	13.446,04	14.548,10	15.742,62
INGRESOS POR RESTAURANTE	57.425,57	63.868,50	69.092,46	74.755,38	80.893,44
EGRESOS	136.263,64	146.242,27	156.288,40	166.042,51	176.994,78
COSTOS OPERATIVOS	81.554,33	88.520,29	96.603,11	104.295,73	113.083,46
GASTOS ADMINISTRATIVOS	27.553,56	30.131,24	31.637,80	33.219,69	34.880,67
GASTOS DE VENTAS	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
GASTOS GENERALES	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04	7.657,69
GASTOS POR DEPRECIACIONES	17.888,15	17.888,15	17.888,15	17.888,15	17.888,15
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	567,60	567,60	567,60	567,60	567,60
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	52.888,91	64.132,49	71.293,42	80.192,26	89.457,96
(-)15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES	7.933,34	9.619,87	10.694,01	12.028,84	13.418,69
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	44.955,57	54.512,62	60.599,41	68.163,42	76.039,26
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	11.238,89	13.628,15	15.149,85	17.040,86	19.009,82
(=) UTILIDAD NETA	33.716,68	40.884,46	45.449,55	51.122,57	57.029,45

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.5.4 FLUJO DE (CAJA PARA EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO)

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		189.152,55	210.374,76	227.581,82	246.234,77	266.452,74
Ventas		189.152,55	210.374,76	227.581,82	246.234,77	266.452,74
EGRESOS	242.324,40	133.772,56	147.467,13	159.817,31	172.480,94	186.449,18
Gastos Pre Operativos	2.838,00					
Inversión	239.486,40					
COSTOS OPERATIVOS		81.554,33	88.520,29	96.603,11	104.295,73	113.083,46
GASTOS ADMINISTRATIVOS		27.553,56	30.131,24	31.637,80	33.219,69	34.880,67
GASTOS DE VENTAS		2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
GASTOS GENERALES		6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04	7.657,69
(-)15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		6.606,07	8.143,70	9.097,10	10.301,04	11.549,02
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		9.358,60	11.536,90	12.887,55	14.593,14	16.361,12
Recuperación (Venta de activos + Capital trabajo)						102.534,47
Flujo de Caja Neto	-242.324,40	55.379,99	62.907,63	67.764,51	73.753,83	80.003,56
Flujo de Caja Acumulado	-242.324,40	-186.944,41	-124.036,78	-56.272,27	17.481,56	97.485,12

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA

5.6.1. TASA DE REDESCUENTO O RENDIMIENTO MEDIO

Para un proyecto de inversión la tasa de descuento es la tasa mínima que debe generar el proyecto

CUADRO N° 60
COSTO DE OPORTUNIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA PROMEDIO	VALOR PROMEDIO
Inversión propia	242.324,40	100	4,3	430
TOTAL	242.324,40	100%	4,3	430

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Tasa referencial pasiva al 30 de Octubre del 2010 es de 4.30 %

$$\text{Costo de oportunidad} = \frac{430.00}{100.00}$$

Costo oportunidad = 4.30%

$$\text{Costo de oportunidad con inflación} = (1+CK)^*(1+I)-1$$

$$\begin{aligned} \text{COSTO OPORTUNIDAD CON INFLACIÓN} &= (1+0.043)(1+0.05)-1 \\ &= 9.52\% \end{aligned}$$

5.6.2. CACULO DEL VALOR ACTUAL NETO

Mediante esta técnica de evaluación financiera nos permite establecer el valor presente de los flujos de efectivos futuros, para este periodo se considera una tasa de rendimiento del 9.52 %

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

$$VAN = \frac{55.379,99}{(1+0,0952)^1} + \frac{62.907,63}{(1+0,0952)^2} + \frac{67.764,51}{(1+0,0952)^3} + \frac{73.753,83}{(1+0,0952)^4} + \frac{80.003,56}{(1+0,0952)^5}$$

$$VAN = 50.566,09 + 52.444,88 + 51.582,94 + 51.264,22 + 50.773,34$$

$$VAN = 256.631,48$$

$$VAN = -242.324,40 + 256.631,48$$

$$VAN = 14.307,07$$

Con este cálculo se ha obtenido que el VAN es diferente o mayor que cero por lo tanto el proyecto es factible, de realizar.

5.6.3. CÁLCULO DE LA TIR

Para este cálculo debemos obtener el VAN positivo y el VAN Negativo procedimiento que nos permitirá identificar la tasa interna de retorno.

5.6.2.1 CÁLCULO DEL VAN NEGATIVO

Para esta operación hemos considerado una tasa de 12% que es la que nos permite la obtención de un VAN negativo

$$VAN = \frac{55.379,99}{(1+0,12)^1} + \frac{62.907,63}{(1+0,12)^2} + \frac{67.764,51}{(1+0,12)^3} + \frac{73.753,83}{(1+0,12)^4} + \frac{80.003,56}{(1+0,12)^5}$$

$$VAN = 49.446,42 + 50.149,58 + 48.234,40 + 46.872,47 + 45.397,24$$

$$VAN = 240.100,11$$

$$VAN = -242.324,40 + 240.100,11$$

$$VAN = -2.224,30$$

Una vez obtenido el VAN + Y EL VAN – procedemos al cálculo de la TIR, para lo cual utilizamos la siguiente formula.

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

$$TIR = 0,0952 + \left[(0,12 - 0,0952) \left(\frac{14.307,07}{14.307,07 - (-2.224,30)} \right) \right]$$

$$TIR = 11,67\%$$

Según los cálculos la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 11.67%, cuyo valor es mayor que la tasa de redescuento que es del 9.52%; por lo tanto el proyecto es aceptable.

5.6.4. PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

CUADRO ° 61

RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑOS	CAPITAL	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
1	242.324,40	50.566,09	50.566,09
2		52.444,88	103.010,97
3		51.582,94	154.593,92
4		51.264,22	205.858,13
5		50.773,34	256.631,48

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Según los cálculos efectuados, el periodo de recuperación de la inversión es de 4 años 8 meses y 19 días; es decir que la inversión se puede recuperar dentro de los cinco años.

5.6.5. COSTO- BENEFICIO

El costo – beneficio refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y gastos.

CUADRO ° 62
CÁLCULO DEL COSTO- BENEFICIO

AÑOS			INGRESOS	EGRESOS
	INGRESOS	EGRESOS	ACTUALIZADOS	ACTUALIZADOS
1	189.152,55	136.263,64	172.710,51	124.418,95
2	210.374,76	146.242,27	175.385,38	121.919,36
3	227.581,82	156.288,40	173.237,28	118.968,11
4	246.234,77	166.042,51	171.150,88	115.411,49
5	266.452,74	176.994,78	169.101,19	112.327,72
	1.139.796,64	781.831,60	861.585,23	593.045,63

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{COSTO - BENEFICIO} = \frac{\Sigma \text{ Ingresos actualizados}}{\Sigma \text{ Gastos actualizados}}$$

$$C/B = \frac{861.585,23}{593.045,63}$$

COSTO - BENEFICIO = 1.45

El valor calculado de costo – beneficio, significa que por cada dólar de inversión se recupera 1.45 dólares.

5.6.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

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

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

De donde:

PE: Punto de Equilibrio

CF: Costos Fijos

CV: Costos Variables

V: Ventas

Los siguientes son considerados como costos variables, ya que estos varían de acuerdo a las ventas y las tasas de interés que podrían variar de un trimestre a otro:

**CUADRO N° 63
COSTOS VARIABLES**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO OPERATIVO	81.554,33	88.520,29	96.603,11	104.295,73	113.083,46
TOTAL	81.554,33	88.520,29	96.603,11	104.295,73	113.083,46

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Los costos fijos son valores que permanecen constante sin importar el volumen de ventas que se tenga en un período dato, esto son los siguientes:

**CUADRO N° 64
COSTOS FIJOS**

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto personal	27.553,56	30.131,24	31.637,80	33.219,69	34.880,67
Gasto de publicidad	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Gastos generales	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04	7.657,69
Depreciación	17.888,15	17.888,15	17.888,15	17.888,15	17.888,15
TOTAL	54.141,71	57.154,38	59.117,69	61.179,17	63.343,73

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

CUADRO N° 65
COSTOS TOTALES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	54.141,71	57.154,38	59.117,69	61.179,17	63.343,73
COSTOS VARIABLES	81.554,33	88.520,29	96.603,11	104.295,73	113.083,46
TOTAL	135.696,04	145.674,67	155.720,80	165.474,91	176.427,19

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

Una vez detallado los costos fijo, variables y los costos totales, seguidamente calculamos el punto de equilibrio con la fórmula antes descrita.

$$PE = \frac{54.141,71}{1,00 - \frac{81.554,33}{180.304,13}}$$

P E = 98.855,62

Para poder cubrir todos los costos y gastos que genera la hostería ecológica en un año, es necesario vender **98.855.62** dólares, con este valor no se tendrá ni ganancia ni pérdida.

5.7. RESUMEN DE EVALUACIÓN FINANCIERA

CUADRO 66

RESUMEN DE EVALUACIÓN

EVALUACIÓN FINANCIERA	VALOR	RESULTADO
VAN > 0	14.307,07	O.K
TIR	11.67%	O.K
C/B	1.45	O.K
Punto de equilibrio	98.855,62	O.K
Periodo de recuperación de la inversión	4 años, 8 mese, 19 días	O.K

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: La Autora

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1. DENOMINACIÓN DE LA HOSTERÍA

6.1.1. Nombre

El nombre que llevara la compañía es:

Hostería ecológica “EL Carmelo”

6.1.2. Logotipo

GRAFICO N° 23
LOGOTIPO



6.2. ELEMENTOS ESTRATÉGICOS

6.2.1. OBJETIVOS

- a)** Lograr la inserción de la hostería dentro del mercado turístico zonal.

- b)** Satisfacer las necesidades de todos los turista que nos visitan, teniendo en cuenta que el cliente es lo primero.

- c)** Cuantificar ganancias ofreciendo los nuevos y múltiples servicios así como promociones y publicidades.

- d)** Desarrollarse y crecer dentro del mercado en un 5% anual en todas las actividades.

- e)** Aumentar las ganancias y recuperar la inversión realizada

6.2.2. PRINCIPIOS

a) Buscar siempre el mayor nivel de calidad

La calidad siempre será factor determinante en la decisión de compra de las personas.

b) Búsqueda de una servicio superior:

Destacarse por la calidad de los servicios que se ofrecen.

c) Buscar establecer los precios más competitivos

El precio es el factor determinante en cualquier compra, producir a menor costo sin sacrificar la calidad, será garantía de competitividad en el largo plazo.

d) Mejorar constantemente

Los servicios que ofrece la hostería serán eficientes y de calidad, utilizando la tecnología y la innovación en los servicios de forma permanente.

6.2.3. MISIÓN

Estar capacitados para detectar, analizar y resolver todo problema que se presente con eficiencia y eficacia para dar a nuestros visitantes el mejor servicio en un lugar alejado del ruido de la ciudad y a la vez cerca y de fácil acceso, que les permita en corto tiempo llegar a un reencuentro con la naturaleza y volver a sus actividades

6.2.4. VISIÓN

Ser la mejor hostería que cuente con la infraestructura, belleza escénica, aventura, descanso y confort. La Hostería ecológica “El Carmelo “ será una empresa turística reconocida a nivel nacional e internacional como un atractivo ecológico digno de ser visitado, enfocado al turismo extranjero y al nacional que aprecie la naturaleza y comparta nuestra filosofía de conservación.

6.2.5. VALORES CORPORATIVOS

a) Espíritu constructivo

Se refiere a la actitud positiva, al optimismo, al incremento de la cadena de valor, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención y en la acción de de todos los que laboren en la Hostería ecológica El Carmelo

b) Respeto

El respeto a los demás es un valor básico que nos induce a cordialidad, armonía, aceptación e inclusión que deben signos distintivos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral.

c) Lealtad

La lealtad es la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento debemos demostrar, para y por nuestra empresa.

d) Excelencia en el logro de objetivos

La “excelencia en el logro de objetivos” es un valor determinante que nos demanda calidad, esfuerzo, empeño y coraje para lograr resultados exitosos en nuestro trabajo y por consiguiente, en la consecución de los objetivos que la hostería se ha trazado.

e) Profesionalismo:

Es la responsabilidad, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y tareas, buscando sumarse a la misión de la hostería

f) Honestidad

El valor de la “honestidad” es la rectitud, honorabilidad, decoro, respeto y modestia que debemos manifestar los integrantes de la hostería en las actividades diarias.

6.3. ASPECTO LEGAL Y DE CONSTITUCIÓN

6.3.1. FORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

La hostería está diseñada para brindar un servicio de calidad, por ende se necesita de una inversión considerable por tal razón se optara por crear una compañía de responsabilidad limitada.

6.3.2. ASPECTO LEGAL PARA LA FORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

6.3.2.1. ENTE JURÍDICO.- se creara como compañía de responsabilidad limitada.

6.3.2.2. COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. - Intervienen en la celebración de este contrato, los diez socios que conformaran la compañía y se hará constar los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad, y dirección domiciliaria. Declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada «HOSTERÍA ECOLÓGICA “EL CARMELO” la misma que se registrá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y sus estatutos.

CUADRO N° 67
CUADRO DE LOS SOCIOS QUE CONFORMARAN LA HOSTERÍA

Nombres de los socios	Apellidos	Nacionalidad	Estado civil	Dirección del Domicilio
Mireya Liliana	Cuasquer Cuasapud	Ecuatoriana	Soltera	El Carmelo
Heriberto Parmenides	Cuasquer Quistanchala	Ecuatoriana	Casado	El Carmelo
Edgar Iván	Cuasquer Cuasapud	Ecuatoriana	Soltera	El Carmelo
Flor Cándida	Cuasapud Irgua	Ecuatoriana	Casado	El Carmelo
Maritza Jimena	Cuasquer Cuasapud	Ecuatoriana	Soltera	El Carmelo
Lesly Alejandra	Escobar Cuasquer	Ecuatoriana	Soltera	El Carmelo
Amparo Bernarda	Cuasapud Irgua	Ecuatoriana	Casado	El Carmelo
María Luzgarda	Cuasapud Irgua	Ecuatoriana	Casado	El Carmelo
Nelva Esmeralda	Cuasquer Cuasapud	Ecuatoriana	Soltera	El Carmelo
Marlon Fernando	Cuasquer Cuasapud	Ecuatoriana	Soltera	El Carmelo

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

6.3.2.3. Objeto.- La compañía tiene por objeto y finalidad, la de brindar servicios hospedaje, alimentación, piscinas y cabalgatas, con un servicio de calidad y dentro de un entorno ecológico y natural;

6.3.2.4. Obligación social.- Los socios responderán individualmente, hasta por el monto de sus aportaciones en caso de liquidación, que actualmente sería de 24.232,44 dólares por cada socio.

6.3.2.5. Capital social.- Las aportaciones por cada socio será de \$24.232,44 USD, obteniendo un total de \$242.324,40 USD. Los mismos que

serán divididos en aportaciones de \$6.058.11 USD cada una de tal manera que el Capital se conformara de 40 participaciones.

6.3.2.6. Suscripción y pago de las aportaciones.- se suscribirán 4 participaciones por cada socio y el pago se lo efectuara en efectivo al momento de la conformación de la compañía.

6.3.2.7. El plazo.- La duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviera la Junta general de socios en la forma prevista en sus estatutos y en la Ley de Compañías.

6.3.2.8. Domicilio.- Se constituirá en la parroquia El Carmelo, Cantón Tulcán, Provincia del Carchi de la República del Ecuador.

6.3.2.9. Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.

6.3.2.10. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

6.3.2.11. Los socios Intervienen con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto.

6.3.2.12. Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

6.3.2.13. Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

6.3.2.14. Como documento habilitante, se agregara a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria.

6.3.2.15. Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias; por tanto, esta escritura será enviada a la Superintendencia de Compañías para su aprobación y se realizara una publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía.

6.3.2.16. La inscripción en el Registro Mercantil. Luego de la aprobación y autorización del superintendente. Y se procederá a inscribir legalmente a la compañía

6.3.3. REQUISITOS PARA SU FUNCIONAMIENTO

Para que la hostería pueda funcionar legalmente debe contar con ciertos permisos como son: patente municipal, permiso del cuerpo de bomberos, permisos de salud e higiene, licencia única de funcionamiento para lugares turísticos, permisos de la intendencia de policía, para poder tramitar todos estos permisos es necesario tener como requisito principal el Registro Único del Contribuyente, por tal razón el primer paso es obtener el Ruc y para esto será necesarios los siguientes requisitos:

6.3.3.1. OBTENCIÓN DEL RUC PARA PERSONAS JURÍDICAS

El RUC, es un documento que garantiza el cumplimiento de las obligaciones tributarias, el mismo que es público, intransferible, personal y único, en el que el contribuyente puede tener una o varias actividades, por lo que tiene la obligación de actualizarlo. A continuación se detallan los pasos para su obtención:

- a)** Llenar el formulario respectivo 01A, 01B.
- b)** Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- c)** Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando la Ley lo exija así.
- d)** Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- e)** Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

6.3.3.2. REQUISITOS PARA INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS SOCIEDADES (PATENTE MUNICIPAL)

- a)** Copia del RUC
- b)** Copia del nombramiento del representante legal
- c)** Copia de la cédula de identidad y certificado de votación, en la que se incluirá los datos personales del representante legal: Dirección domiciliaria, número telefónico convencional y celular.
- d)** Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
- e)** Certificación del contador del capital de operación con el que inicia la actividad económica.

6.3.3.3. REQUISITOS PARA EL PERMISO DE BOMBEROS

- a)** Informe favorable de inspección, realizada por el señor inspector del Cuerpo de Bomberos
- b)** Copia de la cédula de ciudadanía del representante legal
- c)** Copia del RUC
- d)** Copia de la Patente Municipal

6.3.3.4. REQUISITOS PARA LOS PERMISOS DE SALUD PÚBLICA

- a)** Ficha de inspección
- b)** Permiso del Cuerpo de bomberos y Patente Municipal
- c)** Copia del RUC
- d)** Certificados de salud de todos los empleados (original y copia)
- e)** Copia de la cédula y papeleta de votación del representante legal.

6.3.3.5. REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA DE TURISMO

- a)** Certificación del IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual) de no encontrarse registrada la razón social que va utilizar en la empresa
- b)** Copia del RUC
- c)** Copia del la escritura de Constitución
- d)** Copia del nombramiento del representante legal
- e)** Copia de la cédula y papeleta de votación del representante
- f)** Lista de precios original y copia
- g)** Escritura del el lugar donde funcionara la empresa

Con todos estos requisitos el Ministerio de Turismo Realiza una Inspección para poder categorizar el servicio y emite un informe. El mismo que servirá para dar trámite a la licencia de funcionamiento, cumpliendo otros requisitos que solicita la dirección de Turismo los mismos que son:

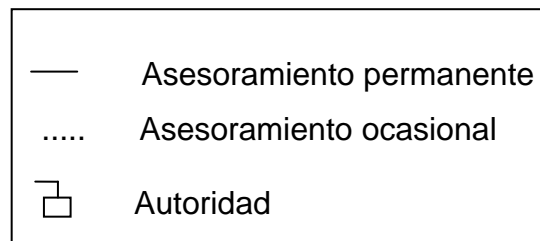
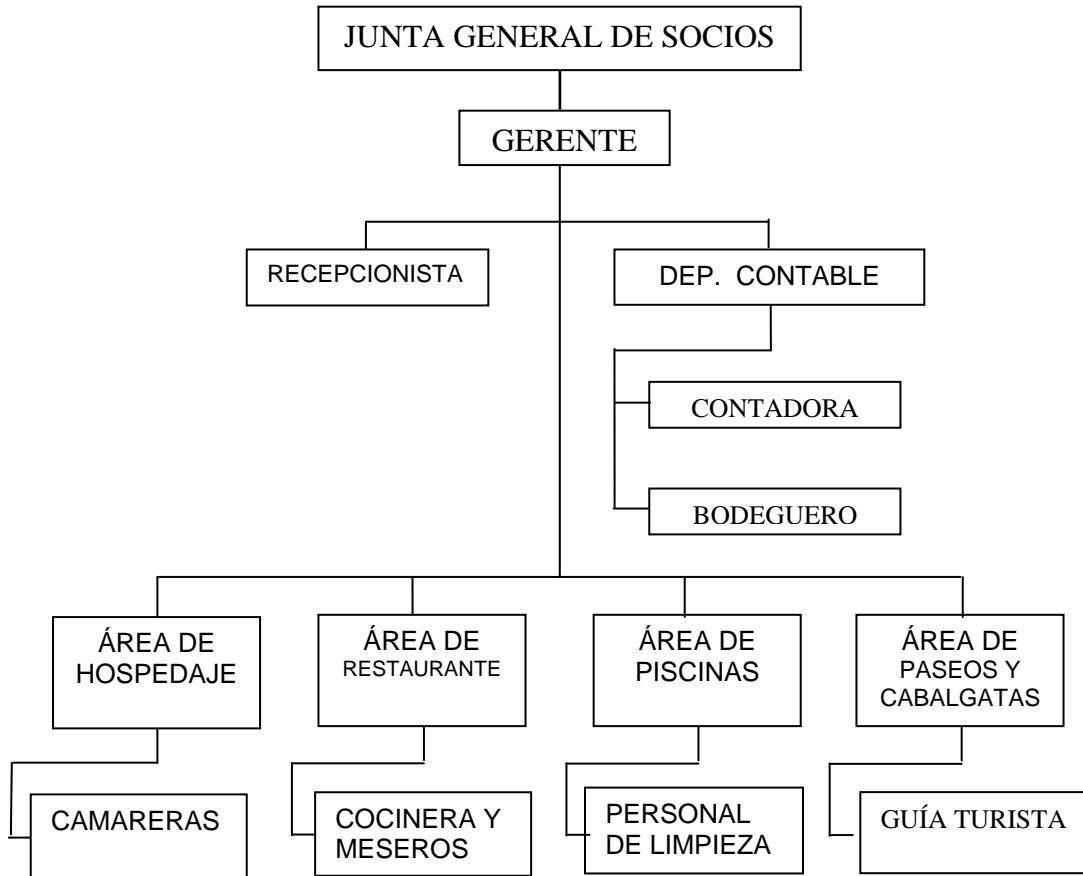
- h)** Copia del RUC
- i)** Copia de la Cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal
- j)** Pago del 1 x 1000 del Ministerio de Turismo
- k)** Permiso de uso de suelo y patente municipal.

6.4. ESTRUCTURA ORGÁNICA FUNCIONAL

La empresa cuenta en forma implícita o explícita con jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. Jerarquizar es establecer líneas de autoridad (de arriba hacia abajo) a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato. Esto permite ubicar a las unidades

administrativas en relación con las que le son subordinadas en el proceso de la autoridad. El valor de una jerarquía bien definida consiste en que reduce la confusión respecto a quien da las órdenes y quien las obedece. Define como se dividen, agrupan y coordinan formalmente las tareas en los puestos.

GRAFICO Nº 24
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA HOSTERÍA ECOLÓGICA
EL CARMELO



La Estructura Orgánica de la Hostería Ecología “El Carmelo” está conformada por los siguientes niveles administrativos:

- a. Nivel Legislativo Superior;
- b. Nivel Ejecutivo;
- c. Nivel Asesor;
- d. Nivel Auxiliar; y,
- e. Nivel Operativo

- **NIVEL LEGISLATIVO O SUPERIOR.**

El nivel Legislativo o Superior está compuesto por los socios de la compañía que conforman La Junta General de Socios y son responsables de la planificación, normativa y toma de decisiones.

- **NIVEL EJECUTIVO.**

Este nivel Directivo o Ejecutivo está integrado por el Gerente de la compañía, quien es responsable de dirigir, orientar, conducir y supervisar la ejecución de las políticas, y las actividades de la empresa.

- **NIVEL ASESOR**

El nivel asesor está conformado por la unidad de Asesoría Jurídica, constituye la instancia de consulta, consejo o asesoramiento, en la toma de decisiones, su relación de autoridad es indirecta respecto a las unidades de mando de línea u operación, su función se canaliza a través del Gerente.

- **NIVEL AUXILIAR.**

El nivel auxiliar está integrado por la unidad de contabilidad y secretaria, que realizará las funciones de apoyo necesarias para el cumplimiento de las actividades de la compañía.

- **NIVEL OPERATIVO.**

Nivel operativo que lo integran las unidades de compra venta, diagnóstico mecánico, serán los responsables de ejecutar los planes para cumplir con los objetivos y metas que se ha trazado la compañía.

6.4.1. NIVEL LEGISLATIVO O SUPERIOR- JUNTA GENERAL DE SOCIOS

Está constituida por los socios de la compañía y serán los responsables de la conducción de la misma, hacia la obtención de los objetivos que ella persigue, que es la de brindar los servicios de hospedaje, restaurante, relajación y diversión en un entorno ecológico. Su función básica es legislar las políticas que debe seguir la empresa, aprobar la planificación y las metas anuales, normar los procedimientos, dictar reglamentos internos, nombrar al Gerente y tomar decisiones sobre la marcha de la organización.

6.4.1.1. FUNCIONES

- a. Designar y remover al gerente y fijar su remuneración;
- b. Aprobar las cuentas y los balances que presente el gerente;
- c. Resolver la forma de reparto de utilidades;
- d. Resolver la amortización de las partes sociales;
- e. Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- f. Decidir el aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- g. Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- h. Resolver la disolución anticipada de la compañía;
- i. Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley que son las siguientes:

1. El socio administrador que se sirve de la firma o de los capitales sociales en provecho propio; o que comete fraude en la administración o en la contabilidad; o se ausenta y, requerido, no vuelve ni justifica la causa de su ausencia;
 2. El socio que interviniera en la administración sin estar autorizado por el contrato de la compañía;
 3. El socio que constituido en mora no hace el pago de su cuota social;
 4. El socio que quiebra; y,
 5. En general, los socios que falten gravemente al cumplimiento de sus obligaciones sociales.
 6. El socio excluido no queda libre del resarcimiento de los daños y perjuicios que hubiere causado.
-
- j.** Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra del gerente;
 - k.** En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra;
 - l.** Las demás funciones que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otro organismo;
 - m.** Aprobar los planes, programas, presupuestos anuales y sus reformas y responsabilizar al gerente por su ejecución;
 - n.** Autorizar la celebración de actos y contratos relativos al giro de la compañía cuya cuantía no exceda de 20.000 dólares;
 - o.** Autorizar la venta o hipoteca de bienes de la compañía;
 - p.** Interpretar o reformar el estatuto y resolver aumentos o disminuciones de capital social, de acuerdo con las disposiciones legales pertinentes; y,
 - q.** Aprobar las políticas, reglamentos internos, manuales, instructivos, procedimientos, etc.

6.4.2. NIVEL EJECUTIVO.- GERENTE

El gerente es la máxima autoridad ejecutiva y representante legal de la compañía, será designado por la junta general de socios y ejercerá sus funciones por el periodo de tres años, pudiendo ser reelegido. Será responsable de la administración de la compañía, determinará las estrategias, organizará el trabajo, administrará al personal, implantará sistemas: de motivación, de información, de decisiones, de control. Jerárquicamente dependerá de la junta general de socios.

6.4.2.1. PERFIL DEL CARGO

- a.** Estudios superiores en Administración.
- b.** Tener liderazgo para la conducción, formación y motivación de equipos de trabajo
- c.** Flexibilidad para adaptarse a las necesidades de la compañía.

6.4.2.2. FUNCIONES

- a.** Representar judicial y extrajudicialmente a la compañía;
- b.** Convocar a las sesiones de Junta General de Socios y actuar como secretario;
- c.** Formular los planes y programas que debe cumplir la compañía y someterlos a aprobación de La Junta General de Socios;
- d.** Dirigir y coordinar las actividades de la compañía y velar por la correcta y eficiente marcha de la misma;
- e.** Presentar hasta el 30 de noviembre de cada año el presupuesto y el flujo de fondos para el próximo ejercicio económico, para la aprobación de La Junta General de Socios;

- f.** Gestionar préstamos y efectivizarlos, previo la autorización de La Junta General de Socios.
- g.** Seleccionar, contratar y remover al personal de la compañía previo conocimiento de La Junta General de Socios;
- h.** Coordinar los programas de capacitación del personal;
- i.** Someter a la aprobación de La Junta General de Socios el orgánico estructural y funcional de la compañía, reglamentos internos, manuales, y sus modificaciones y velar por su aplicación
- j.** Negociar la compra de vehículos usados previo el diagnóstico respectivo;
- k.** Supervisar el trabajo de todas las dependencias;
- l.** Presentar con la oportunidad del caso, los estados financieros a La Junta General de Socios para su aprobación y luego enviar a la Superintendencia de Compañías;
- m.** Ejecutar las decisiones que se tomen en La Junta General de Socios;
- n.** Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de las leyes dentro del ámbito de la compañía;
- o.** Supervisar que se realicen los pagos de impuestos en los plazos establecidos;
- p.** Administrar de forma eficiente y efectiva los recursos de la compañía;
- q.** Supervisar permanentemente las instalaciones de la compañía que se mantengan en excelentes condiciones de funcionamiento; y,
- r.** Las demás funciones que le fueran asignados por La Junta General de Socios.

6.4.3. NIVEL AUXILIAR

6.4.3.1. CONTADOR (A)

- **PERFIL DEL PUESTO**

- a. Contador (a) Público
- b. Excelente capacidad e iniciativa de liderazgo.
- c. Mantener buenas relaciones públicas
- d. Estar dispuesto(a) a trabajar bajo presión.

- **FUNCIONES**

- a. Elaborar los registros contables, mantener el control interno y emitir estados financieros.
- b. Supervisar el cumplimiento de las obligaciones legales.
- c. Formular declaraciones de impuestos tributarios.
- d. Presentar información oportuna cuando el Gerente lo requiera.
- e. Organizar y mantener los archivos de la empresa.
- f. Establecer calendarios de pagos tanto a los proveedores como a los empleados.
- g. Recibir y revisar facturas, órdenes de pago, ingresos y egresos de la empresa.
- h. Presentar los Estados financieros.
- i. Asesorar al Gerente y a la Junta General de socios en aspectos financieros.
- j. Manejar todo lo relacionado con el IESS.

6.4.3.2. CAJERA - RECEPCIONISTA

- **PERFIL DEL CARGO**

- a. Conocimientos de computación
- b. Buena presencia
- c. Fluidez Verbal
- d. Experiencia en atención al cliente.
- e. Experiencia en el cobro de diferentes formas de pago (Efectivo, Cheque)
- f. Capacidad para trabajar en equipo

- **FUNCIONES**

- a. Atender a los clientes y turistas con amabilidad y cordialidad
- b. Hacer el pre registro de visitantes.
- c. Asignar habitaciones reservadas.
- d. Elaborar listas de grupo y distribuirlas.
- e. Registrar huéspedes y grupos.
- f. Asignar habitaciones
- g. Recibir y entregar mensajes para huéspedes y para el hotel.
- h. Autorizar cambios de habitaciones.
- i. Llenar requisiciones para Almacén.
- j. Controlar llaves de habitaciones.
- k. Dar salida a las habitaciones.
- l. Atender problemas de los huéspedes.
- m. Solicitar trabajos a mantenimiento.
- n. Promover los servicios del hotel.
- o. Comentar a su jefe las opiniones de los huéspedes del hotel.
- p. Mantener limpia la recepción.
- q. Realizar inventario de papelería, folletos y tarifas.
- r. Archivar la papelería que ya ha sido utilizada.

- s. Recibir y cobrar dinero por los servicios recibidos por los clientes
- t. Causar buena impresión de la compañía a favor de las relaciones públicas.

6.4.3.3. BODEGUERO

- **PERFIL DEL CARGO**

- a. Contador bachiller
- b. Experiencia en trabajos similares
- c. Honesto y responsable

- **FUNCIONES**

- a. Recibir la mercadería cuantificando y registrar el ingreso en el kárdex respectivo.
- b. Registrar las salidas de mercadería en las kárdex
- c. Mantener limpia y organizada la bodega
- d. Estar en contacto con contabilidad para verificar saldos.

6.4.4. NIVEL OPERATIVO

6.4.4.1. GUÍA TURÍSTICO

- **PERFIL DEL CARGO**

- a. Tener capacidad para manejar y orientar grupos
- b. Facilidad de palabra, orientación, buena presencia, buenas relaciones públicas, psicología (picardía), cultura.
- c. Actitud de servicio, paciencia, amabilidad, comprensión. Diplomacia.
- d. Capacidad de decisión, independencia, simpatía, responsabilidad, puntualidad.
- e. Autoridad, liderazgo, imparcialidad, extroversión, flexibilidad.

- **FUNCIONES**

- a. Recibe las instrucciones de la empresa operadora sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar
- b. Supervisar la unidad de transporte a utilizar.
- c. Acompaña a los turistas en sus, paseos, visitas.
- d. Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad.
- e. Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista.
- f. Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos.
- g. Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario.
- h. Elabora informe al finalizar los itinerarios.

6.4.4.2. COCINERO Y MESEROS

- **PERFIL DEL CARGO PARA COCINA**

- a. Tener conocimientos sobre cocina
- b. Ser responsable en el trabajo
- c. Trabajar en equipo

- **FUNCIONES**

- a. Preparar todos los pedidos que realizan los meseros
- b. Entregar los pedidos a los meseros
- c. Mantener limpia el área de cocina
- d. Cuidar todos los utensilios de su área y que son de su responsabilidad.
- e. Reportar diariamente a contabilidad los platos de alimentos preparados.

- **PERFIL DEL CARGO DE MESERO**

- a. Tener experiencia mínima de 1 año en atención al cliente

- b. Buena presencia
- c. Responsable en su trabajo

- **FUNCIONES**

- a. Atender al cliente con educación y cultura
- b. Realizar los pedidos a los clientes
- c. Entregar el pedido a cocina
- d. Servir el pedido a la mesa del cliente
- e. Verificar que el pedido sea cancelado
- f. Mantener limpio el restaurante

6.4.4.3. LIMPIEZA

- **PERFIL DEL CARGO**

- a. Persona mayor de 25 años
- b. Disposición para trabajo a presión
- c. Tener experiencia del cargo
- d. Ser una persona multifacética

- **FUNCIONES**

- a. Realizar la limpieza de piscinas, sauna, turco
- b. Efectuar el aseo de las habitaciones de las cabañas
- c. Cuidar los espacios verdes
- d. Reemplazar los insumos que se terminen en los baños, duchas etc.
- e. Informar en caso de encontrar algún daño o anomalías

6.4.4.4. CAMARERA

- **PERFIL PROFESIONAL**

- a. Instrucción secundaria (bachiller)
- b. Experiencia en trabajos similares
- c. Mayor de 20 años
- d. Disponibilidad de tiempo completo

- **FUNCIONES**

- a. Realizar el aseo de las habitaciones y sus áreas de acceso.
- b. Cambiar las sábanas, toallas, cubrecamas.
- c. Verificar que las habitaciones estén en perfectas condiciones.
- d. Reemplazar y equipar los baños con los diferentes útiles de aseo.

CAPITULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.1 IMPACTO ECONÓMICO – SOCIAL

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

Para el análisis de los impactos en primer lugar se estableció un rango de nivel de impacto que va desde -3 hasta + 3 como indica en la siguiente tabla:

CUADRO N° 68
NIVEL DE IMPACTOS

CUANTIFICACIÓN	CALIFICACIÓN
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: La Autora

Después de examinar la matriz, partimos al análisis de cada uno de los impactos.

CUADRO N° 69
MATRIZ DEL IMPACTO ECONÓMICO - SOCIAL

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Fuentes de empleo							X
2	Estabilidad laboral						X	
3	Nuevas actividades económicas						X	
4	Desarrollo del lugar					X		
	TOTAL					1	4	3

FUENTE: Investigación directa
ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{1 +4 +3}{4} = \mathbf{2.00}$$

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

CUADRO N° 70
MATRIZ DEL IMPACTO COMERCIAL

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Inversión					X		
2	Rentabilidad						X	
3	Posicionamiento en el mercado					X		
4	Competitividad					X		
	TOTAL					3	2	0

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{3 +2 +0}{4} = \mathbf{1.25}$$

El nivel de impacto comercial es positivo, pero de acuerdo al análisis en lo que se refiere a inversión, esta es muy significativa por la caracterización del proyecto que en este caso es ecológico, en lo referente a la rentabilidad es buena considerando que la inversión es un alta, y el posicionamiento del mercado es un poco dificultoso debido a que se tendría que generar una cultura de protección del medio ambiente en una población que vive netamente de la agricultura y explotación de recursos naturales, y con

respecto a la competitividad es casi nula debido a que no existen lugares que ofrezcan los servicios que se pretende ofrecer en esta hostería.

CUADRO N° 71

MATRIZ DEL IMPACTO AMBIENTAL

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Contaminación del medio ambiente						x	
2	Conservación de recursos naturales							x
3	Empleo racional de los recursos						x	
4	Desarrollo del ecoturismo							x
	TOTAL					0	4	6

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum}{n} = \frac{4 + 6}{4} = 2.5$$

Una vez terminado el análisis del impacto ambiental se considera que el proyecto generar un nivel medio en lo referente a contaminación ya que por ser de tipo ecológico se tratara en lo mínimo de afecta a la naturaleza, por tal razón la construcción de la hostería se hará en material alternativo, por lo tanto se conservara el medio ambiente y el entorno natural del lugar, empleando los recursos naturaleza eficientemente para poder fomentar el ecoturismo y desarrollo una cultura de protección a la naturaleza en los ciudadanos.

CUADRO N° 72

MATRIZ DEL IMPACTOS GENERALES

N°	INDICADOR	-3	-2	-1	0	1	2	3
1	Impacto económico						x	
2	Impacto comercial					x		
3	Impacto ambiental							3
4								
	TOTAL					1	2	3

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{n} = \frac{1 + 2 + 3}{3} = \mathbf{2.00}$$

En términos generales diríamos que el proyecto genera un nivel medio positivo, de acuerdo a la matriz de valorización, lo cual es muy bueno ya que se puede determinar que la creación de la hostería ecológica es viable en todos los aspectos.

CONCLUSIONES

Una vez que se ha diseñado el Proyecto de Factibilidad de Hostería Ecológica, se puede afirmar que se han alcanzado todos los objetivos propuestos. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

1. El diagnóstico situacional elaborado en la parroquia El Carmelo, del Cantón Tulcán, permitió caracterizar a la zona donde estará situada la hostería y del área de influencia del Proyecto formulado. Se analizaron aspectos tales como: la historia de formación de este pueblo, su geografía, demografía, y sobre todo conocer de la actividad y desarrollo económico, todos estos datos fueron cimientos estables para ejecutar los siguientes pasos del proyecto. Se logró determinar que en El Carmelo, provincia del Carchi, se dan las potencialidades económicas y turísticas suficientes como para implantar una hostería ecológica.

2. Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto diseñado. Consultas bibliográficas y aportes personales que enfocan conceptos y definiciones importantes de los variados aspectos y variables descritas para la formulación del presente proyecto.

3. El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de una demanda potencial insatisfecha, que fácilmente puede ser captada por la nueva empresa a constituirse. Esta parte del estudio realizado nos proporcionó valiosa información relacionada a la demanda, oferta, precios y formas de comercialización este tipo de servicio y lograr la satisfacción de los posibles clientes. Se identificó la demanda y oferta del servicio de hospedaje

y recreación ecológica en el cantón Tulcán, dándonos una pauta positiva, para la creación de una hostería, ya que según la investigación en este cantón es casi nulo este servicio.

4. En el estudio técnico, se estableció como lugar de constitución y funcionamiento de la hostería la Parroquia El Carmelo, del Cantón Tulcán, debido a que el servicio que se ofrecerá es de tipo ecológico y esta parroquia es el sitio ideal, porque tiene una naturaleza atractiva, y es un lugar, de fácil acceso, que les permita en corto tiempo llegar a un reencuentro con la naturaleza y alejarse del ruido de la ciudad.

5. En el estudio financiero y económico se pudo establecer que el proyecto es factible. Al inicio la inversión es alta pero se lograra recuperar en 4 años, 8 meses y 19 días; es decir dentro de los cinco años. Se tiene una tasa interna de retorno del 11.67% y un valor actual neto positivo de 14.307,07, costo beneficio se ubica en 1.45, de lo que garantiza la ejecución del proyecto para la creación de la hostería ecológica “El Carmelo”.

6. En lo referente a la estructura orgánica y funcional, ésta ha sido diseñada de tal manera que facilitará el desempeño y normal desenvolvimiento de las actividades administrativas de la hostería. Se definió el aspecto legal de creación de la empresa, su misión, visión, principios, las funciones y responsabilidades de cada integrante o empleado de la compañía, por tal razón una vez establecido los términos de funcionamiento y organización no existirá errores y deslindo de trabajos ni de responsabilidades.

7. El nivel de los impactos analizados es positivo, lo que determina que el proyecto a ejecutarse es totalmente viable, en la zona de influencia como es la parroquia de El Carmelo.

RECOMENDACIONES

1. El lugar donde se pretende crear la Hostería, posee una biodiversidad impresionante, que debería ser aprovechada; ya que en la actualidad los turistas optan por los lugares tranquilos y rodeados de naturaleza.

2. Se debe tomar en cuenta que el sustento teórico, sirve como base y apoyo para cualquier disposición que puedan tomar más adelante los dueños o directivos de una empresa.

3. Para satisfacer a la demanda es necesario, brindar un servicio de calidad; y a un más, cuando éste es muy escaso en la zona. Para darse a conocer se deberá realizar publicidad y de esta manera irse posesionando en el mercado, que debido a la escasa competencia no será tan difícil.

4. El diseño de la hostería debe ser llamativo y atractivo, puesto que su caracterización es ecológica, se debe tomar en cuenta la naturaleza y tratar de que sobresalgan algunos aspectos importantes del lugar como la cultura, costumbres y raíces. De esta manera se logrará atraer a los turistas amantes de la naturaleza.

5. En lo que se refiere a inversión al inicio es una cantidad considerable, pero que en poco tiempo será recuperada. Se sugiere a los inversionistas o socios que ejecuten el proyecto con toda seguridad, ya que obtendrán beneficios en corto tiempo y brindarán empleo a varias personas que necesitan una fuente de ingreso.

6. Una compañía debe tener establecido todos los parámetros de organización y funcionamiento; designado, estatutariamente, todas las

responsabilidades de cada empleado, para evitar problemas en el desarrollo de las actividades.

7. Se deberá mantener los niveles positivos de impactos; y, en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emendar errores y solucionar los inconvenientes, en caso de que se presentaran.

BIBLIOGRAFÍA

- BRAVO, Mercedes, (2007); Contabilidad General; Séptima Edición
- CHIAVENATO, Idalberto, (2001); Iniciación de la Organización y Técnica Comercial
- CHIAVENATO, Idalberto, (2006); Fundamentos de la administración; Quinta edición.
- CHIAVENATO, Idalberto, (2007); Administración de Recursos Humanos; Octava edición
- DÍAZ, Hernando, (2002); Contabilidad General
- Diccionario de lenguaje español (2005)
- Enciclopedia, Encarta, 2009
- ETZEL, Michael (2007); Administración Financiera; Novena edición
- GALLEGO, Pablo; (1998), Historia de la Misión Carmelita en Sucumbíos
Archivos de la Tenencia Política de El Carmelo
- Gómez, Giovanni E. (2001), Contabilidad de Costos
- JACOBSON, Lyle. (1995), Contabilidad de Costos
- JOHN J. Wild (2007), Administración Financiera; Novena edición
- KOTTLER, Philip, (2008); Principios de Marketing; Doceava edición
- LAWRENCE J. Gitman, (2003); Principios de Administración Financiera; Decima edición.
- RAMIREZ, Angoitia. (2005), Contabilidad de Costos
- REYES PONCE, Agustín, (2005); Administración Moderna; Edición México.
- REYEZ Ponce A, (2000); Administración de personal. Relaciones Humanas; II Parte
- SARMIENTO, Rubén, (2005); Contabilidad General. Ecuador
- STANTON, Willian J. (2007); Fundamentos de Marketing; Decima edición
- ZAPATA, SANCHEZ, Pedro, (2008); Contabilidad General ; Sexta edición

LINOGRAFÍA

- ([http//.www.monografias.com](http://www.monografias.com))
- ([http//.www.exploringecuador.com](http://www.exploringecuador.com))
- ([http//.www.carchi.gov.ec](http://www.carchi.gov.ec))
- ([http//.www.gmtulcan.gov.ec](http://www.gmtulcan.gov.ec))

ANEXOS

ANEXO 1

Encuesta realizada a los consumidores.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

La presente encuesta tiene por objetivo recopilar información y establecer la factibilidad para la creación de una hostería ecológica en la parroquia El Carmelo.

Datos:

Edad: _____ Estado civil: _____ Genero: _____

Sector de residencia: _____

CUESTIONARIO	EN SU TOTALIDAD	La mayor parte	poco	nada
1.- ¿Conoce usted en el cantón Tulcán de algún centro turístico y ecológico que preste estos servicios: Alojamiento, restaurante, piscina, turco, sauna, cabalgatas?				
2.- ¿Quisiera usted contar con una hostería ecológica en la población del El Carmelo que preste todos los servicios mencionados anteriormente?				
3.- ¿le gustaría pasar unos días o un fin de semana de vacaciones con su familia en un centro turístico que le brinde todas las facilidades y requerimientos que usted necesita?				
¿Conoce usted que a El Carmelo se llega por una vía asfaltada y sin peligro a tan solo 35 km desde la ciudad de Tulcán?				

4.- Si se creara este centro turístico, ¿Cada qué tiempo usted y su familia nos visitarían?

a).-Semanalmente

c).- Bimestralmente

b).- Mensualmente

e).- Trimestralmente

5.- ¿De los servicios que ofrecería la hostería por cual se inclinaría usted como turista?

a).- Hospedaje

d).- Restaurante

b).- Piscinas, sauna, turco

e).- Bebidas

c).- Paseos y cabalgatas

6.- De acuerdo a sus ingresos, cuanto estaría usted dispuesto a pagar por los servicios de: Hospedaje, restaurante, bebidas, área de esparcimiento y relajación (piscinas, turco, hidromasaje), paseos y cabalgatas

5.1 Hospedaje

De \$ 10 a \$14

De \$15 a \$20

De \$21 a \$30

Más de \$30

5.2 Restaurante

De \$5 a \$10

De \$11 a \$20

De \$21 a \$30

Más de \$30

5.3 Bebidas

De \$2 a \$3

De \$1 a \$3

Más de \$3

5.4 Área de esparcimiento y relajación

De \$4 a \$8

De \$8.50 a \$10

De \$11 a \$15

Más de \$15

5.5 Paseos y Cabalgatas

De \$3 a \$5

De \$5.50 a \$6

Más de \$6

ANEXO 2

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

Encuesta realizada a los Administradores o dueños de los diferentes complejos turísticos en el Cantón Tulcán.

Recuerde: Su información es muy importante y valiosa para esta investigación, por lo tanto su respuesta debe ser clara y verdadera.

Datos del encuestado:

Establecimiento:.....

Ciudad:..... Fecha:Edad:

CUESTIONARIO	EN SU TOTALIDAD	La mayor parte	poco	nada
1.- ¿Conoce usted cómo funciona una hostería ecológica?				
2.- ¿Consideraría que su negocio es una hostería ecológica?				
3.- ¿Con la experiencia que tiene del negocio, la creación de un centro turístico en el cantón Tulcán es una actividad rentable?				

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

a) 30 a 50 b) 51 a 70 c) 71 a 80 Más de 80

5.- ¿Qué servicios presta usted a sus clientes?

Restaurante

Alojamiento

Piscina, sauna e hidromasaje.

Área infantil

Cabalgatas

6. ¿Qué precios ha fijado para los servicios de Piscina, sauna y turco?

a).- \$ 1.50 a \$ 3. c).- \$ 5.50 a \$ 6

b).- \$ 3.50 a \$ 5. d) Más de \$6

6.3 Restaurante

a).- \$ 2 a \$ 4 c).- \$ 6.50 a \$ 10

b).- \$ 4.50 a \$ 6 d) Más de \$ 10

7.- La atención que ofrece a los clientes es:

Permanente

Fines de semana y feriados

Ocasionalmente

8.- Las vías de acceso para llegar al centro turístico son:

Asfaltada

Empedrada

Lastrada

ANEXO 3

PRESUPUESTO EN VOLUMEN DE OBRA

PROYECTO: HOSTERÍA ECOLÓGICA “EL CARMELO”

RUBRO	UNID	CANT	PRECIO	
			UNITARIO	TOTAL
CABAÑA TIPO 1	U.	5	5.600,00	28.000,00
CABAÑA TIPO 2	U.	3	6.500,00	19.500,00
ZONA ADMINISTRATIVA	m ²	52	100,00	5.200,00
ZONA DE USOS MÚLTIPLES	m ²	84	100,00	8.400,00
ZONA DE RESTAURANTE Y SSHH	m ²	126	120,00	15.120,00
ZONA DE SERVICIO Y MANTENIMIENTO	m ²	139	238,20	33.109,80
PISCINA Y EQUIPAMIENTO	Gbal.	1	24.000,20	24.000,20
ZONA DE CIRCULACIÓN	m ²	211	100,00	21.100,00
TOTAL				154.430,00

ANEXO 4

DETERMINACIÓN DE COSTOS DE RESTAURANTE

Costos de desayuno continental

Cantidad	Descripción	valor unitario	Total
3	huevos	0,1	0,3
1	taza de café	0,2	0,18
1	Jugo de naranja	0,28	0,28
1	pan	0,1	0,1
	varios ingredientes		0,08
total			0,94

Costos de almuerzos

Cantidad	Descripción	valor unitario	Total
1	sopa	0,27	0,27
1	segundo	0,93	0,93
1	jugo	0,17	0,17
1	postre	0,19	0,19
total			1,56

Costo de merienda

Cantidad	Descripción	valor unitario	Total
1	sopa	0,27	0,27
1	segundo	1,06	1,06
1	jugo	0,28	0,17
TOTAL			1,50

COSTOS DE PLATOS A LA CARTA

Costo de carne a la plancha

cantidad	Descripción	valor unitario	total
1	porción de carne de res	1,22	1,22
1	porción de arroz	0,10	0,10
1	porción de papas	0,20	0,20
1	porción de ensalada	0,05	0,09
1	tajada de maduro	0,03	0,03
	varios	0,50	0,50
total			2,14

Costo de Chuleta de cerdo

cantidad	descripción	valor unitario	total
1	porción de chuleta	1.55	1.55
1	porción de arroz	0,10	0,10
1	porción de papas	0.20	0,20
1	porción de ensalada	0,05	0,05
1	tajada de maduro	0,03	0,03
	varios	0,50	0,50
TOTAL			2.43

Costo de churrasco

Cantidad	Descripción	valor unitario	Total
1	Porción de carne	2.12	2.12
1	porción de papas	0.20	0.20
	ensalada	0,05	0,05
	varios	0,40	0,40
total			2.77

ANEXO 5

Cantidad	Descripción	valor unitario
1	Carne a la plancha	2.14
1	Chuleta de res	2.43
1	Churrasco	2.77
	Suman	7.34/3
	Costo promedio del plato a la carta	2.71

Costo del vaso de jugo

DETALLE	VALOR
PORCIÓN DE FRUTA	0,2
AZÚCAR	0,06
TOTAL	0,26

ANEXO 6

DEPRECIACIONES

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EDIFICIO	154.430,00	154.430,00	154.430,00	154.430,00	154.430,00
Depreciación de edificio	7.721,50	7.721,50	7.721,50	7.721,50	7.721,50
Depreciación acumulada	7.721,50	15.443,00	23.164,50	30.886,00	38.607,50
VALOR RESIDUAL	146.708,50	138.987,00	131.265,50	123.544,00	115.822,50
EQUIPOS	20.503,97	20.503,97	20.503,97	20.503,97	20.503,97
Depreciación de equipos	2.050,40	2.050,40	2.050,40	2.050,40	2.050,40
Depreciación acumulada	2.050,40	4.100,79	6.151,19	8.201,59	10.251,99
VALOR RESIDUAL	18.453,57	16.403,18	14.352,78	12.302,38	10.251,99
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.566,24	1.566,24	1.566,24	1.566,24	1.566,24
Depreciación de equipos	313,25	313,25	313,25	313,25	313,25
Depreciación acumulada	313,25	626,50	939,74	1.252,99	1.566,24
VALOR RESIDUAL	1.252,99	939,74	626,50	313,25	0,00
Muebles y enseres	26.060,00	26.060,00	26.060,00	26.060,00	26.060,00
Depreciación muebles y enseres	2.606,00	2.606,00	2.606,00	2.606,00	2.606,00
Depreciación acumulada	2.606,00	5.212,00	7.818,00	10.424,00	13.030,00
VALOR RESIDUAL	23.454,00	20.848,00	18.242,00	15.636,00	13.030,00
Menaje	25.985,00	25.985,00	25.985,00	25.985,00	25.985,00
Depreciación menaje	5.197,00	5.197,00	5.197,00	5.197,00	5.197,00
Depreciación acumulada	5.197,00	10.394,00	15.591,00	20.788,00	25.985,00
VALOR RESIDUAL	20.788,00	15.591,00	10.394,00	5.197,00	0,00

ANEXO 7

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	431.476,95	291.060,61	344.710,33	397.156,84	453.819,31
INGRESOS POR HOSPEDAJE	69.575,63	77.381,76	83.711,00	90.572,08	98.008,82
INGRESOS POR PISCINAS	33.844,86	37.642,13	40.720,97	44.058,52	47.676,10
INGRESOS POR RECORRIDOS Y CABALGATAS	17.130,93	19.052,96	20.611,35	22.300,68	24.131,76
INGRESOS POR BEBIDAS	11.175,55	12.429,41	13.446,04	14.548,10	15.742,62
INGRESOS POR RESTAURANTE	57.425,57	63.868,50	69.092,46	74.755,38	80.893,44
INVERSIÓN INICIAL	242.324,40				
SALDO DE AÑOS ANTERIORES		80.685,85	117.128,51	150.922,08	187.366,57
EGRESOS	350.791,10	173.932,10	193.788,25	209.790,27	228.506,79
EGRESOS POR HOSPEDAJE	10.197,84	11.187,73	12.251,12	13.392,87	14.618,18
EGRESOS POR PISCINAS	6.675,38	7.249,15	7.863,61	8.521,39	9.225,29
EGRESOS POR RECORRIDOS Y CABALGATAS	13.898,94	15.073,89	16.331,58	17.677,36	19.116,89
EGRESOS POR BEBIDAS	4.749,85	5.282,77	5.714,86	6.183,26	6.690,95
EGRESOS POR RESTAURANTE	46.032,32	49.726,76	54.441,94	58.520,86	63.432,15
GASTOS ADMINISTRATIVOS	27.553,56	30.131,24	31.637,80	33.219,69	34.880,67
GASTOS DE VENTAS	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
GASTOS GENERALES	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04	7.657,69
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	2.838,00				
GASTO INVERSIÓN	230.145,21				
(-)15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		7.933,34	9.619,87	10.694,01	12.028,84
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		11.238,89	13.628,15	15.149,85	17.040,86
80% REPARTO DE UTILIDADES		26.973,34	32.707,57	36.359,64	40.898,05
TOTAL	80.685,85	117.128,51	150.922,08	187.366,57	225.312,53

ANEXO 8



PROFORMA

CANT./COD.	DESCRIPCIÓN	P. UNIT.	V. TOTAL
Calderos 2		1.500,00	3.000,00
Tuberías 1		700,00	700,00
Tuberías 2		1.000,00	1.000,00
bombas 2		2.000,00	4.000,00
Iluminación 2		1.500,00	3.000,00
TOTAL			11.700,00

ANEXO 9



iNTEC PC

Innovación & Tecnología a tu Servicio

MORALES HERNANDEZ HILDA DEL PILAR

RUC: 1002648457001

Autorización SRI: 1108764931

PROFORMA

Dir.: Av. Teodoro Gómez de la Torre 8-53 y Bartolomé García
Telf.: 06 2640495, E-mail: intecpc@hotmail.com, Ibarra - Ecuador

CLIENTE: MIREYA CUASQUER	CONTADO <input type="checkbox"/> CREDITO <input type="checkbox"/>
FECHA: 03/08/2010	R.U.C.: 0401541156
DIRECCION: TEODORO GOMEZ	TELF.: 2610640

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Computadora	1.431,62	1.431,62
1	Impresora	134,62	134,62
2	USB	22,00	44,00
2	Teléfono	50,00	100,00

Hemos Recibido: _____ _____ dólares	SUBTOTAL (USD) IVA 0 % IVA 12 % TOTAL 1.710,24
--	--


Pagó con cheque			
VALOR TOTAL	ENTRADA	SALDO	Nº CUOTAS
			VALOR C/C

 Comprador	Garante	 vendedor
--	---------	---

RAMIRO QUIROZ ORTEGA / IMPRENTA OFFSET JEFFERSON IIBARRA / RUC: 0400725388001 / AUT. SRI: 1430 / IMP. 05-10-2010 / CADUCA 05-10-2011 / DEL 201 AL 700

ORIGINAL - ACQUIRIBIENTE COPIA - EMISOR

ANEXO 11



MI VAJILLA

PAREDES VALLEJO LUIS HIGUIDIO
Dir.: Av. Pérez Guerrero 6-22 y Bolívar Telf.: 2 951 201
Ibarra - Ecuador

PROFORMA


Señor (a): MIREYA CUASQUER

RUC.: 0401541156 Fecha: 24/09/2010

Dirección: TEODORO GOMEZ Y BARTOLOME Telf.: _____

DETALLE	P. UNIT.	V. TOTAL	
Tazas para café corona	300	1,10	330,00
platos para base de taza corona	300	1,00	300,00
Platos base americana	300	3,25	975,00
platos torteros	300	2,50	750,00
Plato Pando	300	2,85	855,00
Platos soperos	300	1,75	525,00
cucharas	300	0,60	180,00
cucharillas	300	0,35	105,00
triches	300	0,65	195,00
cuchillos	300	0,85	255,00
Postres de cristal	300	0,58	174,00
Vasos	300	0,60	180,00
Charofes	40	6,00	240,00
Saleros	300	0,80	240,00
cucharas de madera para cocina	10	5,00	50,00
Porza cubiertos	300	1,75	525,00

ANEXO 12



ISTRINORT

La excelencia en el servicio

GALO EFREN SANDOVAL VILLARREAL
Telf: **2952 029** Tulcan - Ecuador
Cdra. 19 de Noviembre - Manzana F Casa N° 11
(Alejandro Mera 11 y Peñaherrera)

PROFORMA

OBLIGADO A LLEVAR CONTABILIDAD

DISTRIBUIDOR DE:
VINO GAMPINA
CERVEZA BRAHMA
CHITO PANCHITO

Fecha: 08/08/2010

Cliente: Mireya Cuasquer VENDEDOR: BODEGA

Dirección: teodoro Gomez

IC: 0401541156 Telf: 2985-944

CANT.	DESCRIPCION	V. Unit.	V. TOTAL
	Cerveza	0,65	
	Gaseosa personal	0,21	
	Gaseosa 1/2 litro	0,49	
	Gaseosa 3 ltr	1,32	
	Agua sin gas	0,21	
	Agua con gas	0,26	