



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESCUELA INGENIERÍA DE EMPRESAS

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de:

Ingenieros de Empresas

TEMA:

**“CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA Y CENTRO DE RECEPCIONES EN LA
PARROQUIA SAN ISIDRO, CANTÓN MACAS, PROVINCIA DE MORONA
SANTIAGO”.**

García Gaibor Diana Abigail

León Moyota Miguel Ángel

Riobamba – Ecuador

2013

CERTIFICACION DEL TRIBUNAL

Certificamos que la presente tesis titulada **“CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA Y CENTRO DE RECEPCIONES EN LA PARROQUIA SAN ISIDRO, CANTÓN MACAS, PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO”** ha sido revisada en su totalidad, quedando autorizado para su presentación.

Ing. Simón Rodrigo Moreno Álvarez
DIRECTOR DE TESIS

Ing. Catherine Salome Capelo Badillo
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICACION DE AUTORIA

La responsabilidad del contenido de este Proyecto de Graduación, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual del mismo a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.

Diana Abigail García Gaibor

Miguel Ángel León Moyota

DEDICATORIAS

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a mis abuelos, a mis padres. A Dios por estar conmigo guiándome en cada paso que doy, a mis padres pilares fundamentales en mi vida quienes han velado por mi bienestar y educación brindándome su confianza para cumplir mis objetivos como persona y estudiante, a mis abuelos por su apoyo incondicional. Es por ello que soy la que soy ahora.

Los amo con mi vida.

Diana Abigail García Gaibor

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi Formación profesional. A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias de opiniones. A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siento que estás conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir juntos, gracias a su apoyo, y conocimientos hicieron de esta experiencia una de las más especiales.

Miguel Ángel León Moyota

AGRADECIMIENTOS

Primero y antes de nada dar gracias Dios por estar siempre conmigo en cada paso que doy, por haber puesto en mi camino a todas las personas que se han convertido en mi soporte y compañía durante el transcurso de mi carrera. A mis padres y a cada uno de mis familiares por su apoyo y confianza que me han sabido brindar. A mis docentes por su paciencia, esfuerzo y enseñanza para formarme como profesional y como persona. A mi compañero de tesis por el trabajo que hemos desempeñado en equipo por la capacidades y conocimientos que hemos aportado para el desarrollo del proyecto. a mi Director de Tesis ing. Rodrigo Moreno, a la Ing miembro de tesis Ing. Catherine Capelo quienes nos han estado ayudando en cada momento.

Diana Abigail Garcia Gaibor

En primer lugar doy infinitamente gracias a Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa de mi vida. Agradezco también la confianza y el apoyo brindado por parte de mi familia, que sin duda alguna en el trayecto de mi vida me ha demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos. Al Ing. Rodrigo Moreno director de tesis, como Miembro de tesis Ing. Catherine Capelo por toda la colaboración brindada, durante la elaboración de este proyecto

Miguel Angel León Moyota

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Pág.
Portada	I
Certificación del tribunal	II
Certificación de autoría	III
Dedicatorias	IV
Agradecimientos	V
Índice general	VI
Índice grafícos	VII
Índice de tablas	VIII
Índice de figuras	IX
Introducción	XIV
CAPÍTULO I	
1. Generalidades.....	1
1.1. El turismo en el Ecuador	1
1.1.1. El turismo en el Cantón Morona.....	1
1.1.2. Antecedentes de San Isidro.....	2
1.1.3. Atractivos turísticos de la Zona.....	4
1.2. La hotelería	5
Capítulo II	
2. Estudio de mercado.....	6
2.1. Objetivos del estudio del mercado.....	6
2.1.1. Objetivo general.....	6
2.1.2. Objetivos específicos.....	6
2.2. Estructura del mercado	6
2.3. Identificación del servicio.....	8
2.3.1. Características del servicio.....	8
2.3.2. Clasificación por su efecto.....	8
2.3.3. Productos o servicios sustitutos / complementario.....	9

2.4.	Investigación de mercado.....	10
2.4.1.	Segmentación del mercado.....	10
2.4.2.	Tamaño del universo.....	11
2.4.5.	Análisis e Interpretación de datos.....	13
2.5.	Análisis de la Demanda.....	23
2.5.2.	Demanda actual del servicio.....	24
2.5.3.	Proyección de la demanda.....	24
2.6.1.	Oferta actual.....	26
2.6.2.	Proyecciones de la oferta.....	26
2.7.	Determinación de la demanda insatisfecha.....	27
2.8.	Análisis de precios en el mercado deservicio	28
2.8.1.	Análisis de precios.....	28
2.9.	Mercadeo y Comercialización.....	30
2.9.1.	Estrategias del servicio.....	30
2.9.2.	Estrategias de precios.....	31
2.9.3.	Estrategias de Promoción.....	32
CAPITULO III		
3.	Estudio técnico.....	33
3.1.	Tamaño del proyecto	33
3.1.2.	Disponibilidad de recursos financieros.....	34
3.1.3.	Disponibilidad de Mano de Obra.....	34
3.1.4.	Economías de escala	35
3.1.6.	Disponibilidad de insumos y materia prima.....	36
3.2.	Localización.....	37
3.2.1.	Localización del proyecto	37
3.2.1.1.	Macro localización.....	37
3.2.1.2.	Micro localización	38
3.3.	Ingeniería del proyecto.....	41
3.3.2.	Diagrama de flujo.....	43
3.3.3.	Requerimientos	45
3.3.3.1.	Requerimiento de talento humano	45
3.3.3.2.	Requerimiento de maquinaria y equipo.....	46

3.3.3.3.	Requerimiento de equipo de computo.....	49
3.3.3.1.	Requerimiento de muebles y enseres.....	50
3.3.3.2.	Requerimiento de suministro de materiales e insumos.....	51
3.3.3.2.	Distribución en planta de la maquinaria y equipo	54
3.4.1.	Importancia del Impacto ambiental	56
3.4.3.	Identificación de los Impactos potenciales.....	61
3.4.4.	Medidas de mitigación de Impactos	62
3.5.1.	Nombre o razón socia.....	64
3.5.1.2.	Tipo de empresa	64
3.5.1.2.2.	Trámites para entrar en funcionamiento	66
3.5.1.2.2.1.	Registro mercantil	66
3.5.1.2.2.2.	Registró único de contribuyentes (ruc)	67
3.5.1.2.2.3.	Registro del establecimiento	67
3.5.1.2.2.5.	Licencias y certificaciones ambientales	68
3.5.1.2.2.7.	Certificado del cuerpo de bomberos.....	69
3.5.1.2.2.9.	Permiso Sanitario	71
3.5.1.2.2.10.	Licencia anual de funcionamiento.....	71
3.5.2.3.	Estrategia Empresarial	72
3.5.2.4.	Objetivos Estratégicos	72
3.5.2.5.	Valores	72
3.5.3.	Organización administrativa	73
3.5.3.1.	Organigrama estructural	73
3.5.3.3.	Descripción de funciones.....	73
CAPITULO IV		
4.	Estudio económico - financiero.....	76
4.1.	Objetivos del estudio económico financiero.....	76
4.2.	Presupuestos de inversión.....	77
4.3.	Estructura del financiamiento.....	79
4.3.1.	Amortización de crédito	80
4.4.	Presupuesto de costos, gastos y ventas.....	81
4.4.1.	Presupuesto de costos.....	81
4.4.1.1.	Materia prima directa (restaurante)	81

4.4.1.2.	Mano de obra directa.....	82
4.4.1.3.	Costos indirectos de fabricación	83
4.4.1.3.2.	Suministros de aseo y limpieza	83
4.4.1.3.3.	Gastos de servicios básicos.....	84
4.4.1.3.4.	Depreciación de activos fijos	84
4.4.1.3.5.	Costos de mantenimiento de equipos	85
4.4.1.3.7.	Amortización de activos diferidos	86
4.4.2.	Presupuestos de gastos administrativos y de ventas	86
4.4.2.1.	Gastos administrativos	86
4.5.1.	Presupuesto de ventas.....	88
4.5.1.	Balance general inicial y proyectado	88
4.5.1.	Estado de resultados proyectado	89
4.5.2.	Flujo de caja	90
4.5.3.	Evaluación financiera	91
4.5.3.2.	Valor actual neto	93
4.5.3.3.	Tasa interna de retorno.....	94
4.5.3.4.	Beneficio costo	95
4.5.3.5.	Periodo de recuperación de la inversión	96
4.5.3.7.	Índices financieros.....	99
4.5.3.8.	Análisis de sensibilidad	103
CAPITULO V		
5.	Conclusiones y recomendaciones	104
	Resumen.....	106
	Summary	107
	Bibliografía	108
	Anexos	114

INDICE DE TABLA

N°	TITULO	PAG.
1:	Segmentació de mercado	11
2:	Tamaño del universo.....	12
3:	Elementos que intervienen en el cálculo de la muestra	12
4:	Edad.....	13

5:Ocupación.....	14
6:Genero.....	14
7:Razón por la que visita Macas.....	15
8:Lugares de su preferencia en Macas.....	16
9:Porque prefiere acudir a estos lugares.....	17
10:Lugar de hospedaje.....	17
11:Número de veces al año visita la zona.....	18
12:¿Le gustaría hospedarse en una hostería en San Isidro?.....	19
13: Actividades o servicios que le gustaría adquirir en la Hostería.....	20
14: Días regularmente se queda hospedado.....	21
15:Servicios adicionales.....	21
16:Cuanto pago por día la última vez.....	22
17:Demanda histórica de turistas que visitan la ciudad de Macas.....	24
18:Demanda Actual de turistas que visitan la ciudad de Macas.....	24
19:Elementos que intervienen en la proyección de la de demanda.....	24
20:Proyección poblacional de los turistas que visitan la ciudad de Macas.....	25
21:Oferta actual del servicio de alojamiento en la ciudad de Macas.....	26
22:Proyección de la oferta.....	27
23:Demanda insatisfecha.....	27
24: Análisis de precios de las plazas de alojamiento de la ciudad de Macas.....	28
25: Determinación del precio de nuestro servicio.....	29
26: Estrategias de precio.....	31
27: Demanda Insatisfecha.....	33
28: Recurso Financiero.....	34
29: Capacidad de las Instalaciones.....	36
30: Selección de alternativas.....	39
31: Rol de pagos.....	45
32: Rol de Provisiones.....	46
33: Requerimiento de Maquinaria y Equipo.....	47
34: Requerimiento de Equipo de Computo.....	49
35: Requerimiento de Infraestructura.....	49
36: Requerimiento de Muebles y Enceres.....	50

37: Menaje.....	51
38: Estimación de las inversiones.....	54
39: Resumen de la Inversión.....	77
40: Inversiones Fijas.....	78
41: Inversión de Diferidos.....	78
42: Capital de Trabajo.....	79
43: Estructura de la Inversión.....	79
44: Amortización del Crédito.....	80
45: Matera Prima.....	82
46: Mano de obra directa.....	82
47: Materia prima Indirecta.....	83
48: Suministros de aseo y limpieza.....	83
49: Gastos de cervicios básicos.....	84
50: Depreciación activos fijos.....	84
51: Proyección de la depreciación.....	85
52: C.reparación y mantenimiento.....	85
53: Imprevistos.....	86
54 Amortización Activos Diferidos.....	86
55: Gastos Administrativos.....	86
56: Gasto Publicidad.....	87
57: Resumen de Costos y Gastos.....	87
58: Presupuesto de Ventas.....	88
59: Estado de Situación Inicial proyectado.....	89
60: Estado de Resultados.....	90
61: Flujo de caja.....	91
62: Costo de oportunidad.....	92
63: Valor actual neto.....	94

ÍNDICE DE GRÁFICOS

N°	TITULO	PAG
1:	Edad.....	13
2:	Ocupación.....	14

3: Género.....	15
4: Razón por la que visita Macas.....	15
5: Lugar de su preferencia en Macas	16
8: Frecuencias de visitas.....	19
9: hospedarse en una hostería en San Isidro.....	19
10: puede enumerar las actividades que va a realizar en el lugar.....	20
11: Días regularmente se queda hospedado.....	21
12: Servicios adicionales que desearía que existan en la hostería.....	22
13: Servicio de hostería.....	23
14: Provincia de Morona Santiago.....	38
15: Parroquia San Isidro.....	38
16: Distribución de la planta.....	54
17: Distribución planta baja.....	55
18: Distribución cabañas.....	55

INTRODUCCION

Dentro de la economía ecuatoriana, el turismo es a día de hoy, junto con el petróleo, el sustento del país; el patrimonio de este país, basado en cultura, en playas, en ocio y en naturaleza le dan una variedad importante a la hora de disfrutar de sus vacaciones en Ecuador; nos ha permitido plantear el proyecto de Creación de una Hostería y un Centro de Recepciones en la Parroquia San Isidro del Cantón Macas, Provincia de Morona Santiago. El proyecto esta conformado de cinco capitulos; el capítulo uno trata sobre las generalidades del turismo a demas del sector donde se va implementar el proyecto como es San Isidro sus características y bondades.

En el capítulo dos se habla sobre el estudio de mercado trata sobre la investigación que se realizara para segmentar el mercado, un análisis actual del mercado turístico para establecer la existencia de la demanda insatisfecha, en alojamiento, conocer los gustos y preferencias de los futuros clientes permitiéndonos realizar estrategias y políticas para atraerlos a consumir el servicio que se ofertará el cual satisfaga sus exigencias.

En el desarrollo del capítulo tres referente al estudio t écnico, se realizara un estudio sobre el tamaño del proyecto, localizacion, ingenieria con el proposito de aprovechar al máximo los recursos existentes que se necesitarán tanto como infraestructura, como de activos fijos para ofrecer el servicio. En lo ambiental se establecera políticas de mitigación, remediación de los posibles daños; la hostería se constituirá bajo la denominación de Sociedad Anónima.

En el capitulo IV trata sobre el estudio económico-financiero en este capítulo, se evaluara la factibilidad y la rentabilidad del proyecto, teniendo en cuenta los estudios de la inversión y el estudio de los ingresos y egresos que se realizara previamente.

Mediante el análisis de la información obtenida por la aplicación de las herramientas de investigación se sacó las respectivas conclusiones del proyecto como sus recomendaciones para que éste sea ejecutado de la mejor manera cumpliendo con lo planificado en el proyecto.

CAPÍTULO I

1. GENERALIDADES

1.1. El turismo en el Ecuador

Ecuador es un país privilegiado ya que cuenta con características únicas: su posición Geográfica en la zona ecuatorial, la presencia de la cordillera de los Andes y la influencia de las corrientes marinas; las cuales han dado lugar a la existencia de una amplia diversidad en términos geográficos y climáticos.

En tan solo 256370 km.2, de territorio, este país cuenta con la mayor biodiversidad por área (9,2 especies/ km.2) y forma parte de los 17 países “mega-diversos” del mundo.

La diversidad cultural es otro referente del Ecuador, los grupos étnicos que mantienen sus valores tradicionales y costumbres milenarias, en varios rincones de la patria han logrado que la Constitución de la República en el Art. 1 lo denomine como país.

Con todo lo antes mencionado es evidente que se cuenta con ventajas comparativas para convertirse en uno de los lugares más atractivos del mundo, en términos de diversidad de carácter ecológico, biológico y cultural y hasta medicinal.

1.1.1. El turismo en el Cantón Morona

El principal cantón de la provincia de Morona Santiago es el cantón Morona, ya que en él se encuentra ubicada su capital de provincia, que es la ciudad de Macas; es por ello que la mayor actividad económica, financiera, judicial, política y de desarrollo está en este Cantón; además este sector cuenta con el mayor potencial turístico gracias a sus atractivos paisajísticos, cascadas, lagunas, flora, fauna, etc., sumados a la riqueza cultural, un clima benigno, la amabilidad de su gente e infraestructura como: hoteles, restaurantes, agencias, operadoras, etc.; todo esto lo convierte en un lugar estratégico para el desarrollo de la actividad turística.

En el Cantón Morona se pueden realizar varias formas de turismo como: etnoturismo, turismo de aventura, turismo religioso, agroturismo, ecoturismo, turismo medicinal, entre otros; ya que posee gran cantidad de atractivos (complejos acuáticos y deportivos, cuevas naturales, catedrales, parques, ríos, miradores, cabañas, gastronomía, culturas Shuar y Achuar, etc.

Morona Santiago y en especial el Cantón Morona ofrece lugares maravillosos y rodeados de una naturaleza de indescriptible belleza, con verdaderos paraísos que cuentan con servicios y comodidades necesarias para que los amantes del turismo puedan disfrutarlos; abriendo la posibilidad de posicionar al Cantón como uno de los principales destinos turísticos, por ello es prioritario impulsar la elaboración de un plan de marketing turístico para el Cantón Morona ya que este permitirá a las entidades inmersas en el área del turismo y a los turistas tener un nuevo destino dentro del Ecuador.

En la actualidad, la actividad turística en el Cantón Morona es poco relevante, debido a la falta de interés, promoción y difusión, por parte de los gobiernos seccionales de turno, servidores turísticos y entidades involucradas en esta actividad.

1.1.2. Antecedentes de San Isidro

De acuerdo a los datos de la Junta Parroquial de San Isidro, la población que habita en la parroquia presenta características de un alto mestizaje, debido a que los habitantes han venido de diferentes lugares. Sin embargo en la parroquia hay dos nacionalidades o culturas, los colonos-mestizos y los Shuar, que son nativos de la Amazonía. El idioma principal es el castellano, sin embargo una parte de la población Shuar, habla su propio idioma.

El origen de los habitantes de la parroquia de San Isidro, remonta hace miles de años atrás; según datos obtenidos esta raza fue de origen quechua que emigraron de la Provincia de Chimborazo; estos habitantes vivían en varios sectores como Puente Hondo, Totoras, Chañará y Chillán; luego se trasladaron a Zuñac que comprendía los lugares de: San Vicente, Playas, San Francisco y Parsi que más tarde se parroquializó.

Por los años 1960 llegan a este sector unas personas de origen Colombiano que viajaban al Oriente por estos lugares, cuyo objetivo era comercializar los productos de mucha fama en ese entonces, como era la cascarilla, el caucho, la canela, etc. muchas de estas personas pasajeras decidieron quedarse en este lugar tales como Cabrera, Bolaños, Gualpa, Morán, Chamorro. El crecimiento demográfico de este pueblo fue creciendo y las tierras iban siendo cada vez más improductivas, estas familias deciden trasladarse a un sector denominado Chillán, según datos obtenidos se sabe que este lugar estaba a unos 10km. de distancia de Zuñac.

En este lugar se cultivaban fréjol, maíz, habas, zambo, melloco, cebada, cebolla, col, zapallo, calabaza. Al inicio del cultivo la producción fue muy excelente en grandes proporciones que con el pasar del tiempo fueron disminuyéndose por las tierras que se volvían improductivas.

Como no abastecía la demanda intensa de los moradores y con el fin de mejorar sus condiciones de vida deciden cambiar de lugar mientras tanto, estas familias comercializaban algunos artículos desde Guamote, Macas y viceversa. Desde Macas se llevaba la hoja de tabaco o hishpingo, cuero de res, maní, plátano, yuca, aguardiente, etc.; el maní era vendido en la sierra en 2 reales, el trago se vendía mediante trueque con los productos de la sierra, como son el trigo, cebada, machica, etc.

➤ **Creación de San Isidro**

De acuerdo a los registros históricos de la Parroquia de San Isidro se crea el 6 de septiembre 1967, fue fundado por el padre Isidro Formagio con el nombre de San Isidro; en memoria del fundador.

Dentro de su organización política-administrativa tiene a su cabecera parroquial, San Isidro conformada por cuatro barrios: San José-La Primavera-Occidental-La Unión; la comunidad del Edén y el caserío de Nueva Jerusalén.

➤ **Culturas de la Zona**

Ningún pueblo ha logrado escapar jamás del mestizaje cultural. Macas por su parte ha reforzado sus propios valores mediante la reinterpretación de aquellos que les prestaron los pueblos asentados territorialmente.

La inmigración ha traído como consecuencia el cambio en el modo de vida, razón por la cual las costumbres tradicionales tienden a desaparecer, y la pérdida de la cultura a través de la transparencia de generación en generación la misma que ya es evidente. Se usaba comúnmente el castellano arcaico, pero no había Macabeo que no conociera a la perfección el jíbaro o shuar, tanto que, el al oírlos hablar muchos viajeros los confundían con estos indígenas.

1.1.3. Atractivos Turísticos de la Zona

➤ **Flora**

El clima influye en la vegetación que es exuberante. Abundan los bosques naturales y las grandes extensiones de pastizales que se destinan a la ganadería.

Existe una gran cantidad de árboles muy cotizados por la calidad de su madera: caoba, pitiuca, cedro, laurel, guayacán, pechiche, jiquinda, washiqui, canelón, entre otros muchos. Hay plantas oleaginosas, fibras textiles, tintó ricas, gomíferas y ornamentales.

En Morona Santiago está la mayor parte del Parque Nacional Sangay, declarado por la UNESCO, como Patrimonio Natural de la Humanidad, por su riqueza biodiversa, además cuenta con extensos bosques primarios que encierran importantes riquezas florísticas y faunísticas y una reserva de oxígeno, un verdadero banco biogenético.

➤ **Fauna**

Entre la fauna silvestre se encuentran aves exóticas muy coloridas: papagayos, tucanes, loros, varias clases de pavas silvestres, pericos, el gallo de monte y decenas de variedades de colibríes. Hay una gran variedad de mariposas multicolores.

Entre los mamíferos se destacan los saínos o puercos silvestres, la danta o tapir americano, la guatusa, el venado, el armadillo, los jaguares, los tigrillos, los zorros, los jumbumbes y varias decenas de monos.

Entre los reptiles se encuentran la boa anfibia, que mide de 5 a 8 metros de longitud, la culebra X y la coral de varios colores brillantes.

1.2. La hotelería

Un hotel es un edificio planificado y acondicionado para albergar a las personas temporalmente y que permite a los visitantes sus desplazamientos. Los hoteles proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurantes piscinas, lugares de recreación.

➤ HOSTERÍAS, REFUGIOS, MOTELES Y CABAÑAS

Las hosterías, refugios, moteles y cabañas en atención a las instalaciones y servicios que estos presten se clasificaran en las categorías de tres, dos y una estrella que corresponden a una clasificación ordenada de categorías respectivamente.

- Hosterías mínimos 6 habitaciones
- Refugios mínimos 6 habitaciones
- Moteles mínimos 6 habitaciones
- Cabañas mínimo 6 habitaciones
- Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de tres estrellas es decir de primera categoría cuentan con los siguientes servicios.
- Servicios de recepción las 2 horas del día, atendido por personal capacitado que conocerá además del español el idioma inglés y mandarín
- En los refugios y moteles servicio de cafetería las 24 horas del día.
- Botiquín de primeros auxilios

Las hosterías, refugios, moteles y cabañas de dos estrellas es decir de segunda categoría, cuentan con los siguientes servicios:

Servicios de recepciones las 24 horas del día atendido por personal calificados.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado consiste básicamente en la determinación de la oferta y de la demanda para el intercambio monetario de bienes y servicios, determinación de la demanda insatisfecha, análisis de precios, canales de distribución y caracterización de bienes o servicios, estudios de comercialización.

2.1. Objetivos del Estudio del Mercado

2.1.1. Objetivo General

Determinar mediante el análisis de la demanda y oferta el mercado insatisfecho en el servicio de hospedaje.

2.1.2. Objetivos Específicos

- Conocer los gustos y preferencias de los turistas.
- Establecer la demanda insatisfecha existente de turistas en el cantón Macas.
- Conocer la competencia existente en el mercado turístico y su grado de aceptación dentro del mismo.
- Establecer estrategias de comercialización para hacer llegar nuestros servicios a los usuarios.

2.2. Estructura del Mercado

La estructura del mercado se encuentra establecida por el sector competitivo en que se desenvolverá el proyecto de hostería el mismo que pueda adquirir una de las siguientes formas:

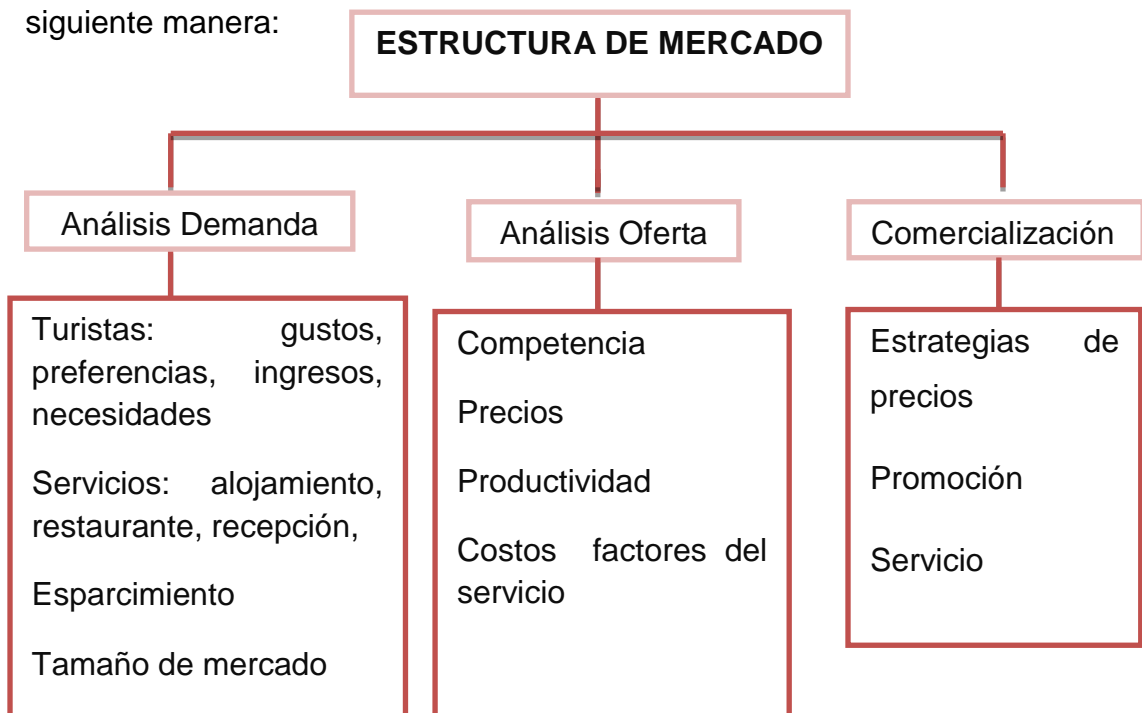
Competencia: Existe una alta demanda de turistas tanto locales como internacionales; de la misma manera la oferta de servicios turísticos en la ciudad de Maca por lo cual no se puede influir en su precio ya que tiene que aceptar los precios establecidos en el mercado, de tal manera que si intenta un precio superior pierde a sus clientes.

Oligopolio: Es una estructura de mercado en donde la oferta o demanda turística está predominantemente controlada por un pequeño grupo de empresas. Cada

empresa tendrá que jugar su propia estrategia teniendo en cuenta la estrategia de las demás.

Competencia Monopolista: En el ámbito turístico tiene la oportunidad de establecer el precio y por tanto de aumentar sus beneficios a costa de sus clientes. Una estrategia frecuente en los monopolistas es la discriminación de precios, estableciendo distintos precios para los diferentes segmentos del mercado.

Las empresas de turismo tratan de diferenciar al máximo las características de sus servicios, pero también son conscientes de que otros destinos que tienen características similares, les pueden sustituir. El mercado al que va dirigido el servicio que vamos a ofertar está dentro del Mercado Competencia Monopolista porque en el mismo se encuentran pocos oferentes y muchos demandantes del servicio. Al haber pocos oferentes estos pueden manipular el precio en busca de más beneficio sin importar lo que diga el cliente que se ve obligado adquirir el servicio. Para la creación de una hostería el mercado está estructurado de la siguiente manera:



2.3. Identificación del Servicio

El servicio a ofrecer es de alojamiento el mismo que va acompañado de un salón de recepciones y restaurante; consiste una Hostería acogedora llena de distracción, esparcimiento, diversión, brindando al turista un servicio y atención de calidad con profesionalismo logrando que el turista satisfaga sus necesidades, incentivándolo a recrearse en compañía de la naturaleza, inmerso en la diversidad ecológica de su entorno contemplando la belleza y variedad de orquídeas de un jardín botánico, que se sienta complacido y que probablemente nos recomiende con otros turistas; cosa contrario al recibir un inadecuado servicio provocando su insatisfacción y por ende dejar de visitarnos convirtiéndose en un consejero negativo; además se pretende lograr generar, conciencia sobre el cuidado y conservación del ambiente.

2.3.1. Características del Servicio

Los servicios que serán ofertados cuentan con las siguientes características:

- Hospedaje con cómodas habitaciones de acuerdo al requerimiento del turista; con baño privado, agua caliente, tv cable, servicio de recepción, alimentos y bebidas, servicio de botones
- Restaurante exclusivo, gastronomía de la zona.
- Centro de recepciones el mismo que se encuentra al servicio de alquiler para eventos y compromisos sociales.
- Se podrá contemplar un jardín botánico con una variedad de orquídeas de la zona.
- La construcción será abierta y confortable, diseñada de acuerdo con el ambiente que la rodea, que permita disfrutar de la naturaleza.
- Sitio WIFI.

Todo lo mencionado en el párrafo anterior es con el único propósito de llegar a satisfacer las necesidades de los turistas.

2.3.2. Clasificación por su efecto

Los servicios de la hostería en la parroquia de San Isidro, cantón Macas provincia de Morona Santiago, se lo puede describir según su efecto innovador

en el mercado turístico debido a la no existencia de establecimientos similares que brinden los servicios que proporcionaría la hostería en este sector.

Calidad.- La calidad de un servicio depende de muchos factores de exigencia y atributos en general, ya que la calificación y aceptación que le dé el cliente al servicio es muy importante, éste determina la existencia de la hostería en el mercado.

Servicio al cliente.- El equipo de trabajo mantiene un ambiente amigable, enfocados en la visión y misión de la hostería logrando hacer que el cliente se sienta como en casa, complacido por el servicio.

Limpieza.- El proyectar y lograr que el cliente capte una buena imagen es un factor primordial en un servicio de alojamiento, alimentación y esparcimiento, por lo tanto el personal de servicio busca hacer que no cambie la imagen captada en el cliente de nuestra hostería.

Rapidez.- Es importante que el personal que ofrece un servicio sea dinámico ágil, rápido logrando de esta manera que el cliente no se impacienta brindándole una atención inmediata sin descuidar la eficiencia y eficacia.

2.3.3. Productos o servicios sustitutos / complementario

Los servicios sustitutos que podrían remplazar una parte o todo el servicio ofertados por nuestra empresa, son los siguientes:

- ✓ Cabañas
- ✓ Hostal
- ✓ Hostal Residencia
- ✓ Hotel
- ✓ Hotel Residencia
- ✓ Pensión

Los servicios complementarios que vendrían a complementar una parte del servicio al turista que visite la Ciudad de Macas son:

- ✓ Agencias de viajes
- ✓ Transporte aéreo, terrestre
- ✓ Recreación y esparcimiento Discotecas
- ✓ De alimentación: restaurantes

2.4. Investigación de Mercado

La investigación de mercado está encaminada a conocer e identificar las necesidades de los turistas, posteriormente llegar a satisfacerles con el servicio a ofrecer. Se desarrollara mediante un sistema de investigación y a través de un análisis cualitativo y cuantitativo que permita clasificar, analizar e interpretar datos cuantitativos y cualitativos obtenidos de fuentes de información primaria y secundaria que faciliten la toma de decisiones y disminución de riesgos.

2.4.1. Segmentación del Mercado

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.¹

La segmentación de mercado es un proceso donde nos permite identificar a los consumidores que tiene características comunes con respecto a la satisfacción de necesidades específicas. El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing, el éxito de una empresa depende de la adecuada segmentación que se efectúe.

Para la segmentación de mercado se utilizan las siguientes variables:

Variables geográficas

- Esta e función de un área geográfica en donde encontramos a nuestros principales demandantes del servicio.
- Turistas nacionales que visitan Macas
- Turistas extranjeros que visitan Macas

Variables demográficas

- Edad: 18 años a 50 años
- Género: masculino, femenino

¹ <http://www.slideshare.net/definicin-de-segmentacin-de-mercado>

- **Ocupación:** Entre Profesionales, oficinistas, deportistas, estudiantes, amas de casa con independencia económica.
- Nacionalidad: ecuatoriano y extranjero

Variable Psicográfica

- Clase social: media, media alta, alta

Variable conductual

En esta segmentación determina el comportamiento relacionado con el servicio.

- Beneficio: comodidad, satisfacción, atención, calidad, precios, servicio
- Frecuencia de consumo: de 2 días a 8 días

Al segmentar el mercado, en el proyecto se ha considerado dos parámetros: la entrada de turistas extranjeros en un 27% mientras que el 73% de turistas nacionales que visitan la ciudad de Macas.²

La tabla que se presenta a continuación, indica los criterios que se han utilizado para la segmentación del mercado.

Tabla N°1: Segmentación de mercado

Segmentación de Mercado	Turistas
Turistas que visitan el Ecuador ³	1.271.953
Turistas que visitan Morona Santiago	19.176
Turistas que visitan Macas	6.725

Fuente: Ministerio de turismo de Morona Santiago
Realizado por: Abigail García, Miguel León

2.4.2. Tamaño del Universo

El tamaño del universo está determinado de acuerdo a la población actual turística de la ciudad de Macas, se ha clasificado de acuerdo a los parámetros del Ministerio de Turismo de Morona Santiago, conforme a datos estadísticos de

²Ministerio de turismo de Morona Santiago, es

³ <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>

turistas que visitan Macas corresponde el 27% correspondiente a extranjeros y el 73% a turistas nacionales.⁴

Tabla N°2: Tamaño del universo

AÑOS	Turistas que Visitan Morona Santiago		TOTAL
	Extranjeros 27%	Nacionales 73%	
2013	1.815	4.910	6.725

Fuente: Ministerio de turismo de Morona Santiago
Realizado por: Abigail García, Miguel León

2.4.3. Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra se ha establecido de acuerdo al nivel de importancia y representación que se posee dentro del mercado turístico. Se procedió a escoger aleatoriamente a los elementos de la muestra de cada estrato.

En el cálculo del tamaño de la muestra, se aplicó la fórmula de **población finita**. A continuación se muestra sus componentes:

Tabla N°3: Elementos que intervienen en el cálculo de la muestra

N	Población actual	6725
e^2	Margen de error	0,05
P	Probabilidad de éxito	0,90
Q	Probabilidad de fracaso	0,10
z^2	Nivel de confianza	1,96
N	Tamaño de la muestra	135

FUENTE: libro Fundamentos de Mercadotecnia
Realizado por: Abigail García, Miguel León

$$n = \frac{z^2 p q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0,10 * 0,90 * 6.725}{0,05^2 (6.725 - 1) + 1,96^2 * 0,10 * 0,90}$$

$$n = \frac{2.325,13}{17.15574}$$

$$n = 135$$

⁴Ministerio de turismo de Morona Santiago

2.4.4. Recopilación de Datos

Mediante la realización de una investigación de campo, en las siguientes fuentes de información: Municipalidad de la Ciudad de Macas, Prefectura de Morona Santiago, Aeropuerto de Macas, Ministerio de Turismo, Cámara de turismo, Fundación Atasim, Terminal Terrestre, una vez recopilado información de varias fuentes e interpretarla para poder continuar con el desarrollo de la investigación.

2.4.5. Análisis e Interpretación de Datos

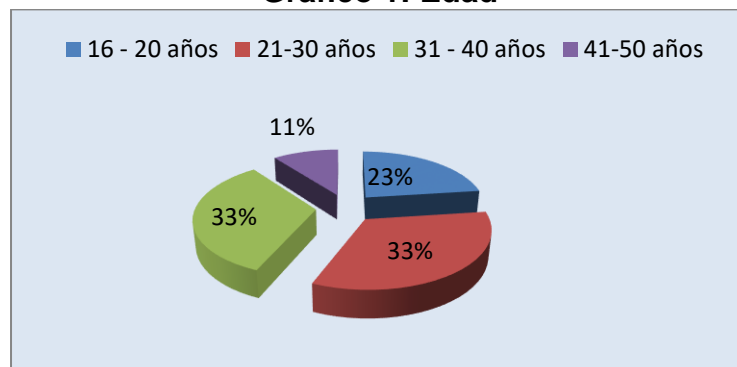
✓ EDAD

TABLA N°4: Edad

Variable	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
16 - 20 años	31	23%
21-30 años	45	33%
31 - 40 años	45	33%
41-50 años	14	11%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 1: Edad



FUENTE: Tabla N°4
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Los turistas que visitan la ciudad de Macas son en su mayoría jóvenes, jóvenes adultos por lo cual deberemos crear paquetes turísticos para los mismos con el fin de atraerles a que utilicen nuestros servicios ofertados.

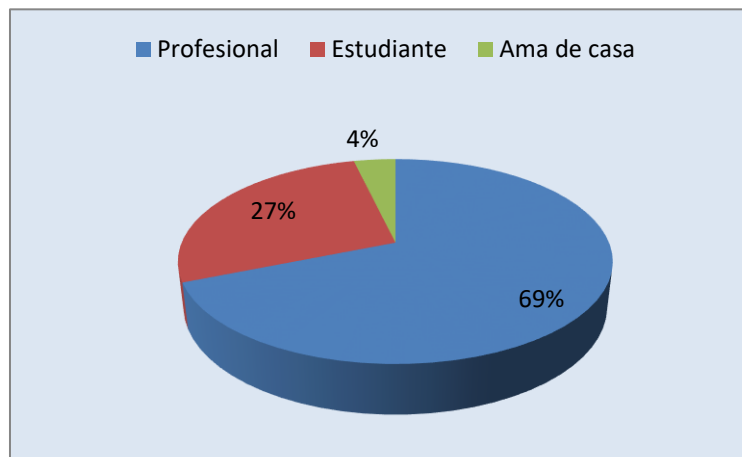
✓ **Ocupación**

Tabla N°5: Ocupación

Variable	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Profesional	93	69%
Estudiante	37	27%
Ama de casa	5	4%
Total	135	100%

Fuente: Encuesta
Realizado por: Abigail García, Miguel León

**Gráfico 2:
Ocupación**



Fuente N°: Tabla N° 5
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: El gráfico nos demuestra que los turistas que visitan la ciudad de Macas son en su gran mayoría profesionales de clase media, media alta y clase alta.

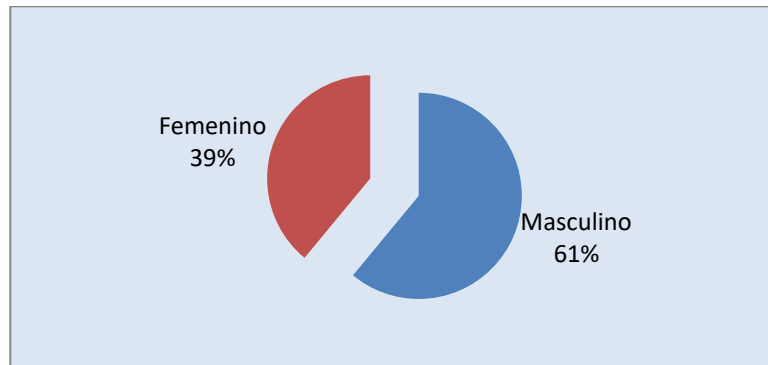
✓ **GENERO**

Tabla N°6: Genero

Variable	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
MASCULINO	82	61%
FEMENINO	53	39%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 3: Genero



FUENTE: Tabla N° 6
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: El gráfico muestra que las personas que visitan Macas en su mayoría son de género masculino sin dejar atrás al sexo femenino, los mismos que visitan la ciudad de Macas ya sea por negocios, vacaciones, turismo.

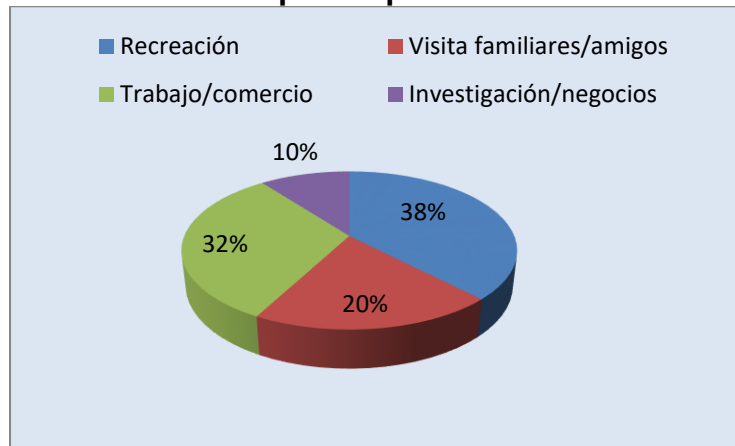
1. ¿Por qué motivo visita Macas?

Tabla N°7: Razón por la que visita Macas

Variable	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Recreación	51	38%
Visita familiares/amigos	27	20%
Trabajo/comercio	43	32%
Investigación/negocios	14	10%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 4: Razón por la que visita Macas



FUENTE: Tabla N° 7
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Los turistas visitan Macas por aventura, recreación por ende debemos ofrecerles diferentes servicios que puedan satisfacer sus expectativas en busca de su fidelidad y recomendación a otros turistas.

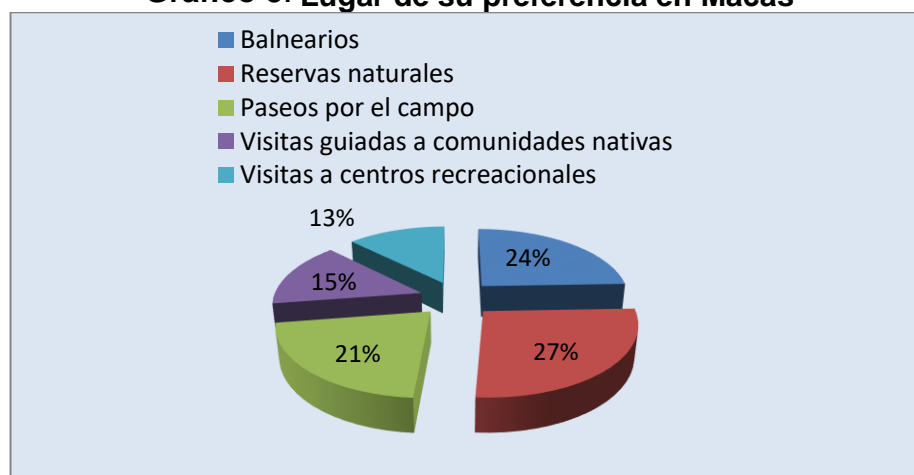
2. ¿Cuándo usted visita Macas que lugares son de su preferencia?

Tabla N°8: Lugares de su preferencia en Macas

Variables	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Balnearios	33	24%
Reservas naturales	36	27%
Paseos por el campo	29	21%
Visitas guiadas a comunidades nativas	20	15%
Visitas a centros recreacionales	17	13%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 5: Lugar de su preferencia en Macas



FUENTE: Tabla N° 8
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Los turistas que visitan Macas tienen como preferencia conocer sus reservas naturales, balnearios lo cual promueve a crear estrategias para lograr que hagan uso de nuestras instalaciones, buscando así satisfacer sus necesidades.

3. ¿Qué factores Ud. toma en cuenta, al visitar su lugar de preferencia?

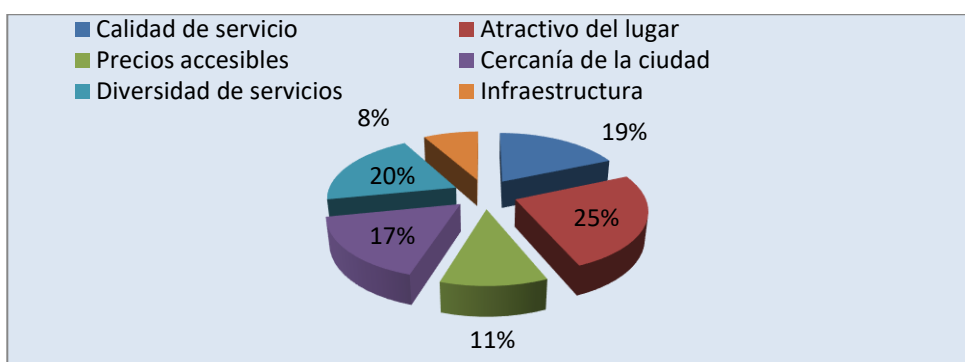
Tabla N°9: Porque prefiere acudir a estos lugares

Variable	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Calidad de servicio	25	19%
Atractivo del lugar	34	25%
Precios accesibles	15	11%
Cercanía de la ciudad	23	17%
Diversidad de servicios	27	20%
Infraestructura	11	8%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta

Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 6: Factor que toma en cuenta al elegir lugar de preferencia



FUENTE: Tablas N°9

Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Al observar la gráfica anterior nos podemos dar cuenta que la mayoría de los turistas visitan Macas por sus atractivos, por ende debemos enfocarnos a explotar los máximo estos en favor nuestro con la finalidad que los turistas nos prefieran, en segundo lugar los turistas prefieren variedad en el servicio lo cual debemos ofertar diferentes servicios haciendo que el cliente tenga mayor opción al escoger visitarnos.

4. ¿Cuándo usted visita Macas se hospeda en?

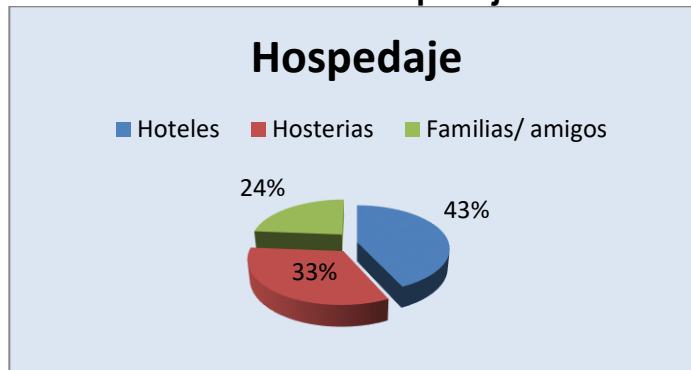
Tabla N°10: Lugar de hospedaje

Variables	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Hoteles	58	43%
Hosterías	45	33%
Familias/ amigos	32	24%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta

Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 7: Hospedaje



FUENTE: TablaN°11
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Al observar el gráfico podemos darnos cuenta que gran parte de los turistas les gusta hospedarse en hosterías por lo cual se confirma que tendremos demanda de nuestros servicios ofertados. Pero no debemos olvidarnos que en su mayoría les gusta hospedarse en hoteles lo cual nos incide a establecer estrategias de comercialización y de esta manera lograr posicionarnos en el mercado.

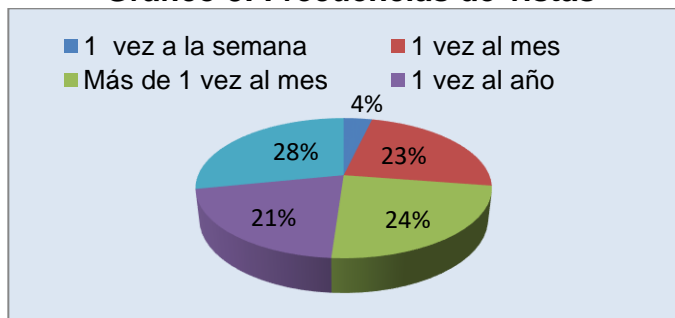
5. ¿Con que frecuencia Ud. visita la zona?

Tabla N°11: Número de veces al año visita la zona

Variables	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
1 vez a la semana	5	4%
1 vez al mes	32	23%
Más de 1 vez al mes	32	24%
1 vez al año	28	21%
Más de 1 vez al año	38	28%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 8: Frecuencias de vistas



FUENTE: Tabla N°12

Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Como se puede observar en el gráfico los turistas tiene una frecuencia repetitiva de visitas a la ciudad de Macas por lo tanto se puede decir que las visitas a la ciudad son fluidas con lo que se confirma que la demanda del servicio va ser continua.

6. Le gustaría a Ud. cuando visita Macas hospedarse en una hostería que mantenga armonía con la naturaleza e brinde la posibilidad de realizar actividades recreacionales, ubicada en la parroquia San Isidro?

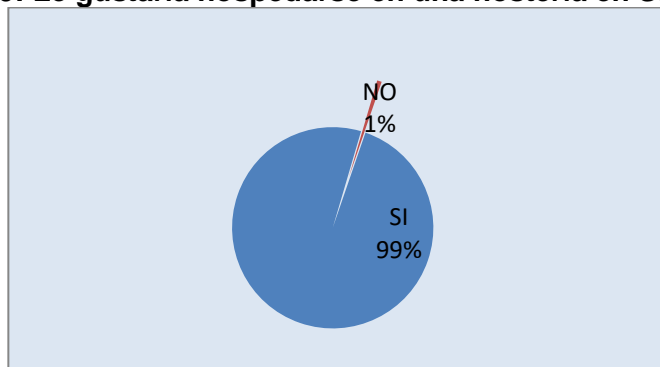
Tabla N°12: Le gustaría hospedarse en una hostería en San Isidro?

Variable	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	135	100%
No	0	0
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta

Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 9: Le gustaría hospedarse en una hostería en San Isidro?



FUENTE: TablaN°13

Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Los turistas que visitan la ciudad de Macas les gusta hospedarse en hosterías para mantenerse en contacto y armonía con la naturaleza estos por lo que se ha confirmado la aceptación de los turistas la creación de una hostería en la parroquia San Isidro ya que la que existen son muy pocas.

7. ¿Qué actividades o servicios le gustaría adquirir en la Hostería?

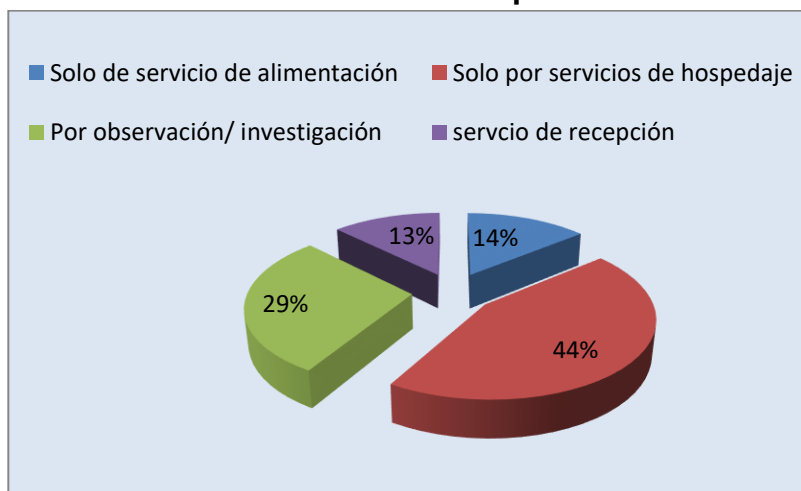
Tabla N°13: Actividades o servicios que le gustaría adquirir en la Hostería

Variables	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
servicio de alimentación	19	14%
servicios de hospedaje	60	44%
Por observación/ investigación	39	29%
servicio de recepción	17	13%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta

Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 10: Puede enumerar las actividades que va a realizar en el lugar



FUENTE: Tabla N°14

Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: La mayor parte de los turistas les gusta en sus viajes a Macas hospedarse, la otra parte lo hace por observación e investigación de la fauna y flora con la que cuenta la ciudad.

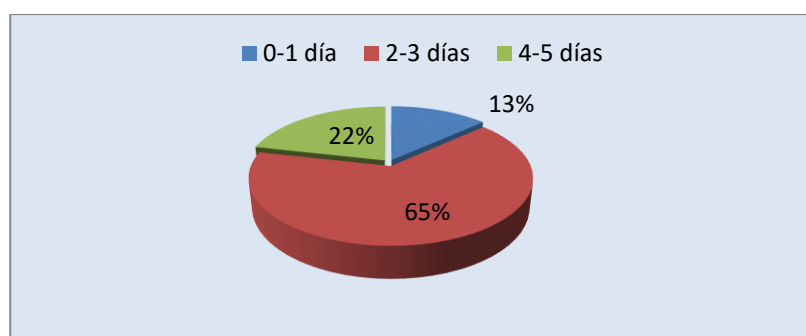
8. ¿Cuántos días regularmente se queda hospedado?

Tabla N°14: Días regularmente se queda hospedado

Variable	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
0-1 día	18	13%
2-3 días	88	65%
4-5 días	29	22%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 11: Días regularmente se queda hospedado



FUENTE: Tabla N° 15
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Al observar el gráfico nos podemos dar cuenta que la gran mayoría de los turistas que les gusta hospedarse en hosterías lo realizan de dos a tres días, indicador que favorece para mantener siempre listas nuestras instalaciones para satisfacer a los turistas.

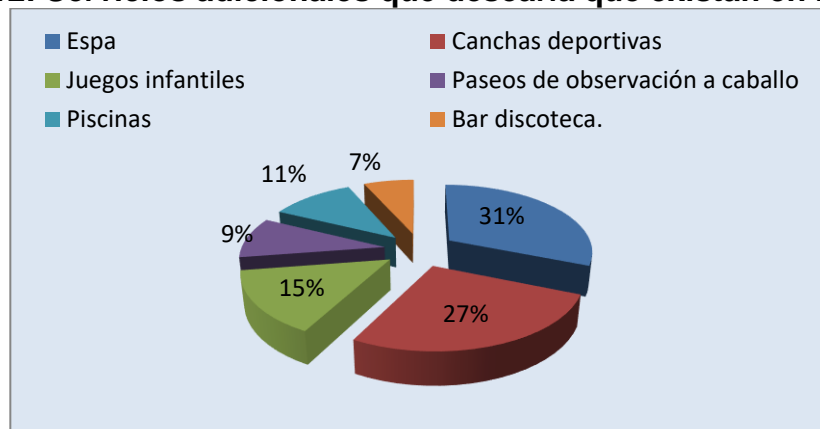
9. ¿Puede usted seleccionar estos servicios adicionales qué desearía que existan en la Hostería?

Tabla N°15: Servicios adicionales

Variables	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Spa	42	31%
Canchas deportivas	36	27%
Juegos infantiles	20	15%
Paseos de observación a caballo	13	9%
Piscinas	15	11%
Bar discoteca.	9	7%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 12: Servicios adicionales que desearía que existan en la hostería



FUENTE: Tabla N°16
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Como se ha podido determinar los turistas les gustaría que la hostería cuente con los servicios como de spa, canchas deportivas, juegos infantiles, por lo cual la administración deberá ir ejecutando un proyecto a futuro para la construcción de los servicios antes mencionados para darles más y nuevas alternativas al hora de esparcimiento de los turistas.

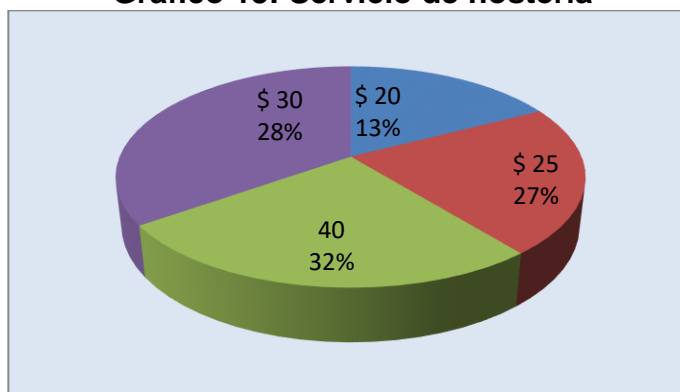
10. ¿Podría usted mencionarme cual es el valor que cancelo la última vez que se hospedo en una hostería en la Ciudad de Macas?

TABLA 16: Cuanto pago por día la última vez

Variable	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
\$ 20	17	13%
\$ 25	36	27%
\$ 30	38	28%
\$ 40	44	32%
Total	135	100%

FUENTE: Encuesta
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 13: Servicio de hostería



FUENTE: Tabla N°17
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Análisis: Cómo podemos apreciar en el gráfico los turistas que se hospedaron en una Hostería aquí en Macas cancelaron la cantidad de \$40.00 por persona, haciendo que exista un rango de entre \$30 a \$40 dólares americanos que los turistas estén dispuestos a pagar por el servicio de hospedaje.

2.5. Análisis de la Demanda

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.⁵

Con el análisis de la demanda podremos determinar y medir cuales son las fuerzas que sobresaltan en los requerimientos del mercado con respecto al servicio a ofrecer con la creación de la hostería y conjuntamente la posibilidad de participación del servicio en la demanda insatisfecha.

2.5.1. Comportamiento Histórico de la demanda

La población objetivo de estudio se lo pudo tomar de los datos estadísticos del Ministerio De Turismo de los últimos 5 años históricos tanto de turistas nacionales como de turistas extranjeros.

⁵ <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2008/11/estudio-de-mercado-analisis-de-la.html>

Tabla N°17: Demanda histórica de turistas que visitan la ciudad de Macas

AÑOS	TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE MACAS		TOTAL DE VISITANTES
	EXTRANJEROS	NACIONALES	
2009	1.513	813	2.326
2010	1.588	854	2.442
2011	1.664	1.226	2.890
2012	1.739	2.657	4.396

FUENTE: Ministerio de turismo
Realizado por: Abigail García, Miguel León

2.5.2. Demanda actual del servicio

Al determinar la demanda que captará el proyecto, nos basaremos en datos históricos de turistas que visitan la ciudad de Macas, facilitadas por el del Ministerio de Turismo.

Tabla N°18: Demanda Actual de turistas que visitan la ciudad de Macas

AÑOS	TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE MACAS		TOTAL
	EXTRANJEROS	NACIONALES	
2013	1.815	4.910	6.725

FUENTE: Ministerio de Turismo
Realizado por: Abigail García, Miguel León

2.5.3. Proyección de la demanda

Al realizar la proyección de la demanda turística para los 5 años que es el tiempo óptimo de recuperación de la inversión; se ha optado para ejecutar la proyección mediante la aplicación del método de **crecimiento poblacional turística**, para lo cual la tasa de crecimiento poblacional turístico es del 2% según datos del Ministerio de Turismo delegación Morona Santiago.

Tabla N°19: Elementos que intervienen en la proyección de la de demanda

p_n	Población en el año n
p_0	Año base
R	Tasa de crecimiento poblacional turística es de 2%
N	Año al que se debe proyectar

FUENTE: fundamentos de marketing
Realizado por: Abigail García, Miguel León

$$P_n = P_0(1 + i)^n$$

$$P_n = 6725(1 + 2\%)^1 = 6859$$

$$P_n = 6725(1 + 2\%)^2 = 6996$$

$$P_n = 6725(1 + 2\%)^3 = 7136$$

$$P_n = 6725(1 + 2\%)^4 = 7279$$

$$P_n = 6725(1 + 2\%)^6 = 7573$$

Tabla N°20: Proyección poblacional de los turistas que visitan la ciudad de Macas

AÑOS	Proyección poblacional turística
2014	6859
2015	6996
2016	7136
2017	7279
2018	7424

**FUENTE: Proyección de la Demanda
Realizado por: Abigail García, Miguel León**

2.6. Análisis de la oferta

Se conoce como oferta a la cantidad de bienes o servicios que cierto número de productores están dispuestos a poner a disposición del mercado su producto o servicio

Los centros de alojamiento como hosterías, cabañas, hoteles tienden hacer nuestra competencia directa a los cuales nos enfocaremos según sus características, capacidad es decir en el número promedio de personas que puede acoger, sus instalaciones.

2.6.1. Oferta Actual

En la ciudad de Macas actualmente existen 22 centros de alojamientos principales:

TABLA 21: Oferta actual del servicio de alojamiento en la ciudad de Macas

N°	Establecimiento	Capacidad
1	Hostería Cabañas Del Valle	40
2	Hostería Arrayan Y Piedra	38
3	Hostería El Farallón	46
4	Hostería San Andrés	40
5	Hotel Manzana Real	56
6	Hotel Heliconia	58
7	Hostal Plaza	70
8	Hostal Don Humbert	80
9	Hostal Casa Blanca	60
10	Hostal La Guayusa	58
11	Hostal La Liria	90
12	Hostal La Orquídea	70
13	Hotel Peñón Del Oriente	96
14	Hotel Splendit	42
15	Hotel Sol De Oriente	46
16	Hotel Residencial Level 5	48
17	Hotel Amazonas	60
18	Hotel Milenium	84
19	Hostal Emperatriz	60
20	Hostal Canelos 01	50
21	Hostal Sangay	66
22	Pensión Casa Upano	70
	Total	1328

Fuente: Municipio De Morona Santiago
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Según el Municipio de Morona los oferentes existentes en la ciudad de Macas son 22 establecimientos que brindan los servicios de hospedaje los mismos que pueden acoger a 1328 personas en sus instalaciones.

2.6.2. Proyecciones de la Oferta

Al determinar la oferta del servicio de alojamiento tomaremos en cuenta lo especificado en el párrafo anterior en donde contamos con el número exacto de

plazas ofertadas, como el número de establecimientos existentes en la Ciudad de Macas.

Utilizaremos la Tasa de Crecimiento del sector hotelero del país que es del 3.24% según el Ministerio de Turismo el mismo que se ha dado en base a un fuerte crecimiento que ha tenido el sector gracias al apoyo del Gobierno Nacional de impulsar el Sector Hotelero con fuentes de financiamiento fortaleciendo así el turismo nacional.

Tabla N°22: Proyección de la oferta

AÑOS PROYECTADOS	NO. PLAZAS PROYECTADAS
2014	1371
2015	1415
2016	1460
2017	1508
2018	1557

FUENTE: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

2.7. Determinación de la demanda insatisfecha

El cálculo de la demanda insatisfecha se puede identificar que si hay un mercado insatisfecho al que aún no ha llegado acceder al servicio de hostería y en todo caso si lo adquirió no quedo satisfecho.

Tabla N°23: Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA P.	OFERTA P.	DEMANDA INSATISFECHA
2014	6859	1371	5488
2015	6996	1415	5581
2016	7136	1460	5676
2017	7279	1508	5771
2018	7424	1557	5867

FUENTE: Tabla N° 21 y tabla N° 23
Realizado por: Abigail García, Miguel León

2.8. Análisis de precios en el mercado deservicio

Es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar sea este un bien o un servicio.⁶

El establecer el precio es de gran importancia ya que debe conocerse si lo que busca el consumidor es la calidad, sin importar su precio o si el precio es el factor que interviene en la decisión. En muchas ocasiones la fijación del precio es la responsable de la mínima demanda de un producto o servicio. Es importante considerar el precio de acuerdo a la situación actual del mercado.

Al establecer el precio de nuestro servicio a ofertar analizaremos los precios de la competencia con el propósito de buscar el precio óptimo en donde podamos competir en las mismas condiciones que los demás, también haciendo que el precio se convierta en un factor determinante a la hora de preferirnos.

2.8.1. Análisis de Precios

Tabla N°24: Análisis de precios de las plazas de alojamiento de la ciudad de Macas

N°	ESTABLECIMIENTO				
		INDIVIDUAL	DOBLES	TRIPLES	MATRIMONIALES
1	Hostería Cabañas Del Valle	20	40	60	40
2	Hostería Arrayan Y Piedra	44	88	42	65
3	Hostería El Farallón	34	68	71	54
4	Hostería San Andrés	20	40	60	40
5	Hotel Manzana Real	9	18	27	28
6	Hotel Heliconia	12	24	36	30
7	Hostal Plaza	12	24	36	24
8	Hostal Don Humbert	20	40	56	35
9	Hostal Casa Blanca	14.56	24	36	45
10	Hostal La Guayusa	12	24	36	35
11	Hostal La Liria	12	24	36	38
12	Hostal La Orquídea	20	30	60	40
13	Hotel Peñón Del Oriente	12	24	36	37
14	Hotel Splendit	12	20	36	35
15	Hotel Sol De Oriente	12	24	36	30
16	Hotel Residencial Level 5	14	28	38	35
17	Hotel Amazonas	12	32	36	30
18	Hotel Milenium	13	36	36	40

⁶Baca, Gabriel: Evaluación de Proyectos, Pág. 41

19	Hostal Emperatriz	12	40	35	36
20	Hostal Canelos 01	12	44	36	38
21	Hostal Sangay	12	48	36	34
22	Pensión Casa Upano	12	52	36	30

FUENTE: Municipio del Cantón Macas
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Mediante un análisis minucioso de los precios de la competencia podemos determinar los siguientes precios por nuestro servicio:

Tabla N°25: Determinación del precio de nuestro servicio

TIPO DE HABITACIÓN		COSTO
Individual		25,00
Dobles		40,00
Triples		60,00
Matrimonial		50,00
Cabaña 1 /por persona		25,00
Cabaña 2 /por persona		50,00
Servicios Adicionales		
Salón de Recepciones		
Eventos sociales	180,00	Matrimonios, bautizos...
Visita Instalaciones	2,00	
Restaurant		
Ayampaco	3,00	
Tamal de palmito	1.50	
Tilapia frita, sudada	7,00	

FUENTE: Los autores
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Mediante el análisis realizado a los diferentes establecimientos considerados como nuestra competencia que existen en la zona, se ha llegado a determinar que los precios en el mercado oscilan entre los \$20 y \$80 dólares diarios fines de semana en temporadas altas, y de igual manera en temporadas normal todo depende del tiempo de estadía.

2.9. Mercadeo y Comercialización

El análisis de los canales y márgenes de comercialización requiere especial énfasis, ya que en ciertos casos de esto depende que el proyecto sea exitoso, aunque también pueden distorsionar la potencialidad de un servicio.⁷

En este proyecto, se utilizarán ciertos medios para llegar al turista, el primero que es de forma directa y el segundo a través de intermediario los cuales son los siguientes:

De forma directa:

- Internet
- Radio
- Trípticos
- Folletos

De forma indirecta:

- Agencias de Viaje
- Cámara de turismo
- Ministerio de turismo
- Asociaciones de hoteles, hosterías, hostales
- Municipio de la Ciudad de Macas
- Consejo Provincial de Morona Santiago

2.9.1. Estrategias del servicio

El servicio que se brindara al turista y que este hará uso del mismo, abarca atractivos turísticos de la zona como es la flora y fauna, jardín botánico con la variedad amazónica de orquídeas; infraestructura moderna, vías de acceso, transporte, alojamiento de primera calidad, alimentación, servicios de apoyo, de recreación. Dentro de todo lo que ofrece el servicio de hostería las estrategias se enfocan a brindar un servicio muy eficiente que cumpla con los estándares de calidad, seguridad, higiene, limpieza, rapidez, con un personal capacitado con la finalidad de que los turistas se sientan como en casa, a gusto y complacidos con el servicio y la comodidad que se les brinda.

⁷ 8 FUNDAMENTOS DE MARKETING, STANTON, Etzel, Walker, Undécima Edición, Pág. 300

Las estrategias que desarrollemos en los diferentes servicios que ofreceremos a los turistas están enmarcadas en poner un valor agregado haciendo que se conviertan en nuestro sello de garantía y calidad en busca de fidelidad de nuestros posibles clientes, haciendo que estos nos recomienden.

Estrategias del servicio:

- ✓ Informar sobre las culturas, etnias de la Ciudad de Macas
- ✓ Informar sobre la historia de Macas
- ✓ Manejo de estándares de calidad en el servicio
- ✓ Manejo de un sistema de atención al cliente
- ✓ Habitaciones familiares y confortables
- ✓ Diferenciación de marcas por habitación
- ✓ Bar completo de diferentes tipos de bebidas.
- ✓ Salón de recepciones para todo tipo de eventos sociales.
- ✓ Salón de recepciones con personal de servicio incluido.

2.9.2. Estrategias de precios

El establecer el precio del servicio constituye una decisión estratégica, ya que es un elemento primordial del cual depende si disminuye o se incrementa la demanda de turistas, es por lo cual que al momento de establecer el precio no solo se debe tomar en cuenta en función del mercado al que se enfrenta el proyecto, costo de inversión para este tipo de servicio también se debe tomaren cuenta el valor que está dispuesto pagar el turista por el servicio lógicamente manteniendo su rango de competitividad.

Por ende al momento de fijar el precio del servicio se analizara cada uno de estos factores mencionados. Por lo cual manejaremos las siguientes estrategias de precios:

TABLA 26: Estrategias de precio

TIPO DE HABITACIÓN /GRUPO	COSTO \$	DESCUENTO %	DESCRIPCIÓN
Individual	25	0	
Dobles	50	10%	Más de 3 noches de hospedaje
Triples	75	20%	
Matrimonial	50	20%	

Cabaña 1	25	10%	
Cabaña 2	30	15%	
Cabaña 3	40	20%	
Grupos de hasta 10		23%	
Grupos de más de 10		25%	
Grupos de 20 adelante		30%	
Salón de recepciones	180	10%	Más de 100 personas
Salón de recepciones	180	5%	Mínimo 50 personas

Realizado por: Abigail García, Miguel León

Como podemos ver en las estrategias de precio nos hemos manejado con diferentes porcentajes de descuento con la finalidad que los turistas se sientan atraídos por los precios que les ofrecemos.

2.9.3. Estrategias de Promoción

Primeramente debe lograrse impactar con un alto índice de diferenciación mediante la adecuada formación del personal de conforma la Hostería, demostrando que sus colaboradores son unos auténticos profesionales no solo en el servicio sino también como imagen de la hostería.

Mediante la investigación de campo realizada se ha podido conocer e identificar que los medios primordiales para promocionar el servicio es mediante el uso de internet por medio de la creación de una página web en donde se dará conocer cada una de las características del servicio y la calidad del servicio, mediante la prensa, la radio, elaboración de trípticos, afiches que serán postulados en el aeropuerto de la ciudad, mediante convenios con agencias y operadoras turísticas como también con empresas públicas y privadas.

Para poder atraer a la mayor cantidad de turistas hacia nuestra hostería manejaremos algunas estrategias con el fin que estos les tome en cuenta al momento de decidir en donde hospedarse.

Las estrategias de promoción que pondremos a disposición son las siguientes:

- ✓ El desayuno incluido al costo de la habitación
- ✓ La entrega de un recuerdo de la hostería como una postal.
- ✓ La entrega de una artesanía del lugar.
- ✓ Si es una familia numerosa el sexto miembro de la familia no paga.
- ✓ Descuentos del 10% en el restaurante.

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción, que indica cómo combinar los insumos y recursos utilizados por el proyecto para que se cumpla el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente.⁸

3.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se puede definir por su capacidad física o real de producción de bienes o servicios durante un periodo de operación, considerado normal para las condiciones y tipos de proyecto en cuestión. Esta capacidad se expresa por cantidades producidas por unidad de tiempo es decir volumen, peso, valor o número de unidades de productos elaborados por ciclo de operación o periodo definido.⁹

En términos generales el tamaño del proyecto es aquel que está representado por la capacidad de turistas que se puede alojar con el servicio a ofrecer y de esta manera poder tratar de cubrir una parte de la demanda insatisfecha.

3.1.1. Demanda de Mercado

La demanda de mercado constituye un factor muy importante ya que de esta depende el tamaño óptimo del proyecto.

Tabla N°27: Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA
2014	5488
2015	5581
2016	5676
2017	5771
2018	5867

FUENTE: Estudio de Mercado, tabla 24
Realizado por: Abigail García, Miguel León

⁸<http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico>

⁹ Araujo Arévalo David; proyectos de inversión; primera Edición 2012

La demanda insatisfecha claramente se encuentra en un constante crecimiento haciendo que sea factible el proyecto.

Con la creación de la hostería vamos a cubrir en un 9% la demanda insatisfecha existente en la Ciudad de Macas.

3.1.2. Disponibilidad de recursos financieros

Los recursos financieros es un factor limitante a continuar en pie un proyecto, este recurso es necesario e indispensable para poder cubrir y solventar las necesidades del proyecto es decir para poder llevar a cabo el proyecto de la Hostería, el mismo que comprende la construcción de las instalaciones, equipamiento, adecuaciones, lo cual tendrá una inversión de \$342.737,04 dólares americanos los mismo que serán cubiertos de la siguiente forma:

Tabla N°28: Recurso Financiero

CAPITAL	TOTAL	PORCENTAJE
FINANCIADO	232727,76	67,90%
PROPIO	110.009,28	32,10%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 342737,04	100,00%

FUENTE: Los Autores

Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra

Es importante asegurarse que se cuente con el recurso humano necesario para la operación y dirección eficiente y eficaz del proyecto, por lo tanto se ha visto la necesidad de implementar personal especializado con conocimientos en turismo y administración. Después de un análisis general se ha visto la necesidad de contar con el siguiente personal que conformaran la mano de obra del proyecto:

- ✓ 1 administrador
- ✓ 2 recepcionistas
- ✓ 1 camarero/a
- ✓ 1 cocinero/a
- ✓ 1 mesero

Al analizar los requerimientos de mano de obra calificada para la ejecución del proyecto podemos darnos cuenta de la existencia de la misma haciendo que no exista ningún tipo de problema al momento de contratar personal.

3.1.4. Economías de escala

En cuanto a lo que tiene que ver con la economía de escala sea visto necesario realizar un sistema de servicios donde podamos reducir costos unitarios de operación lo cual se dará por el incremento en la capacidad del servicio; ya que se va a ejecutar una agrupación de actividades en un adecuado funcionamiento con el fin de brindar un servicio de calidad, con la finalidad de tener las instalaciones copadas al máximo entre las cuales se destaca las siguientes:

- Dar mayor favoritismo en la atención a grupos mayoritarios de turistas.
- Aprovechar la época de temporadas vacacionales ofreciendo ciertos paquetes turísticos o descuentos a grupos.
- Ofertar el servicio de recepciones también el alquiler del área de recepciones para cualquier tipo de eventos.
- En temporadas bajas de poca afluencia de turistas se puede ofrecer atractivos descuentos en todos los servicios.

3.1.5. Disponibilidad de tecnología

La tecnología que se necesitara para ejecutar el proyecto no es de difícil acceso por lo cual no habrá impedimento alguno para poder desarrollar el proyecto con facilidad.

La tecnología con la que contara la hostería permitirá brindar un servicio eficiente, haciendo que el turista no extrañe las bondades de la tecnología con las que cuentan en la ciudad, por lo cual se le brindara todas las facilidades para que pueda acceder a la misma.

Por lo que la hostería se ha visto en la necesidad de combinar la tecnología con la naturaleza, para lo cual contara con los siguientes equipos tecnológicos

- ✓ Televisores LCD
- ✓ Minis Componentes
- ✓ Computadores Intel 8

- ✓ proyectores
- ✓ Zona wifi
- ✓ Sensores eléctricos
- ✓ Botones de pánico

3.1.6. Disponibilidad de insumos y materia prima

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital para el desarrollo del proyecto.

La hostería se encuentra ubicada a 8km de distancia de la ciudad de Macas, en donde se encuentran los respectivos proveedores en cuanto al abastecimiento de insumos, materias primas las mismas que se necesitan para poder brindar los diferentes servicios que la hostería brinda.

Para evitar desabastecimientos en la bodega de la hostería se maneja un sistema de inventario por el método promedio ponderado el cual nos permitirá tener un control efectivo de las existencias en la bodega con la ayuda de la política de unas existencias mínimas que debe haber de cada producto en las bodegas para no quedar desabastecidos.

3.1.7. Capacidad de Servicio

El proyecto busca acaparar una parte de la demanda insatisfecha de la ciudad de Macas a lo que se refiere al servicio de hostería y sus servicios adjuntos. La capacidad del servicio está sujeta a las instalaciones de la hostería y su capacidad al momento de brindar los diferentes servicios a los turistas que visitan las instalaciones, la capacidad con la que cuenta es de:

Tabla N°29: Capacidad de las Instalaciones

DESCRIPCIÓN	CAPACIDAD-PERSONAS	N° HABITACIONES
Habitaciones	28	10
Cabañas	20	5
Total hospedaje	48	
Restaurant	48	15
Sala de recepciones	144	
total	240	

FUENTE: Los Autores
Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.2. Localización

Para poder determinar la localización o conocido también como tamaño óptimo del proyecto hemos tomado en cuenta los siguientes factores

- ✓ Disponibilidad de capital propio y prestado
- ✓ Cantidad de demanda que se piensa satisfacer

Teniendo en cuenta los factores anteriores para poder determinar el tamaño óptimo del proyecto hemos considerado la disponibilidad de capital tanto propio como prestado, el cual es una limitante que no nos permite satisfacer en mayor porcentaje la demanda insatisfecha.

3.2.1. Localización del proyecto

El estudio de localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, la opción cubriendo las exigencias o requerimiento del proyecto contribuya a minimizar los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.¹⁰

3.2.1.1. Macro localización

El presente proyecto de Creación de una Hostería y Centro de Recepciones se desarrollado en la región amazónica del Ecuador en la Provincia De Morona Santiago, ciudad de Macas

Morona Santiago es la segunda provincia más grande del Ecuador después de Pastaza. Caracterizada por su clima húmedo, sus extensas porciones de tierra cubiertas por densa selva amazónica y abundante lluvia, esta provincia enfoca su actividad económica en el turismo.

La ciudad provincial es Macas y sirve de punto de partida para visitar la selva del Parque Nacional Sangay, uno de los Patrimonios Naturales de la UNESCO, que tiene actividades y atracciones destacables incluyendo el volcán activo Sangay, con más de 5 000 metros de altura.

¹⁰ Araujo Arévalo David; proyectos de inversión; primera Edición 2012

Entre las actividades que se puede realizar en la provincia están la observación de aves, senderismo, canotaje y pesca. Entre las ciudades más importantes están Macas, Sucúa, Méndez, Gualaquiza y Palora.



Fuente: Investigación Directa

Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.2.1.2. Micro localización

La implantación del proyecto tendrá lugar en la Ciudad de Macas, en la Parroquia de San Isidro; ubicada a 8 kilómetros de la ciudad localización se la puede apreciar en la gráfica que se presenta a continuación:

Gráfico 15: Parroquia San Isidro



FUENTE: Investigación Directa

La parroquia de san isidro se encuentra en la zona de amortiguamiento del parque nacional Sangay por lo que le hace el sitio perfecto para la implementación del proyecto de creación de una Hostería y Centro de Recepciones.

La parroquia San Isidro se encuentra en una ubicación estratégica que cuenta con las siguientes ventajas:

Infraestructura:

- ✓ Alcantarillado
- ✓ Caminos de Acceso en buen Estado

Servicios

- ✓ Agua potable
- ✓ Energía eléctrica
- ✓ Telefonía- internet
- ✓ Tv cable
- ✓ Transporte de pasajeros buses, taxis
- ✓ Talento humano capacitado dispuesto a laborar en la hostería.

3.2.2. Criterios de selección de Alternativas

La localización del proyecto se realizó sin aplicar las alternativas de selección de ubicación ya que el terreno fue donado por la Fundación ATASIM, pero el mismo se encuentra ubicado en lugar estratégico por lo cual detallamos a continuación las características de la parroquia de San Isidro:

Tabla N°30: Selección de alternativas

FACTORES DE LOCALIZACIÓN	CALIFICACIÓN DE ALTERNATIVAS SOBRE 5		
	SAN ISIDRO	PROAÑO	9 DE OCTUBRE
Servicios básicos	5	4	3
comunicaciones	5	4	2
Vías de acceso	5	5	4
transporte	5	5	3
Mano de Obra	5	5	4
TOTAL	25	23	16

FUENTE: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Como podemos observar en el cuadro de alternativas de selección la parroquia de San Isidro es la que más alta calificación recibió por sus grandes ventajas que tiene sobre las otras parroquias por lo cual se ejecutará el Proyecto De Creación De Una Hostería Y Centro De Recepciones.

✓ **UBICACIÓN**

La parroquia de San Isidro, está asentada en el valle de su propio nombre, rodeada de la cordillera de Yungallí (occidental) y de la cadena montañosa que se denomina Domono Alto (al oriente).

Se encuentra a 12 Km. al norte de la capital provincial Macas.

✓ **COORDENADAS**

Se ubica dentro de las siguientes coordenadas UTM WGS84 Zona 17 Sur:

Norte: 9'767101,000 m

Sur: 9'751837,000 m

Este: 824.324,063 m

Oeste: 809.888,688m

La cabecera parroquial está en el punto de coordenadas UTM WGS84 Zona 17 Sur, E° 815.429 - N° 9'755.073

La comunidad el Edén está en el punto de coordenadas UTM WGS84-Zona 17 Sur, E° 820.322 – N° 9'755.073

✓ **LÍMITES**

Norte: Limita con el curso del río Upano, desde su unión con el Abanico, hasta la curva que forma la desembocadura del río Volcán.

Sur: El río Jurumbaino, hasta la unión con la quebrada siguiente hasta el río Abanico.

Este: El curso del río Upano, hasta el punto donde arranca la línea del lindero sur.

Oeste: Aguas abajo por el río Abanico.

✓ **EXTENSIÓN**

San Isidro, tiene una extensión de 127,95 Km² o 12.795,41 Has.

DISTANCIA ENTRE CENTROS

La distancia entre centros por conexión vial son las siguientes:

La cabecera parroquial se encuentra a 12 km. al norte de la capital cantonal Macas y la comunidad el Edén a 20 km respecto al mismo punto.

La distancia entre cabecera y comunidad es de 18 km, enlazando la vía San Isidro-Huacho-Domono-El Edén. No hay vía de conexión directa

3.3. Ingeniería Del Proyecto

El estudio de Ingeniería consiste en determinar el proceso de producción óptima mediante la tecnología adecuada, para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio.¹¹

3.3.1. Descripción del Servicio.

El servicio de hostería a ofrecer que vamos a ofrecer está definido de acuerdo a las necesidades y preferencias de los demandantes; contando con una infraestructura física de calidad, personal capacitado con lo que pretendemos contar para el buen funcionamiento de la hostería.

La hostería también brindara confort, descanso, relajación y el disfrute de nuestras instalaciones; en cuanto a los servicios que se pretende brindar en estos están incluidos:

✓ Alojamiento

Esta área constará con un número de 10 habitaciones, 5 cabañas las mismas que pueden albergar entre tres y cuatro personas en cada una de ellas.

✓ Bar – Restaurant

Dentro del bar – restaurant, nuestros visitantes tendrán una variedad comidas típicas de la región amazónica del Ecuador y de igual forma degustarán de bebidas en nuestro bar.

¹¹ Lara Byron; como elaborar proyectos de inversión; 2009

✓ **Parqueadero**

Nuestros clientes tendrán a su disposición nuestro parqueadero delimitado para cada habitación, permitiendo tener un orden de accesibilidad y control de sus vehículos.

✓ **Juegos Infantiles**

Desde luego no podemos olvidarnos de los niños que deben contar con sus espacios de distracción en nuestra hostería, para lo cual se contará con un pequeño parque infantil adecuado a sus condiciones.

✓ **Sala De Recepciones**

Está conformada por 34 mesas, equipos de audio, equipo de visuales, para poder realizar todos tipos de eventos sociales y corporativos.

✓ **Jardín Botánico**

Esta área estará conformado por un gran número de especies de horquilláis de la provincia de Morona Santiago convirtiéndole en un verdadero atractivo.

Para la viabilidad de proyecto se ha considerado estos servicios que buscan el plena satisfacción del cliente.

3.3.1.1. Proceso de Producción o Servicio

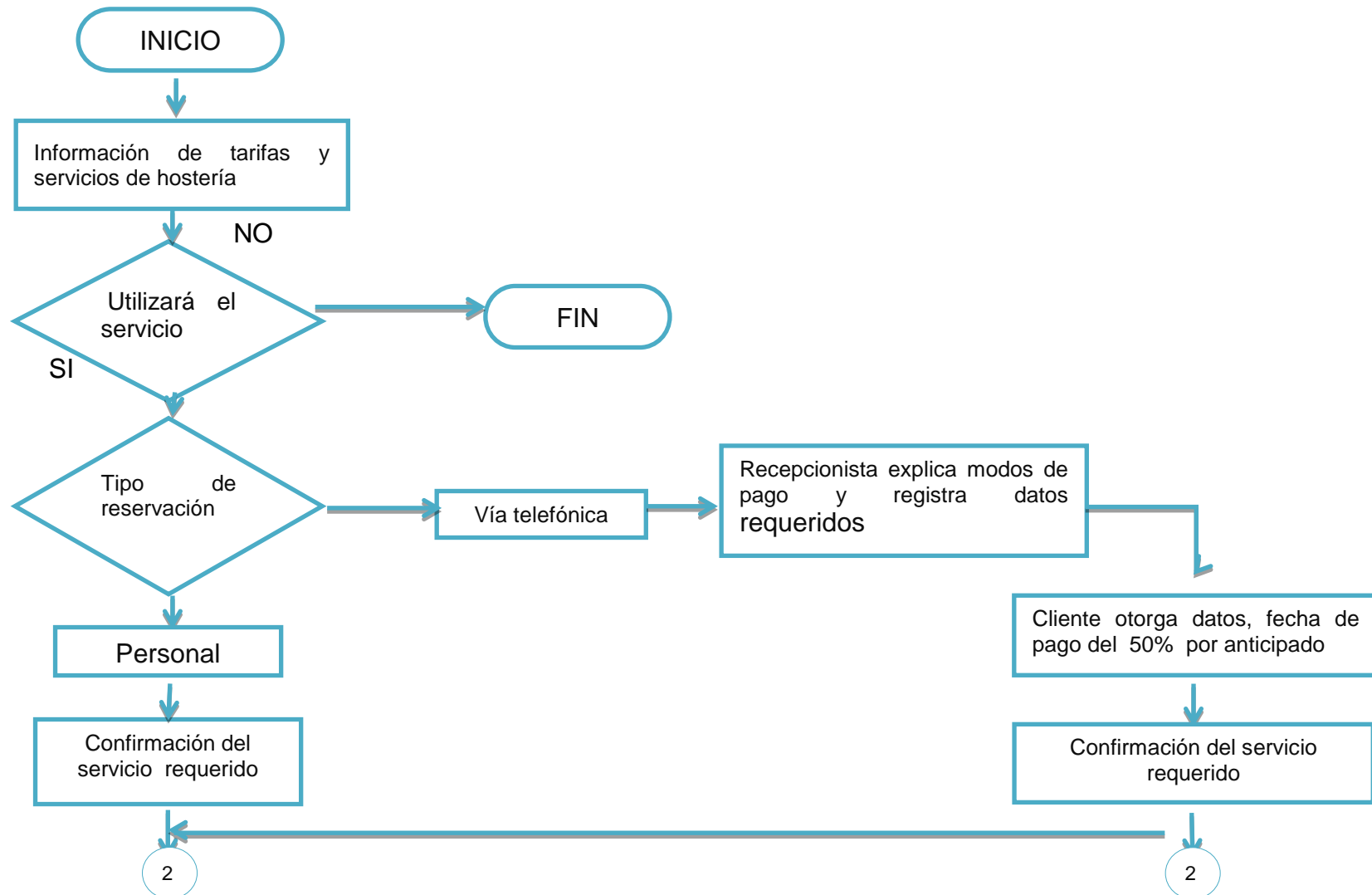
El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en producto o servicio, mediante la participación de mano de obra, procedimientos, maquinaria y métodos.¹²

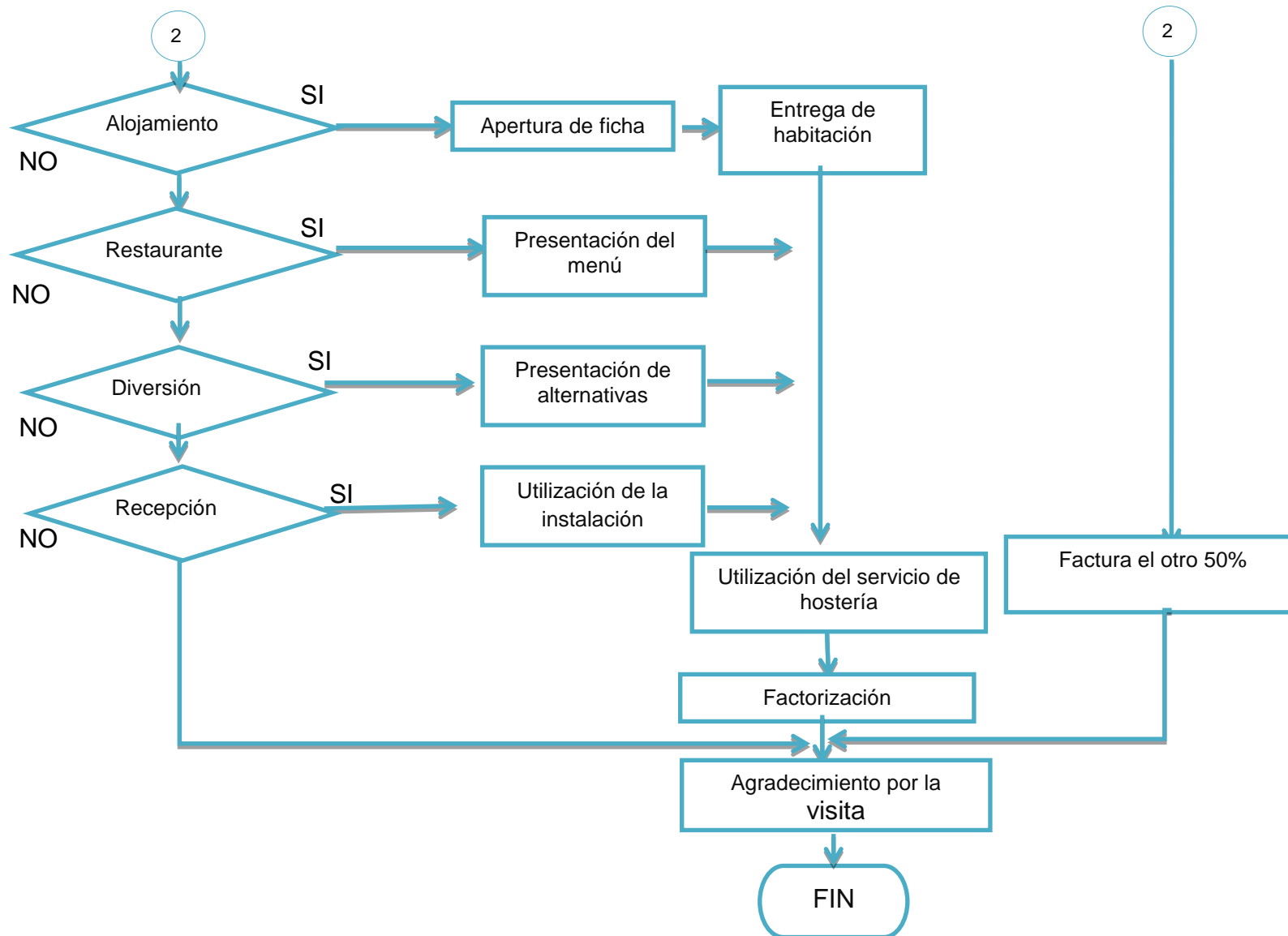
Para poder definir el proceso del servicio debemos conocer el servicio en cada una de sus dimensiones con exactitud incluyendo el tamaño, costo; también se debe determinar a través de un diagrama de procesos, estableciendo los costos en materias primas, mano de obra, gastos fijos, variables, etc.

El proceso del servicio que se realizara para poder brindar un servicio eficiente y eficaz a los turistas que requieren satisfacer sus necesidades.

¹²SapagChainNassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, México 2003

3.3.2. Diagrama de flujo





3.3.3. Requerimientos

3.3.3.1. Requerimiento de Talento Humano

Tabla N°31: ROL DE PAGOS

No.	PUESTO	SUELDO \$	IESS 9.35%	LIQUIDO A PAGAR \$	LIQUIDO A PAGAR ANUAL \$
1	ADMINISTRADOR	400	37,40	362,60	4.351,20
2	RECEPCIONISTA	636	29,73	576,54	6918,40
1	CAMARERA	318	29,73	288,27	3.459,20
1	COCINERA	380	35,53	344,47	4.133,64
1	MESERA	318	29,73	288,27	3.459,20
1	AYUDANTE DE COCINA	318	29,73	288,27	3.459,20
	TOTAL			<u>2148,35</u>	<u>25.780,84</u>

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

El talento humano considerado para la prestación de los servicios que se pretende brindar y el buen desempeño de estos, se contempla de acuerdo a los departamentos o áreas que se detalla en el capítulo de la estructura administrativa del proyecto, para lo cual detallamos el personal que será requerido y su costo:

Tabla N° 32: Rol de Provisiones

No	PUESTO	INGRESOS \$	XIII SUELDO \$	XIV SUELDO \$	VACACIONES \$	FONDOS DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12,15%	TOTAL PROVICIONES	TOTAL PROVICI. ANUAL \$
1	administrador	362,60	30,22	26,50	15,11	30,22	44,06	146,10	1.753,17
2	repcionista	576,54	24,02	26,50	12,01	24,02	35,02	121,58	2917,92
1	camarera	288,27	24,02	26,50	12,01	24,02	35,02	121,58	1.458,96
1	cocinera	344,47	28,71	26,50	14,35	28,71	41,85	140,12	1.681,41
1	mesera	288,27	24,02	26,50	12,01	24,02	35,02	121,58	1.458,96
1	ayudante de cocina	288,27	24,02	26,50	12,01	24,02	35,02	121,58	1.458,96
									<u>10.729,39</u>

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.3.3.2. Requerimiento de Maquinaria y Equipo

Para brindar un servicio eficaz y eficiente tenemos que contar con maquinaria y equipo que nos ayuden a satisfacer las necesidades de los clientes, por ello nos hemos visto necesario contar con maquinaria y equipo que detallamos a continuación:

Tabla N° 33: Requerimiento de Maquinaria y Equipo

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
RESTAURANTE	Cocina Industrial	Electrodomésticos Macas	2	85,00	170,00
	Arrocera industrial	Electrodomésticos Macas	1	60,00	60,00
	cafetera capacidad 60 tazas	Electrodomésticos Macas	1	80,00	80,00
	licuadora oster	Electrodomésticos Macas	1	75,00	75,00
	Refrigeradora/congelador	Electrodomésticos Macas	1	290,00	290,00
	televisor 32 pulgadas	Electrodomésticos Macas	1	440,00	440,00
	Ventilador	Electrodomésticos Macas	1	65,00	65,00
TOTAL					1.180,00
ALOJAMIENTO	televisor 17 pulgadas	Electrodomésticos Macas	16	200,00	1.040,00
	ventilador	Electrodomésticos Macas	16	65,00	1.040,00
	teléfonos con extensiones	Electrodomésticos Macas	16	26,00	416,00
TOTAL					2.496,00
	televisor 17 pulgadas	Electrodomésticos Macas	1	200,00	200,00

ADMINISTRACIÓN/ RECEPCIONISTA	teléfono inalámbrico	Electrodomésticos Macas	1	26,00	26,00
	ventilador	Electrodomésticos Macas	1	65,00	65,00
	dispensador de agua	Electrodomésticos Macas	1	62,00	62,00
	refrigeradora panorámica	Electrodomésticos Macas	1	548,00	548,00
TOTAL					901,00
LAVANDERÍA	LAVADORA y SECADORA		1	630,00	630,00
	PLANCHA		1	16,00	16,00
TOTAL					646,00
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO					5.223,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.3.3.3. Requerimiento de Equipo de Computo

Tabla N° 34: Requerimiento de Equipo de Computo

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	CANT.	PROVEEDOR	C/UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
ADMINISTRACIÓN	Computador Intel core	1	Compunet	400,00	400,00
	impresora	1	Compunet	200,00	200,00
	proyector	1	Compunet	200,00	200,00
TOTAL					800,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.3.3.4. Requerimiento de Infraestructura

Para la creación de la hostería y centro de recepciones el requerimiento económico para la construcción de la infraestructura es la siguiente:

Tabla N°35: Requerimiento de Infraestructura

COSTOS DE INFRAESTRUCTURA			
Cant.	Descripción	Valor U. \$	Valor Total \$
1	centro de recepciones	39.956,58	39.956,58
1	planta baja	67.552,70	67.552,70
1	Terminación 2 Planta	80.104,92	80.104,92
1	Cabaña Tipo III	30.047,16	30.047,16
2	Cabaña Tipo II	15.021,98	30.043,96
2	Cabaña Tipo I	13.415,88	26.831,76
	Obras Adicionales		0,00
1	Terraplén	325,00	325,00
1	Drenaje	1.692,00	1.692,00
1	Recorridos y pavimentos:	5.822,00	5.822,00
1	Alcantarillado sanitario	2.600,00	2.600,00
1	Instalaciones Eléctrica Externas	3.500,00	3.500,00
1	Señalética	1.500,00	1.500,00
	TOTAL		289.976,08

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.3.3.1. Requerimiento de Muebles y Enseres

Para brindar un servicio confortable a nuestros clientes y satisfacer sus requerimientos a lo que se refiere comodidad, tenemos que contar con unas instalaciones amobladas por lo cual nuestro requerimiento de muebles y enseres con sus respectivos costos es el siguiente:

Tabla N°36: Requerimiento de Muebles y Enceres

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
RESTAURANTE/	Mesas	54	Pika	15,00	810,00
	Sillas	216	Pika	5,00	1.080,00
SALA DE RECEPCIONES	Barra	1	Comandato	250,00	250,00
	Anaqueles	1	Comandato	450,00	450,00
	Equipamiento exhibidores	1	Carpintería Cali	1.000,00	1.000,00
		1	Comandato	240,00	240,00
TOTAL					3.830,00
ALOJAMIENTO	camas de 2 plazas	13	Comandato	130,00	1.690,00
	camas 1 plaza	22	Comandato	80,00	1.760,00
	colchones de 2 plazas	13	Chaide&Chaide	180,00	2.340,00
	colchones 1 plazas	22	Chaide&Chaide	120,00	2.640,00
	veladores	43	Comandato	35,00	1.505,00
	peinadores	16	Comandato	150,00	2.400,00
	closet	16	Comandato	120,00	1.920,00
	lámparas	43	Comandato	12,90	554,70
TOTAL					14.809,7

ADMINISTRACIÓN/ RECEPCIÓN	escritorio ejecutivo	1	Comandato	150,00	150,00
	archivador 4 gavetas	1	Comandato	175,00	175,00
	sillas de oficina	2	Comandato	23,00	46,00
	juego de muebles	1	Comandato	690,00	690,00
	stand de llaves	1	Comandato	50,00	50,00
TOTAL					1.111,00
TOTAL MUEBLES Y ENCERES					19.750,7

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.3.3.2. Requerimiento de Suministro de Materiales e insumos

Para ofrecer un buen servicio tenemos que contar con suministro de materiales e insumos como los de oficina, menaje, que en las diferentes áreas nos permitirán ofrecer un servicio de calidad por lo cual detallamos a continuación los requerimientos en insumos y materiales con sus respectivos costos:

Tabla N°37: Menaje

SERVICIO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO \$	COSTO TOTAL \$
ADMINISTRACIÓN	Grapadora	2	Librería Gaby	4,50	9,00
	Perforadora	2	Librería Gaby	4,00	8,00
	Dispensador de Scotch	2	Librería Gaby	4,50	9,00
	Sellos	2	Librería Gaby	10,00	20,00
COCINA/ RESTAURANTE	basurero acero	1	MultiHogar	28,95	28,95
	Saleros	50	MultiHogar	0,75	37,50
	Azucarera	50	MultiHogar	1,50	75,00

	Servilletero	50	MultiHogar	0,75	37,50
	ollas umco pequeñas	10	MultiHogar	8,00	80,00
	Ollas (UMCO No. 30)	5	MultiHogar	115,00	575,00
	Ollas (UMCO No. 20)	5	MultiHogar	98,00	490,00
	Ollas (UMCO No. 16)	5	MultiHogar	69,00	345,00
	Paila Recortada	2	MultiHogar	82,00	164,00
	Escurreador de Platos	3	MultiHogar	15,90	47,70
	Charoles de madera	12	MultiHogar	15,00	180,00
	Tablas de picar Grande	6	MultiHogar	7,95	47,70
	Juego de 6 vasos y una jarra de vidrio	10	MultiHogar	10,00	100,00
	Platos Hondos	100	MultiHogar	1,00	100,00
	Platos Tendidos pequeño	100	MultiHogar	1,50	150,00
	Platos tendidos grandes	100	MultiHogar	3,00	300,00
	Platos Postre	100	MultiHogar	2,00	200,00
	1 taza y 1 plato para café	100	MultiHogar	2,50	250,00
	Vasos de Cristal	20	MultiHogar	3,00	60,00
	6 copas	20	MultiHogar	6,00	120,00
	juegos de cubiertos	22	MultiHogar	20,00	440,00
	juego de cucharones	5	MultiHogar	8,00	40,00
	Tamalera	2	MultiHogar	50,00	100,00
	Manteles	96	MultiHogar	5,00	480,00
	juego de cuchillos 4 piezas	2	MultiHogar	16	32,00
	TOTAL	876		570,80	4.480,35
ALOJAMIENTO	sábanas de 2 plazas	22	Almacén Laura	10,00	220,00
	sábanas de 1 plazas	13	Almacén Laura	8,00	104,00
	Cubrecamas	70	Almacén Laura	15,00	1.050,00
	Almohadas	96	Almacén Laura	5,00	480,00

	toallas grandes	96	Almacén Laura	4,00	384,00
	toallas pequeñas	96	Almacén Laura	17,00	1.632,00
	cortina para ventana	20	Almacén Laura	14,00	280,00
	cortina para baño	18	Almacén Laura	10,00	180,00
LAVANDERÍA	Escobas	6		2	12,00
	suministros de aseo y limpieza	3		10	30,00
TOTAL					42
TOTAL REQUERIMIENTO					8.898,35

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.3.3.1. Estimación de las inversiones

El presente proyecto necesitara una inversión de \$342737,04 los cuales serán cubiertos con capital propio en un 32,10% y la diferencia que es de 67,90% será financiado por la Corporación financiera Nacional.

Tabla N°38: Estimación de las inversiones

INVERSIÓN TOTAL	
ACTIVO FIJO	\$
EDIFICIO	289.976,08
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.223,00
MUEBLE Y ENSERES	19.750,70
EQUIPO DE COMPUTO	800,00
MENAJE	8.898,35
Total Activo Fijo	324.648,13
ACTIVO DIFERIDO	
Gasto Constitución	800,00
Gasto Instalación	5.950,00
Total A. Diferido	6.750,00
CAPITAL DE TRABAJO	11.338,91
TOTAL INVERSIÓN	342.737,04

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.3.3.2. Distribución en planta de la maquinaria y equipo

Para poder tener unas instalaciones confortables cómodas con un espacio amplio se ha hecho la siguiente distribución de planta.

Gráfico 16: Distribución de la planta



Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 17: Distribución Planta Baja y alta



Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Gráfico 18: Distribución Cabañas



Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

3.4. ASPECTOS AMBIENTALES

El impacto ambiental no es más que consecuencias de las transformaciones de acciones provocadas por el hombre provocando cambios perjudiciales en la naturaleza.

3.4.1. Importancia del Impacto Ambiental

Para entender la importancia de los EIA en los proyectos, debemos entender que la interacción entre el ser humano con el ambiente y los recursos naturales, inmersos en este último componente, es inevitable; la interacción es representado por un sistema complejo y sus resultados pueden ser efectos positivos y negativos, estos últimos causan preocupación creciente ya que se relaciona con la pérdida en general y que está muy relacionado con la economía global y sus proyecciones al futuro tanto de riesgo como de incertidumbre.¹³

Es importante saber, que toda actividad realizada por el hombre genera algún problema de contaminación ambiental. No obstante, ante estas conductas, la naturaleza tiene una capacidad de atenuación natural de los contaminantes ambientales, logrando reducir el grado de impacto negativo por medio de métodos físicos, biológicos y químicos.

A pesar de la capacidad de atenuación natural que tiene la naturaleza, la contaminación ambiental aumenta, debido al aumento de las actividades humanas, y con ello la acumulación de la contaminación, entonces la capacidad de carga que tiene la naturaleza será insuficiente. De este modo al proyectarnos al futuro, los estándares de calidad ambiental fijados actualmente, no serán suficientes para controlar el efecto sinérgico que ha logrado la contaminación ambiental a lo largo de los años que ha venido acumulándose.

El proceso de evaluación de impactos ambientales es muy importante su aplicación ya que su propósito fundamental consiste en poder predecir consecuencias ambientales positivas o negativas por la construcción de la hostería, se describe el

¹³<http://www.ancupa.com/images/stories/ambiental.pdf>

medio-físico y socio-económico en el que se encuentra la empresa en el presente y futuro.

Para la evaluación del impacto ambiental se tiene que realizar un examen previo en cual nos dirá si se requiere o no un estudio de impacto ambiental, luego se realizara un estudio preliminar para conocer la magnitud del impacto ambiental y su importancia.

El estudio de impacto ambiental nos permitirá:

- Conservar el medio ambiente asegurando un mejor nivel de vida para la sociedad actual y futura.
- Lograr realizar un uso racional de los recursos económicos, como consecuencia del aprovechamiento de los recursos naturales del sector.
- Logra impulsar el desarrollo de una cultura ecológica.

3.4.2. Legislación Vigente

Legislación Ecuatoriana.- La Ley de Gestión Ambiental establece que la Autoridad Ambiental Nacional la ejerce el Ministerio del Ambiente, instancia rectora, coordinadora y reguladora del sistema nacional descentralizado de Gestión Ambiental; sin perjuicio de las atribuciones que en el ámbito de sus competencias y acorde a las Leyes que las regulan, ejerzan otras instituciones del Estado.

Según la Nueva Constitución de la República del Ecuador indica:

TITULO VII

Régimen del Buen Vivir

CAPÍTULO SEGUNDO

Biodiversidad y Recursos Naturales

Art 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:¹⁴

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.
2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales y jurídicas en el territorio nacional.
3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución, y control de toda actividad que genere impactos ambientales.
4. En caso de duda sobre el alcance de las disposiciones legales en materia ambiental, éstas se aplicarán en el sentido más favorable a la protección de la naturaleza.

CAPITULO II De La Evaluación De Impacto Ambiental Y Del Control Ambiental

Art. 19.- Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

Art. 20.- Para el inicio de toda actividad que suponga riesgo ambiental se deberá contar con la licencia respectiva, otorgada por el Ministerio del ramo.

Art. 21.- Los sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental; evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación;

¹⁴ **Constitución del Ecuador; II Capítulo; Biodiversidad y Recursos Naturales**

auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos, el Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente.

Art. 22.- Los sistemas de manejo ambiental en los contratos que requieran estudios de impacto ambiental y en las actividades para las que se hubiere otorgado licencia ambiental, podrán ser evaluados en cualquier momento, a solicitud del Ministerio del ramo o de las personas afectadas. La evaluación del cumplimiento de los planes de manejo ambiental aprobados se realizará mediante la auditoría ambiental, practicada por consultores previamente calificados por el Ministerio del ramo, a fin de establecer los correctivos que deban hacerse.

Art. 23.- La evaluación del impacto ambiental comprenderá:

- a) La estimación de los efectos causados a la población humana, la biodiversidad, el suelo, el aire, el agua, el paisaje y la estructura y función de los ecosistemas presentes en el área previsiblemente afectada;
- b) Las condiciones de tranquilidad públicas, tales como: ruido, vibraciones, olores, emisiones luminosas, cambios térmicos y cualquier otro perjuicio ambiental derivado de su ejecución; y,
- c) La incidencia que el proyecto, obra o actividad tendrá en los elementos que componen el patrimonio histórico, escénico y cultural.

Art. 24.- En obras de inversión públicas o privadas, las obligaciones que se desprendan del sistema de manejo ambiental, constituirán elementos del correspondiente contrato. La evaluación del impacto ambiental, conforme al reglamento especial será formulada y aprobada, previamente a la expedición de la autorización administrativa emitida por el Ministerio del ramo.

Art. 25.- La Contraloría General del Estado podrá, en cualquier momento, auditar los procedimientos de realización y aprobación de los estudios y evaluaciones de impacto ambiental, determinando la validez y eficacia de éstos, de acuerdo con la

Ley y su Reglamento Especial. También lo hará respecto de la eficiencia, efectividad y economía de los planes de prevención, control y mitigación de impactos negativos de los proyectos, obras o actividades. Igualmente podrá contratar a personas naturales o jurídicas privadas para realizar los procesos de auditoría de estudios de impacto ambiental.

Art. 26.- En las contrataciones que, conforme a esta Ley deban contar con estudios de impacto ambiental, los documentos precontractuales contendrán las especificaciones, parámetros, variables y características de esos estudios y establecerán la obligación de los contratistas de prevenir o mitigar los impactos ambientales. Cuando se trate de concesiones, el contrato incluirá la correspondiente evaluación ambiental que establezca las condiciones ambientales existentes, los mecanismos para, de ser el caso, remediarlas y las normas ambientales particulares a las que se sujetarán las actividades concesionadas.

Art. 27.- La Contraloría General del Estado vigilará el cumplimiento de los sistemas de control aplicados a través de los reglamentos, métodos e instructivos impartidos por las distintas instituciones del Estado, para hacer efectiva la auditoría ambiental. De existir indicios de responsabilidad se procederá de acuerdo la ley.

Disposiciones Generales, Reformas Y Derogatorias Ley De Régimen Municipal¹⁵

Art. 187.- La Asociación de Municipalidades del Ecuador, contará con un equipo técnico de apoyo para las municipalidades que carezcan de unidades de gestiones ambientales, para la prevención de los impactos ambientales de sus actividades.

Art. 213.- Los Municipios y Distritos Metropolitanos efectuarán su planificación siguiendo los principios de conservación, desarrollo y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.

¹⁵ Disposiciones de reformas sobre impactos ambientales

Ley De Régimen Provincial

Art. 4.- Los Consejos Provinciales efectuarán su planificación siguiendo los principios de conservación, desarrollo y aprovechamiento sustentable de los recursos naturales.

Art.51.- Los Consejos Provinciales de acuerdo con sus posibilidades establecerán unidades de gestión ambiental que actuarán permanente o temporalmente.

3.4.3. Identificación de los Impactos Potenciales

➤ En el aire

Es uno de los factores más susceptible a sufrir impactos por las actividades turísticas en un determinado lugar, I ser un elemento vital para el ser humano, la utilización de vehículo durante el tiempo de construcción y operación genera un impacto negativo para este elemento; como es la emisión de gases contaminantes.

➤ En el agua

Dentro del centro turístico teniendo como principal actividad el hospedaje la utilización del líquido vital que es el agua un factor indispensable lo cual se podrá realizar un trato y uso inadecuado de este factor.

➤ En el suelo

La construcción de la Hostería y la utilización de la misma generan impactos negativos como compactación y contaminación por desechos orgánicos e inorgánicos.

➤ En la flora y fauna

El proyecto puede generar impactos negativos en la flora y fauna como los siguientes:

- ✓ Alejamiento de especies de fauna
- ✓ Modificación de hábitat
- ✓ Reforestación de especies nativas

✓ Perdida de flora

➤ **En el paisaje**

Durante la construcción y operación se genera impactos negativos ya que como seres humanos se tiene efectos los cuales provocaran cierta distorsión como la generación de basura, perturbación por ruido, por ende una modificación del entorno.

➤ **En el entorno social y cultural**

Se puede generar ciertas transformaciones en la cultura, costumbres ya que al ser un lugar turístico y de alojamiento pues será visitado por turistas extranjeros de otras provincias y lo cual puede generar una perturbación en lo tradicional y creencias del sector. Contribuir en la conservación de la cultura, costumbre y tradiciones del sector de los habitantes.

3.4.4. Medidas De Mitigación De Impactos

En el Aire

- Reciclaje ordenado de materiales orgánicos e inorgánicos.
- Manejo adecuado de emanación por contaminantes de emitidos del vehículo propiedad da hostería.
- Establecer espacios especiales solo para consumidores de alcohol y cigarrillos
Mantener buena ventilación los lugares serrados.

En el Agua

- Tratamiento de aguas servidas, que sean prevenientes de la cocina, servicios higiénicos.
- Adecuada protección de vertientes de agua por el sendero.
- consumo de agua del sendero de manera racional.
- Promover al cuidado del sendero impidiendo el arrojado de sustancias químicas u orgánicas al río.

En el Suelo

- Evitar deforestación
- Inculcar a la rotación de cultivos
- Programas actividades de forestación
- Control de plagas y malezas
- Realizar estudios para la ejecución de desagües adecuados.
- Controlar que los turistas al caminar por los senderos lo realicen por el área indicada.
- Instalar basureros en toda el área de recorrido en la hostería.
- Distribuir y almacenar la basura en diferentes basureros (plásticos, cristal, Aluminio y material orgánico) luego reciclar

En la Flora y Fauna

- Realizar la señalización adecuada
- Prohibir, lastimar, cazar o extraer especies de la zona.
- Utilización de objetos biodegradables.
- Impedir la extraer orquídeas del jardín botánico
- Uso adecuado de papel en sus dos caras, reducir al mínimo el consumo de papel para la ejecución de documentos.

Con respecto al entorno socio – cultural:

- Contribuir en la conservación de la cultura, costumbre y tradiciones del sector de los habitantes.
- Comprometerse en colaborar en la parroquia en lo necesario.
- Contribuir en el mejoramiento económico del sector.
- Motivar a los pobladores mediante la ejecución de talleres sobre turismo para generar empleo.
- Lograr promover una cultura de reciclaje.

- Donar los sobrantes de comida a organizaciones locales de caridad o destinarlos para alimentación de animales.

El estudio de impactos nos permitirá conocer la alteración que se pueda producir en el ambiente con la construcción de la hostería. Por lo que se ha tomado medidas necesarias con el propósito de disminuir el impacto en la zona donde se está construyendo la hostería.

3.5. ASPECTOS LEGALES

3.5.1. Nombre o razón social

La hostería y centro de recepciones funcionará bajo la nominación de “HOSTERÍA SAN ISIDRO”



3.5.1.1. Titularidad de propiedad de la empresa¹⁶

La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato que estipula de la Superintendencia de Compañías, esta será inscrita en el Registro Mercantil, la misma que será constituida bajo la denominación de Sociedad Anónima; **HOSTERÍA SAN ISIDROSA.**

La compañía se dará como existente desde el momento que se realice su inscripción.

3.5.1.2. Tipo de Empresa

La hostería y centro de recepciones se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento que se realice la inscripción; la misma que pertenece al sector privado.

¹⁶ Superintendencia de compañías

3.5.1.2.1. Requisitos legales para la constitución de la empresa.¹⁷

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
- La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades de los administradores;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
- La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
- Las normas de reparto de utilidades;
- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Una vez que se hay otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

¹⁷ Ley de Compañías

El extracto de la escritura será elaborado por la Superintendencia de Compañías y contendrá los datos que se establezcan en el reglamento que formulará para el efecto.

Art. 153.- Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse.

Art. 155 e la Ley de Compañía.- La escritura pública que contenga el convenio de promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse, serán aprobados por la Superintendencia de Compañías, inscritos y publicados en la forma determinada en los Arts. 151 y 152 de esta Ley.

3.5.1.2.2. Trámites para entrar en funcionamiento

3.5.1.2.2.1. Registro Mercantil

- Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
- Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones, sean éstas de la Superintendencia de Bancos o de Compañías.
- Certificado de afiliación a una de las cámaras del cantón Macas, según su objeto social (Debe constar el aumento de capital si trata de aquello. Si se trata de disolución o liquidación se debe presentar el certificado de desafiliación respectivo).
- Publicación del extracto (periódico).
- Razones Notariales que indiquen que los Notarios han tomado nota de las resoluciones aprobatorias al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
- Copias de la cédula de ciudadanía y el certificado de votación del compareciente(s) (VIGENTE)
- Certificado de inscripción en el Registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (Para Constituciones).

- Certificado de cumplimiento tributario otorgado por la Dirección Financiera Tributaria del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (Para actos Societarios).
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución

3.5.1.2.2.2. Registró Único De Contribuyentes (Ruc) ¹⁸

- Formulario 01A y 01B (Descarga los formularios directamente en la página del SRI: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/518>);
- Escrituras del Nombramiento del Representante Legal de la empresa;
- Presentar el original y una copia de la cédula del Representante Legal;
- Presentar el certificado de votación del Representante Legal; y
- Entregar una copia de algún servicio básico que certifique la dirección del domicilio a nombre del Representante Legal.

3.5.1.2.2.3. REGISTRO DEL ESTABLECIMIENTO

Se le realiza en el Ministerio de Turismo para la clasificación del establecimiento, cuyos requisitos y formalidades son:

- Copia **certificada** de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la oficina del registro Mercantil,
- Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- Copia de la cédula de identidad, a color
- Copia de la última papeleta de votación, a color
- Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario Con La Autorización De Utilizar El Nombre Comercial.**
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: **Quito:** Av. República 396 y Diego de

¹⁸ SERVICIO DE RENTAS INTERNAS SRI

Almagro Edif. Forum; **Guayaquil:** Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral; **Cuenca:** Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis

- Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario del Ministerio de Turismo)
- Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados
- Solicitud de registro

3.5.1.2.2.4. Registrar En La Cámara De Turismo De Morona Santiago¹⁹

Requisitos:

- Presentar el Registro Único de Contribuyentes (R.U.C)
- Copia de la cédula y papeleta de votación del representante
- Dos fotos tamaño carnet del representante
- Certificado de registro otorgado por el Ministerio de Turismo
- Copia de la Escritura o contrato de arrendamiento del local
- Pagar la cuota de ingreso fijada.

3.5.1.2.2.5. Licencias Y Certificaciones Ambientales

Requisitos para la obtención de la patente anual de operación turística

- Legislación Ambiental Secundaria, Libro III del Régimen Forestal, Título XIV de las Áreas Naturales y de la Flora y Fauna Silvestres, Capítulo I, de las Áreas Naturales, Arts. 173; 179; 180; 181; 182; 183; 184; 185; 191 y 194. **A.**

Inscripción en el registro forestal

- Solicitud dirigida al Director Nacional de Biodiversidad y Áreas Protegidas, adjuntando los siguientes requisitos: (dos copias)

¹⁹ Cámara de Turismo de Morona Santiago

- Nombre del peticionario;
- Especificaciones y certificado de matrícula del vehículo o nave que será destinado al servicio turístico y recreacional;
- Referencias bancarias actualizadas que demuestren solvencia económica y, antecedentes que garanticen su responsabilidad;
- Licencia Única Anual de Funcionamiento, otorgada por el Ministerio de Turismo y/o Municipio respectivo;
- Escritura de constitución de la compañía y certificado de cumplimiento de obligaciones otorgado por la Superintendencia de Compañías;
 - Nombramiento del representante legal o el correspondiente poder en caso de ser mandatario

3.5.1.2.2.6. Patente Municipal²⁰

Es otorgado por el Municipio de Macas, previa presentación de los siguientes requisitos:

- Formulario único de contribución y RUC
- Copia de cedula y papeleta de votación Categoría del negocio (Dirección de Higiene para los establecimientos de expendido de alimentos y demás actividades que estén controladas por la Dirección de Higiene.)
- Clave catastral de la Dirección de negocios.
- Original y copia se presentan en la Dirección de Rentas

3.5.1.2.2.7. Certificado Del Cuerpo De Bomberos²¹

Se llena la solicitud de inspección dirigida al primer jefe del cuerpo de bomberos de la localidad, posteriormente se presenta en la secretaría donde señalan la fecha de inspección de la empresa y luego presentando el informe se pagará el impuesto

²⁰ Municipio del cantón Macas

²¹ Cuerpo de Bomberos de Morona Santiago, Macas

correspondiente que dependerá de la categoría del establecimiento, y finalmente, se otorgará un certificado de inspección y pago, este certificado se debe realizar anualmente.

- Comprar un formulario, llenarlo y entregar a los bomberos.
- Conducir a los inspectores al local comercial para la verificación.

3.5.1.2.2.8. Certificado Del Ministerio De Salud (Permiso Sanitario)

El Formulario de Inspección

- Una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud a la que pertenece el domicilio del establecimiento, en la que debe constar
- Nombre del Propietario o Representante Legal (de ser el caso)
- Nombre o razón social o denominación del establecimiento
- Número del RUC y cedula de ciudadanía del propietario o representante legal
- Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.
- Ubicación del establecimiento (cantón, parroquia, calle principal e intersección)
Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la Cédula de Ciudadanía o Identidad o Pasaporte del propietario o representante legal
- Documentos que acrediten la personería jurídica (Nombramiento, si corresponde)
- Copia del permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos
- Copia de los carnets de salud del personal que labora en el establecimiento (solo aquellos que realizan la “preparación, manipulación y comercialización” según el Art.3 del mencionado Reglamento)
- Permiso del Funcionamiento del año anterior.

Número Patronal

Este es asignado por el instituto de seguridad social (IESS), con el propósito de tener por medio de éste un control de las aportaciones de cada uno de los empleados.

3.5.1.2.2.9. Permiso Sanitario ²²

Otorgada por la Dirección Provincial de Salud de Morona Santiago, para lo cual se deben con los siguientes requisitos.

- Plantilla de Inspección
- Solicitud de Salud Ocupacionales (Original y copia)
- Copia de cédula de Propietario
- Copia del RUC del establecimiento
- Clasificación del ministerio

3.5.1.2.2.10. LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Requisito otorgado por el Ministerio de Turismo indispensable para poder operar. Se le obtiene previa presentación de:

Copia de certificado de la Afiliación a la cámara de Turismo que corresponda, de acuerdo a su ubicación

3.5.2. Base Filosófica De La Empresa

3.5.2.1. Visión

Ser una empresa sólida, líder en el mercado turístico en el servicio de alojamiento, dispersión, restaurante siendo reconocida a nivel nacional e internacional, con reconocimiento y prestigio por la calidad de sus servicios y la plena satisfacción de sus turistas.

3.5.2.2. Misión

Ofrecer un servicio de calidad en alojamiento, alimentación, recepción a turistas nacionales e internacional con los últimos estándares en tecnología, contando con un personal altamente capacitado, logrando mantener fidelidad de nuestros clientes.

²²Dirección Provincial de Salud de Morona Santiago

3.5.2.3. Estrategia Empresarial

- Realizar actividades promocionales que motiven la visita a la ciudad de Macas y por ende la hostería SAN ISIDRO
- Dar alternativas y promociones para grupos turísticos de acuerdo a la demanda.
- Establecer convenios con instituciones públicas y privadas.
- Contar con personal especializado en cada una de las funciones asignadas.
- Ofrecer servicio de alimentación de calidad al gusto del turista.
- Ofrecer todas las comodidades necesarias a vanguardia con la tecnología.

3.5.2.4. Objetivos Estratégicos

- Incrementar anualmente las ventas para garantizar solidez y permanencia en el mercado turístico.
- Ofrecer nuevos servicios para mantener y potencializar la fidelidad de los turistas.
- Contribuir al desarrollo de la actividad turística para mejorar el nivel socioeconómico del sector.
- Lograr satisfacer las exigencias de los turistas.
- Contribuir en la preservación y cuidado de la flora y fauna.

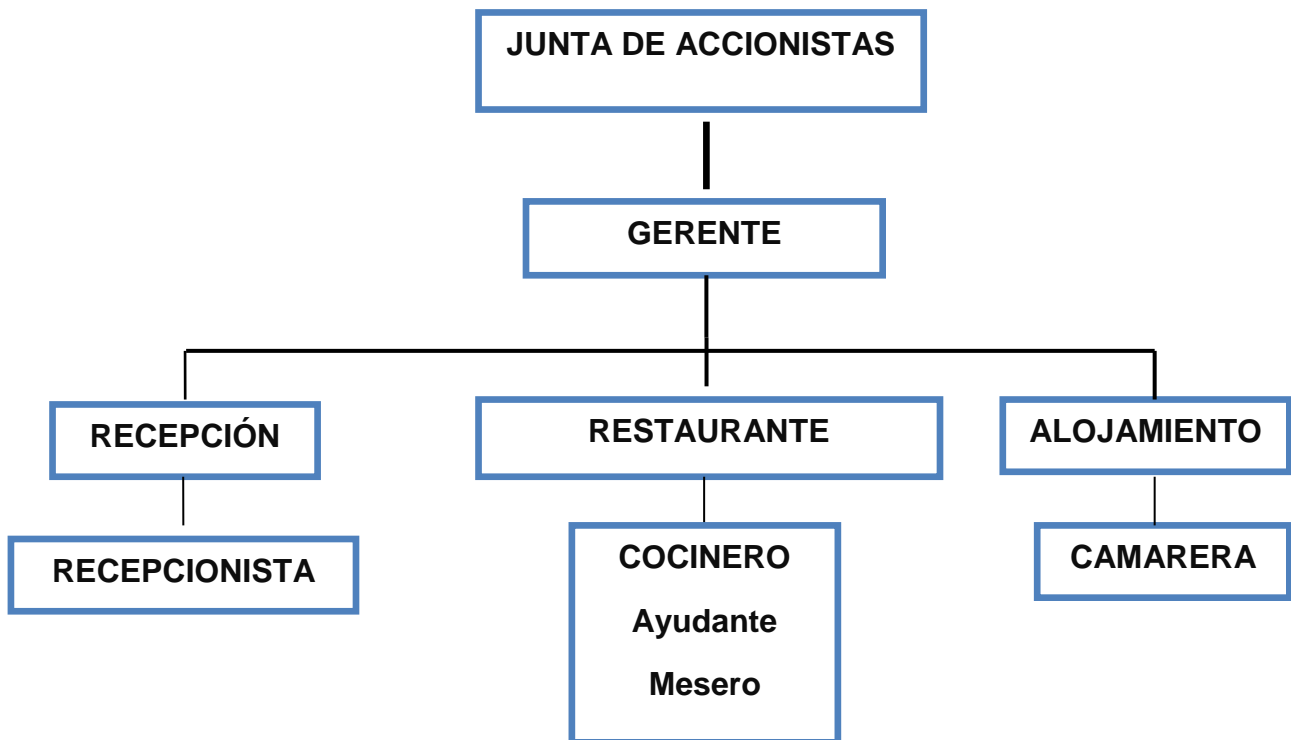
3.5.2.5. Valores

- **Transparencia:** somos una empresa que nos caracterizamos por ser leales.
- **Confianza:** brindar al turista comodidad, satisfacción.
- **Vocación de Servicio para satisfacer al Cliente:** Es una actitud del personal de la Empresa, atender las necesidades del cliente y satisfacer sus expectativas.
- **Honestidad:** Trabajamos con honradez, dignidad, equidad, solidaridad y modestia.
- **Actitud de Liderazgo:** Buscamos el mejoramiento continuo, para constituirnos en el mejor referente del desarrollo local, regional y nacional.

- **Trabajo en Equipo:** Complementamos y potenciamos las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales, para hacerlo mejor.
- **Competitividad:** Ofrecemos servicios y productos de calidad, con eficiencia, eficacia y a precios competitivos.
- **Generadores de desarrollo sustentable:** Con nuestros servicios propiciamos el desarrollo y mejoramos la calidad de vida de la colectividad, hoy y siempre.

3.5.3. Organización Administrativa

3.5.3.1. Organigrama Estructural



3.5.3.3. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

JUNTA DE ACCIONISTAS

- Controlar el cumplimiento de programas, estrategias de trabajo.
- Elegir al gerente administrativo de la empresa
- Establecer proyectos que permitan la superación de la empresa.

GERENTE GENERAL

- Representar legalmente la empresa
- Mantener informados a los inversionistas de la situación en la que se encuentra la empresa
- Ser un líder para sus colaboradores
- Administrar correctamente los recursos para mayor eficiencia de la empresa
- Trabajar en vanguardia a lo establecido en su visión y misión conjuntamente con el cumplimiento de sus objetivos.

RECEPCIONISTA

- Atender a los turistas de una manera atenta y cordial.
- Dar a conocer a los turistas los atractivos de la hostería.
- Asignar la habitación para cada turista de acuerdo a su requerimiento

CAMARERA

- Acompañar al turista hasta su habitación.
- Ser cordial atento y delicado en el trato con cada uno de los turistas
- Realizar el aseo de la habitación ocupada y
- Atender al turista con todo lo necesario logrando su comodidad.
- Mantener cada una de las habitaciones limpias, ordenadas.

COCINERO

- Coordinar cada una de las actividades de cocina ya que es el responsable de esta área.
- Preparar el menú para paquetes turísticos establecidos.
- Elaborar el menú para los turistas hospedados de acuerdo a sus preferencias.
- Efectuar el inventario de productos en existencia para la preparación de cada uno de los platos.
- Controlar la calidad y cantidad de los productos.

AYUDANTE DE COCINA

- Ayudar en la preparación de cada uno de los platos solicitados por los turistas.
- Colaborar en la limpieza de la cocina.
- Lavar vajilla y utensilios de cocina
- Mantener la cocina limpia y ordenada.

MESERO

- Atender a los turistas en el área de comedor.
- Recoger los pedidos de las mesas
- Servir las mesas a cada turista de acuerdo a su pedido
- Mantener limpio el área del comedor
- Recoger los platos ya consumidos.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

El estudio financiero de proyectos tiene como finalidad determinar el mayor o menor grado de mérito de la acción de asignar los escasos recursos de capital a determinada inversión.

Éste estudio establece prioridades en función de determinar ¿Qué producir? (justificación del uso de los recursos), ¿Cómo producir? (combinación de los factores de producción) y ¿Cuánto producir? (atención a la demanda insatisfecha).

De la misma manera en el Estudio Financiero se podrá analizar la viabilidad financiera de un proyecto, se sistematiza la información monetaria de los estudios precedentes y se analiza su financiamiento con lo cual se está en condiciones de efectuar su evaluación.

4.1. Objetivos del Estudio Económico Financiero

Objetivo Económico

Establecer los valores económicos del proyecto y para ello hay que identificar las necesidades de la inversión, ingresos, egresos y poder conocer la rentabilidad del proyecto.

Objetivo Financiero

Determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de éstos y las posibilidades reales de satisfacerlas. Además entrega la herramienta básica para la evaluación de la factibilidad económica del proyecto, que es el flujo de caja neto, con el cual se pueden obtener los indicadores de factibilidad conocidos como la TIR y el VAN.

4.2. Presupuestos De Inversión

La inversión consiste en el monto de los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, los cuales comprenden: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Para que el rendimiento de los recursos se considere óptimo debe ser igual o mayor al rendimiento que esa misma inversión.

A continuación detallaremos el presupuesto de inversión que se necesitara para poner en marcha el proyecto

Tabla N° 39: Resumen de la Inversión

CONCEPTO	VALOR \$
Activo fijo	324.648,13
Activo diferido	6.750,00
Capital de trabajo	11.338,91
TOTAL INVERSIÓN	342.737,04

Fuente: Investigación Directa

Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.2.1. Inversión de Activos Fijos

Está conformado por bienes tangibles de naturaleza permanente no disponible para la venta, mantienen un costo representativo y para la hostería es una representación operativa ya que interviene en la operación del servicio a ofrecer.

Los activos fijos, están sujetos a depreciación, entre ellos tenemos edificio, muebles y enseres, maquinaria y equipo, equipo de cómputo, menaje, que serán depreciados por su uso constante por el método de **línea recta**, estas inversiones nos ayudaran asegurar la prestación del servicio, buscando la plena satisfacción de nuestros futuros clientes.

En la siguiente tabla detallaremos las inversiones tangibles que se realizaran con el propósito de poner en marcha el proyecto:

Tabla N° 40: Inversiones Fijas

INVERSIÓNACTIVOS FIJOS	
ACTIVO FIJO	INVERSIÓN \$
EDIFICIO	289.976,08
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.223,00
MUEBLE Y ENSERES	19.750,70
EQUIPO DE COMPUTO	800,00
MENAJE	8.898,35
Total Activo Fijo	324.648,13

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.2.2. Inversiones de Activos Diferidos

Los activos diferidos o intangibles constituyen derechos exclusivos que la empresa utilizara con la finalidad de hacer los estudios pre-operacionales del proyecto así como con los gastos legales de constitución de la misma, todos estos conformaran el activo diferido que serán amortizados por los años de duración del proyecto. Serán necesarios los siguientes rubros que se detallan a continuación en el siguiente cuadro:

Tabla N°41: Inversión de Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR TOTAL \$
Gastos de Instalación	5.950,00
Gastos Legales de Constitución	800,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 6.750,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.2.3. Capital de Trabajo

El capital de trabajo es un activo corriente a corto plazo, que nos permite disponer de circulante para continuar con normal desarrollo de las actividades de la empresa.

En el caso del proyecto se realizó el cálculo del capital de trabajo por dos meses el cual explicamos en el cuadro a continuación:

Tabla N°42: Capital de Trabajo

CONCEPTO	VALOR \$
Mano Obra Directa	2.718,02
Materia Prima Directa	1890,00
Costos Indirectos de Fabricación	372,00
Gastos Administrativos	606,10
Gastos Ventas	83,33
CAPITAL DE TRABAJO MENSUAL	5.669,29
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	11.338,91

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.3. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

La inversión que se realizara para poder ejecutar el proyecto estará estructurada por capital propio que representa un equivalente de 32.10% del total de la inversión la diferencia que es de 67,90% será financiado con un crédito de la Corporación Financiera Nacional con una tasa de interés del 11%, aplicada a los crédito destinados a la área del turismo con un plazo de 5 años.

Tabla N°43: Estructura de la Inversión

CONCEPTO	TOTAL INVERSIÓN \$	RECURSOS PROPIOS \$	RECURSOS FINANCIADOS \$
Activo fijo	324.648,13	110.009,28	214.638,85
Activo diferido	6.750,00		6.750,00
Capital de trabajo	11.338,91		11.338,91
TOTAL	342.737,04	110.009,28	232.727,76
FINANCIAMIENTO	100%	32.10%	67.90%

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

En el siguiente cuadro detallamos la amortización del crédito que será otorgado por la corporación financiera nacional por un monto de \$232.727,76 con una tasa porcentual del 11%.

4.3.1. Amortización de Crédito

Tabla N°44: Amortización del Crédito

TABLA DE PAGOS (crédito de L/P)					
MONTO DE PRÉSTAMO	\$ 232.727,76				
PLAZO EN AÑOS	5,00				
PERÍODOS DE GRACIA (AÑOS)	0,00				
INTERÉS	11,00%				
FECHA, INICIO DE PLAZO	1				
VENCIMIENTO	CAPITAL	CAPITAL ACUMULADO	INTERÉS	CUOTA NOMINAL	SALDO
1	\$ 3.878,80	\$ 3.878,80	\$ 2.133,34	\$ 6.012,13	\$ 228.848,96
2	\$ 3.878,80	\$ 7.757,59	\$ 2.097,78	\$ 5.976,58	\$ 224.970,16
3	\$ 3.878,80	\$ 11.636,39	\$ 2.062,23	\$ 5.941,02	\$ 221.091,37
4	\$ 3.878,80	\$ 15.515,18	\$ 2.026,67	\$ 5.905,47	\$ 217.212,57
5	\$ 3.878,80	\$ 19.393,98	\$ 1.991,12	\$ 5.869,91	\$ 213.333,78
6	\$ 3.878,80	\$ 23.272,78	\$ 1.955,56	\$ 5.834,36	\$ 209.454,98
7	\$ 3.878,80	\$ 27.151,57	\$ 1.920,00	\$ 5.798,80	\$ 205.576,19
8	\$ 3.878,80	\$ 31.030,37	\$ 1.884,45	\$ 5.763,24	\$ 201.697,39
9	\$ 3.878,80	\$ 34.909,16	\$ 1.848,89	\$ 5.727,69	\$ 197.818,59
10	\$ 3.878,80	\$ 38.787,96	\$ 1.813,34	\$ 5.692,13	\$ 193.939,80
11	\$ 3.878,80	\$ 42.666,76	\$ 1.777,78	\$ 5.656,58	\$ 190.061,00
12	\$ 3.878,80	\$ 46.545,55	\$ 1.742,23	\$ 5.621,02	\$ 186.182,21
13	\$ 3.878,80	\$ 50.424,35	\$ 1.706,67	\$ 5.585,47	\$ 182.303,41
14	\$ 3.878,80	\$ 54.303,14	\$ 1.671,11	\$ 5.549,91	\$ 178.424,61
15	\$ 3.878,80	\$ 58.181,94	\$ 1.635,56	\$ 5.514,35	\$ 174.545,82
16	\$ 3.878,80	\$ 62.060,74	\$ 1.600,00	\$ 5.478,80	\$ 170.667,02
17	\$ 3.878,80	\$ 65.939,53	\$ 1.564,45	\$ 5.443,24	\$ 166.788,23
18	\$ 3.878,80	\$ 69.818,33	\$ 1.528,89	\$ 5.407,69	\$ 162.909,43
19	\$ 3.878,80	\$ 73.697,12	\$ 1.493,34	\$ 5.372,13	\$ 159.030,63
20	\$ 3.878,80	\$ 77.575,92	\$ 1.457,78	\$ 5.336,58	\$ 155.151,84
21	\$ 3.878,80	\$ 81.454,71	\$ 1.422,23	\$ 5.301,02	\$ 151.273,04
22	\$ 3.878,80	\$ 85.333,51	\$ 1.386,67	\$ 5.265,47	\$ 147.394,25
23	\$ 3.878,80	\$ 89.212,31	\$ 1.351,11	\$ 5.229,91	\$ 143.515,45
24	\$ 3.878,80	\$ 93.091,10	\$ 1.315,56	\$ 5.194,35	\$ 139.636,65
25	\$ 3.878,80	\$ 96.969,90	\$ 1.280,00	\$ 5.158,80	\$ 135.757,86
26	\$ 3.878,80	\$ 100.848,69	\$ 1.244,45	\$ 5.123,24	\$ 131.879,06
27	\$ 3.878,80	\$ 104.727,49	\$ 1.208,89	\$ 5.087,69	\$ 128.000,27
28	\$ 3.878,80	\$ 108.606,29	\$ 1.173,34	\$ 5.052,13	\$ 124.121,47
29	\$ 3.878,80	\$ 112.485,08	\$ 1.137,78	\$ 5.016,58	\$ 120.242,67
30	\$ 3.878,80	\$ 116.363,88	\$ 1.102,22	\$ 4.981,02	\$ 116.363,88
31	\$ 3.878,80	\$ 120.242,67	\$ 1.066,67	\$ 4.945,46	\$ 112.485,08
32	\$ 3.878,80	\$ 124.121,47	\$ 1.031,11	\$ 4.909,91	\$ 108.606,29
33	\$ 3.878,80	\$ 128.000,27	\$ 995,56	\$ 4.874,35	\$ 104.727,49
34	\$ 3.878,80	\$ 131.879,06	\$ 960,00	\$ 4.838,80	\$ 100.848,69

35	\$ 3.878,80	\$ 135.757,86	\$ 924,45	\$ 4.803,24	\$ 96.969,90
36	\$ 3.878,80	\$ 139.636,65	\$ 888,89	\$ 4.767,69	\$ 93.091,10
37	\$ 3.878,80	\$ 143.515,45	\$ 853,34	\$ 4.732,13	\$ 89.212,31
38	\$ 3.878,80	\$ 147.394,25	\$ 817,78	\$ 4.696,58	\$ 85.333,51
39	\$ 3.878,80	\$ 151.273,04	\$ 782,22	\$ 4.661,02	\$ 81.454,71
40	\$ 3.878,80	\$ 155.151,84	\$ 746,67	\$ 4.625,46	\$ 77.575,92
41	\$ 3.878,80	\$ 159.030,63	\$ 711,11	\$ 4.589,91	\$ 73.697,12
42	\$ 3.878,80	\$ 162.909,43	\$ 675,56	\$ 4.554,35	\$ 69.818,33
43	\$ 3.878,80	\$ 166.788,23	\$ 640,00	\$ 4.518,80	\$ 65.939,53
44	\$ 3.878,80	\$ 170.667,02	\$ 604,45	\$ 4.483,24	\$ 62.060,74
45	\$ 3.878,80	\$ 174.545,82	\$ 568,89	\$ 4.447,69	\$ 58.181,94
46	\$ 3.878,80	\$ 178.424,61	\$ 533,33	\$ 4.412,13	\$ 54.303,14
47	\$ 3.878,80	\$ 182.303,41	\$ 497,78	\$ 4.376,57	\$ 50.424,35
48	\$ 3.878,80	\$ 186.182,21	\$ 462,22	\$ 4.341,02	\$ 46.545,55
49	\$ 3.878,80	\$ 190.061,00	\$ 426,67	\$ 4.305,46	\$ 42.666,76
50	\$ 3.878,80	\$ 193.939,80	\$ 391,11	\$ 4.269,91	\$ 38.787,96
51	\$ 3.878,80	\$ 197.818,59	\$ 355,56	\$ 4.234,35	\$ 34.909,16
52	\$ 3.878,80	\$ 201.697,39	\$ 320,00	\$ 4.198,80	\$ 31.030,37
53	\$ 3.878,80	\$ 205.576,19	\$ 284,45	\$ 4.163,24	\$ 27.151,57
54	\$ 3.878,80	\$ 209.454,98	\$ 248,89	\$ 4.127,69	\$ 23.272,78
55	\$ 3.878,80	\$ 213.333,78	\$ 213,33	\$ 4.092,13	\$ 19.393,98
56	\$ 3.878,80	\$ 217.212,57	\$ 177,78	\$ 4.056,57	\$ 15.515,18
57	\$ 3.878,80	\$ 221.091,37	\$ 142,22	\$ 4.021,02	\$ 11.636,39
58	\$ 3.878,80	\$ 224.970,16	\$ 106,67	\$ 3.985,46	\$ 7.757,59
59	\$ 3.878,80	\$ 228.848,96	\$ 71,11	\$ 3.949,91	\$ 3.878,80
60	\$ 3.878,80	\$ 232.727,76	\$ 35,56	\$ 3.914,35	\$ 0,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4. Presupuesto De Costos, Gastos Y Ventas

4.4.1. Presupuesto De Costos

Después de realizar el presupuesto de inversión que nos sirve para implementar y poner en marcha el proyecto, debemos de realizar el presupuesto de costo, gastos que se desarrollaran durante la vida útil del proyecto dentro de estos tenemos los costos directos, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación que representan los costos que interviene en la prestación del servicio.

4.4.1.1. Materia Prima Directa (Restaurante)

Se considera materia prima a los elementos que participan directamente en la transformación para obtener un nuevo producto o servicios, en nuestro caso tenemos materia prima en el servicio de restaurante la cual detallamos a continuación en el siguiente cuadro:

Tabla N°45: Matera Prima

MATERIA PRIMA DIRECTA			
CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNIT	TOTAL
12	QUINTALES DE PAPA	12	144
24	QUINTALES DE ARROZ	50	1200
6	QUINTALES DE AZUCAR	55	330
1	QUINTAL DE ARINA	40	40
1	QUINTAL DE FIDEO	80	80
24	QUINTALES DE YUCA	16	384
144	RACIMOS DE VERDE	5	720
144	MARISCOS VARIADOS	55	7920
144	CARNICOS	35	5040
144	PORCINES DE LEGUMBRES	20	2880
144	PORCINES DE ALIÑOS	8	1152
144	PORCINES DE HORTALIZAS	5,48	790
	TOTAL		20680,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.1.2. Mano de Obra Directa

Es la remuneración percibida por cada uno de los colaboradores, que son parte de la cadena de la prestación de servicios tales como los de hospedaje, restaurante, salón de recepciones. En el siguiente cuadro podremos apreciar los rubros de la mano de obra directa:

Tabla N°46: Mano de Obra Directa

MANO DE OBRA DIRECTA				
OBREROS	CANTIDAD	REMUNERACIÓN MENSUAL INDIV.	REMUNERACIÓN MENSUAL TOTAL \$	REMUNERACIÓN ANUAL \$
Recepcionista	2	439,58	879,16	10.549,92
Camarera	1	439,58	439,58	5.274,96
Cocinero	1	520,12	520,12	6.241,44
Mesero	1	439,58	439,58	5.274,96
Ayudante de cocina	1	439,58	439,58	5.274,96
TOTAL	6	2.278,44	2.718,02	32.616,24

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.1.3. Costos indirectos de fabricación

4.4.1.3.1. Materia prima indirecta

Son los materiales utilizados en el proceso de la prestación del servicio que son de difícil cuantificación y medición el cual detallaremos a continuación en el siguiente cuadro.

Tabla 47: Materia prima Indirecta

MATERIALES INDIRECTOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
COMBUSTIBLE (GAS)	36,00	\$ 2,60	\$ 93,60
TOTAL		\$ 2,60	\$ 93,60

Fuente: Investigación Directa
Realizado Por: Abigail García, Miguel León

4.4.1.3.2. Suministros de aseo y limpieza

Este rubro está compuesto por los suministros de aseo y limpieza que participan indirectamente para la prestación de los servicios correspondientes. En el siguiente cuadro se detalla los rubros que intervienen en esta cuenta:

Tabla N° 48: Suministros de aseo y limpieza

Área	Descripción	Cant.	Costo Unt \$	Costo Mensual \$	Costo Total Anual \$
COCINA/ RESTAURANTE	servilletas Paquetes	10	2,00	20,00	240,00
	insumos de aseo	1	20,00	20,00	240,00
	desinfectantes	1	4,00	4,00	48,00
Total				44,00	528,00
Lavandería	Detergentes	1	10,00	10,00	120,00
	suavitel galón de 5 lt.	1	5,00	5,00	60,00
	cloro galón 5 lt	1	5,00	5,00	60,00
Total				20,00	240,00
Alojamiento	Champo	200	0,10	20,00	240,00
	Papel Higiénico	30	3,00	90,00	1.080,00
	Jabón	200	0,10	20,00	240,00
	Ambiental	1	4	4,00	48,00
Total				134,00	1.608,00
Salón de Recepciones	desinfectantes	1	4,00	4,00	48,00
	Ambientales	1	4,00	4,00	48,00
Total				8,00	96,00
TOTAL INSUMOS				206,00	2.472,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.1.3.3. Gastos De Servicios Básicos

Los gastos de servicios básicos son variables y están compuestos por los rubros de agua, electricidad, teléfono, y su costo cambia de acuerdo a la cantidad de servicio prestado.

Tabla N°49: Gastos de Servicios Básicos

DESCRIPCIÓN	MENSUAL \$	TOTAL ANUAL \$
Luz	38,00	456,00
Agua	10,00	120,00
Teléfono	62,00	744,00
TOTAL		1320,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.1.3.4. Depreciación de Activos Fijos

La depreciación de los activos fijos representa un escudo fiscal que ayuda de deducir el pago de impuesto y el ahorro para la adquisición de nuevos activos, con el fin de promover la inversión.

Para la depreciación de los activos fijos se aplicó el **método de la línea recta** que consiste en que el activo sufre un desgaste constante con el paso del tiempo, por su uso.

Tabla N°50: Depreciación Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	COSTO DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN %	DEPRECIACIÓN ANUAL \$
Edificios	289.976,08	14498,80	20	0,05	13.773,86
Equipos de cómputo	800,00	266,67	3	0,33	177,78
Muebles y Enseres	19.750,70	1975,07	10	0,10	1.777,56
Maquinaria y Equipo	5.223,00	522,30	10	0,10	470,07
Menaje	8.898,35	889,84	10	0,10	800,85
TOTAL	324.648,13	18152,68			17.000,12

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

A continuación se detalla la Depreciación acumulada y proyectada por el periodo de vida útil del proyecto:

Tabla N° 51: Proyección de la Depreciación

ACTIVOS FIJOS	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACIÓN				
		ANUAL 1 \$	año 2 \$	año 3 \$	año 4 \$	año 5 \$
Edificios	289.976,08	13.773,86	13.773,86	13.773,86	13.773,86	13.773,86
Equipos de cómputo	800,00	177,78	177,78	177,78	00,00	00,00
Muebles y Enseres	19.750,70	1.777,56	1.777,56	1.777,56	1.777,56	1.777,56
Maquinaria y Equipo	5.223,00	470,07	470,07	470,07	470,07	470,07
Menaje	8.898,35	800,85	800,85	800,85	800,85	800,85
TOTAL	324.648,13	17.000,12	17.000,12	17.000,12	16.822,34	16.822,34

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.1.3.5. Costos de mantenimiento de equipos

Este rubro comprende todos los desembolsos por el concepto de reparación, conservación de las instalaciones, maquinaria y equipos, muebles y enseres en si por todos los activos fijos, para su cálculo hemos designada un porcentaje del valor del activo que será calculado durante los cinco años que dure el proyecto.

Tabla 52: C .Reparación y Mantenimiento

REPARACIONES Y MANTENIMIENTO			
CONCEPTOS	VALOR ACT. FIJO \$	PORCENTAJE APLICADO	VALOR TOTAL \$
Equipos de cómputo	800,00	1,00%	8,00
Muebles y Enseres	19.750,70	0,50%	98,75
Maquinaria y Equipo	5.223,00	2,00%	104,46
TOTAL			211,21

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.1.3.6. Gasto De Imprevistos

En este rubro se especifica desembolsos que se realiza de un momento a otro para dar soluciones a los problemas que se den al momento de la ejecución del proyecto.

Tabla 53: Imprevistos

CONCEPTO	C.I.F.	% IMPREVISTOS	TOTAL
Costos Indirectos De Fabricación	\$ 36.713,05	1,00%	\$ 367,13
TOTAL			\$ 367,13

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.1.3.7. Amortización de activos Diferidos

Es la amortización de los gastos pre operacionales se realiza dividiendo el total de gastos para los años de vida útil del proyecto, a continuación detallamos en el siguiente cuadro la amortización proyectada de los activos diferidos;

Tabla N° 54: Amortización Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR TOTAL	AMORTIZACIÓN				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Instalación	5.950,00	1.190,00	1.190,00	1.190,00	1.190,00	1.190,00
Gastos Legales de Constitución	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
SUBTOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	6.750,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00	1.350,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.2. PRESUPUESTOS DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE VENTAS

4.4.2.1. Gastos Administrativos

Está compuesto por los rublos que comprenden con la dirección y administración de la empresa, aquellos que detallamos a continuación en el siguiente cuadro:

Tabla N°55: Gastos Administrativos

CONCEPTO	Total MENSUAL \$	Total ANUAL \$
Remuneración	546,10	6.553,20
Útiles de oficina	30,00	360,00
Viáticos, movilización	30,00	360,00
total gasto	606,10	7.273,20

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.2.2. Gasto Publicidad

En este rubro se detalla los gastos que se realizaran para atraer nuevos clientes, y como el de posesionarnos en el mercado dando a conocer nuestros servicios por diferentes canales de información; por ello detallamos a continuación en el siguiente cuadro los rubros:

Tabla N°56: Gasto Publicidad

DESCRIPCIÓN	TOTAL \$
Radio	250,00
Internet	530,00
Trípticos	80,00
Afiches	60,00
Tarjetas	80,00
TOTAL	1000,00

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.4.3. Resumen del presupuesto de costos y gastos

Luego de detallar todos los costos y gastos que se realizaran durante la operación del proyecto le resumimos en el siguiente cuadro con sus rubros respectivos:

Tabla N°57: Resumen de Costos y Gastos

COSTOS FIJOS	AÑO 1
	Valores \$
Mano de obra directa	32616,24
Reparación y mantenimiento	211,21
Depreciación	17000,12
Amortización	1350,00
Gastos de Ventas	1000,00
Gastos de Administración	7273,20
Gastos Financieros	23253,38
TOTAL COSTOS FIJOS	82704,15
COSTOS VARIABLES	
Materia prima	22.680,00
Servicios Básicos	1320,00
Imprevistos	367,13
Suministros	2472,00
Materiales Indirectos	93,60
TOTAL COSTOS VARIABLES	26932,73
TOTAL COSTO FIJO+VARIABLE	109.636,88

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.5. PRESUPUESTO DE INGRESOS

4.5.1. PRESUPUESTO DE VENTAS

Luego de haber determinado nuestros costos y gastos es indispensable realizar el presupuesto de ingresos que se obtendrá por la prestaciones de servicios como el de hospedaje, restaurante, salón de recepciones y como de visitas a las instalaciones, los ingresos de hospedaje se han calculado por el 43% de la capacidad instalada del proyecto, en el restaurante será el 75% de la capacidad instalada debido a que estará abierta al público en general y el centro de recepciones se ha calculado por el número de veces que se alquile lo que corresponde a 60 veces al año, para su mejor entendimiento les explicamos a continuación en el siguiente cuadro:

Tabla 58: Presupuesto de Ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS					
VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CRECIMIENTO ESTIMADO DEL VOLUMEN DE VENTAS	0%	6%	8%	10%	12%
EN UNIDADES DE PRODUCTO – SERVICIOS					
Hospedaje	6.912,00	7.326,72	7.912,86	8.704,14	9.748,64
Restaurante	12.960,00	13.737,60	14.836,61	16.320,27	18.278,70
salón de eventos	60,00	63,60	68,69	75,56	84,62
Total	19.932,00	21.127,92	22.818,15	25.099,97	28.111,97
PRECIO ESTIMADO EN DÓLARES					
CRECIMIENTO ESTIMADO EN EL PRECIO DE VENTAS	0%	3%	4%	5%	6%
Hospedaje	25,00	25,75	26,78	28,12	29,81
Restaurante	3,80	3,91	4,07	4,27	4,53
salón de eventos	180,00	185,40	192,82	202,46	214,60
INGRESOS TOTALES	232.848,00	254.223,45	285.543,77	329.803,06	391.542,19

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.5. Evaluación Financieros

4.5.1. Balance general inicial y proyectado

El balance general es un estado financiero que nos muestra la situación financiera de la empresa con el objeto de determinar la viabilidad económica del proyecto luego de su respectivo análisis financiero de los diferentes estados financieros. En el

siguiente cuadro se muestra el balance general inicial como proyectado por la vida útil del proyecto:

Tabla N°59: Estado de Situación Inicial proyectado

Fuente: Investigación Directa

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL HOSTERÍA SAN ISIDRO			
ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			
Caja y bancos	\$11.338,91	\$	\$
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		11.338,91	
ACTIVOS FIJOS			
Terreno	3000,00		
Edificios	289.976,08		
Equipos de cómputo	800,00		
Muebles y Enseres	19.750,70		
Maquinaria y Equipo	5.223,00		
Menaje	8.898,35		
ACTIVOS DIFERIDO NETO		6.750,00	
TOTAL ACTIVOS			<u>345.737,04</u>
PASIVO			
PASIVO LARGO PLAZO			
	232.727,76		
TOTAL PASIVO		232.727,76	
PATRIMONIO			
Capital social	110.009,28		
Donación	3000,00		
TOTAL DE PATRIMONIO		113.009,28	
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO			<u>345.737,04</u>

Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.5.1. Estado De Resultados Proyectado

El estado de pérdidas y ganancias nos muestra los resultados de un determinado periodo como es la utilidad, perdida, es atizado para realizar los flujos de efectivo del proyecto, para conocer el beneficio real de la empresa y los impuestos causados que deberá pagar por su operación.

Tabla N°60: Estado de Resultados

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS					
HOSTERIA SAN ISIDRO S.A.					
PERÍODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO	MONTO
VENTAS NETAS	232848,00	254223,45	285543,77	329803,06	391542,19
(-)COSTO DE VENTAS	78110,30	85280,83	95787,42	110634,47	131345,25
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	154737,70	168942,62	189756,35	219168,59	260196,95
(-)GASTO DE PUBLICIDAD Y VENTAS	1000,00	1091,80	1226,31	1416,39	1681,54
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	7273,20	7636,86	8018,70	8419,64	8840,62
(=)UTILIDAD (PÉRDIDA) OPERACIONAL	146464,50	160213,96	180511,34	209332,56	249674,79
(-)GASTOS FINANCIEROS	23253,38	18133,37	13013,36	7431,13	2737,78
(-)OTROS EGRESOS	367,13	400,83	450,22	520,00	617,34
(=)UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES DE PARTICIPACIÓN	122843,99	141679,76	167047,76	201381,43	246319,66
(-)15% PARTICIPACIÓN LABORAL	18426,60	21251,96	25057,16	30207,22	36947,95
(=)UTILIDAD (PÉRDIDA) ANTES DE IMPUESTOS	104417,39	120427,79	141990,60	171174,22	209371,71
(-)IMPUESTO A LA RENTA	22971,83	26494,11	31237,93	37658,33	46061,78
(=)UTILIDAD (PÉRDIDA) NETA	81445,56	93933,68	110752,67	133515,89	163309,94

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.5.2. Flujo de Caja

El flujo de caja se refleja los ingresos y egresos en el momento que ocurre las transacciones. El principio básico de la evaluación es que el proyecto resulta rentable en la medida que los beneficios superen los costos.

Tabla N°61: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Per. Preoperacional					
VENTAS		232848,00	254223,45	285543,77	329803,06	391542,19
EGRESOS						
(-)Egresos Operacionales						
Operativos		78110,31	80602,12	85884,06	90865,74	99775,25
Administrativos		7273,20	7636,86	8018,70	8419,64	8840,62
Ventas		1000,00	1091,80	1226,31	1416,39	1681,54
(-)Egresos no Operacionales						
Gasto Financiero		23253,38	18133,37	13013,36	7431,13	2737,78
(=)UTILIDAD ANTES DE PART. A TRABAJADORES		123211,11	146759,29	177401,34	221670,17	278507,00
Pago participación utilidades 15%		18481,67	22013,89	26610,20	33250,52	41776,05
(=)UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA		104729,44	124745,40	150791,14	188419,64	236730,95
Impuesto del 22% Impuesto a la renta		23040,48	27443,99	33174,05	41452,32	52080,81
(=)UTILIDAD NETA		81688,97	97301,41	117617,09	146967,32	184650,14
(+) depreciación activos fijos		17000,12	17000,12	17000,12	16822,34	16822,34
(+) amortización intangibles		1350,00	1350,00	1350,00	1350,00	1350,00
(+) Valor de Salvamento						18151,88
Inversion de Activos Fijos	324648,13					
Inversion de Activos Diferidos	6750,00					
Capital de trabajo	11338,91					
FLUJO DE CAJA	342737,04	100039,09	115651,54	135967,21	165139,66	202822,48

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

4.5.3. Evaluación financiera

La evaluación de proyectos por medio de métodos matemáticos - financieros es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo; sobre todo analiza las técnicas de medición de la rentabilidad del proyecto.

4.5.3.1. Determinación de la tasa de descuento o Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

Una de las variables que más influyen en el resultado de la evaluación de un proyecto es la tasa de descuento empleada en la actualización de los flujos de caja. Aun cuando todas las restantes variables se hayan proyectado en forma adecuada, la utilización de una tasa de descuento inapropiada puede inducir a un resultado errado en la evaluación.

La tasa de descuento se diferencia de la tasa de interés, en que esta se aplica a una cantidad original para obtener el incremento que sumado a ella da la cantidad final, mientras que el descuento se resta de una cantidad esperada para obtener una cantidad en el presente.

Para poder determinar la TMAR se procura a realizar primero el cálculo del costo de oportunidad.

costo de oportunidad.

Tabla N° 62: Costo de oportunidad

COSTO DE OPORTUNIDAD (Ck)				
	% de Aporte		TN	KPP
INVERSION PROPIA	32,10%	0,3210	0,0453	0,0145
INVERSION FINANCIADA	67,90%	0,6790	0,11	0,0757
COSTO DE OPORTUNIDAD				0,0902
				9,02%

TN: tasa nominal

KPP: costo promedio ponderado del capital

Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

Debemos realizar algunos cálculos pertinentes para obtener el valor de la Tasa de Rendimiento Económico mínimo aceptable.

$$\text{TMAR} = 1 + Ck + i - 1$$

Dónde:

Ck: costo de oportunidad

i: tasa de inflación anual

Reemplazamos valores y realizamos operaciones matemáticas básicas.

$$\text{TMAR} = 1 + 0,0902(1) + 0,0227 - 1$$

$$\text{TMAR} = 0,1129$$

$$\text{TMAR} = 11,21\%$$

4.5.3.2. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto de una inversión o proyecto de inversión es una medida de la rentabilidad absoluta neta que proporciona el proyecto, esto es, mide en el momento inicial del mismo, el incremento de valor que proporciona a los propietarios en términos absolutos, una vez descontada la inversión inicial que se ha debido efectuar para llevarlo a cabo.²³

Es aquel que permite determinar la valoración de una inversión a través la sumatoria de los valores actualizados (a una tasa atractiva mínima de rendimiento), del flujo neto de fondos. Con este método los flujos de fondos se descuentan para encontrar su valor actual; consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente, considerando un porcentaje fijo que representa el valor del dinero en el tiempo, es decir la diferencia entre los beneficios y los costos traídos a su valor equivalente en el año cero es el Valor Actual Neto.

²³<http://todoproductosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto>

Tabla N° 63: Valor actual neto

AÑO	FLUJO DE E.	F. DE ACT. 11%	F. DE E. ACT.	F. DE E. ACT. ACUM
0	-342737,04	1	-342737,04	-342737,04
1	100039,09	0,90	90125,31	-252611,73
2	112549,56	0,81	91347,74	-161263,99
3	129401,28	0,73	94617,10	-66646,89
4	152032,99	0,66	100148,84	33501,95
5	181891,58	0,59	107943,80	141445,75
			VAN	141445,75

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Los criterios de decisión del VAN determinan lo siguiente:

- $VAN > 0$; el proyecto es atractivo ya que el rendimiento de los dineros invertidos es mayor que la tasa de rendimiento i , es decir, el proyecto arroja un beneficio aún después de cubrir el costo de oportunidad de las alternativas de inversión,
- $VAN = 0$; el proyecto también es aceptable ya que el rendimiento de los dineros invertidos es exactamente igual a la tasa de rendimiento i .
- $VAN < 0$; el proyecto es inconveniente ya que el rendimiento de los dineros invertidos es menor que la tasa de rendimiento i .

Como se puede observar el VAN es de 141445,75 hemos aplicado el factor de actualización que en este caso viene hacer la tasa de inflación anual del 11,21%.Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

4.5.3.3. Tasa Interna De Retorno

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto -

expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.²⁴

La TIR se obtuvo aplicando la siguiente fórmula:

$$TIR = i_0 = \sum_{n=1}^t \frac{FNT_t}{(1+i)^n}$$

TIR= 25%

La TIR para el proyecto se presenta a continuación:

Tabla 64: Tasa interna de retorno

AÑOS	FLUJO DE EFECTIVO	Factor de Actualizac.	F.Efectivo Actualiza.	F.Efectivo Act. Acum.
		25%		
0	(342.737,04)	1	(342.737,04)	(342.737,04)
1	100.039,09	0,80	80.240,61	(262.496,43)
2	112.549,56	0,64	72.409,04	(190.087,39)
3	129.401,28	0,52	66.774,72	(123.312,67)
4	152.032,99	0,41	62.926,83	(60.385,84)
5	181.891,58	0,33	60.385,84	0,00
FLUJO ACTUALIZADO			342.737,04	

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Como podemos observar la TIR=25% mostrándonos un nivel de rentabilidad que supera la tasa de descuento o de rendimiento del 11,21%.

4.5.3.4. Beneficio Costo

El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Este método se

²⁴Lahoud, Daniel Los Principios de Las Finanzas y los Mercados Financieros.

aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, etc., prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales y/o económicas.

Tabla 65: Razón beneficio / costo

AÑO	INGRESOS	F. DE ACT. 11%	INGRESOS ACT.	EGRESOS	EGRESOS ACT.
1	232848,00	0,90	209376,85	109636,89	98585,46
2	254223,45	0,81	205554,94	112142,86	90674,24
3	285543,77	0,73	207606,61	118045,80	85826,03
4	329803,06	0,65	215615,17	127901,63	83618,18
5	391542,19	0,59	230175,64	144605,19	85008,95
		SUMA I. ACT	1068329,22	SUMA E. ACT	443712,86

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

$$B/C = 1068329,22 \div 44372,86$$

B/ C=	2,41
-------	------

Como podemos observar el beneficio costo de nuestra inversión es de \$2.41, esto nos quiere decir que por cada dólar invertido vamos a tener de retorno un 1.41 por lo cual el proyecto es rentable, se recupera la inversión y se tiene un beneficio además de la recuperación

4.5.3.5. Periodo De Recuperación De La Inversión

$$PRI = n - 1 + ((F.A) / F)$$

Dónde:

N = Año en el que el flujo acumulado cambia de signo.

(F*A)n-1 = Flujo de efectivo acumulado en el año previo a N

F*n= Flujo Neto de Efectivo en el año N

$$PRI = 4 - 1 + (66646,89 / 33501,95)$$

$$PRI = 4 - 1 + (1,989343605)$$

$$PRI = 4,989343605$$

PRI= 4años, 11 meses, 12 días

4.5.3.6. Punto De Equilibrio

Para el cálculo del punto de Equilibrio es necesario establecer los costos en que se incurren dentro del proceso productivo.

Los costos fijos como su nombre lo dice son costos que no varían se mantienen estáticos, mientras que los variables a van a variar de acuerdo a al volumen de venta.

Tabla 66: Costos variables y fijos

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
Reparación y mantenimiento	211,21	Materia prima	22680
Depreciación activos fijos	17000,12	Imprevistos	367,13
Amortización activos diferidos	1350,00	Suministros	2472
Gastos de Ventas	1000	Materiales Indirectos	93,6
Gastos de Administración	7273,20	Servicios Básicos	1320
Sueldos	32616,24	TOTAL COSTOS VARIABLES	26932,73
Gastos Financieros	23253,38		
TOTAL COSTOS FIJOS	82704,15		

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León

Es el cálculo que se realiza para poder determinar las cantidades mínimas que se deben vender para poder cubrir el costo y gastos de la empresa, o a la vez los ingresos mínimos que debe de tener para no perder. Para poder conocer nuestro punto de equilibrio hemos aplicado la siguiente fórmula en dólares:

$$P.E. \$ = \frac{82704,15}{1 - \frac{26932,73}{232848,00}}$$

$$\begin{array}{r}
 \text{P.E. \$=} \quad 84024,15 \\
 \hline
 \quad \quad \quad 25.612,73 \\
 1- \quad \quad \quad \hline
 \quad \quad \quad 232848,00
 \end{array}$$

$$\text{P.E\$=} \quad 92925,76$$

Para el cálculo del punto de Equilibrio en unidades se utilizara la ecuación:

$$\text{P.E.} = \frac{\text{CF}}{V - C V u}$$

Dónde:

CF= Costos Fijos Totales

V= Precio de Venta unitario

CVu= Costo variable unitario

CF= 85374,19

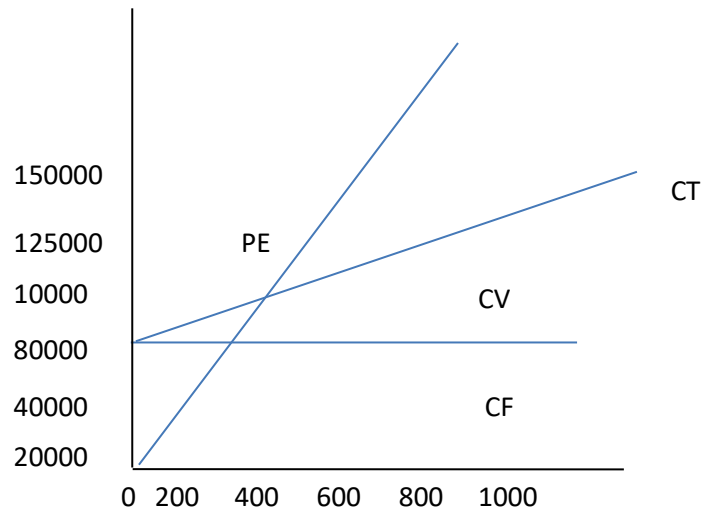
V= 208,80

CVu= 1,29 que resulta del costo variable total para el número total de unidades.

$$\text{PE} = \frac{82704,15}{208,80 - 1,29}$$

$$\text{PE=} \quad 399$$

Mediante los datos obtenidos se obtuvo el punto de equilibrio en dólares y unidades producidas lo cual demostrando en la gráfica podemos ver que es punto neutro donde ingresos y gastos son igual a cero.



4.5.3.7. Índices Financieros

En una economía inflacionaria como la nuestra el referirse a estados financieros no es recomendable, puesto que no demuestra una situación real de las empresas, por esta razón para evaluar y relacionar cifras que contienen los estados financieros reales se emplean las índices financieros.

Estos índices permiten y facilitan comparaciones entre cuentas del balance con otras del estado de rendimientos para conocer de una forma adecuada si se están cumpliendo las políticas de la empresa dentro de las principales áreas de operación de la misma.

$$\begin{aligned}
 \text{ROTACION DE ACTIVOS} &= \frac{\text{Ventas Anuales}}{\text{Activos totales}} \\
 &= \frac{23248,00}{345737,04} \\
 &= 0,67
 \end{aligned}$$

Lo que significa que los activos totales rotarán 0.67 veces al año.

$$\begin{aligned}
 \text{MARGEN DE UTILIDAD} &= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas totales}} \\
 &= \frac{81688,97}{23248,00} \\
 &= 3,51 \%
 \end{aligned}$$

La utilidad Neta para el primer año de operación (2014) corresponderá a un 3,51% de las ventas anuales.

➤ **INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN TOTAL**

Nos permite conocer el rendimiento de la inversión de los accionistas.

$$\text{RIT} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}}$$

$$\text{RIT} = \frac{81688,97}{342737,04}$$

$$\text{RIT} = 23,83\%$$

El resultado nos demuestra que es un indicador aceptable.

➤ **INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS**

Este índice indica el porcentaje final que queda como residuo a la empresa.

$$\text{RSV} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Utilidad Neta}}$$

$$\text{RSV} = \frac{232848}{81688,97}$$

$$\text{RSV} = 2,85\%$$

La utilidad sobre las ventas en el primer año es del 2,85%, incrementándose paulatinamente por el aumento en del servicio.

➤ **INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE EL CAPITAL PROPIO**

Es el que permite conocer el porcentaje del rendimiento del capital propio.

$$RCP= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital propio}}$$

$$RCP= \frac{81751,03}{110009,28}$$

$$RCP= 74,31\%$$

Nos refleja el beneficio que se obtiene puesto que es superior al costo de oportunidad de capital, lo que lo hace atractivo con el 74,31%.

➤ **INDICE DE RENTABILIDAD ECONÓMICA**

$$RE= \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Fijos}}$$

$$RE= \frac{81688,97}{324648,13}$$

$$RE= 23,86\%$$

Como se puede observar la empresa mantiene el 23,86% de rentabilidad.

➤ **INDICE DE ESTRUCTURA FINANCIERA**

$$PA = \frac{\text{Patrimonio}}{\text{Total Activos}}$$

$$PA = \frac{113009,28}{324648,13}$$

$$PA = 34,81\%$$

➤ **INDICE DE SOLIDEZ**

$$IS = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activos Total}}$$

$$IS = \frac{232727,76}{345737,04}$$

$$IS = 67,31$$

Evidentemente se puede observar que la empresa mantiene un gran respaldo por parte de su patrimonio.

➤ **INDICE DE APALANCAMIENTO**

$$\text{Deuda Capital} = \frac{\text{Deuda Total}}{\text{Patrimonio Accionistas}}$$

$$\text{Deuda Capital} = \frac{232727,76}{113009,28}$$

$$\text{Deuda Capital} = 2,05\%$$

En los índices financieros nos ratifican que el proyecto no tendrá problema alguno a la hora de poner en marcha por lo cual es económicamente viable.

4.5.3.8. Análisis de sensibilidad

Para probar la sensibilidad del proyecto se ha considerado la tasa de inflación anual actual que es del 2,27%; los mismos que se verán reflejados en los ingresos y egresos, de esta manera se obtiene las siguientes variaciones en relación a cálculos anteriores realizados.

CRITERIO	NORMAL	+2,27% Costos	-2,27Ingresos
VAN	141445,75	106025,81	110149,96
TIR	25%	26%	23,20%
B/C	2,41	2,25	2,35

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ✓ En el desarrollo de la investigación de mercado nos permitió diagnosticar que existe en el mercado una demanda insatisfecha alta, ya que la oferta existente no cubre en su totalidad las exigencias del mercado, por ende la “Hostería San Isidro S.A.” tiene una gran oportunidad en del mercado turístico.
- ✓ A través del estudio técnico se ha logrado demostrar la disponibilidad de ofrecer un excelente servicio; mediante a la adecuada selección de alternativas para su localización, tamaño óptimo y del uso adecuado de los recursos disponibles y activos fijos y diferidos necesarios que intervienen en el desarrollo del proyecto.
- ✓ Mediante el análisis del estudio ambiental del sector donde se va a ejecutar el proyecto, se determinó los posibles daños que se podría ocasionar en la flora y fauna por la construcción de la “Hostería San Isidro S.A.” como también por la manipulación humana en el lugar.
- ✓ El estudio económico-financiero permite conocer los ingresos, egresos y la utilidad obtenida del proyecto, a más de esto mediante los indicadores financieros (VAN, TIR, B/C, PRI) demuestran una la rentabilidad y para posteriormente proceder con la puesta en marcha del proyecto.

RECOMENDACIONES

- ✓ Realizar una estrategia de comercialización adecuada para lograr despertar interés del mercado por nuestro servicio, además brindar un servicio de calidad, buscando siempre la plena satisfacción del cliente haciendo que estos tenga una nueva y única experiencia, logrando su fidelidad y recomendación.

- ✓ A partir del segundo o tercer año es aconsejable buscar fuentes de financiamiento para crear más servicios con el propósito de obtener mayor captación de turistas, y poder ir minimizando la capacidad instalada no ocupada.

- ✓ Crear estrategias de mitigación, remediación del ambiente en donde se va a desarrollar el proyecto, con los cuales se reducirá al mínimo el impacto negativo al ambiente, se deberá a cumplir a cabalidad con el plan de remediación.

- ✓ Se recomienda que se haga un seguimiento estricto de los presupuestos de gastos como de ingresos para que se dé cumplimiento con lo proyectado, haciendo así que la rentabilidad sea una realidad para los inversionistas.

RESUMEN

La presente tesis consiste en la “Creación de una Hostería y Centro de Recepciones en la Parroquia San Isidro, Cantón Macas, provincia de Morona Santiago” con el propósito de brindar servicio de hospedaje, restaurante y salón de recepciones.

En la realización del proyecto se aplicó las diferentes metodologías de la investigación, obteniendo información veraz y oportuna, para el desarrollo del estudio de mercado dándonos como resultado la demanda insatisfecha en el servicio de hospedaje brindado por las hosterías.

En el estudio técnico se determinó el tamaño óptimo del proyecto, el que está sujeto a las instalaciones y su capacidad al momento de brindar los diferentes servicios a los turistas, tales como alojamiento, restaurante y un salón de recepciones con el propósito de cumplir con las expectativas de nuestros turistas.

En el estudio económico-financiero se determinó el capital necesario para la Creación de la Hostería y Centro de Recepciones; que es \$ 342737,04 siendo el 67,90% financiado y el 32,10% capital propio; de acuerdo a la evaluación financiera se determinó la viabilidad del proyecto ya que se obtuvo indicadores como: VAN \$ 141445,75; la TIR 25%, Beneficio Costo de \$2.41 y PRI de 4 Años, 11 Meses y 12 días, llegando a concluir que el proyecto es factible. Se estableció que la organización trabajará bajo la razón social de **HOSTERÍA SAN ISIDRO S.A.**

Los resultados arrojan cantidades que demuestran la factibilidad, esto ayudará al desarrollo social y empresarial del Ecuador.

Ing. M.B.A. Rodrigo Moreno Álvarez

DIRECTOR DE TESIS

SUMMARY

This thesis focuses in the creation of a lodge and Reception Center in San Isidro district, Macas canton belonging to Morona Santiago province in order to provide services as hosting restaurant, and reception lounge.

During the project development there where different research methodologies which were followed to make possible to gather accurate and timely background information to carry out the market study whose outcomes showed the rate of unmet demand regarding to the hosting service provided by lodging houses.

In order to get information coming from the technical study; it was determined optimal size of the project, which is subject to the facilities as well as their capacity when providing various service to tourists, such as accommodation, restaurant and reception lounge in order to meet the tourists, expectations.

Then economic- financial study was the basis to determine that the investment capital required to the creation of the lodging house and reception lounge totals \$ 342737,04 from which a 67,90% is funded while 32,10% comes from equity capital, according to the financial evaluation it was valeted the feasibility of the project since the resulting indicators showed values such as NPV (Net Present Value) \$141445,75, IRR (Internal Rate of Return) 25%, Benefit–Cost \$2,41 and IRP (Investment Recovery Period) 4 years, 11 months and 12 days, drawing as conclusion the project is feasible.

It was established that the organization will work under the corporate name “HOSTERIA SAN SIDRO S.A.”

The outcomes shed provide evidence of the feasibility of this project becoming a significant support to the social and business development of Ecuador.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Baca Urbina, Gabriel: (2001) Evaluación de Proyecto: 4ª ed.: México: Mc Gran -Hill; Estudio Técnico: pág. 83.
- Staton, Willian: Etzel, Michael: Walker, Bruce: (2007) Fundamentos De Marketing: 11a ed.: México: Mc Gran –Hill; Estudió de Mercado: pág. 219.
- Araujo Arévalo, David: (2012) Proyectos de Inversión: Análisis, Formulación y evaluación practica: 1ª ed.: Puerto Rico: Mc Gran –Hill: pág. 200.
- Lara, Byron;(2009) Proyectos de Inversion: Como Elaborar Proyectos de Inversión: 2ª ed.: Madrid: University Press: Análisis de Datos Financieros: pág. 118.
- Sapag Chain, Nassir: (2003) Proyectos de Inversion; Preparación y Evaluación de Proyectos: 4ª ed.: México: Mc Gran – Hill: Costos e Inversiones: pág. 143 – pág. 186.
- Lahoud, Daniel: (2008) Los Principios de Las Finanzas y los Mercados Financieros: 1ª ed.: Caracas: texto C.A.: Opciones Financieras; pág. 203.
- Miranda, Juan José:(2005) Gestión de Proyectos: 5ª ed: Colombia: M.M Editores: Ciclo del Proyecto: pág. 5.

FOLLETOS

- Junta Parroquial San Isidro, cantón Macas; Plan de Desarrollo Parroquial.
- Constitución del Ecuador; II Capitulo; Biodiversidad y Recursos Naturales
- Disposiciones de reformas sobre impactos ambientales
- Superintendencia de compañías

- Ley de Compañías
- Servicio De Rentas Internas **SRI**
- Cámara de Turismo de Morona Santiago
- Municipio del cantón Macas
- Cuerpo de Bomberos de Morona Santiago, Macas
- Dirección Provincial de Salud de Morona Santiago

PAGINAS WEB

- <http://www.slideshare.net/definicion-de-segmentacion-de-mercado>
- <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>
- <http://preparacionyevaluacionproyectos.blogspot.com/2008/11/estudio-de-mercado-analisis-de-la.html>
- <http://evaluaciondeproyectosapuntes.blogspot.com/2009/05/el-estudio-tecnico>
- <http://www.ancupa.com/images/stories/ambiental>.
- <http://www.productosfinancieros.com/tir-calculo-y-concepto>

ANEXOS

Anexo N°1: Encuesta

Encuesta Estudio de Mercado

Objetivo: Obtener datos para conocer la opinión de los turistas respecto al servicio turístico, la información obtenida nos permitirá realizar una investigación de carácter académico y científico.

11. ¿Cuándo usted visita Macas que lugares son de su preferencia?

- a. Balnearios
- b. Reservas naturales
- c. Paseos por el campo
- d. Visitas guiadas a comunidades nativas

12. ¿Qué factores Ud. toma en cuenta, al visitar su lugar de preferencia?

- a. Calidad de servicio
- b. Atractivos del lugar
- c. Precios accesibles
- d. Cercanía de la Ciudad
- e. Diversidad de servicios
- f. Infraestructura

13. ¿Generalmente cuál es su forma de viaje?

- a. En Familia
- b. Con Amigos
- c. En Pareja
- d. Con Grupo/ trabajo

14. Cuando usted visita Macas se hospeda en?

- a) Hoteles
- b) Hosterias
- c) familiares o amigos

15. ¿Con que frecuencia Ud. visita la zona?

- a. 1 vez por semana
- b. 1 vez por mes
- c. más de 1 vez al mes
- d. 1 vez al año
- e. Más de una vez al año

16. ¿Qué actividades le gusta realizar cuando visita Macas?

- a. Deportes extremos y de aventura

- b. Solo de servicio de alimentación
- c. Solo por servicios de hospedaje
- d. Por observación o investigación
- e. Por negocios

17. ¿Le gustaría a Ud. cuando visita Macas hospedarse en una hostería que mantenga armonía con la naturaleza, ubicada en la Parroquia San Isidro?

- SI
- NO

18. ¿Cuántos días regularmente se queda hospedado?

- a. 0-1 día
- b. 2-3 días
- c. 4-5 días

19. ¿Puede usted seleccionar los servicios adicionales que desearía que existan donde usted se hospeda?

- a. Spa
- b. Canchas deportivas
- c. Juegos infantiles
- d. Paseos de observación a caballo
- e. Piscinas con toboganes
- f. Saunas
- g. Hidromasaje,
- h. Bar discoteca.

20. ¿Podría usted mencionarme cuánto pagó por día la última vez que se hospedó en una hostería?

- a. \$20
- b. \$25
- c. \$30
- d. \$40

Ficha técnica:

Edad:

Estado civil: Soltero, casado, viudo, divorciado

Género:

Origen:

Anexo N°: CALENDARIO DE EJECUCION DEL PROYECTO

ORD.	ACTIVIDAD	2013												2014	
		ENE	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	
1	Estudio de Factibilidad	■													
2	Tratamiento de financiamiento			■											
3	construcción (edificación)						■								
4	Constitución y permisos de funcionamiento									■					
5	Adquisición de Activos fijos											■			
6	Instalación de Activos Fijos											■			
7	adecuación de mobiliario													■	
8	prueba de arranque													■	
9	inicio del operación del servicio													■	

Anexo N°3: Costos Unitarios

Tabla 67: Costos Unitarios

COSTOS UNITARIOS								TOTAL ANUAL \$
	HOSPEDAJE		SALON DE RECEPCIONES		RESTAURANTE			
Capacidad	6912		60		12960			
	Mensual	Anual	Mensual	Anual	Mensual	Anual		
M.O. Directa								
2 recepcionistas	879,16	10549,92						10549,92
camarero	435,75	5229	3,83	45,96				5274,96
cocinero					520,12	1399,28	16791,36	16791,36
mesero					439,58			
ayudante					439,58			
TOTAL	1314,91	15778,92	3,83	45,96		1399,28	16791,36	32616,24
Costos Ind. De Fabric.								
Sumins. De aseo y lim.	154	1848	8,00	96	44		528	2472
Servicios básicos	38,14	457,51	0,35	4,23	71,52		858,26	1320
Mantenimiento	5,87	70,40	5,87	70,4	5,87		70,4	211,20
TOTAL	198,01	2375,91	14,22	170,63	121,39		1456,66	4003,20
G. depreciación								
edificio	722,26	8667,13	158,16333	1897,96	267,40		3208,77	13773,86
Maquinaria y Equipo	30,32	363,87			8,85		106,2	470,07
Muebles y Enseres	116,97	1403,61	11,025	132,3	17,70		212,4	1748,31
Menaje	32,79	393,48	1,7608333	21,13	31,84		382,1	796,71
Total G. Deprec	902,34	10828,09	170,94917	2051,39	325,79		3909,47	17000,12
G. Amortización	112,5	1350						1350
Materia Prima D.					1890		22680	22680
TOTAL	2527,76	30332,92	189,00	2267,98	3736,46		44837,49	77649,56
costo unitario	0,37	4,39	3,150	37,80	0,29		3,46	
COSTO UNITARIO TOTAL ANUAL								45,65
COSTO UNITARIO TOTAL MENSUAL								3,804

Fuente: Investigación Directa
Realizado por: Abigail García, Miguel León