



**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**TEMA**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
HOSTERÍA, UBICADA EN LA PARROQUIA ULBA, CANTÓN  
BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

**TUTORA**

**MAE CPA. VERÓNICA VIOLETA RODRÍGUEZ BASANTES**

**AUTOR**

**ADRIÁN PATRICIO LUNA CARREÑO**

**Guayaquil, 2017**



| <b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>   |  |   |
|---|--|---|
| <b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>   |  |   |
| <b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b><br>Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería, ubicada en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua   |  |   |
| <b>AUTOR/ES:</b><br>Adrián Patricio Luna Carreño  | <b>REVISOR:</b><br>MAE. Verónica Violeta Rodríguez Basantes  |   |
| <b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil   | <b>FACULTAD:</b> Administración  |   |
| <b>CARRERA:</b> Ingeniería Comercial  |  |   |
| <b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>  | <b>N. DE PÁGS.:</b> 95   |   |
| <b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>   |  |   |
| <b>PALABRAS CLAVE:</b> Proyecto, factibilidad, evaluación, inversión, financiamiento  |  |   |
| <b>RESUMEN:</b><br>Una de las actividades más importantes en la economía del cantón Baños y de la parroquia Ulba es el turismo, sin embargo, este sector no se ha podido potencializar por la falta de promoción, organización, capacitación, impulso, información e inadecuada infraestructura. Del análisis inicial se pudo plantear que presenta una reducida cantidad de hoteles y hosterías, lo cual provoca una insatisfacción entre los turistas nacionales y extranjeros. El estudio de mercado realizado determina que el proyecto puede realizarse, para lo que se requiere de una inversión de \$237.051,61. La evaluación financiera del proyecto determinó que el VAN presenta un valor positivo de \$93.000,31, en lo que respecta a la TIR el resultado es de 25,21%, la relación beneficio/costo estipuló que por cada dólar invertido ingresará 0,39 dólares, así mismo, se estimó que el período de recuperación del proyecto será de 2 años y 8 meses aproximadamente. |  |   |
| N. DE REGISTRO (en base de datos):  | N. DE CLASIFICACIÓN:   |   |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web):  |  |   |
| ADJUNTO URL (tesis en la web):  |  |   |
| ADJUNTO PDF:  | SI <input type="checkbox"/>  | NO <input type="checkbox"/>               |
| CONTACTO CON AUTOR:<br>Adrián Patricio Luna Carreño   | Teléfono:<br>4546600 /<br>0985968628   | E-mail:<br>adrian_patricio147@hotmail.com |
| CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:   | MGS. Darwin Ordóñez Iturralde, DECANO<br>Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO<br>E-mail: dordonezy@ulvr.edu.ec<br><br>MAE. Oscar Machado Álvarez, DIRECTOR DE CARRERA<br>Teléfono: 2596500 EXT. 203 DIRECCIÓN DE CARRERA<br>E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec |   |

**Quito:** Av. Whympers E7-37 y Alpallana, edificio Delfos, teléfonos (593-2) 2505660/ 1; y en la Av. 9 de octubre 624 y carrión, Edificio Prometeo, teléfonos 2569898/ 9. Fax: (593 2) 2509054

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

### **PATRIMONIALES**

Yo, ADRIÁN PATRICIO LUNA CARREÑO estudiante egresado, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente al suscriptor y me responsabilizo de los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de realizar un Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería, ubicada en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

Autor:

---

ADRIÁN PATRICIO LUNA CARREÑO

C. I. 0923659502

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería, ubicada en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: *“Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería, ubicada en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua”*, presentado por el estudiante ADRIÁN PATRICIO LUNA CARREÑO como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Ingeniero Comercial, encontrándose apto para su sustentación

Tutora:

---

MAE CPA. VERÓNICA VIOLETA RODRÍGUEZ BASANTES

C.I. 0919917955

## CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



### Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** A-Tesis Adriancito Luna Urkund 09-05-17.doc (D28039041)  
**Submitted:** 2017-05-09 17:57:00  
**Submitted By:** vrodriguez@ulvr.edu.ec  
**Significance:** 4 %

#### Sources included in the report:

Tesis en proceso V 1.3 .doc (D17045906)  
selene.docx (D15165328)  
<http://manuelgross.bligoo.com/conozca-3-tipos-de-investigacion-descriptiva-exploratoria-y-explicativa>  
<http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>  
[http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%25Cinvestigaciones%25Cdocentes\\_y\\_directivos%25Carticulos/5065\\_Fcevallos\\_00024.doc](http://www.ecotec.edu.ec/documentacion%25Cinvestigaciones%25Cdocentes_y_directivos%25Carticulos/5065_Fcevallos_00024.doc)  
<https://prezi.com/w-f6xhs5bp5q/servicios-de-alojamiento/>  
<https://www.slideshare.net/sabriqueen9/reglamento-general-de-alojamiento-en-ecuador-65145259>  
<http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1100>  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/184/1/T-ULVR-0084.pdf>

#### Instances where selected sources appear:

15

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por su infinita misericordia, quien me ha dado inteligencia e iluminación en todo mi camino estudiantil para llegar a ser una persona de bien y sobre todo un buen profesional.

A mis Padres por su confianza y sobre todo su amor incondicional durante toda mi vida estudiantil.

A mis Hermanos por su cariño y apoyo, quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que siguiera adelante y cumpla con mis sueños.

A mi Tutora por su guía, apoyo y paciencia durante el desarrollo del trabajo de titulación.

## **DEDICATORIA**

Mi trabajo lo dedico primeramente a Dios por haberme permitido llegar con éxito hasta este punto, porque gracias a Jehová le debo todo lo que soy.

A mis padres por su amor, sacrificio y esfuerzo quienes me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios.

A mis hermanos porque de una forma u otra siempre estuvieron ahí en los momentos difíciles, formando parte de mi desarrollo como persona y profesional.

## ÍNDICE GENERAL

|  |      |
|--|------|
| REPOSITARIO.....   | i    |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES..... | ii   |
| CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....                     | iii  |
| CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO.....                                 | iv   |
| AGRADECIMIENTO.....  | v    |
| DEDICATORIA.....   | vi   |
| ÍNDICE GENERAL.....  | vii  |
| ÍNDICE DE TABLAS.....  | xi   |
| ÍNDICE DE FIGURAS.....   | xiii |
| ÍNDICE DE ANEXOS.....  | xiv  |
| INTRODUCCIÓN.....  | 1    |
| Capítulo I.....  | 3    |
| 1. Diseño de la investigación.....                             | 3    |
| 1.1. Tema de investigación.....                                | 3    |
| 1.2. Planteamiento del problema.....                           | 3    |
| 1.3. Formulación del problema.....                             | 4    |
| 1.4. Sistematización del problema.....                         | 4    |
| 1.5. Objetivos de la investigación.....                        | 5    |
| 1.5.1. Objetivo general.....                                   | 5    |
| 1.5.2. Objetivos específicos.....                              | 5    |
| 1.6. Justificación de la investigación.....                    | 5    |
| 1.7. Delimitación de la investigación.....                     | 6    |
| 1.8. Hipótesis.....  | 7    |
| 1.8.1. Hipótesis General.....                                  | 7    |
| 1.8.2. Hipótesis Específicas.....                              | 7    |
| Capítulo II.....   | 8    |
| 2. Marco teórico.....  | 8    |
| 2.1. Antecedentes investigativos.....                          | 8    |
| 2.2. Caracterización de la parroquia ULBA.....                 | 9    |

|  |    |
|--|----|
| 2.2.1. Antecedentes .....  | 9  |
| 2.2.2. Relieve.....  | 10 |
| 2.2.3. Temperatura .....   | 10 |
| 2.2.4. Clima .....   | 10 |
| 2.2.5. Agua .....  | 11 |
| 2.2.6. Áreas Protegidas.....   | 11 |
| 2.2.7. Turismo .....   | 11 |
| 2.2.8. Ruta de Evacuación.....   | 13 |
| 2.2.9. Alojamientos .....  | 13 |
| 2.3. Bases teóricas .....  | 16 |
| 2.3.1. Evaluación de proyectos.....                                    | 16 |
| 2.3.2. Estudio de mercado .....  | 19 |
| 2.3.3. Estudio técnico .....   | 24 |
| 2.3.4. Estudio Financiero.....   | 26 |
| 2.3.5. Análisis de sensibilidad.....                                   | 31 |
| 2.3.6. Análisis de riesgos.....  | 32 |
| 2.4. Marco conceptual .....  | 33 |
| 2.5. Marco legal.....  | 34 |
| 2.5.1. Constitución del negocio.....                                   | 34 |
| 2.5.2. Permisos y licencias para la puesta en marcha del negocio ..... | 37 |
| Capítulo III.....  | 38 |
| 3. Metodología de la investigación .....                               | 38 |
| 3.1. Metodología .....   | 38 |
| 3.2. Tipo de investigación .....                                       | 38 |
| 3.3. Enfoque de la investigación .....                                 | 39 |
| 3.4. Técnicas de investigación.....                                    | 39 |
| 3.5. Población y muestra .....   | 40 |
| 3.6. Análisis de los resultados .....                                  | 42 |
| 3.6.1. Resultados de la aplicación de la encuesta.....                 | 42 |
| 3.6.2. Resultados de la observación .....                              | 53 |
| Capítulo IV.....   | 55 |
| 4. Estudio de factibilidad.....  | 55 |

|  |    |
|--|----|
| 4.1. Estudio de mercado .....                | 55 |
| 4.1.1. Análisis de la demanda.....           | 55 |
| 4.1.2. Análisis de la oferta.....            | 56 |
| 4.1.3. Demanda insatisfecha.....             | 57 |
| 4.2. Plan de comercialización.....           | 57 |
| 4.2.1. Producto .....                        | 58 |
| 4.2.2. Precio.....                           | 58 |
| 4.2.3. Plaza o Distribución .....            | 59 |
| 4.2.4. Promoción o Comunicación.....         | 59 |
| 4.3. Estudio técnico .....                   | 59 |
| 4.3.1. Localización del negocio.....         | 59 |
| 4.3.2. Estructura organizacional.....        | 60 |
| 4.3.3. Distribución del espacio físico ..... | 61 |
| 4.4. Estudio financiero .....                | 63 |
| 4.4.1. Activos .....                         | 63 |
| 4.4.2. Activos fijos intangibles.....        | 66 |
| 4.4.3. Mano de obra directa.....             | 66 |
| 4.4.4. Costos indirectos .....               | 69 |
| 4.4.5. Gastos de venta.....                  | 69 |
| 4.4.6. Gastos administrativos .....          | 70 |
| 4.4.7. Capital de trabajo .....              | 72 |
| 4.4.8. Plan de inversiones.....              | 73 |
| 4.4.9. Costos e ingresos .....               | 74 |
| 4.4.10. Balance general inicial .....        | 76 |
| 4.4.11. Estado de pérdidas y ganancias.....  | 77 |
| 4.5. Evaluación del proyecto .....           | 78 |
| 4.5.1. Punto de equilibrio .....             | 78 |
| 4.5.2. Flujo de caja .....                   | 81 |
| 4.5.3. Costo de oportunidad .....            | 82 |
| 4.5.4. Valor actual neto .....               | 82 |
| 4.5.5. Tasa Interna de Retorno .....         | 83 |
| 4.5.6. Relación Beneficio / Costo (B/C)..... | 84 |

|  |    |
|--|----|
| 4.5.7. Período de Recuperación de la inversión (PR)..... | 85 |
| 4.5.8. Análisis de sensibilidad.....                     | 85 |
| 4.6. Análisis de riesgos.....                            | 89 |
| Conclusiones y Recomendaciones .....                     | 92 |
| Conclusiones .....                                       | 92 |
| Recomendaciones.....                                     | 93 |
| Bibliografía .....                                       | 94 |
| Anexos.....  | 99 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Principales atractivos de Ulba.....   | 12 |
| Tabla 2 Componentes del análisis de riesgos.....   | 32 |
| Tabla 3: Motivo del viaje .....  | 42 |
| Tabla 4: Personas con las que viaja.....   | 43 |
| Tabla 5: Sitios de hospedaje.....  | 44 |
| Tabla 6: Gasto promedio diario de hospedaje por persona .....  | 45 |
| Tabla 7: Preferencia de servicios .....  | 46 |
| Tabla 8: Preferencia por la calidad del servicio .....   | 47 |
| Tabla 9: Calidad del servicio de los diversos sitios de alojamiento de la zona ....                                  | 48 |
| Tabla 10: Disposición para visitar y solicitar los servicios de una nueva hostería ubicada en la parroquia Ulba..... | 49 |
| Tabla 11: Tiempo de permanencia en el sector.....  | 50 |
| Tabla 12: Frecuencia de visitas a la parroquia Ulba – Baños .....  | 51 |
| Tabla 13: Preferencia de los medios Publicitarios .....  | 52 |
| Tabla 14: Demanda promedio anual .....   | 55 |
| Tabla 15: Proyección de la demanda total para los próximos 5 años .....  | 56 |
| Tabla 16: Proyección de la oferta anual.....   | 56 |
| Tabla 17: Cálculo de la demanda insatisfecha .....   | 57 |
| Tabla 18: Cálculo de la ocupación hotelera .....   | 57 |
| Tabla 19: Inventario .....   | 63 |
| Tabla 20: Terrenos .....   | 63 |
| Tabla 21: Edificios .....  | 63 |
| Tabla 22: Vehículos .....  | 64 |
| Tabla 23: Equipos .....  | 64 |
| Tabla 24: Equipos de computación .....   | 64 |
| Tabla 25: Muebles y enseres .....  | 65 |
| Tabla 26: Investigación y diseño.....  | 66 |
| Tabla 27: Constitución del negocio.....  | 66 |
| Tabla 28: Diseño de la página web .....  | 66 |
| Tabla 29: Salario Masajista.....   | 66 |
| Tabla 30: Salario Estilista .....  | 67 |

|  |    |
|--|----|
| Tabla 31: Salario Camarera.....  | 67 |
| Tabla 32: Salario Cocinero.....  | 68 |
| Tabla 33: Salario Auxiliar de Cocina.....                                    | 68 |
| Tabla 34: Salario Mesero .....   | 68 |
| Tabla 35: Suministros y materiales .....                                     | 69 |
| Tabla 36: Servicios básicos .....  | 69 |
| Tabla 37: Material de publicidad .....                                       | 70 |
| Tabla 38: Salario Gerente.....   | 70 |
| Tabla 39: Salario Asistente Contable .....                                   | 70 |
| Tabla 40: Salario Asistente Recursos Humanos .....                           | 71 |
| Tabla 41: Salario Recepcionista.....   | 71 |
| Tabla 42: Salario Guardia Seguridad .....                                    | 71 |
| Tabla 43: Materiales de oficina.....   | 72 |
| Tabla 44: Capital de trabajo operativo .....                                 | 72 |
| Tabla 45: Capital de trabajo administrativo y ventas .....                   | 72 |
| Tabla 46: Plan de inversiones .....  | 73 |
| Tabla 47: Financiamiento de la inversión .....                               | 73 |
| Tabla 48: Tabla de amortización.....   | 74 |
| Tabla 49: Presupuesto de operación.....                                      | 75 |
| Tabla 50: Ingresos totales.....  | 76 |
| Tabla 51: Estado de situación inicial .....                                  | 76 |
| Tabla 52: Estado de pérdidas y ganancias.....                                | 77 |
| Tabla 53: Costos fijos y variables .....                                     | 78 |
| Tabla 54. Flujo de caja .....  | 81 |
| Tabla 55: Costo de Oportunidad .....   | 82 |
| Tabla 56: Valor Actual Neto .....  | 83 |
| Tabla 57: Tasa Interna de Retorno .....                                      | 83 |
| Tabla 58: Saldo acumulado del flujo neto.....                                | 85 |
| Tabla 59: Análisis de sensibilidad con un incremento en los costos .....     | 87 |
| Tabla 60: Análisis de sensibilidad con una disminución de los ingresos ..... | 88 |
| Tabla 61: Matriz de calificación de riesgos del proyecto .....               | 89 |
| Tabla 62. Mapa de riesgos del proyecto.....                                  | 90 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Ulba .....                                    | 4  |
| Figura 2: Cascada de Ulba .....   | 12 |
| Figura 3: Rutas de Evacuación.....  | 13 |
| Figura 4: Hostería Jardines de Chamana.....   | 16 |
| Figura 5: Combinación de las "4P" del marketing.....  | 21 |
| Figura 6: Motivo del viaje.....   | 42 |
| Figura 7: Personas con las que viaja .....  | 43 |
| Figura 8: Sitios de hospedaje .....   | 44 |
| Figura 9: Gasto promedio diario de hospedaje por persona.....   | 45 |
| Figura 10: Preferencia de servicios .....   | 46 |
| Figura 11: Preferencia por la calidad del servicio.....   | 47 |
| Figura 12: Calidad del servicio de los diversos sitios de alojamiento de la zona .                                    | 48 |
| Figura 13: Disposición para visitar y solicitar los servicios de una nueva hostería ubicada en la parroquia Ulba..... | 49 |
| Figura 14: Tiempo de permanencia en el sector .....   | 50 |
| Figura 15: Frecuencia de visita a la parroquia Ulba - Baños .....   | 51 |
| Figura 16: Preferencia de los medios Publicitarios.....   | 52 |
| Figura 17: Sitios de alojamiento – Samari Spa .....   | 53 |
| Figura 18: Sitios de alojamiento-hostería Jardines de Chamanapamba.....   | 54 |
| Figura 19: Localización de la Hostería el Valle de Ulba .....   | 60 |
| Figura 20: Organigrama de la Hostería “El Valle de Ulba”.....   | 61 |
| Figura 21: Distribución del espacio físico .....  | 62 |
| Figura 22: Punto de equilibrio año 1 .....  | 80 |
| Figura 23: Punto de equilibrio año 5.....   | 81 |

## ÍNDICE DE ANEXOS

|   |     |
|---|-----|
| Anexo 1: Modelo de encuesta .....                   | 99  |
| Anexo 2: Fotos de la encuesta.....                  | 102 |
| Anexo 3: Guía de observación .....                  | 104 |
| Anexo 4: Proformas de los activos a adquirirse..... | 105 |
| Anexo 5: Inventario de mercadería .....             | 107 |

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las actividades que mayor interés suscita por razones de su naturaleza poco destructiva o aun neutra en relación al ambiente y la naturaleza. En este sentido, debido a la riqueza en recursos naturales renovables, Ulba tiene un gran potencial ecológico y consiguientemente, turístico. Entre los elementos parroquiales relevantes para desarrollar actividades turísticos, se mencionan a su condición de ser la “PUERTA DE LA AMAZONIA”, pues físicamente, en esta parroquia en donde se inicia el descenso a la gran cuenca; el clima es apropiado sin cambios abruptos; su cercanía a las dos áreas protegidas más importantes del centro del país, los parques nacionales Llanganates y Sangay, cuyas bellezas paisajísticas y biodiversidad, son atractivo para turistas y científicos nacionales e internacionales.

Los principales inconvenientes que han evitado potencializar el turismo en Ulba han sido por la falta de promoción, organización, capacitación, impulso, información e inadecuada infraestructura, para poder explotar los atractivos turísticos que tiene la parroquia mediante actividades en términos sustentables. La investigación es un aspecto fundamental para desarrollar los diferentes sectores económicos, de producción de bienes o prestación de servicios, el desarrollo micro empresarial en parroquia Ulba es escaso, no existen estudios que faciliten en determinar la factibilidad de proyectos productivos, para la generación de fuentes de riqueza para el desarrollo parroquial, por lo que el proyecto de factibilidad permitirá determinar las posibilidades de generar una actividad económica, a través de un proyecto sostenido y sustentable.

La sociedad debe contribuir al desarrollo de las actividades de un pueblo, ciudad o país, es por esa razón que este estudio va determinado a contribuir con la población de la parroquia Ulba, aplicando los procesos de investigación de proyectos de factibilidad para aplicarlos correctamente en los procesos de gestión de una empresa y se utilicen de manera apropiada sus recursos, lo cual permite alcanzar con estrategias la operatividad de la misma. La evaluación de proyectos de inversión constituye hoy en día un tema de gran interés e importancia, ya que mediante este

proceso se valora cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de destinar recursos a una iniciativa específica. El análisis de proyecto es un método para presentar el mejor uso de los recursos escasos de la sociedad. De la correcta evaluación que se realice de un proyecto de inversión depende que los proyectos a ejecutar contribuyan al desarrollo a mediano o largo plazo de una empresa en específico y en general de la economía de un país (Aguilera, 2005, p. 17).

El estudio de factibilidad para la creación de una hostería en la parroquia Ulba, estará sustentado y llevado a cabo por un procedimiento metodológico, aplicando técnicas de recopilación de información y respaldados en material bibliográfico, por lo que este trabajo investigativo servirá para reforzar los conocimientos científicos y temas que se relacionan íntimamente con los aspectos administrativos, financieros, gerenciales y de producción. El presente estudio está compuesto en el capítulo I por el diseño de la investigación, en donde se plantea el tema, se formula el problema, se sistematiza el problema, se plantean los objetivos, la justificación, la delimitación y la hipótesis.

En el capítulo II, se establece el marco teórico, desarrollando los antecedentes, la caracterización de la parroquia Ulba, las bases teóricas y el marco legal que dará sustento a la investigación.

El capítulo III, consta de la metodología de la investigación, determinando el tipo, el enfoque, las técnicas a ser utilizadas, el cálculo de la población y muestra, se presentaron los resultados de la investigación de campo, tanto de la aplicación de la encuesta como de la observación directa.

En el capítulo IV se realizó el estudio de factibilidad, en donde se realiza el estudio de mercado, plan de comercialización, estudio técnico, estudio financiero y la evaluación del proyecto, presentando la viabilidad del proyecto mediante indicadores como el VAN, TIR, costo-beneficio, período de recuperación, análisis de sensibilidad y de riesgo.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones del proyecto.

## Capítulo I

### 1. Diseño de la investigación

#### 1.1. Tema de investigación

Estudio de factibilidad para la creación de una Hostería, ubicada en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

#### 1.2. Planteamiento del problema

La sociedad debe contribuir al desarrollo de las actividades de un pueblo, ciudad o país, es por esta razón que este estudio va determinado a contribuir con la población de la parroquia Ulba, perteneciente al cantón Baños de Agua Santa, aplicando los procesos de investigación de proyectos de factibilidad; además este cantón es muy visitado por los turistas nacionales y extranjeros según el Ministerio de Turismo.

A pesar del gran potencial turístico, la parroquia Ulba al momento no se ha consolidado aún como un destino turístico, existe una deficiencia en la estructura turística de la zona y continúa siendo un espacio de tránsito hacia la Amazonía o hacia la cabecera cantonal.

Los paraderos turísticos típicos de la parroquia son lugares en los que generalmente se prepara comida tradicional, asociada a veces con otras atracciones como presentaciones musicales, juegos, etc. Ulba se ha posicionado como un lugar especial para la gastronomía del cantón, por lo que el desarrollo turístico se ha incrementado de la mano con este factor.

Entre los problemas que promueven a ejecutar el presente trabajo de titulación son los siguientes:

- Abarrotamiento de hoteles, hosterías y demás sitios de alojamiento en fechas festivas.
- Inexistencia de parqueaderos en la mayoría de los sitios de hospedaje.
- Calles relativamente estrechas.

- Poca variedad en la prestación de servicios en los hoteles y demás sitios de hospedaje.

**Figura 1:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Ulba



**Fuente:** Gobierno Autónomo Descentralizado de Ulba (2016)

El estudio previo realizado por el autor en la parroquia Ulba del cantón Baños de Agua Santa, se observó una insatisfacción entre los turistas nacionales y extranjeros, debido a los pocos hoteles y demás sitios de hospedaje en disponer de parqueaderos propios, provocando que los turistas que visitan el cantón se redireccionen a otros sitios o a otra provincia, por tal motivo, se requiere realizar un estudio de factibilidad para la creación de una hostería, la cual cuente con un importante número de habitaciones para hospedaje y variedad en su servicio, lo que podría solucionar varios de los problemas que se presentan en este sector.

### 1.3. Formulación del problema

¿Cómo se puede demostrar que la creación de una Hostería, ubicada en la parroquia Ulba, cubra la demanda insatisfecha de hospedaje del cantón y con ello fomentar el turismo y la economía del sector?

### 1.4. Sistematización del problema

- ¿Cuál es la demanda insatisfecha de la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua?

- ¿Cuáles son los principales componentes técnicos de un estudio de factibilidad?
- ¿Los resultados de la evaluación financiera podrían brindar viabilidad al proyecto?

## **1.5. Objetivos de la investigación**

### **1.5.1. Objetivo general**

Desarrollar el estudio de factibilidad para la creación de una Hostería, ubicada en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, durante el año 2016, que promueva el turismo y la economía del sector.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Elaborar el estudio de mercado con la finalidad de identificar la demanda insatisfecha del sector.
- Establecer el estudio técnico para determinar la viabilidad del proyecto.
- Efectuar la evaluación financiera para la ejecución del proyecto.

## **1.6. Justificación de la investigación**

Según (Ministerio de Turismo, 2015) el Cantón Baños de Agua Santa, en los últimos años se ha transformado en un lugar muy visitado por turistas nacionales y extranjeros cuya concentración alcanza un 9,73% por encima de Galápagos cuya concentración de turistas es del 8,31%; el cantón tiene como finalidad lograr que sus turistas tengan momentos inolvidables durante su estadía, para esto se ha invertido recursos en la infraestructura turística del cantón, con el fin de que los turistas regresen dentro un corto plazo

Una de las actividades más importantes en la economía del cantón Baños y de la parroquia Ulba es el turismo, sobre todo la biodiversidad existente en la parroquia y el turismo no destructivo que se promueve a nivel local. En este sentido, la gran riqueza en recursos naturales que tiene Ulba la convierte en una parroquia con gran potencial ecológico y turístico.

Entre las principales características que denotan el potencial turístico de la parroquia, se encuentran las siguientes:

- Ulba es considerada como la “Puerta al oriente ecuatoriano” porque en esta parroquia se inicia el descenso a la gran cuenca amazónica.
- El clima es apropiado para el turista ya que no existen cambios bruscos de temperatura en ninguna época del año.
- La cercanía a las dos áreas protegidas más importantes del centro del país, los parques nacionales Llanganates y Sangay, es un atractivo indiscutible para turistas y científicos nacionales e internacionales.

Lo anteriormente mencionado, justifica la importancia de realizar este proyecto de investigación, ya que además promoverá a la parroquia Ulba como un destino turístico alternativo, el mismo que tendrá como propósito expandir el turismo dentro del Cantón Baños de Agua Santa y brindar a los turistas nacionales y extranjeros un excelente servicio.

En definitiva, el propósito de la presente investigación es realizar un estudio de factibilidad, el cual será: de mercado, técnico y financiero, puesto que estos permitirán conocer si es viable o no la creación de una Hostería, ubicada en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua. Además, el sitio donde se pretende crear la hostería, se encuentra a 4 minutos de la cabecera cantonal.

### **1.7. Delimitación de la investigación**

**Campo:** Administración

**Área:** Administración de Proyectos

**Aspecto:** Estudio de Factibilidad para la creación de una hostería

**Espacial:** Parroquia Ulba, Cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

**Tiempo del Problema:** Año 2016

**Tiempo de la Investigación:** Un año

## **1.8. Hipótesis**

### **1.8.1. Hipótesis General**

Con la realización del estudio de factibilidad se logrará conocer si es viable o no la creación de una Hostería, para cubrir la demanda insatisfecha tanto de hospedaje, como de parqueadero en la parroquia Ulba, del cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

### **1.8.2. Hipótesis Específicas**

- El análisis de la oferta y la demanda posibilitará identificar las características del mercado.
- El estudio técnico para la creación de la hostería en la Parroquia Ulba permitirá conocer la macro y micro-localización, instalaciones y organización requeridos para dicha propuesta.
- El análisis de los ingresos y gastos permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.

## Capítulo II

### 2. Marco teórico

#### 2.1. Antecedentes investigativos

Ecuador posee una biodiversidad extraordinaria, con patrimonio natural único para las actuales y futuras generaciones, además de atractivos de interés colectivo como es el ámbito de relaciones sociales y comerciales, lo cual influye directamente en el crecimiento del turismo en el país. Este crecimiento del nivel turístico en el país influye en el desarrollo y solvencia de la economía ecuatoriana al aumentar la demanda hotelera y por consiguiente la oferta que se brinda.

Las hosterías ecuatorianas influyen significativamente en el desarrollo turístico del país, en franco desarrollo y modernización constante, presenta permanentes inversiones en el ámbito nacional, y así ofrece un gran aporte al progreso nacional. La presente investigación tiene como propósito desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una Hostería, ubicada en la parroquia Ulba, que promueva el turismo y la economía del sector.

Para cumplir con el objetivo planteado, se ha considerado una serie de investigaciones que servirán como antecedentes, que contribuyan al desarrollo del presente trabajo de investigación.

Entre los estudios analizados se encuentran el realizado en el año 2010 por los autores Lucero y Fajardo con el tema “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de recreación turística en el cantón Gualaceo” (2010). En dicha investigación se analizó el mercado objetivo al cual estaba dirigido el proyecto, un estudio técnico en el que determina la localización y distribución, un estudio administrativo – legal referente a la constitución del negocio y un estudio financiero para determinar la viabilidad económica. En dicha investigación se comprobó la rentabilidad sostenible en el tiempo con la creación de un centro de recreación turística en dicho cantón, al proyectar escenarios económicos, los cuales le permitieron visualizar el éxito del negocio.

Por otra parte Andrade y Valeria en su obra “Estudio de factibilidad para la creación de un hotel en el cantón Gualaceo para el periodo 2012-2016” (2012), muestra la proyección de los estados de resultados y flujos de caja para los próximos 5 años del proyecto, concluyéndose que no era factible el proyecto hotelero dado fundamentalmente por la escasa afluencia de turistas extranjeros, la falta de incentivo en el campo turístico y hotelero; además por no existir políticas de planificación de turismo enfocados a turistas extranjeros, considerándose un mercado nuevo a explorar por el departamento de turismo de la Municipalidad de Gualaceo.

Por último, se analizó el “Estudio de factibilidad para la creación de la hostería recreativa “Brisa Santa” como alternativa para promover el desarrollo económico del cantón Nobol” (2013) realizado por Rendón y Zhune, dado al reducido número de establecimientos turísticos con espacios libres y diversos servicios en la localidad. Los resultados obtenidos permitieron confirmar la rentabilidad el proyecto no solo para los inversionistas sino también para toda comunidad del Cantón Nobol, por lo que se propuso la ejecución de la misma.

De acuerdo al análisis de los resultados de las investigaciones realizadas anteriormente, se debe analizar detalladamente la demanda de la hostería, determinándola a partir de datos confiables, con el propósito de tomar decisiones acertadas en cuanto a la ejecución del proyecto.

## **2.2. Caracterización de la parroquia ULBA**

### **2.2.1. Antecedentes**

La parroquia Ulba, según el diario “El Mercurio”:

Fue creada por el gobierno nacional el 2 de agosto de 1961. Se encuentra limita al norte por los cerros de los Llanganates, al sur por los Páramos de Mintza, al este por el Río Chinchín y al oeste por el Río Ulba. En la época colonial habitaron en este valle los Jesuitas, quienes tuvieron como base de operaciones para su entrada misional al oriente. La temperatura media es de 18 °C. El clima es subtropical y favorece para el cultivo de la caña de azúcar, plátano, café, yuca, camote, guabas, guayabas, mandarinas, naranjos, limas,

tomates, granadillas, frejol, arveja, col, lechuga, ají, y zanahoria blanca (Armas, 2016).

La parroquia Ulba se encuentra ubicada en el Cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua, la misma se encuentra a 3 Km de la cabecera cantonal. Ulba está integrada por las comunidades de: Agoyán, Centro Parroquial, Chamana, La Ciénaga, Guamag, Lligñay, Río Verde Chico, El Porvenir, Río Blanco, Santa Rosa, San Pablo y Vizcaya. A continuación, se realizará una descripción del territorio de acuerdo a su relieve, temperatura, clima, atractivos turísticos entre otros aspectos.

### **2.2.2. Relieve**

El tipo de relieve predominante es el metamórfico de disección aguda, ocupando alrededor del 77% de la totalidad de la superficie parroquial. En menor porcentaje se observa la presencia de terrazas aluviales (zonas planas) aledañas al río Pastaza y que han sido formadas por desbordamientos y cambios en el curso del río. Estas formas de relieve se encuentran en la zona central, junto al centro poblado de la parroquia. (Gobierno Autónomo Descentralizado de ULBA, 2015)

En el territorio predominan las pendientes que en su gran mayoría son abruptas y fuertes, lo que permite el desarrollo de la flora y fauna.

### **2.2.3. Temperatura**

Las temperaturas de la parroquia se encuentran “entre los 6 a 20 °C, teniendo una mayor presencia de temperaturas que van desde los 14 a los 16 °C en la zona aledaña al río Pastaza” (Gobierno Autónomo Descentralizado de ULBA, 2015). En el Parque Nacional Llanganates se registran los menores niveles de temperaturas. La temperatura del cantón es agradable y puede considerarse como un atractivo para los visitantes.

### **2.2.4. Clima**

El clima que predomina en la parroquia es:

El Ecuatorial Mesotérmico Semi-Húmedo el cual se caracteriza por presentar una humedad relativa que entre el 65 y el 85 %. Los rangos de precipitación anual en la localidad van desde los 500 hasta los 2.000 mm y

se caracteriza por presentar dos estaciones lluviosas, de febrero a mayo y de octubre al mes de noviembre (Gobierno Autónomo Descentralizado de ULBA, 2015).

El clima de este sector al ser semi húmedo favorece a las distintas clases de vegetación.

#### **2.2.5. Agua**

Según el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ulba (2016) la parroquia Ulba se encuentra influenciada por varios sistemas hídricos importantes por su amplia diversidad acuática, entre los que se encuentran el Río Ulba que nace de los páramos de Mintza dentro del Parque Nacional Sangay. Existen además otras fuentes hídricas como las cascadas Ulba, Agoyán, Cascada de leche y los ríos: Río Verde Chico, río Blanco, río Santa Rosa entre otros.

#### **2.2.6. Áreas Protegidas**

“Alrededor de 1715 hectáreas del Parque Nacional Llanganates se ubican dentro de la parroquia Ulba” (Gobierno Autónomo Descentralizado de ULBA, 2015). Por tanto, aproximadamente el 20 % del total de la superficie parroquial se clasifican como áreas protegidas.

#### **2.2.7. Turismo**

El turismo es una de las actividades más importantes en la economía del cantón Baños y también de la parroquia Ulba, dado por la basta biodiversidad existente en la parroquia y por el turismo no destructivo que se promueve a nivel local (Gobierno Autónomo Descentralizado de ULBA, 2015)

Los principales atractivos turísticos de la parroquia ULBA están dados por las cascadas, ríos, cordilleras, lagunas, reservas naturales, represas, estructuras coloniales, tradicionales, comidas típicas entre otros:

**Tabla 1:** Principales atractivos de Ulba

| <b>Cascadas</b>                                      | <b>Ríos</b>                    |
|--|--------------------------------|
| Ulba   | Río Ulba                       |
| Agoyán   | Río Verde Chico                |
| El Silencio  | Río Blanco                     |
| Cascada de Leche                                     | Río Guamag                     |
|  | Río Santa Rosa                 |
| <b>Cordilleras</b>                                   | <b>Lagunas</b>                 |
| Del Añango   | Llanganates                    |
| Los Llanganates                                      | Limoturo en Viscaya            |
| Los Páramos de Mintza                                |                                |
| Capairon   |                                |
| <b>Reservas Naturales</b>                            | <b>Vestigios Arqueológicos</b> |
| Los Llanganates                                      | Cueva del Coronel Folleco      |
| <b>Estructuras Coloniales</b>                        | <b>Represas</b>                |
| Sindicatos de Choferes<br>(Antigua Hacienda de Ulba) | Hidroeléctrica Agoyán          |
|  | Parte de la represa            |
|  | Hidroeléctrica San Francisco   |
| <b>Tradicionales</b>                                 | <b>Comida Típicas</b>          |
| Disfraces el Primero y el seis de Enero              | Fritada                        |
| Bolas de Hierro. (Campeonatos)                       | Caldo del 31y Gallina Criolla  |
|  | Choclos con queso              |

**Fuente:** Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (2015).

**Elaborado por:** El Autor (2016)

A continuación, se muestran algunas imágenes de algunos atractivos turísticos de la parroquia.

**Figura 2:** Cascada de Ulba



**Elaborado por:** El Autor

### 2.2.8. Ruta de Evacuación

La evacuación se ejecuta por razones de seguridad ante la existencia de un peligro potencial, con la finalidad de prevenir pérdidas humanas y económicas. Uno de los fenómenos perturbadores de la parroquia Ulba es el volcán Tungurahua por su cercanía a esta localidad, por tal motivo la parroquia cuenta con una ruta de evacuación en caso de desastre, donde se muestran las zonas de refugio entre otras, como se aprecia en la figura.

Figura 3: Rutas de Evacuación



Fuente: Báez (2014)

### 2.2.9. Alojamientos

Según Melgosa (2007) quien indica que la Organización Mundial del Turismo se refieren a este como la: "actividad que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos" (p. 684).

Para dicha actividad fueron creados los diferentes alojamientos, como hoteles, hosterías, hostales entre otros, los cuales se refieren al lugar en el que uno o más

individuos puedan vivir durante un período de tiempo corto a través de una prestación remunerada.

La actividad turística de alojamiento o alojamiento turístico en el Reglamento de Alojamiento Turístico (2016) plantea que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas y la define como “la prestación remunerada del servicio de hospedaje no permanente, a huéspedes nacionales o extranjeros”.

En el Art. 12 del propio reglamento se establece la clasificación y describe las características de los alojamientos como se muestra a continuación:

**a) Hotel:** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones.

**b) Hostal:** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas con cuarto de baño y aseo privado o compartido, según su categoría, ocupando la totalidad de un edificio o parte independiente del mismo; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno, almuerzo y/o cena) a sus huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

**c) Hostería:** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño y aseo privado que pueden formar bloques independientes, ocupando la totalidad de un inmueble o parte independiente del mismo; presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

**d) Hacienda Turística:** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido conforme a su categoría, localizadas dentro de parajes naturales o áreas cercanas a centros poblados. Su construcción puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales y mantiene actividades propias del campo como siembra, huerto orgánico, cabalgatas, actividades culturales patrimoniales, vinculación con la comunidad local, entre otras; permite el disfrute en contacto directo con la naturaleza, cuenta con estacionamiento y presta servicio de alimentos y

bebidas, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones

**e) Lodge (Morada pequeña):** Utiliza materiales locales y diseños propios de la arquitectura vernácula de la zona en la que se encuentre

**f) Resort:** Es un complejo turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño y aseo privado, que tiene como propósito principal ofrecer actividades de recreación, diversión, deportivas y/o de descanso, en el que se privilegia el entorno natural; posee diversas instalaciones, equipamiento y variedad de servicios complementarios, ocupando la totalidad de un inmueble.

Presta el servicio de alimentos y bebidas en diferentes espacios adecuados para el efecto. Puede estar ubicado en áreas vacacionales o espacios naturales como montañas, playas, bosques, lagunas, entre otros. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

**g) Refugio:** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas y/o compartidas, con cuarto de baño y aseo privado y/o compartido; dispone de un área de estar, comedor y cocina y puede proporcionar otros servicios complementarios. Se encuentra localizado generalmente en montañas y en áreas naturales protegidas, su finalidad es servir de protección a las personas que realizan actividades de turismo activo

**h) Campamento Turístico:** Establecimiento de alojamiento turístico que cuenta con instalaciones para ofrecer el servicio de hospedaje para pernoctar en tiendas de campaña; dispone como mínimo de cuartos de baño y aseo compartidos cercanos al área de campamento, cuyos terrenos están debidamente delimitados y acondicionados para ofrecer actividades de recreación y descanso al aire libre. Dispone de facilidades exteriores para preparación de comida y descanso, además ofrece seguridad y señalética interna en toda su área.

**i) Casa de Huéspedes:** Establecimiento de alojamiento turístico para hospedaje. Tiene habitaciones privadas con cuartos de baño y aseo privado; puede prestar el servicio de alimentos y bebidas (desayuno y/o cena) a sus huéspedes. Debe cumplir con los requisitos establecidos en el presente Reglamento y su capacidad mínima será de dos y máxima de cuatro habitaciones destinadas al alojamiento de los turistas, con un máximo de seis plazas por establecimiento (pp. 8-9).

Según las definiciones anteriormente realizadas se puede plantear que las principales diferencias entre hostería y hotel:

- El hotel cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida en dependencia de su categoría sin embargo las hosterías son pequeños

establecimientos que ofrecen alojamiento con el servicio de alimentos; además, ofrecen una atención personalizada, la mayoría de las veces por los propios dueños.

- La hostería es para aquellos que prefieren un ambiente informal para el disfrute de la biodiversidad.
- Las habitaciones de las hosterías no tienen el mismo nivel de formalidad como los hoteles.

A continuación, se muestra imágenes de hosterías en la parroquia de Ulba.

**Figura 4:** Hostería Jardines de Chamana



**Elaborado por:** El autor

## **2.3. Bases teóricas**

### **2.3.1. Evaluación de proyectos**

#### **2.3.1.1. Concepto de Proyecto**

En el transcurso del tiempo se han utilizado varias definiciones acerca del concepto de proyectos. Según De Heredia (1995) “un proyecto es la combinación de recursos humanos y no humanos reunidos en una organización temporal para conseguir un propósito determinado” (p. 26).

Por lo que se puede plantear que, un proyecto es una planificación que consiste en una serie o conjunto de actividades que se encuentran coordinadas e interrelacionadas, las mismas que son desarrolladas por una persona o entidad con la finalidad de alcanzar un determinado objetivo.

### **2.3.1.2. Importancia de la evaluación de proyecto**

De acuerdo a lo expuesto por Weston y Brigham (1994) la evaluación financiera del proyecto se realiza a través de la presentación sistemática de los costos y beneficios financieros de un proyecto, los cuales se resumen por medio de indicadores de rentabilidad, definidos según criterio determinado.

Según el propio autor la evaluación de un proyecto tiene gran importancia puesto que:

- Permite realizar la estimación preliminar del beneficio que genera el proyecto en estudio permitiendo emitir un juicio sobre la conveniencia y confiabilidad del mismo.
- Permite presupuestar adecuadamente los recursos materiales y financieros en aras de elevar el interés de los socios. Esto repercute directamente en la satisfacción del cliente y permite reducir incertidumbre y elevar las expectativas previstas.
- Es la vía para optimizar consecuentemente la gestión de los proyectos. La misma genera gran cúmulo de información que tiene un efecto directo en la toma de decisiones, lo que permite mejorar la eficiencia de los proyectos acorde a su fin o propósito. También proporciona cierta visión sobre cómo manejar el presupuesto de recursos necesarios.
- Posibilita realizar un diagnóstico de la salud financiera de la empresa prestando primero atención a los signos vitales (liquidez, rentabilidad y endeudamiento), con el fin de determinar su estado.
- Permite identificar los ingresos y los egresos atribuibles a la realización del proyecto, y en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo.
- Brinda las herramientas para juzgar el proyecto, desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y el flujo de fondos generado por el proyecto (pp. 49-53).

De acuerdo con Sapag Chaín (2007) en su obra plantea que “la evaluación de proyectos tiene como objetivo conocer la rentabilidad económica, financiera y social de un proyecto. Su importancia radica en que tiene una repercusión directa en el trabajo y en el cumplimiento las metas previstas” (p. 86).

La evaluación de proyectos permite determinar la factibilidad de indicadores que afectan al proyecto de una forma u otra. Permite seleccionar los proyectos más rentables, así como priorizarlos entre ellos de una manera objetiva. Es el proceso de identificar, cuantificar, valorar los costos y beneficios en un determinado periodo de tiempo, siendo la correcta identificación de beneficios la parte más importante pues a partir de ésta se basa el análisis para tomar una adecuada decisión. Una identificación errónea, puede provocar que

se asignen recursos a programas o proyectos que no son convenientes, desplazando a aquellos que sí lo son (Meixueiro Garmendia y Pérez Cruz, 2008).

De acuerdo a esto se puede plantear que la evaluación de proyectos se ha convertido en el instrumento primordial para la asignación de recursos, proyecciones y metas, logrando acumular experiencias en las personas que la realizan. La realización de un proyecto de inversión debe estar sustentada en el trabajo de un equipo multidisciplinario donde cada cual exponga sus criterios y elevar de esta manera sus posibilidades de éxito.

### **2.3.1.3. Etapas para la evaluación de proyectos**

Siempre que se lleve a cabo un proyecto, es necesario dividirlo por etapas para realizar una evaluación detallado por Pimentel (2008) enfatiza en cinco etapas principales:

**Primera etapa** (Concepción de la Idea): Etapa donde comienza el ciclo de cada proyecto, su finalidad es la de identificar los proyectos que sean adecuados a las necesidades económicas y sociales del país y se encuentra caracterizada por la naturaleza del proyecto y del grupo promotor.

**Segunda Etapa** (El Estudio de Prefactibilidad): Consiste en una breve investigación sobre el marco de factores que afectan al proyecto, así como de los aspectos legales que tienen incidencia en el mismo. Debe realizarse antes de iniciar con detalles el estudio y análisis comparativo de las ventajas y desventajas que tendría, determinado proyecto de inversión.

**Tercera Etapa** (Formulación del Proyecto): Las fases de la prefactibilidad y factibilidad se distinguen entre sí, tanto por la profundidad de los estudios como por los aspectos tratados. Los primeros tópicos a ser analizados, después de identificar en forma exhaustiva al producto, es el estudio de mercado, el cual tiene como objetivo la determinación de su demanda en el área de influencia; la cual debe ser concebida en un horizonte temporal que vaya desde el momento de la puesta en marcha del proyecto hasta el final de su vida útil, entendiéndose esta última, como su período de duración, el cual debe ser medido por la obsolescencia técnica o por la obsolescencia económica. Esta parte del estudio incluye también la determinación de los precios; si bien es cierto que no se pueden hacer predicciones con certidumbre de los mismos a través de la vida útil, conviene, sin embargo, estudiar sus probables tendencias para realizar un análisis de sensibilidad que indique

cuáles serían los efectos de sus variaciones sobre los ingresos de la futura unidad económica.

**Cuarta Etapa (Evaluación):** Permite realizar una evaluación del proyecto para determinar si se adapta o no a los objetivos o intereses del inversionista o financista. Es conveniente señalar que existen varias formas de evaluar un proyecto, dependiendo de quien realiza la evaluación, ésta se puede clasificar en evaluación social y en evaluación privada.

**Quinta Etapa (Ejecución del Proyecto):** Esta etapa consiste en el proceso de adquisición del terreno, así como de la maquinaria para el desarrollo del proyecto. Incluye además la construcción de edificaciones industriales y de servicio, instalaciones de la maquinaria, dotación de servicios y puesta en marcha de la unidad productora de bienes o servicios si es el caso. Finalmente se deben abordar los problemas de comercialización del bien producido, en lo concerniente al establecimiento de convenios con mayoristas, distribuidores, usuarios, etc., a fin de garantizar o asegurar la colocación del producto, entre sus usuarios (p. 16).

En este sentido, evaluar un proyecto implica identificar y cuantificar creativamente beneficios y costos desde que surge una idea o alternativa hasta la ejecución de la misma, para lo cual es necesario medir la rentabilidad e identificar la vulnerabilidad del proyecto. La evaluación de un proyecto supone, procesar información existente a un determinado costo para llegar a identificar los beneficios económicos que pueden obtenerse en una determinada actividad.

Un proyecto se descarta si no se obtiene un resultado favorable de las evaluaciones relevantes, así, la evaluación contribuye a una buena utilización de recursos y al cumplimiento de los objetivos de los inversionistas o ejecutores.

### **2.3.2. Estudio de mercado**

El estudio del mercado trata de determinar el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico. Por espacio se entiende la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada. También identifican las empresas productoras y las condiciones en que se está suministrando el bien. Igualmente el régimen de formación del precio y de la manera como llega el producto de la empresa productora a los consumidores y usuarios (Blanco, 1991).

El estudio de mercado sirve en un estudio de factibilidad como antecedente para la realización de los estudios técnicos, de ingeniería, financiera y económica para

determinar si un negocio es viable o no, pues en dependencia de los resultados que se obtengan en cada uno de ellos, se podrá hacer la valoración de si es buena o no una determinada inversión.

En dicho estudio se determinará información del mercado objetivo al cual va dirigido el proyecto como: demanda real e insatisfecha de los servicios de una hostería del poblado de Ulba, comportamiento de los competidores del negocio, grado de satisfacción del público objetivo con las hosterías actuales, percepción del precio que consideran justo por el servicio, etc.

La demanda real está constituida por “la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en el mercado” (Ramírez, Vidal, y Domínguez, 2015, p. 219). Es por tanto la demanda del producto o servicio en cuestión.

La demanda insatisfecha está constituida por “la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad” (Rámirez, 2001, p. 58). Es por tanto la demanda que no se satisface con el producto o servicio que se ofrece.

El estudio de mercado pretende además segmentar el mercado teniendo en cuenta diferentes variables como pueden ser el sexo, edad, estado civil, nivel económico, académico, hábitat urbano, ocupación, aficiones, etc. La segmentación permitirá centrar el negocio en las necesidades de un público objetivo.

### **2.3.2.1. Marketing Mix**

El origen del marketing toma auge desde la antigüedad donde los aborígenes que se dedicaban a diferentes fines, cambiaban sus bienes y producciones para poder subsistir, aun cuando no existía el dinero. El marketing sostiene que los humanos son criaturas que tienen necesidades y deseos insatisfechos que crean un estado de incomodidad, que se soluciona con la adquisición de bienes o productos que los satisfacen. Una necesidad se puede satisfacer con varios productos, pero la elección del mismo se sustenta por conceptos de valor, costo y satisfacción.

Los estudios sobre marketing toman auge entre 1900 y 1910 liderados por algunas universidades norteamericanas, las cuales comienzan a impartir

cursos relacionados sobre la distribución y venta de productos. Para el año 1910 aparece el curso “Métodos de Marketing” impartido por Butler en la Universidad de Wisconsin. En dicho curso es empleado por primera vez el término Marketing con el fin de categorizar todas las actividades referentes a la puesta en el mercado de los productos y al estudio de la demanda (Kotler y Armstrong, 2013, p.13).

El término Marketing ha sido confundido con las actividades de publicidad y promoción, otros consideran que se refiere al diseño de productos y técnicas de venta. El marketing es mucho más que eso.

Para Kotler (2006) “el marketing es el arte y la ciencia de seleccionar los mercados meta y lograr conquistar, mantener e incrementar el número de clientes mediante la generación, comunicación y entrega de un mayor valor para el cliente” (p 186). En consecuencia, dicho de otro modo, el marketing es un sistema total de actividades comerciales tendientes a planear, promover, fijar precios y distribuir productos satisfactores de necesidades entre los mercados meta, con el fin de alcanzar los objetivos institucionales.

Para hacer un estudio más amplio es necesario conjugar el marketing como una serie de variables, Kotler y Armstrong (2013) en su libro “*Fundamentos de Marketing*” lo categorizan como marketing mix o mezcla de mercadotecnia y lo definen como: "el conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta” (p. 13).

**Figura 5:** Combinación de las "4P" del marketing



**Fuente:** Fundamentos de Marketing por Kotler y Armstrong (2013)

**Elaborado por:** El Autor

**Producto:** “Es un bien específico dispuesto en el mercado con el propósito de satisfacer determinadas necesidades, el cual puede catalogarse en objetos, servicios, lugares, organizaciones e ideas” (Kotler y Armstrong, 2013, p. 13).

El producto es la variable que encierra tanto los bienes como los servicios que comercializa una organización, con la finalidad de satisfacer las necesidades de los consumidores. Por lo tanto, la elaboración de un producto debe centrarse en resolver las necesidades de los posibles consumidores y de qué manera se logra su satisfacción.

**El Precio:** Esta variable tiene como premisa “determinar toda la información necesaria sobre el precio de un producto o servicio que se pone a disposición del mercado” (Kotler P., 2004, p. 392).

Uno de los pasos más difíciles es establecer el precio de los productos o servicios que ofrecen las empresas, es muy importante considerar varios factores a la hora de fijar los precios de los servicios. Inicialmente hay que identificar el mercado objetivo y medir el nivel de posicionamiento que tendrán los servicios, además de establecer estrategias para promocionarlos.

### **Plaza o Distribución**

La plaza o distribución es una variable estratégica de marketing que tiene una vinculación directa con la producción y el consumidor o usuario que adquiere el producto. Su función principal se basa en poner a disposición del cliente final el producto, teniendo en cuenta la cantidad demandada, en el momento oportuno y el lugar donde quiera adquirirlo, brindando un precio razonable que el cliente esté dispuesto a pagar (Kotler P. , 2006)

La distribución de un producto se refiere al conjunto de actividades para trasladar un producto terminado hasta los diferentes puntos de venta con la finalidad de que llegue a manos del consumidor en el menor tiempo posible por lo que, en el marketing mix, la estrategia de distribución se trabaja en aspectos como: el almacenamiento, gestión de inventarios, procesos de pedidos, transporte, localización de puntos de venta, entre otras.

## **Promoción o Comunicación**

La variable promoción o comunicación se encarga de dedicar los esfuerzos que una empresa puede realizar para promocionar su producto o servicio con el objetivo de ser vendido o prestado. Su resultado específico dependerá de cómo se emplea y a quién va dirigido y cómo se realiza (Kotler P. , 2006)

La forma en que una empresa u hostería lleva a cabo las actividades promocionales, es la vía por la cual ésta se comunica directamente con los clientes potenciales. La promoción no es más que un intento de influencia hacia el público, por lo que se considera importante el uso de varias técnicas que apoyen la promoción a través de una mezcla promocional para sus productos y/o servicios. Las mismas son promoción, publicidad, merchandising, relaciones públicas y fuerzas de ventas.

Con respecto a la publicidad Arranz de Andrés y Serna (2009) plantean que:

Es toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles o inmuebles, servicios, derechos y obligaciones (p. 369).

De acuerdo a esto la publicidad comercial es una forma de comunicación que intenta incidir sobre el consumo de un producto o servicio a través de campañas publicitarias.

Kotler (2013) planteó que:

Algunas de las principales estrategias que se deben utilizar para contar con una promoción eficiente se basan en ofrecer como oferta la adquisición de dos productos por el precio de uno u ofrecer la oferta de adquisición de un segundo producto a mitad de precio por la compra del primero. Propiciar cupones o vales de descuento a clientes potenciales. Propiciar descuentos especiales en determinados productos y fechas específicas. Realizar sorteos o concursos y rifas para los clientes. Obsequiar o darle regalos que incentiven a los principales clientes. Utilizar espacios en diarios o revistas especializadas para difundir sus productos, así como sitios de internet y redes sociales. Además, lograr la participación en ferias o exposiciones de negocios que permitan dar a conocer el producto. Organizar eventos o actividades con la participación de clientes. Utilizar carteles o afiches que den identidad a la empresa, tanto en el propio local como en el entorno. Ubicar letreros o paneles en espacios públicos, así como la impresión de folletos, volantes y tarjetas de presentación para ser repartidos (p. 98).

Por lo tanto, el marketing mix, es la combinación de las variables, controlables por la empresa, que tienen que ver con el producto, el precio, la plaza que implica su distribución y la promoción o sea las “4Ps” del mercado que deben ser manejados por la gerencia para lograr la mejor introducción y sostenimiento del producto en el mercado.

### **2.3.3. Estudio técnico**

Este tipo de estudio es la segunda etapa de cualquier proyecto de inversión. Aquí se observan obligatoriamente los aspectos técnicos para aplicar al proyecto, se estudia el manejo de los recursos de los que se dispone para invertir en el proyecto y se especifica el lugar de producción, instalaciones, localización y organización requeridas. (Berehrens y Hawranek, 2006).

El estudio técnico es de gran importancia, ya que se puede hacer una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan tener una idea de los recursos necesarios para el proyecto; además de poder obtener información de utilidad al estudio económico-financiero. Esto tiene como objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto, para poder justificar las alternativas técnicas seleccionadas y además proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y costo de las operaciones pertinentes en esta área.

Los componentes esenciales de un estudio técnico son:

#### **2.3.3.1. Localización óptima del proyecto**

La localización se efectúa mediante los mismos criterios generales utilizados para la determinación del tamaño óptimo, incluyendo el análisis específico de la ubicación, los costos particulares de los insumos de cada lugar y los distintos costos de aducción y distribución que resultan para cada emplazamiento (Pallares, 2005, p. 47).

Por lo que es necesario tener en cuenta varios criterios para la selección del lugar, de ser posible de forma cuantitativa y de esa manera tener un promedio ponderado para cada uno.

### **2.3.3.2. Tamaño óptimo del proyecto**

El tamaño óptimo del negocio se refiere a la capacidad instalada del proyecto, y se expresa en unidades de producción por año. Existen otros indicadores indirectos, como el monto de la inversión, el monto de ocupación efectiva de mano de obra o algún otro de sus efectos sobre la economía. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica (Vaca y Rodríguez, 2013)

La capacidad instalada se refiere al volumen de producción de bienes o servicios que son posibles generar a una unidad productiva de acuerdo con la infraestructura disponible.

Según Pallares (2005) manifiesta que la capacidad instalada:

Indica cual será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles. Se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, volumen, peso, valor o unidades de productos, a abordar por año, mes, días, turnos.

La capacidad utilizada es la proporción de la capacidad instalada que utiliza una empresa. También se considera a la parte de la capacidad para producir. Tiene en cuenta la demanda, curva de aprendizaje, disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc., se indican y explican el porcentaje de utilización de la capacidad instalada (p. 47).

En el caso de la creación de la hostería en la parroquia Ulba se tendrá en cuenta la capacidad de alojamiento y alimentación que podrá ofrecer la instalación. Por tanto para definir el tamaño óptimo de proyecto se deberá tener en cuenta la demanda del servicio, si existe bastante demanda la hostería deberá crear mayor capacidad instalada, de lo contrario si no hay demanda, es mejor no ejecutar el proyecto.

### **2.3.3.3. Ingeniería del proyecto**

“La ingeniería del proyecto concierne a la instalación y al funcionamiento de la planta, desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y la maquinaria, la distribución óptima de la planta, hasta la estructura jurídica y de organización (Vaca y Rodríguez, 2013).

Por tanto, a través de ese análisis se resuelve lo concerniente a la instalación, distribución y funcionamiento de la hostería.

#### **2.3.3.4. Organización humana y jurídica**

La organización humana se debe realizar a través de la estructura organizacional, la cual es definida según Hernández (2012) como:

La forma de organización que adoptan los componentes de un conjunto o bien de un sistema bajo condiciones particulares de tiempo y lugar. Es la caracterización de un todo por las relaciones mutuas que implican la distribución y el orden de sus partes (p. 24).

Por tanto, se procederá a elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple y así mostrar la organización de los puestos y jerarquías dentro de la Hostería. Además, la hostería, deberá constituirse de acuerdo al interés de los socios, respetando el marco legal vigente desde el punto de vista fiscal, civil, sanitario, social, ambiental, laboral y municipal.

#### **2.3.4. Estudio Financiero**

El estudio financiero determina cuál será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico y a lo largo de la vida útil de la empresa, esta determinación cuantitativa de productos la obtenemos mediante los estudios anteriores, para evaluar el proyecto se tiene que partir de indicadores económicos que servirán de base para determinar su implantación o no y en caso de la posibilidad, se determina la rentabilidad (Blanco, 1991).

##### **2.3.4.1. Estados Financieros**

**NIC 1 (Normas Internacionales de Contabilidad):** Presentación de los Estados financieros), plantean que los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad. El objetivo de los mismos es mostrar información de la situación financiera, el rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, para ser utilizados en el momento de tomar decisiones económicas. Además, muestran resultados de la administración de los recursos de la empresa. Los estados financieros suministran la siguiente información de cada entidad:

- a. activos

- b. pasivos
- c. patrimonio neto
- d. ingresos y gastos, en los que se incluyen las ganancias y pérdidas
- e. aportaciones de los propietarios y las distribuciones a los mismos en su condición de tales
- f. flujos de efectivo

“Los estados financieros propician el análisis monetario del flujo de bienes y servicios dentro de la empresa y de la organización en su totalidad” (Stoner, Freeman y Gilbert, 1996, p. 648).

Los estados financieros son documentos con validez oficial que permiten tener una idea sobre las finanzas de la empresa. Muestran los ahorros y gastos de la institución. Ayudan a observar el pasado y aprender para mejorar en años posteriores.

El párrafo 43 de la NIF A-1 establece que, para presentar la situación económica y financiera de una entidad, es necesario integrar los siguientes conceptos básicos:

**Balance General:** Es un informe financiero contable que refleja la situación de una empresa en un periodo determinado.

**Estado de Resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias:** Refleja los ingresos generados por la empresa, así como, los costos y gastos de sus operaciones, mostrando finalmente el resultado correspondiente a las ganancias o pérdidas.

#### **2.3.4.2. Flujo de Efectivo**

El flujo de efectivo o flujo de caja “es la expresión en dinero líquido de los costos y los beneficios esperados y su estimación se considera un paso crítico y difícil. Es además un componente imprescindible para presupuestar el capital o plan de inversiones de la empresa” (Weston y Brigham, 1994).

Tanto las ventas como las compras que hace una empresa pueden ser al contado o a crédito, trayendo consigo flujos de fondos, los cuales exigen un estricto control

pues luego ser destinados a futuras inversiones con el fin de expandirse y aumentar sus operaciones, estos proporcionan una visión proyectada sobre los resultados.

#### **2.3.4.3. Rentabilidad Financiera. VAN, TIR, PRI y Punto de Equilibrio**

En la actualidad el entorno se comporta muy convulso en temas económicos y administrativos, emprender una inversión implica riesgos relevantes, por lo que se necesita realizar un análisis que permita la evaluación de los riesgos de dicho proyecto. Existen varias técnicas de pronóstico financiero con la que cuentan aquellos que deciden invertir, es decir, los inversionistas.

El Valor Actual Neto (VAN), se conoce como el valor actual de los flujos de caja esperados. Representa aquella cantidad monetaria que tiene en cuenta además las erogaciones e incluye el costo de capital, se suele definir por la rentabilidad neta absoluta de la inversión. Muchas personas la entienden como el valor actualizado del saldo entre el flujo de ingresos y egresos durante la vida útil de un proyecto. Para determinar dicho indicador se descuentan los flujos a una tasa que debe representar el costo de oportunidad del capital (Faga y Ramos Mejías, 2006, p. 89).

Según Lara (2012):

El VAN es una medida del Beneficio que rinde un proyecto de Inversión a través de toda su vida útil; se define como el Valor Presente de su Flujo de Ingresos Futuros menos el Valor Presente de su Flujo de Costos. Es un monto de Dinero equivalente a la suma de los flujos de Ingresos netos que generará el proyecto en el futuro (p. 42).

Dada estas definiciones se puede decir que, el VAN es un indicador financiero que permite evaluar la rentabilidad de un proyecto de inversión. El VAN mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, si el resultado es positivo, entonces el proyecto es viable, se recomienda en proyectos de mediano y largo plazo.

Dentro de las consideraciones de aceptación de la VAN según Lara (2012) se tienen beneficios:

- a) Si el VAN es positivo el proyecto se acepta (existe ganancia)
- b) Si el VAN es cero se acepta o se rechaza el proyecto (cubre las inversiones)

c) Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto (existe pérdida)

**La Tasa Interna de Retorno (TIR):** “Representa el rendimiento particular que tiene un proyecto sin tomar presente su costo de capital. La misma proporciona una medida de la rentabilidad relativa bruta anual por unidad monetaria comprometida en un proyecto” (León, 2012).

Al igual que el VAN, la TIR tiene criterios dinámicos y considera la vida útil del proyecto, además proporciona una visualización más fácil de la rentabilidad de negocio, se analizan los proyectos en términos de rendimiento y constituye un criterio de sensibilidad de la tasa de descuento.

Dentro de las consideraciones de aceptación del TIR según León (2012) se tienen beneficios:

- Si la  $TIR > Tasa\ de\ Descuento\ (TD)$ : Los ingresos  $>$  egresos, significa que se cubre el requerimiento de la inversión inicial, es decir se recupera el capital de trabajo, generando excedentes de dinero (el proyecto se acepta).
- Si la  $TIR < TD$ : Los ingresos  $<$  egresos, significa que no se cubre el requerimiento de la inversión inicial, es decir que no se recupera el capital de trabajo por lo cual no hay excedente de dinero (el proyecto se rechaza).
- Si la  $TIR = TD$ : Los ingresos = egresos, significa que apenas se cubre el requerimiento de la inversión, es decir, que solo se recupera el capital de trabajo y no hay ni pérdida ni ganancia (el proyecto se puede o no aceptar).

**Período de Recuperación o Pay Back:** “El período de recuperación de la inversión (PRI) es el tiempo requerido para que los ingresos netos de una inversión sean iguales a los egresos” (Everett y Ronald, 2012)

Por lo tanto, este indicador permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

**Punto de equilibrio:** “Es el punto donde la empresa logra cubrir sus costos. Permitirá a las empresas conocer el nivel de ventas para recuperar la inversión” (Vaquiro, 2013).

El punto de equilibrio hace referencia al nivel de ventas que tiene una empresa, donde los costos totales (fijos y variables) se encuentran cubiertos totalmente, es decir, en este punto la empresa tiene un beneficio igual a cero.

#### **2.3.4.4. Los presupuestos**

“Un empresario emprendedor debe planificar con inteligencia la magnitud de sus operaciones, basado en la principal intención de obtener utilidades, logrando que sus gastos estén por debajo de sus ingresos para garantizar la eficiencia económica de sus operaciones” (Burbano, 2005).

“Los presupuestos son estados cuantitativos formales de los recursos reservados para realizar las actividades planeadas durante determinados periodos. Son el medio más común con que se planean y controlan las actividades en todos los niveles de una organización” (Stoner, Freeman, y Gilbert, 1996, p. 648).

Por lo tanto, un presupuesto es el cálculo anticipado de los ingresos y egresos de una actividad económica (personal, familiar, un negocio, una empresa), durante un periodo determinado, por lo general de forma anual; también permite establecer prioridades y evaluar la consecución de los objetivos establecidos.

#### **Funciones de los presupuestos:**

- Establecer una estrecha relación con el control financiero de la organización, pues constituye una herramienta necesaria para la toma de decisiones.
- Analizar el curso de lo que se está haciendo, comparando los resultados, con los datos presupuestados correspondientes para verificar los logros o ajustar las diferencias.
- Desempeñar roles preventivos y correctivos dentro de la organización enfocados en el déficit o superávit de los resultados.

### **Importancia de los presupuestos:**

- Ayudan a minimizar los riesgos operacionales de la organización.
- Constituyen un mecanismo para la revisión de políticas y estrategias organizacionales, para de esta forma direccionarlas hacia lo que verdaderamente se busca.
- Contribuyen al logro de la visión determinada por la administración, enfocada en la rentabilidad y expansión.

### **2.3.5. Análisis de sensibilidad**

A grandes rasgos, un análisis de sensibilidad es aquel en el que se evalúa cómo el cambio en una variable genera un impacto sobre un punto específico de interés, siendo muy útil en la evaluación de alternativas para la toma de decisiones en una organización, a la hora de elaborar presupuestos o proyectos de inversión, el análisis de sensibilidad le permite a los administradores identificar las variables que tienen un impacto más fuerte sobre los costos o ingresos, permitiéndoles combinar las variables con el fin de obtener resultados que optimicen la generación de valor en la compañía (Diego Gomez, 2012).

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos. El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

### 2.3.6. Análisis de riesgos

El análisis de riesgos es una actividad en donde los riesgos son examinados detalladamente, intentando transformar los riesgos en información útil. El propósito de esta actividad es observar las características que pueden impactar el desarrollo, determinando cuál es la factibilidad de cada riesgo, cómo se comportan al interrelacionarse con los demás (efecto combinado) y cuáles son los más importantes. Cada riesgo debe ser comprendido a cabalidad, para permitir al líder del equipo de Gestión de Riesgo una eficiente toma de decisiones. Esta actividad, debe ser desarrollada por miembros del equipo que tengan conocimiento y experiencia en el tratamiento de riesgos, para que sean efectivamente asignados los recursos para evaluar, clasificar y priorizar los riesgos. Esta información debe almacenarse para poder tener la posibilidad, en cualquier momento, de modificarla. Por ejemplo, en un proyecto de desarrollo de software, cuando un integrante del equipo identifica un riesgo, es también el responsable de estimar los atributos de los riesgos, así como su clasificación. El líder del equipo, evalúa los valores de los atributos y las clasificaciones y realiza los cambios necesarios. Además, otro grupo es el encargado de priorizar ese riesgo. Como resultado de esta actividad, es posible obtener información acerca de cuáles son los riesgos que deben ser gestionados (Gitman, 2012, p. 45).

**Tabla 2:** Componentes del análisis de riesgos

| Componente        | Descripción  |
|-------------------|--|
| Evaluar el riesgo | Evaluar cada riesgo implica identificar sus principales atributos, estableciendo: <ul style="list-style-type: none"><li data-bbox="826 1346 1362 1413">• Impacto: El efecto que causaría el accionamiento del riesgo.</li><li data-bbox="826 1424 1362 1491">• Probabilidad: La probabilidad que el riesgo ocurra.</li><li data-bbox="826 1503 1362 1697">• Periodicidad: El lapso durante el cual se requiere que actúe la estrategia para contrarrestar el efecto. Normalmente este riesgo está presente a lo largo del desarrollo, por lo cual este atributo podría obviarse.</li></ul> |
| Clasificar        | Clasificar cada riesgo requiere agruparlos basándose en sus características. Los grupos, que también son llamados clases o conjuntos, muestran la interrelación entre ellos. La clasificación puede servir para identificar duplicidad de riesgos, así como para ayudar a simplificar la lista de riesgos.   |

|           |   |
|-----------|---|
| Priorizar | <p>Priorizar riesgos involucra lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Separar los riesgos más importantes y que representan una dificultad que podría hacer peligrar el proyecto.</li> <li>• Hacer un ranking con los riesgos más relevantes, basados en un criterio que varía dependiendo del proyecto (ejemplo: costo o tiempo de desarrollo).</li> </ul> <p>El producto de esta actividad es un reporte que contiene un ranking con los riesgos más significativos para el proyecto.</p> |
|-----------|---|

**Fuente:** Estrada (2015)

## 2.4. Marco conceptual

**Proyecto:** Conjunto de actividades que se encuentran coordinadas e interrelacionadas, las mismas que son desarrolladas por una persona o entidad con la finalidad de alcanzar un determinado objetivo.

**Hostería:** Se ocupa de proporcionar alojamiento con comodidad, comida a una o varias personas con una gran variedad de servicios, donde la oferta y la demanda en precios tiene una gran importancia.

**Mercado:** Conjunto o reunión de personas con necesidades y deseos insatisfechos, dinero para pagar y voluntad de adquirir.

**Demanda:** Es la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos por el comprador o consumidor a un precio dado.

**Estudio de Factibilidad:** Consiste en el análisis de datos relevantes sobre el desarrollo de una actividad económica y en base a ello tomar la mejor decisión.

**Estudio de mercado:** Conjunto de actividades que se ejecutan para conocer la respuesta del mercado ante un producto o servicio.

**Estudio Técnico:** Es aquella en la que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, además se determina la localización, el tamaño, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

**Estudio Financiero:** Es aquella que permite determinar la factibilidad del proyecto pues determina la rentabilidad y da las pautas para establecer si es conveniente o no implementar el proyecto, en este estudio se cuantifican los recursos financieros que son necesarios para poner en marcha el proyecto.

## **2.5. Marco legal**

### **2.5.1. Constitución del negocio**

En el Ecuador existen cinco especies de compañías de comercio regidas por la Ley de Compañías como son:

- Compañía en nombre colectivo
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- Compañía de responsabilidad limitada
- Compañía anónima
- Compañía de economía mixta.

Una compañía de responsabilidad limitada puede realizar toda clase de actos civiles o de comercio, y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, exceptuando operaciones de bancos, capitalizaciones, seguros y ahorros (Ley de Compañías, 1999).

Se determinó que la hostería sea una Compañía de Responsabilidad Limitada, la cual se registrará en la Superintendencia de Compañías con la denominación o razón social como: Hostería el Valle de Ulba Cía. Ltda.

La hostería “El Valle de Ulba” dedicada a fomentar el turismo y la economía de la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, contará con el Modelo de Minuta, el Reglamento Interno y el Reglamento de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.

El Modelo de Minuta contendrá lo siguiente:

- Datos generales de ley de cada socio como: nombres, edad, documentos de identificación, etc.

- La descripción de la actividad económica que se realizará y se especificará el aporte que hará cada socio del negocio.
- Fecha de inicio de las actividades, el domicilio comercial y el tiempo de duración de la hostería.
- Giro de la sociedad.
- Tipo de sociedad que en este caso se refiere a Compañía Limitada.
- Tiempo de duración de la sociedad: si es plazo fijo o indeterminado.
- La denominación o razón social de la Compañía.
- Persona encargada de administrar o representar a la sociedad.
- Aportes de cada socio.
- Otros acuerdos que establezcan los socios.

El Reglamento Interno tiene el objetivo de establecer reglas adecuadas para regular las relaciones laborales entre la hostería y el personal.

El Reglamento Interno de la hostería será constituido para dar cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 64 del Código del Trabajo en vigencia, y para los efectos legales determinados en el artículo 42 numeral 12 y en el artículo 44 literal a) del mismo Cuerpo de Leyes, y, en general, para el mejor desenvolvimiento de las relaciones laborales entre la hostería y sus trabajadores. Para la elaboración del Reglamento Interno de Trabajo se tendrá como base el formato propuesto por el Ministerio de Relaciones Laborales (Código del Trabajo, 2015).

Entre los principales aspectos que deben contener el reglamento se encuentran los siguientes:

- La hora en que comienza y termina cada jornada de trabajo.
- Horarios de descanso.
- La forma de comprobación del cumplimiento de las normas previsionales y laborales.
- Normas e instrucciones referentes a la prevención, higiene y seguridad en el trabajo
- Sanciones a aplicar a los trabajadores y el procedimiento a seguir en estos casos.

Entre los requisitos que se deben tener en cuenta para la aprobación del Reglamento interno por el Ministerio de Relaciones Laborales (2015), de acuerdo a lo planteado por dicho Ministerio, se encuentran:

1. Petición dirigida al Director Regional de Trabajo firmada por el Representante Legal, apoderado o Propietario de la compañía como se muestra en el Anexo 1.
2. Registro Único de Contribuyentes
3. Nombramiento del representante legal o poder.
4. Cédula de identidad y certificado de votación vigente del representante legal, apoderado o propietario.
5. Certificado de Cumplimiento de Obligaciones con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) o convenio de purga de mora.
6. Autorización de funcionamiento otorgado por la Dirección Regional de trabajo para el caso de Actividades Complementarias.
7. Proyecto de Reglamento propuesto en formato Word (p. 89).

El Reglamento de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional de la hostería pretende facilitar una herramienta sencilla y útil para identificar y analizar los riesgos laborales asociados a las distintas operaciones que se llevan a cabo habitualmente en las hostelerías, así como describir las medidas que deben implantarse para su prevención y control.

Este Reglamento de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional de la hostería estará en correspondencia con lo expuesto en el Capítulo V del Código del Trabajo (2015), “De la prevención de los riesgos, de las medidas de seguridad e higiene, de los puestos de auxilio, y de la disminución de la capacidad para el trabajo”, donde se mencionan las obligaciones en cuanto a la prevención de riesgos y los preceptos que se deben tomar en cuenta sobre la prevención de riesgos.

Además, estará en correspondencia también con lo dispuesto en el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente del Trabajo, el cual fue publicado en el Registro Oficial N° 565 del 17 de noviembre de 1986. En el Registro Oficial N° 997 del 10 de agosto de 1988 se publicaron las reformas que se consideraron pertinentes. En el reglamento se constituyen una serie de normas de Seguridad, Salud y Mejoramiento del Medio Ambiente Laboral, mediante la acción coordinada de las entidades del sector público, organizaciones

empresariales y de trabajadores (Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, 1994).

### **2.5.2. Permisos y licencias para la puesta en marcha del negocio**

Para la constitución de la hostería “El Valle de Ulba” Cía. Ltda., se debe cumplir con lo establecido en la ley de Compañías, Sección V, de la Compañía de Responsabilidad Limitada.

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de hostería, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar (Ley de Compañías, 1999).

Según la Superintendencia de Compañías del Ecuador, la constitución de una hostería debe quedar registrada mediante escritura pública, inscrita en el Registro Mercantil, para lo cual se necesitan los documentos: Escritura de constitución de la hostería (mínimo tres copias), pago de la patente municipal, exoneración del impuesto del 1 por mil de activos y la publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución (Ley de Compañías, 1999)

Además, la hostería debe cumplir con lo establecido en el SRI (Servicio de Rentas Internas del Ecuador), cumpliendo con las declaraciones y el pago de impuestos a través del Registro Único de Contribuyente, para ello la hostería debe contar con un número de RUC.

La hostería debe tener un registro en el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social), donde se emite el número patronal, así como adquirir los permisos de funcionamiento, pago de patente municipales, tasa de habilitación y certificado de seguridad del Cuerpo de Bomberos.

## Capítulo III

### 3. Metodología de la investigación

#### 3.1. Metodología

Durante la investigación se emplea el siguiente método de investigación:

**Método inductivo:** Según Rodríguez (2008) “Este método es un proceso en el que, a partir del estudio de casos particulares, se obtienen conclusiones o leyes universales que explican o relacionan los fenómenos estudiados” (p. 29). Se emplea este método al realizar varios estudios de acuerdo a aspectos técnicos, de mercado y financiero, los cuales permitieron llegar a conclusiones generales acerca de la creación de la hostería.

#### 3.2. Tipo de investigación

La investigación que se realiza corresponde a una investigación descriptiva y explicativa.

**Descriptiva:** Según Meyer y Van Dalen (1971) manifestaron que:

Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento (p. 96).

Por lo tanto, este tipo de investigación consiste en la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos o personas que son objeto de estudio con la finalidad de conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes.

**Explicativa:** Este tipo de investigación, según Toro y Parra (2013) “se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da este”. Con el levantamiento de la información se va a determinar los efectos económico – sociales que tendría la creación de la hostería en la parroquia Ulba. Por medio de este tipo de investigación se podrá conocer la situación de la oferta y demanda de alojamiento en la parroquia.

### **3.3. Enfoque de la investigación**

La presente investigación tiene un enfoque mixto puesto que se realizan análisis cualitativos y cuantitativos además se empleará instrumentos como el cuestionario y guía de observación a la población objeto de estudio.

En el caso de la investigación cualitativa aparece como una ventajosa forma de acercarse a comprender dicho conocimiento compartido, especialmente pues se rescata lo que los propios sujetos, en sus propias expresiones, identifica y señalan como sustancial a las experiencias que se investigan. Rescatando por tanto no la lectura de la realidad de parte del investigador, sino de los sujetos y las construcciones sociales que han realizado de su propia realidad (Saavedra y Castro, 2007).

Las investigaciones con enfoque cuantitativo usan la recolección y el análisis de información para contestar las preguntas de investigación, así como comprobar las hipótesis establecidas anteriormente, confía en la medición numérica, el conteo, y la utilización de las estadísticas, para establecer con precisión patrones en una población (Gómez, 2006).

La investigación tiene un enfoque cuantitativo puesto que se recoge información a través de cuestionarios que permitan explicar y medir las preferencias de los turistas en cuanto a los servicios que ofrecerá una nueva hostería. Además, tiene un enfoque cualitativo, puesto que se realizan apreciaciones conceptuales referentes a las realidades de las hosterías existentes en la parroquia.

### **3.4. Técnicas de investigación**

Para la realización de un trabajo de investigación, es necesario buscar vías para obtener información que conlleve a la obtención de resultados válidos. Las técnicas empleadas en este proyecto fueron la encuesta y la observación.

**Encuesta:** “Es la técnica que a través de un cuestionario adecuado nos permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella. Es una de

las técnicas más generalizadas en el área social, económica, política, educativa, etc.” (Pacheco, 2000, p. 70).

La aplicación de la encuesta propiciará los datos necesarios para evaluar de manera cuantitativa la información que el investigador necesita referente al estudio de mercado.

**Observación:** “Es una técnica de investigación que permite tomar información respecto a determinado fenómeno, hecho o caso en sus condiciones de presentación, para su posterior análisis” (Meyer y Van Dalen, 1971) Esta técnica se aplica para obtener el mayor número de datos respecto al funcionamiento de las hosterías de la parroquia.

**Los instrumentos de investigación aplicados fueron los siguientes:**

**Cuestionario:** Los cuestionarios aplicados se diseñan con preguntas cerradas que permitan medir las variables de investigación. Este instrumento se utilizó para diagnosticar la situación actual de mercado, a través de las respuestas obtenidas de los encuestados.

**Guía de observación:** Este instrumento facilita estudiar el proceso de funcionamiento de las hosterías de la zona, dedicadas al hospedaje. Mediante este instrumento se recolectó información necesaria y de esta manera establecer un servicio de calidad que satisfaga a los clientes.

### **3.5. Población y muestra**

La población está conformada por el número de turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia Ulba, que “aproximadamente llegan a 377 de manera semanal y 1.508 visitantes al mes, lo que representa 18.096 turistas anualmente, considerado el potencial turístico del sector” (Gobierno Autónomo Descentralizado de Ulba, 2016)

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características, al que llamamos población. Pocas veces se puede medir a toda la

población, por lo que obtenemos o seleccionamos una muestra y desde luego se pretende que este sea el reflejo fiel del conjunto de población (Hernández, Fernández, y Baptista, 2014, p. 207).

Vale destacar que no existen fuentes de información en el territorio donde se registre la afluencia de turistas de acuerdo a las épocas del año, por lo que se tomará la información correspondiente al promedio de visitantes mensuales publicado por el Gobierno Autónomo de Ulba para los análisis correspondientes.

Para determinar cuál será la muestra de estudio y que ésta sea significativa, será necesario utilizar la fórmula de muestra para población finita.

$$n = \frac{N(Z)^2(p)(1 - q)}{e^2 (N - 1) + Z^2(p)(1 - q)}$$
$$n = \frac{18.096 (1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,08^2 (18.096 - 1) + 1.96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = 149$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

e: error de muestreo (e= 0,08)

p: probabilidad a favor (p= 0,5)

q: probabilidad en contra (q=0,5)

z: nivel de confianza ( $Z_{0,95}=1.96$ )

N= Población 18.096 (Turistas)

De acuerdo a la cantidad de turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia ULBA, se tiene que efectuar 149 encuestas.

### 3.6. Análisis de los resultados

#### 3.6.1. Resultados de la aplicación de la encuesta

A continuación, se muestra los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, realizando una concatenación entre las respuestas que se obtuvieron en la encuesta, en correspondencia con los elementos que se constataron en la observación.

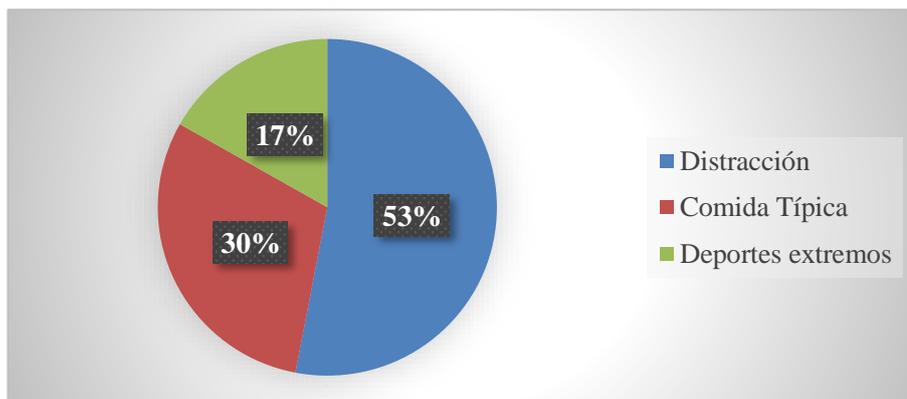
**Pregunta 1:** ¿Cuál es el motivo del viaje?

**Tabla 3:** Motivo del viaje

| Pregunta 1        | Frecuencia | Porcentaje  |
|-------------------|------------|-------------|
| Distracción       | 79         | 53%         |
| Comida Típica     | 45         | 30%         |
| Deportes Extremos | 25         | 17%         |
| <b>Total</b>      | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 6:** Motivo del viaje



**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### **Análisis e interpretación:**

Como se aprecia en la tabla 3 el 53 % de los turistas que visitan la parroquia Ulba, lo hacen por distracción, es decir, visitar y disfrutar de los diversos lugares turísticos que ofrece el sector; el 30 % la visitan por su comida típica, esta parroquia ofrece una amplia variedad de platos típicos de la serranía ecuatoriana que harán que el paladar de los turistas se deleite con la gastronomía ofrecida por esta parroquia;

mientras que el 17 % lo visitan por los deportes extremos, es decir, practicar diversas actividades de aventura en el aire, agua y tierra como el canopy, el rafting, entre otros.

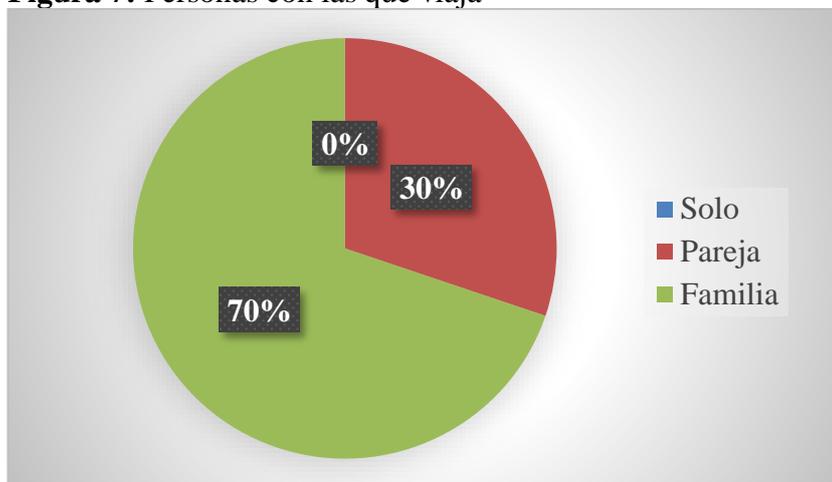
**Pregunta 2:** ¿Con quién o quiénes viaja?

**Tabla 4:** Personas con las que viaja

| Pregunta 2   | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Familia      | 104        | 70%         |
| Pareja       | 45         | 30%         |
| Solo         | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 7:** Personas con las que viaja



**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Análisis e interpretación:**

Como se aprecia en la tabla 4, el 70% de los turistas que visitan la parroquia Ulba lo hacen con su familia de 3 a 5 personas, el 30% de los visitantes lo hacen con su pareja, mientras que de manera individual es muy poco, por lo que al momento de realizar las encuestas da como resultado un 0%. Por lo tanto, los turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia lo hacen con su familia.

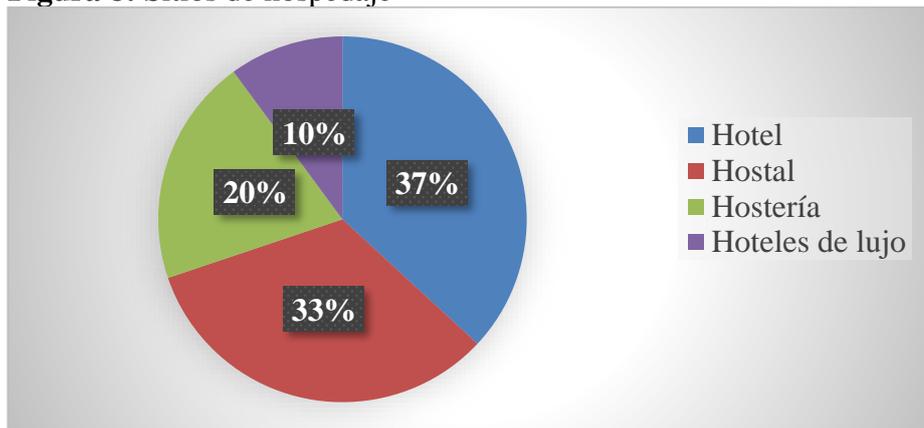
**Pregunta 3:** ¿Dónde se encuentra hospedado?

**Tabla 5:** Sitios de hospedaje

| Pregunta 3      | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------|------------|-------------|
| Hotel           | 55         | 37%         |
| Hostal          | 49         | 33%         |
| Hostería        | 30         | 20%         |
| Hoteles de lujo | 15         | 10%         |
| <b>Total</b>    | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 8:** Sitios de hospedaje



**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Análisis e interpretación:**

Al momento de la aplicación de las encuestas se determinó que los turistas se encuentran hospedados en los diversos sitios, los cuales se detallan a continuación: En hoteles un 37%, los hostales en un 33%, un 20% se encuentran en las hosterías y en los hoteles de lujo un 10%, como se aprecia en la tabla 5 y en la figura 8. La mayoría de los turistas son de clase media que se alojan fundamentalmente en los hoteles y hostales ya que los precios son muy cómodos y similares, además los hostales de este cantón han mejorado su servicio, aunque comentaron que la dificultad de este cantón es que no poseen muchos sitios de parqueadero y la mayoría de los sitios de hospedaje (hotel y hostal) no poseen garaje para sus clientes.

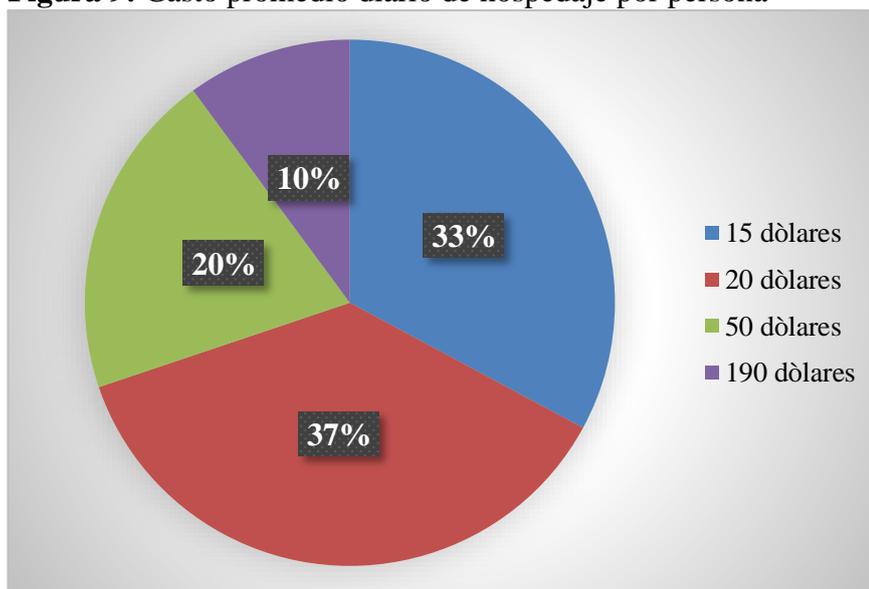
**Pregunta 4:** ¿Cuánto gasta como promedio diario por persona en hospedaje?

**Tabla 6:** Gasto promedio diario de hospedaje por persona

| Pregunta 3   | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| \$20         | 55         | 37%         |
| \$15         | 49         | 33%         |
| \$50         | 30         | 20%         |
| \$190        | 15         | 10%         |
| <b>Total</b> | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 9:** Gasto promedio diario de hospedaje por persona



**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### **Análisis e interpretación:**

Como se muestra en la tabla 6 y en figura 9, el 37 % de los encuestados gastan unos 20 dólares diarios por persona en cuanto a hospedaje en hoteles, el 33 % gastan unos 15 dólares diarios en hostales, el 20% gastan unos 50 dólares diarios en hosterías y un 10 % de los turistas gastan aproximadamente 190 dólares diarios en hoteles de lujo, por lo general son personas de clase social alta y extranjeros. Por ello, se puede plantear que la mayoría de los visitantes presentan poder adquisitivo.

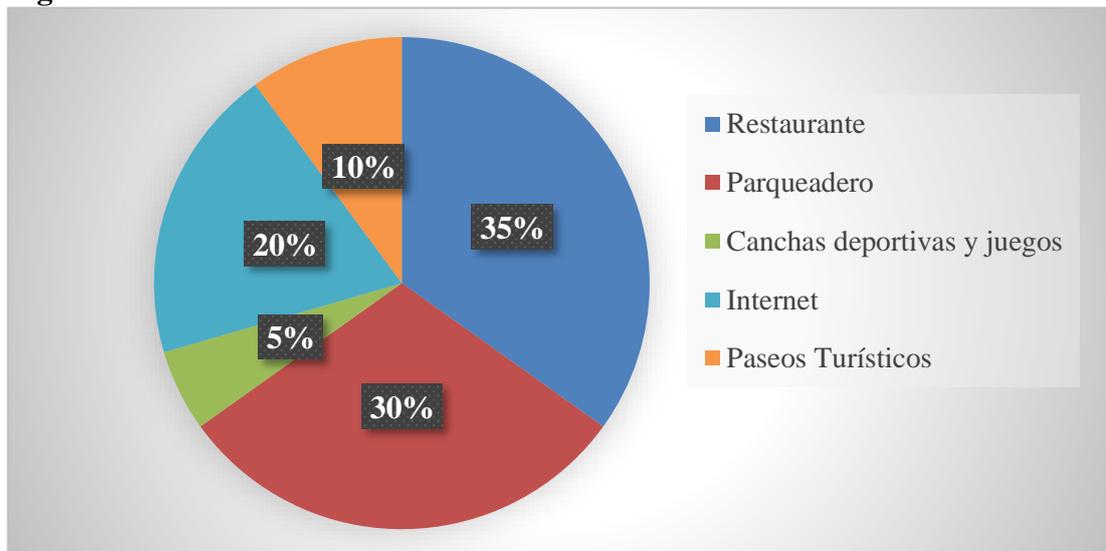
**Pregunta 5:** ¿Qué tipos de servicios prefiere de una hostería?

**Tabla 7:** Preferencia de servicios

| Pregunta 5                              | Frecuencia | Porcentaje  |
|---|------------|-------------|
| Restaurante                             | 52         | 35%         |
| Parqueadero                             | 45         | 30%         |
| Internet                                | 29         | 20%         |
| Paseos Turísticos                       | 15         | 10%         |
| Canchas deportivas y juegos recreativos | 8          | 5%          |
| <b>Total</b>                            | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 10:** Preferencia de servicios



**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Análisis e interpretación:**

Como se observa en la tabla 7 y en la figura 10, los turistas tienen una preferencia por servicios de restaurantes con un 35 %, el servicio de parqueadero con un 30 %, el servicio de internet con un 20 %, mientras que el 15 % desean servicios de paseos turísticos. Por tanto, se manifiesta que los posibles clientes tienen preferencia, en primer lugar, por el restaurante y en segundo lugar el parqueadero, los cuales se debe tener presente en el proyecto de factibilidad.

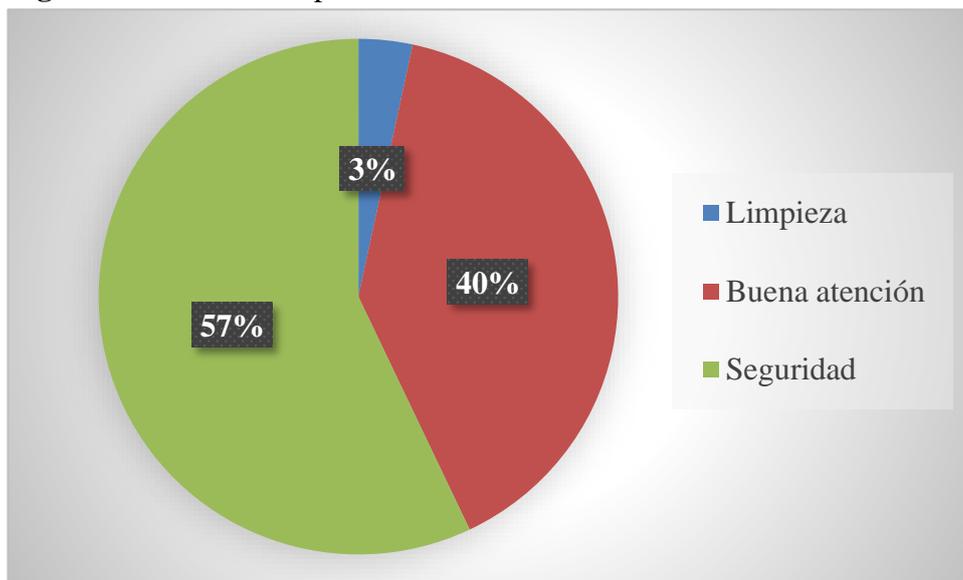
**Pregunta 6:** En cuanto a la calidad del servicio qué preferencias tiene acerca de lugar de alojamiento.

**Tabla 8:** Preferencia por la calidad del servicio

| Pregunta 6     | Frecuencia | Porcentaje  |
|----------------|------------|-------------|
| Seguridad      | 85         | 57%         |
| Buena atención | 59         | 40%         |
| Limpieza       | 5          | 3%          |
| <b>Total</b>   | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 11:** Preferencia por la calidad del servicio



**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Análisis e interpretación:**

Como se aprecia en la figura 11, el 57 % de los encuestados prefieren la seguridad dado al aumento de la delincuencia, un 40 % de los turistas prefieren una buena atención y en menor porcentaje el servicio de limpieza. Por tanto, la nueva hostería debe adoptar una política de seguridad y lo fundamental una buena atención a los clientes.

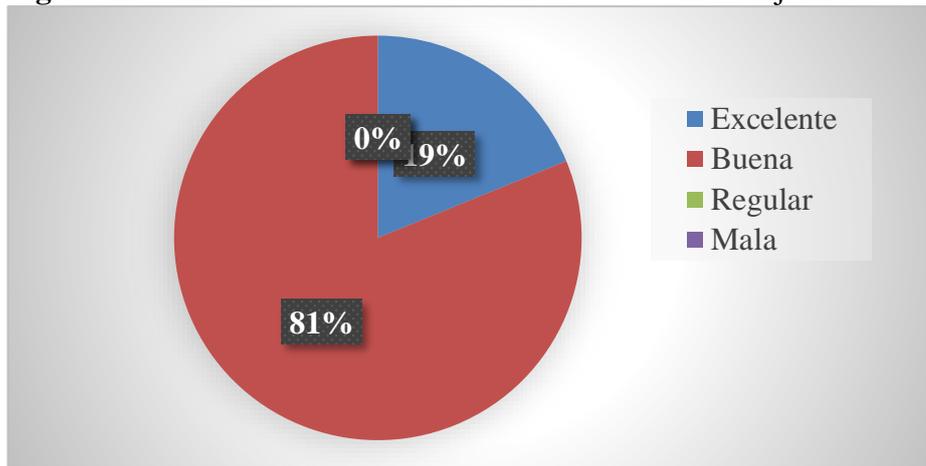
**Pregunta 7:** ¿Qué calificación le daría usted a la calidad del servicio del sitio de hospedaje donde se está alojando?

**Tabla 9:** Calidad del servicio de los diversos sitios de alojamiento de la zona

| Pregunta 7   | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Excelente    | 28         | 19%         |
| Buena        | 121        | 81%         |
| Regular      | 0          | 0%          |
| Mala         | 0          | 0%          |
| <b>Total</b> | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 12:** Calidad del servicio de los diversos sitios de alojamiento de la zona



**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Análisis e interpretación:**

Como se aprecia en la figura 12, el 19 % de los encuestados manifestaron que la calidad de los servicios de alojamiento en la zona es excelente, el 81 % plantearon que es buena y nadie aseguró otras calificaciones inferiores. En tal sentido, se evidencia que los clientes se encuentran satisfechos con la calidad del servicio que brindan los diversos tipos de alojamiento, por lo que para la puesta en marcha del proyecto se debe proporcionar una calidad de excelencia para igualar o superar a la competencia de la zona.

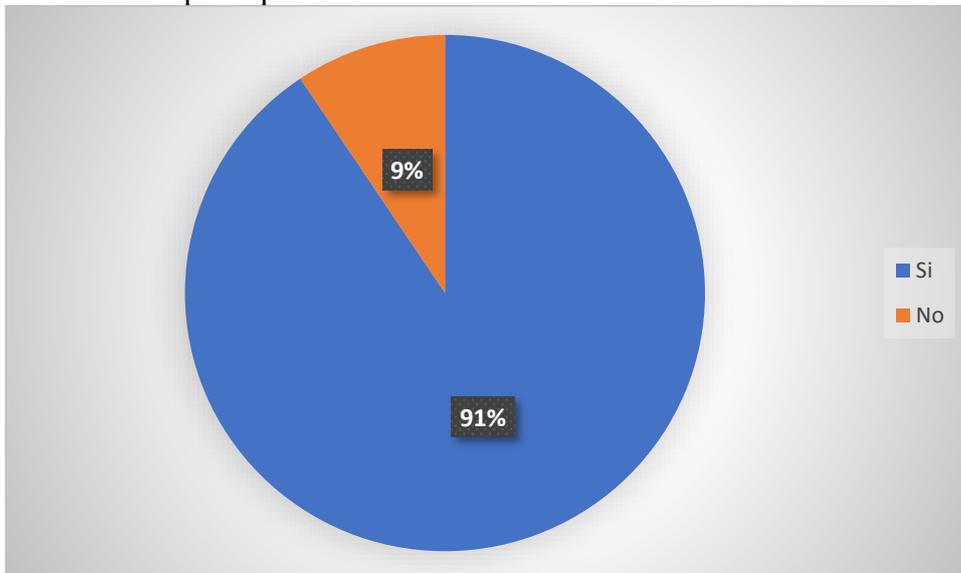
**Pregunta 8:** ¿Estaría dispuesto a visitar una Hostería ubicada en la parroquia Ulba si ofertara los servicios de hospedaje con todas las características señaladas por usted en la pregunta No.5?

**Tabla 10:** Disposición para visitar y solicitar los servicios de una nueva hostería ubicada en la parroquia Ulba

| Pregunta 8   | Frecuencia | Porcentaje  |
|--------------|------------|-------------|
| Si           | 135        | 91%         |
| No           | 14         | 9%          |
| <b>Total</b> | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 13:** Disposición para visitar y solicitar los servicios de una nueva hostería ubicada en la parroquia Ulba



**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Análisis e interpretación:**

Como se observa en la tabla 10, el 91% de la población encuestada estaría dispuesto a visitar una hostería ubicada en la parroquia Ulba que cubra los servicios planteados en la pregunta 5, mientras que el 9% restante respondieron que no, por motivos de costo. Por lo tanto, la creación de la hostería se sustenta dada la demanda de los servicios.

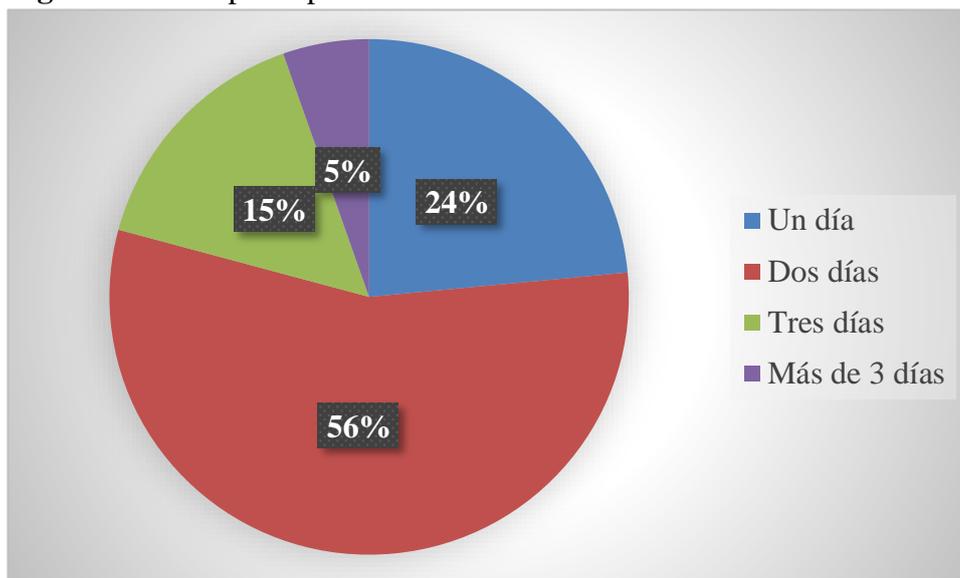
**Pregunta 9:** ¿Cuánto tiempo se quedaría en el sector?

**Tabla 11:** Tiempo de permanencia en el sector

| Pregunta 9    | Frecuencia | Porcentaje  |
|---------------|------------|-------------|
| Un día        | 35         | 23,50%      |
| Dos días      | 83         | 55,70%      |
| Tres días     | 23         | 15,40%      |
| Más de 3 días | 8          | 5,40%       |
| <b>Total</b>  | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 14:** Tiempo de permanencia en el sector



**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Análisis e interpretación:**

Como se muestra en la tabla 11 y en la figura 14, más del 50% de los encuestados plantean que se quedarían en el sector para disfrutar de los diversos sitios turísticos que ofrece la parroquia y el cantón, por ende, se hospedarían dicha cantidad de días. Por tanto, la mayoría de los turistas estarían 2 días en los diversos sitios de alojamiento, especialmente los fines de semanas y feriados.

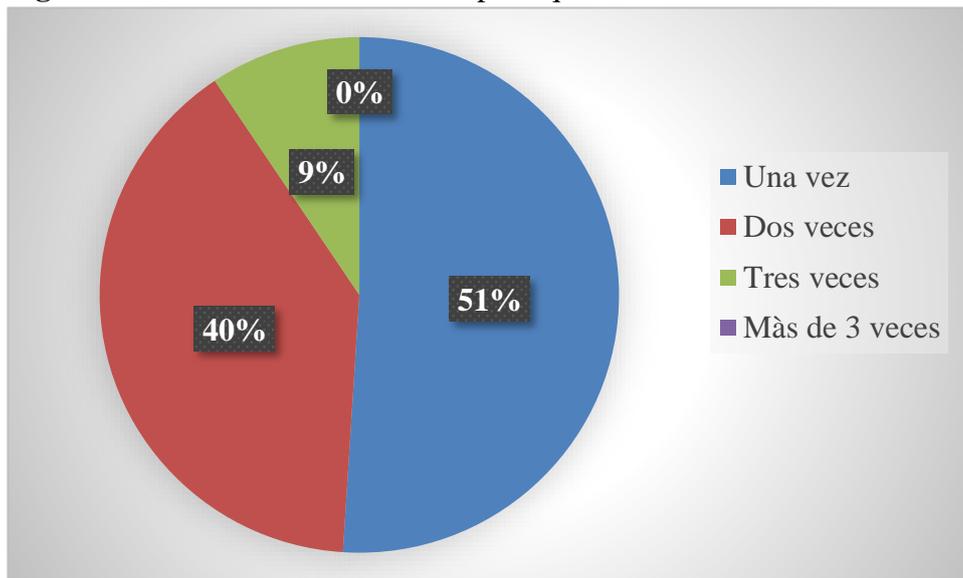
**Pregunta 10:** ¿Cuántas veces en un año visitaría la Parroquia Ulba – Baños?

**Tabla 12:** Frecuencia de visitas a la parroquia Ulba – Baños

| Pregunta 10    | Frecuencia | Porcentaje  |
|----------------|------------|-------------|
| Una vez        | 76         | 51,00%      |
| Dos veces      | 59         | 39,60%      |
| Tres veces     | 14         | 9,40%       |
| Más de 3 veces | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>   | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 15:** Frecuencia de visita a la parroquia Ulba – Baños



**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### **Análisis e interpretación:**

En la tabla 12 y en la figura 15 se observa que más del 50% de los encuestados visitaría la parroquia Ulba- Baños una vez al año y en menor porcentaje dos veces, esto se debe al periodo vacacional en la región de la Sierra y Oriente; además los turistas concurren a este sitio por romería (visitan la iglesia del cantón) y fiestas cantonales. Por lo tanto, hay un gran potencial de posibles clientes para la nueva hostería, que está en proyecto.

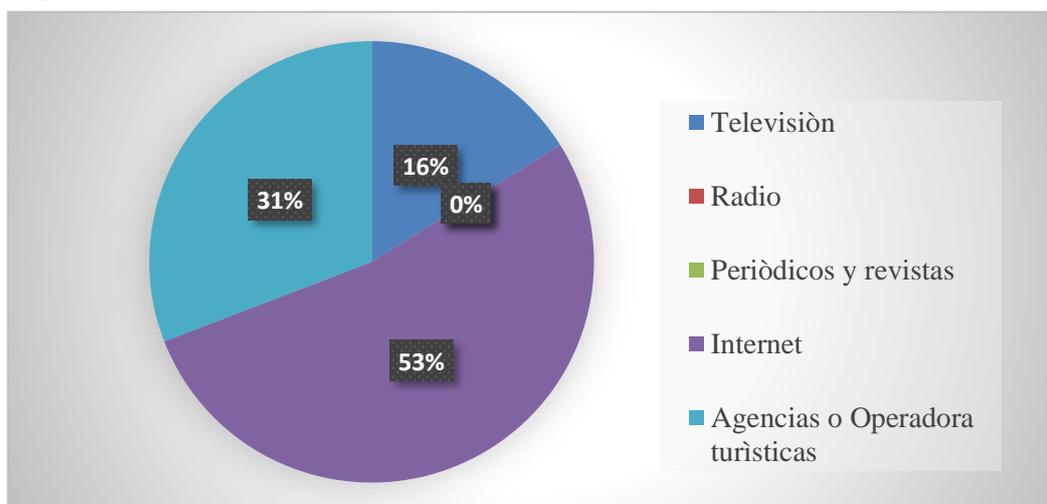
**Pregunta 11:** ¿A través de qué medio de publicidad le gustaría recibir información de la posible hostería?

**Tabla 13:** Preferencia de los medios Publicitarios

| Pregunta 11                        | Frecuencia | Porcentaje  |
|------------------------------------|------------|-------------|
| Internet                           | 79         | 53%         |
| Agencias y/o Operadoras turísticas | 46         | 31%         |
| Televisión                         | 24         | 16%         |
| Radio                              | 0          | 0%          |
| Periódicos y revistas              | 0          | 0%          |
| <b>Total</b>                       | <b>149</b> | <b>100%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Figura 16:** Preferencia de los medios Publicitarios



**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Análisis e interpretación:**

Como se observa en la figura 16, el 53 % de los encuestados manifestaron que como medio publicitario para conocer la ubicación y los servicios que ofrecerá la posible hostería ubicada en la parroquia Ulba, es a través del internet y en menor porcentaje a través de operadoras turísticas y medios televisivos respectivamente. Por tanto, la posible hostería debe contar con una página web que permita el acceso del público y brinde información acerca de los servicios que se prestan.

### 3.6.2. Resultados de la observación

La técnica de la observación fue aplicada para conocer el funcionamiento de las hosterías de la parroquia. A continuación, se muestran evidencias de la aplicación de la técnica en la parroquia Ulba.

Entre los principales resultados obtenidos de la observación se encuentran los siguientes:

En la parroquia Ulba existen varias hosterías como: Jardines de Chamana, Finca Chamanapamba y El Trapiche, que ofrecen diferentes tipos de servicios como son restaurante, spa, habitaciones independientes con WiFi gratis y TV de plasma.

**Figura 17:** Sitios de alojamiento – Samari Spa



**Elaborado por:** El Autor (2016)

Referente a los precios de los servicios de las hosterías se puede plantear que las hosterías en la parroquia Ulba cobran por el servicio de alojamiento incluido el desayuno y spa aproximadamente unos \$50 por persona en temporada normal y en temporada alta pueden cobrar hasta \$90. Los hospedajes de las hosterías se clasifican en: simple (una sola persona), Matrimonial (2 personas), triple (3 personas), cuádruple (4 personas) y familiar (5 a 6 personas).

Respecto a la calidad del servicio (alimentación, alojamiento, spa) en las hosterías de la zona colocándolo de 1 a 5 (donde 1 es menor y 5 mayor) tienen una calificación de 4, es decir buena, reflejado en la atención que brindan a los clientes, la limpieza del lugar, el embellecimiento y organización de las áreas, la calidad de la alimentación, entre otras.

**Figura 18:** Sitios de alojamiento-hostería Jardines de Chamanapamba



**Elaborado por:** El Autor (2016)

El tiempo de estancia de los turistas por lo general es de dos días, fundamentalmente en fines de semana y feriados completos, acompañado de sus familiares (3 a 5 personas).

Los medios publicitarios utilizados por las hosterías son en primer lugar el internet para realizar la reservación, la vía telefónica en segundo y los volantes y tarjetas en tercer lugar.

## Capítulo IV

### 4. Estudio de factibilidad

#### 4.1. Estudio de mercado

##### 4.1.1. Análisis de la demanda

Para el análisis de la demanda, se tomó como referencia las respuestas obtenidas en la pregunta número 8 del cuestionario aplicado a los turistas que visitan la parroquia Ulba, acerca de la disposición de recibir los servicios en una nueva Hostería ubicada en esta zona. De la cual se puede inferir que el 64.4 % de la población investigada (18.096 turistas anualmente) están dispuestos a recibir los servicios en la hostería. Además, se tuvo en cuenta los resultados de la pregunta 9 referente al tiempo de permanencia del hospedado, donde existe gran preferencia de los clientes por permanecer dos días hospedado. De esta manera se puede estimar el promedio de huéspedes noche/año, como se muestra en la tabla 14, lo cual servirá de base para la proyección de los próximos 5 años.

**Tabla 14:** Demanda promedio anual

| <b>Población</b> | <b>Disposición de visitar una hostería</b><br><b>64,40%</b> | <b>Tiempo de Permanencia</b><br><b>(Días)</b> | <b>Huésped</b><br><b>Noche/Año</b> |
|------------------|---|---|------------------------------------|
| 18.096           | 11.654  | 2   | 23.308                             |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

La proyección para los próximos 5 años se realizará a partir del método geométrico o exponencial que se muestra a continuación:

$$Dt = D(1 + i)^n$$

Dónde:

Dt = Demanda total

D = Demanda actual

i = Tasa relativa de crecimiento anual

n = 5 potencia relativa al número de años por los que estará en vigor la investigación.

$$Dt = 23308(1 + 3.38\%)^1$$

$$Dt = 23308(1 + 0.0338)^1$$

$$Dt = 24.095 \text{ huéspedes} - \text{noche/año}$$

En la tabla 15 se muestra la proyección realizada para los próximos 5 años a partir de este método.

**Tabla 15:** Proyección de la demanda total para los próximos 5 años

| Años               | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Demanda Proyectada | 24.095 | 24.910 | 25.752 | 26.622 | 27.522 |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

Para el 2016 como se muestra en la tabla 15 la demanda estimada será de 24.095 huéspedes-noche.

#### 4.1.2. Análisis de la oferta

La oferta está dada por la capacidad de alojamiento de las hosterías que actualmente están ubicadas en la parroquia Ulba, Jardines de Chamana, Finca Chamanapamba, La Estancia de Dulcelina y El Trapiche, cuya capacidad de alojamiento está determinada por 2 habitaciones matrimoniales, 3 triples, 3 cuádruples y 6 Familiares. Por tanto, la oferta anualmente será de 21.960 huéspedes – noche, como se muestra en la tabla 16.

**Tabla 16:** Proyección de la oferta anual

| Tipo de Habitaciones | Habitaciones | Huéspedes | Total de Huéspedes por Noche - Año |
|----------------------|--------------|-----------|------------------------------------|
| Matrimonial          | 2            | 4         | 1.440                              |
| Triple               | 3            | 9         | 3.240                              |
| Cuádruple            | 3            | 12        | 4.320                              |
| Familiar             | 6            | 36        | 12.960                             |
| <b>Total</b>         | <b>14</b>    | <b>61</b> | <b>21.960</b>                      |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

### 4.1.3. Demanda insatisfecha

Teniendo como referencia ambas proyecciones, es posible estimar el valor de la demanda insatisfecha, la cual se proyecta para cinco años.

**Tabla 17:** Cálculo de la demanda insatisfecha

| <b>Año</b> | <b>Demanda Proyectada</b> | <b>Oferta Proyectada</b> | <b>Demanda Insatisfecha</b> |
|------------|---------------------------|--------------------------|-----------------------------|
| 2016       | 24.095                    | 21.960                   | 2.135                       |
| 2017       | 24.910                    | 21.960                   | 2.950                       |
| 2018       | 25.752                    | 21.960                   | 3.792                       |
| 2019       | 26.622                    | 21.960                   | 4.662                       |
| 2020       | 27.522                    | 21.960                   | 5.562                       |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

En la parroquia de Ulba, se pudo investigar que existen 2 temporadas alta y baja. En la temporada alta el porcentaje de ocupación hotelera es del 100 % y tiene una duración de 3 meses aproximadamente en el año y la temporada baja tiene una ocupación hotelera del 35% con una duración de 9 meses. De acuerdo a estos datos se determinó la ocupación hotelera de 11.255 huéspedes – noche en el año.

**Tabla 18:** Cálculo de la ocupación hotelera

| <b>Tipo de Habitaciones</b> | <b>Temporada Alta</b> | <b>Temporada Baja</b> | <b>Total</b>  |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------|
| Matrimonial                 | 360                   | 378                   | 738           |
| Triple                      | 810                   | 851                   | 1.661         |
| Cuádruple                   | 1.080                 | 1.134                 | 2.214         |
| Familiar                    | 3.240                 | 3.402                 | 6.642         |
| <b>Subtotal</b>             | <b>5.490</b>          | <b>5.765</b>          | <b>11.255</b> |

**Elaborado por:** El Autor

### 4.2. Plan de comercialización

Existen varias estrategias que integran el marketing mix con la finalidad que el producto o servicio llegue al cliente de manera satisfactoria.

Para el análisis del marketing mix se combinan las cuatro variables conocidas comúnmente como las “4Ps” del marketing, el producto (qué), el precio (cuánto), la plaza, que implica la distribución (dónde), y la promoción que se considera en la actualidad como comunicación (cómo). El objetivo principal del marketing mix consiste en proponer un conjunto de estrategias que contribuyan a alcanzar una

posición cimera en el mercado. A continuación, se muestra el análisis de las cuatro variables mencionadas anteriormente.

#### **4.2.1. Producto**

En la elaboración de las especificaciones de un producto se debe tener en cuenta las necesidades o requerimientos de los posibles consumidores y la manera de alcanzar su satisfacción.

Los productos de la Hostería El Valle de Ulba están dados por el servicio de alojamiento dirigido a los turistas de clase media alta, con el propósito de satisfacer las necesidades potenciales de los clientes. Los tipos de alojamientos que se planifican ofrecer son los siguientes:

- Matrimonial
- Triple
- Cuádruple
- Familiar

#### **4.2.2. Precio**

Una de las decisiones más complejas para los empresarios en la actualidad, es establecer el precio de los productos o servicios que se ofrecen, debido a los diferentes factores que intervienen el precio. Entre los factores que se deben tener en cuenta se encuentran, la calidad de los servicios, precio que ofrece la competencia y el margen de ganancia que se deseen obtener de acuerdo a los costos y gastos asociados al producto o servicio.

La variable precio en la Hostería El Valle de Ulba se manifiesta a través de los tres servicios fundamentales que se brindarán. En las estrategias de precios para los servicios se tendrá en cuenta los factores que inciden en esta variable, se deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Diferenciación de precios dependiendo de los tipos de habitaciones.
- Formas de pago: Crédito o al contado

- El costo de los servicios que brindará la Hostería de acuerdo a los siguientes componentes:
  - El costo de la mano de obra.
  - El costo de los insumos necesarios para llevar a cabo los servicios.

#### **4.2.3. Plaza o Distribución**

Teniendo en cuenta que por la vía Baños – Puyo existe gran flujo de turistas y además que las hosterías de la zona no aprovechan estas ventajas, se propone, por tanto, crear la Hostería el Valle de Ulba a ambos lados de la vía Baños -Puyo, teniendo en cuenta la disponibilidad de terreno en la zona.

#### **4.2.4. Promoción o Comunicación**

Las estrategias de promoción que la Hostería Valle de Ulba empleará son las siguientes:

- Crear una página web con la finalidad de dar a conocer su ubicación y los servicios que ofrecerá dicha hostería.
- Entregar trípticos llamativos a los clientes potenciales en la que se describe información relevante de la hostería.
- Presentarse en actividades de promoción turística afines al sector.

Para el proceso de promoción y publicidad y como un aporte para la comunidad, se buscará realizar alianzas estratégicas con empresas promotoras de turismo, para que en la Hostería se instale un Stand que permanentemente ofrezca paquetes turísticos e información sobre los sitios de atracción de la parroquia Ulba.

### **4.3. Estudio técnico**

#### **4.3.1. Localización del negocio**

La localización o ubicación de un negocio, proyecto o empresa es un factor elemental para alcanzar el éxito deseado. En la figura 19 se muestra la localización de la Hostería El Valle de Ulba, ubicada a ambos lados de la Vía a Baños, para lo

cual se tuvo en cuenta el tránsito de turistas y la ubicación de las Hosterías de la zona.

**Figura 19:** Localización de la Hostería el Valle de Ulba



**Fuente:** (Google maps, 2016)

#### **4.3.2. Estructura organizacional**

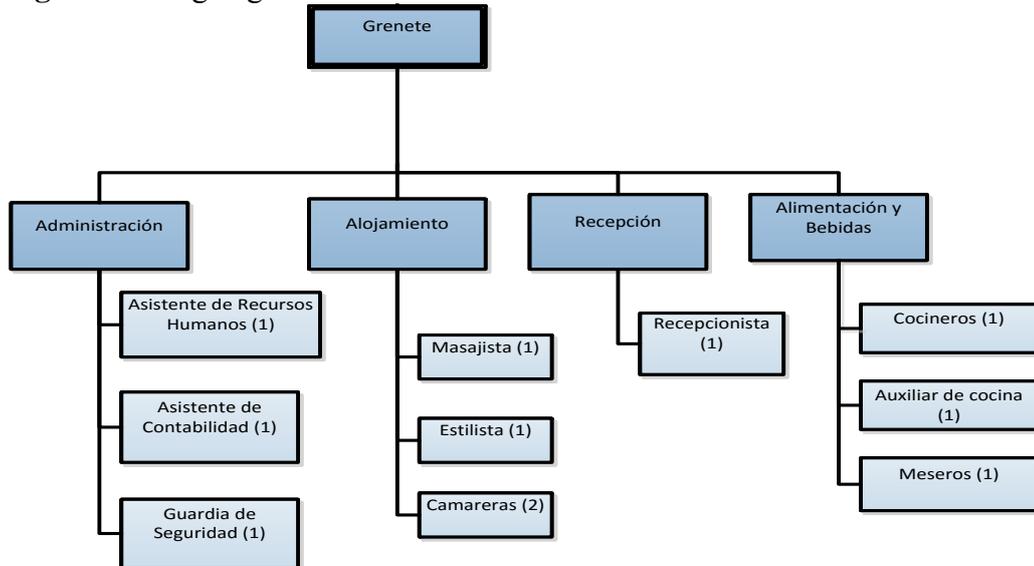
La estructura organizacional es una representación gráfica de la estructura formal de una organización que muestra las relaciones existentes entre las partes que la componen (Chandler, 2011, p. 68).

Los criterios considerados para el diseño de la estructura organizacional, fueron los siguientes:

- Estructura ágil, liviana y flexible.
- Enfoque a la cadena de valor de los procesos (Modelo que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial que genera valor al cliente)
- No duplicación de funciones y competencias.
- Consideración del cliente como actor principal.

## Estructura propuesta para la Hostería “El Valle de Ulba”

**Figura 20:** Organigrama de la Hostería “El Valle de Ulba”



**Elaborado por:** El Autor (2016)

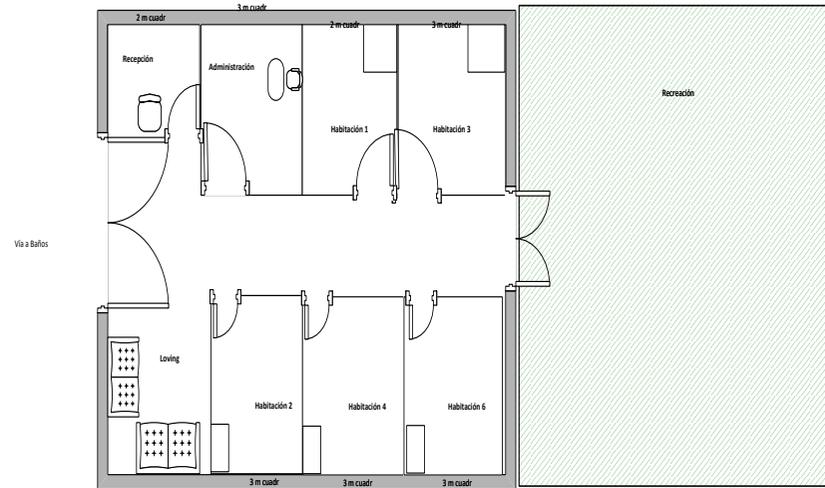
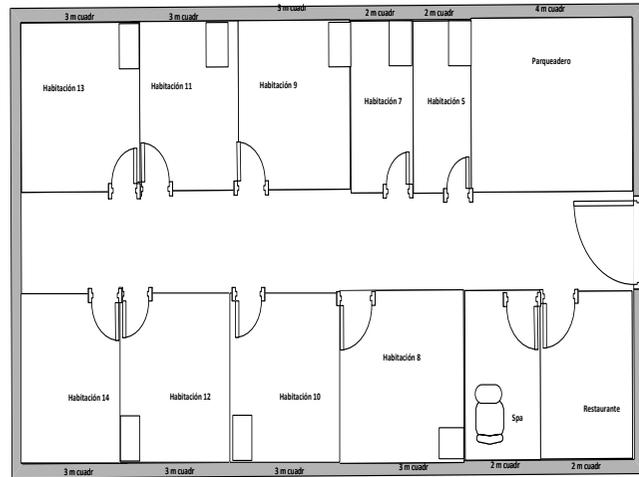
### 4.3.3. Distribución del espacio físico

El espacio físico representa las instalaciones físicas para la prestación de los servicios de la hostería, sus oficinas administrativas y demás requerimientos, como son:

- Recepción
- Administración
- Spa
- Restaurante
- Parqueadero
- Habitaciones
- Loving
- Área de Recreación

En la figura 21 se indica la composición de la infraestructura civil en sus diferentes áreas y espacios que tendrá la Hostería El Valle de Ulba.

**Figura 21:** Distribución del espacio físico



**Elaborado por:** Arq. Torres (2016)

**Área del terreno y construcción:**

**Terreno:** 102,20 metros de largo

42,38 metros de ancho

**Construcción:** 100,56 metros de largo

42,38 metros de ancho

#### 4.4. Estudio financiero

El estudio financiero es fundamental en la evaluación de un proyecto de inversión ya que se hace un análisis de la capacidad que tiene una empresa para ser viable y sustentable en el tiempo.

##### 4.4.1. Activos

#### CORRIENTES

##### Inventario:

**Tabla 19:** Inventario

| DETALLE                  | COSTO MENSUAL | COSTO ANUAL        |
|--------------------------|---------------|--------------------|
| Inventario de mercadería | \$ 2.065,15   | \$24.781,80        |
| <b>TOTAL</b>             |               | <b>\$24.781,80</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

En esta tabla se muestra los insumos necesarios a utilizarse para brindar a los clientes, se prevé gastar un promedio mensual aproximado de \$2.065,15.

#### NO CORRIENTES:

##### Terrenos:

**Tabla 20:** Terrenos

| DETALLE      | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL        |
|--------------|----------|----------------|--------------------|
| Terreno      | 1        | \$ 70.000,00   | \$ 70.000,00       |
| <b>TOTAL</b> |          |                | <b>\$70.000,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

##### Edificios:

**Tabla 21:** Edificios

| DETALLE      | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL         |
|--------------|----------|----------------|---------------------|
| Edificios    | 1        | \$ 80.000,00   | \$ 80.000,00        |
| <b>TOTAL</b> |          |                | <b>\$ 80.000,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Vehículos:****Tabla 22:** Vehículos

| DETALLE      | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL         |
|--------------|----------|----------------|---------------------|
| Vehículos    | 1        | \$ 20.000,00   | \$ 20.000,00        |
| <b>TOTAL</b> |          |                | <b>\$ 20.000,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)**Equipos:****Tabla 23:** Equipos

| DETALLE                 | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL         |
|-------------------------|----------|----------------|---------------------|
| Refrigerador            | 3        | \$ 720,00      | \$ 2.160,00         |
| Microondas              | 3        | \$ 200,00      | \$ 600,00           |
| Congelador de carnes    | 1        | \$ 620,00      | \$ 620,00           |
| Congelador de Legumbres | 1        | \$ 620,00      | \$ 620,00           |
| Cocina y Horno          | 2        | \$ 600,00      | \$ 1.200,00         |
| Licadoras               | 3        | \$ 80,00       | \$ 240,00           |
| Batidora Oster          | 2        | \$ 35,00       | \$ 70,00            |
| Tostadora Oster         | 2        | \$ 25,00       | \$ 50,00            |
| Sandwichera Oster       | 2        | \$ 80,00       | \$ 160,00           |
| Lavadora                | 1        | \$ 625,00      | \$ 625,00           |
| Secadora                | 1        | \$ 625,00      | \$ 625,00           |
| Televisión              | 20       | \$ 350,00      | \$ 7.000,00         |
| Equipo de sonido        | 4        | \$ 250,00      | \$ 1.000,00         |
| <b>TOTAL</b>            |          |                | <b>\$ 14.970,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)**Equipos de computación:****Tabla 24:** Equipos de computación

| DETALLE                  | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL        |
|--------------------------|----------|----------------|--------------------|
| Computadora de mesa      | 1        | \$ 420,00      | \$ 420,00          |
| Computadora portátil     | 1        | \$ 550,00      | \$ 550,00          |
| Impresora multifuncional | 1        | \$ 175,00      | \$ 175,00          |
| <b>TOTAL</b>             |          |                | <b>\$ 1.145,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

## Muebles y enseres:

**Tabla 25:** Muebles y enseres

| DETALLE                              | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL         |
|--------------------------------------|----------|----------------|---------------------|
| Camas                                | 32       | \$ 100,00      | \$ 3.200,00         |
| Veladores                            | 30       | \$ 50,00       | \$ 1.500,00         |
| Almohadas                            | 93       | \$ 5,00        | \$ 465,00           |
| Colchón de 105 x 90                  | 51       | \$ 80,00       | \$ 4.080,00         |
| Sábanas                              | 102      | \$ 20,00       | \$ 2.040,00         |
| Sillas interiores                    | 60       | \$ 50,00       | \$ 3.000,00         |
| Mesa para 4 personas                 | 6        | \$ 79,00       | \$ 474,00           |
| Mesa para 6 personas                 | 6        | \$ 85,00       | \$ 510,00           |
| Mesa de exterior con silla y parasol | 12       | \$ 100,00      | \$ 1.200,00         |
| Manteles para mesa de 4 P            | 6        | \$ 4,00        | \$ 24,00            |
| Manteles para mesa de 6 P            | 6        | \$ 3,00        | \$ 18,00            |
| Sobremanteles                        | 12       | \$ 1,00        | \$ 12,00            |
| Cubiertos 24 piezas 6 personas       | 10       | \$ 22,00       | \$ 220,00           |
| Vajillas 20 piezas 4 personas        | 10       | \$ 21,00       | \$ 210,00           |
| Vasos de 8 onzas                     | 60       | \$ 0,50        | \$ 30,00            |
| Copas de agua                        | 60       | \$ 1,00        | \$ 60,00            |
| Copas de vino tinto                  | 60       | \$ 9,99        | \$ 599,40           |
| Copas de vino blanco                 | 60       | \$ 9,99        | \$ 599,40           |
| Servilletas de tela                  | 60       | \$ 7,00        | \$ 420,00           |
| Centro de mesa                       | 6        | \$ 12,00       | \$ 72,00            |
| Servilletero                         | 12       | \$ 6,00        | \$ 72,00            |
| Destapadores                         | 1        | \$ 5,00        | \$ 5,00             |
| Cepillo para Lavar vasos             | 1        | \$ 1,50        | \$ 1,50             |
| Estante de botellas y copa           | 1        | \$ 15,00       | \$ 15,00            |
| Lámparas de Techo                    | 4        | \$ 70,00       | \$ 280,00           |
| Cortinas de Baños                    | 30       | \$ 5,00        | \$ 150,00           |
| Muebles de Bar                       | 1        | \$ 300,00      | \$ 300,00           |
| Tachos de basura                     | 42       | \$ 8,00        | \$ 336,00           |
| Bancas de Acero                      | 12       | \$ 75,00       | \$ 900,00           |
| Faroles                              | 24       | \$ 40,00       | \$ 960,00           |
| Juego de accesorios de Baño          | 30       | \$ 21,00       | \$ 630,00           |
| Espejos de Baño                      | 30       | \$ 31,00       | \$ 930,00           |
| Hamacas                              | 6        | \$ 20,00       | \$ 120,00           |
| Basureros pequeños                   | 4        | \$ 3,20        | \$ 12,80            |
| Basureros grandes                    | 7        | \$ 6,00        | \$ 42,00            |
| Escritorio                           | 5        | \$ 125,00      | \$ 625,00           |
| Sillas                               | 6        | \$ 45,00       | \$ 270,00           |
| Sofá 2 plazas                        | 2        | \$ 90,00       | \$ 180,00           |
| Archivos                             | 2        | \$ 70,00       | \$ 140,00           |
| Estantes                             | 2        | \$ 85,00       | \$ 170,00           |
| Teléfono                             | 1        | \$ 35,00       | \$ 35,00            |
| Grapadora                            | 6        | \$ 5,00        | \$ 30,00            |
| Calculadora                          | 4        | \$ 12,00       | \$ 48,00            |
| Luminaria                            | 4        | \$ 15,00       | \$ 60,00            |
| <b>TOTAL</b>                         |          |                | <b>\$ 25.046,10</b> |

#### 4.4.2. Activos fijos intangibles

##### Investigación y diseño arquitectónico:

**Tabla 26:** Investigación y diseño

| DETALLE                | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL      |
|------------------------|----------|----------------|------------------|
| Investigación y diseño | 1        | \$ 900,00      | \$ 900,00        |
| <b>TOTAL</b>           |          |                | <b>\$ 900,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

##### Constitución del negocio:

**Tabla 27:** Constitución del negocio

| DETALLE                  | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL      |
|--------------------------|----------|----------------|------------------|
| Constitución del negocio | 1        | \$ 600,00      | \$ 600,00        |
| <b>TOTAL</b>             |          |                | <b>\$ 600,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

##### Diseño de la página web:

**Tabla 28:** Diseño de la página web

| DETALLE                 | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL      |
|-------------------------|----------|----------------|------------------|
| Diseño de la página Web | 1        | \$ 600,00      | \$ 600,00        |
| <b>TOTAL</b>            |          |                | <b>\$ 600,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### 4.4.3. Mano de obra directa

##### Sueldos y salarios:

**Tabla 29:** Salario Masajista

| CARGO        | MASAJISTA |
|--------------|-----------|
| Remuneración | \$ 500,00 |
| 13 sueldo    | \$ 41,67  |
| 14 sueldo    | \$ 31,25  |
| Vacaciones   | \$ 20,83  |

|                      |           |               |
|----------------------|-----------|---------------|
| Fondos de reserva    | \$        | 41,67         |
| Aporte patronal      | \$        | 55,75         |
| Aporte IECE          | \$        | 2,50          |
| Aporte SECAP         | \$        | 2,50          |
| <b>Total</b>         | <b>\$</b> | <b>696,17</b> |
| Número de empleados  |           | 1             |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$</b> | <b>696,17</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Tabla 30:** Salario Estilista

| <b>CARGO</b>         |           | <b>ESTILISTA</b> |
|----------------------|-----------|------------------|
| Remuneración         | \$        | 500,00           |
| 13 sueldo            | \$        | 41,67            |
| 14 sueldo            | \$        | 31,25            |
| Vacaciones           | \$        | 20,83            |
| Fondos de reserva    | \$        | 41,67            |
| Aporte patronal      | \$        | 55,75            |
| Aporte IECE          | \$        | 2,50             |
| Aporte SECAP         | \$        | 2,50             |
| <b>Total</b>         | <b>\$</b> | <b>696,17</b>    |
| Número de empleados  |           | 1                |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$</b> | <b>696,17</b>    |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Tabla 31:** Salario Camarera

| <b>CARGO</b>         |           | <b>CAMARERA</b> |
|----------------------|-----------|-----------------|
| Remuneración         | \$        | 375,00          |
| 13 sueldo            | \$        | 31,25           |
| 14 sueldo            | \$        | 31,25           |
| Vacaciones           | \$        | 15,63           |
| Fondos de reserva    | \$        | 31,25           |
| Aporte patronal      | \$        | 41,81           |
| Aporte IECE          | \$        | 1,88            |
| Aporte SECAP         | \$        | 1,88            |
| <b>Total</b>         | <b>\$</b> | <b>529,94</b>   |
| Número de empleados  |           | 2               |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$</b> | <b>1.059,88</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Tabla 32:** Salario Cocinero

| <b>CARGO</b>         | <b>COCINERO</b>  |
|----------------------|------------------|
| Remuneración         | \$ 500,00        |
| 13 sueldo            | \$ 41,67         |
| 14 sueldo            | \$ 31,25         |
| Vacaciones           | \$ 20,83         |
| Fondos de reserva    | \$ 41,67         |
| Aporte patronal      | \$ 55,75         |
| Aporte IECE          | \$ 2,50          |
| Aporte SECAP         | \$ 2,50          |
| <b>Total</b>         | <b>\$ 696,17</b> |
| Número de empleados  | 1                |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$ 696,17</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Tabla 33:** Salario Auxiliar de Cocina

| <b>CARGO</b>         | <b>AUXILIAR DE COCINA</b> |
|----------------------|---------------------------|
| Remuneración         | \$ 375,00                 |
| 13 sueldo            | \$ 31,25                  |
| 14 sueldo            | \$ 31,25                  |
| Vacaciones           | \$ 15,63                  |
| Fondos de reserva    | \$ 31,25                  |
| Aporte patronal      | \$ 41,81                  |
| Aporte IECE          | \$ 1,88                   |
| Aporte SECAP         | \$ 1,88                   |
| <b>Total</b>         | <b>\$ 529,94</b>          |
| Número de empleados  | 1                         |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$ 529,94</b>          |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Tabla 34:** Salario Mesero

| <b>CARGO</b>      | <b>MESERO</b> |
|-------------------|---------------|
| Remuneración      | \$ 375,00     |
| 13 sueldo         | \$ 31,25      |
| 14 sueldo         | \$ 31,25      |
| Vacaciones        | \$ 15,63      |
| Fondos de reserva | \$ 31,25      |
| Aporte patronal   | \$ 41,81      |

|                      |           |               |
|----------------------|-----------|---------------|
| Aporte IECE          | \$        | 1,88          |
| Aporte SECAP         | \$        | 1,88          |
| <b>Total</b>         | <b>\$</b> | <b>529,94</b> |
| Número de empleados  |           | 1             |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$</b> | <b>529,94</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### 4.4.4. Costos indirectos

##### Suministros o materiales:

**Tabla 35:** Suministros y materiales

| DETALLE           | CANTIDAD | UNIDAD  | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL      |
|-------------------|----------|---------|----------------|------------------|
| Detergente (1 kg) | 12       | kg      | \$ 1,30        | \$ 15,60         |
| Cloro             | 5        | Galón   | \$ 2,05        | \$ 10,25         |
| Fundas de basura  | 20       | Paquete | \$ 1,02        | \$ 20,40         |
| Desinfectante     | 5        | Galón   | \$ 2,23        | \$ 11,15         |
| Jabón             | 100      | Unidad  | \$ 0,40        | \$ 40,00         |
| Shampoo           | 100      | Sachete | \$ 0,40        | \$ 40,00         |
| Escobas           | 6        | Unidad  | \$ 1,50        | \$ 9,00          |
| Trapeadores       | 6        | Unidad  | \$ 4,00        | \$ 24,00         |
| <b>TOTAL</b>      |          |         |                | <b>\$ 170,40</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

##### Servicios básicos:

**Tabla 36:** Servicios básicos

| DETALLE           | VALOR MENSUAL    | VALOR ANUAL        |
|-------------------|------------------|--------------------|
| Agua              | \$ 200,00        | \$ 2.400,00        |
| Combustible       | \$ 150,00        | \$ 1.800,00        |
| Energía eléctrica | \$ 250,00        | \$ 3.000,00        |
| Telefonía Fija    | \$ 25,00         | \$ 300,00          |
| Internet          | \$ 100,00        | \$ 1.200,00        |
| <b>TOTAL</b>      | <b>\$ 725,00</b> | <b>\$ 8.700,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### 4.4.5. Gastos de venta

##### Publicidad y propaganda:

**Tabla 37:** Material de publicidad

| <b>DETALLE</b>                        | <b>VALOR MENSUAL</b> | <b>VALOR ANUAL</b> |
|---------------------------------------|----------------------|--------------------|
| Hosting                               | \$ 30,00             | \$ 360,00          |
| Mantenimiento página web              | \$ -                 | \$ 150,00          |
| Material impreso (volantes y afiches) | \$ 50,00             | \$ 600,00          |
| Alquiler valla publicitaria           | \$ 200,00            | \$ 2.400,00        |
| <b>TOTAL</b>                          | <b>\$ 280,00</b>     | <b>\$ 3.510,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### 4.4.6. Gastos administrativos

##### Sueldos y salarios:

**Tabla 38:** Salario Gerente

| <b>CARGO</b>         | <b>GERENTE</b>     |
|----------------------|--------------------|
| Remuneración         | \$ 1.200,00        |
| 13 sueldo            | \$ 100,00          |
| 14 sueldo            | \$ 31,25           |
| Vacaciones           | \$ 50,00           |
| Fondos de reserva    | \$ 100,00          |
| Aporte patronal      | \$ 133,80          |
| Aporte IECE          | \$ 6,00            |
| Aporte SECAP         | \$ 6,00            |
| <b>Total</b>         | <b>\$ 1.627,05</b> |
| Número de empleados  | 1                  |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$ 1.627,05</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Tabla 39:** Salario Asistente Contable

| <b>CARGO</b>         | <b>ASISTENTE CONTABLE</b> |
|----------------------|---------------------------|
| Remuneración         | \$ 500,00                 |
| 13 sueldo            | \$ 41,67                  |
| 14 sueldo            | \$ 31,25                  |
| Vacaciones           | \$ 20,83                  |
| Fondos de reserva    | \$ 41,67                  |
| Aporte patronal      | \$ 55,75                  |
| Aporte IECE          | \$ 2,50                   |
| Aporte SECAP         | \$ 2,50                   |
| <b>Total</b>         | <b>\$ 696,17</b>          |
| Número de empleados  | 1                         |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$ 696,17</b>          |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Tabla 40:** Salario Asistente Recursos Humanos

| <b>CARGO</b>         | <b>ASISTENTE<br/>RR.HH.</b> |
|----------------------|-----------------------------|
| Remuneración         | \$ 500,00                   |
| 13 sueldo            | \$ 41,67                    |
| 14 sueldo            | \$ 31,25                    |
| Vacaciones           | \$ 20,83                    |
| Fondos de reserva    | \$ 41,67                    |
| Aporte patronal      | \$ 55,75                    |
| Aporte IECE          | \$ 2,50                     |
| Aporte SECAP         | \$ 2,50                     |
| <b>Total</b>         | <b>\$ 696,17</b>            |
| Número de empleados  | 1                           |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$ 696,17</b>            |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Tabla 41:** Salario Recepcionista

| <b>CARGO</b>         | <b>RECEPCIONISTA</b> |
|----------------------|----------------------|
| Remuneración         | \$ 500,00            |
| 13 sueldo            | \$ 41,67             |
| 14 sueldo            | \$ 31,25             |
| Vacaciones           | \$ 20,83             |
| Fondos de reserva    | \$ 41,67             |
| Aporte patronal      | \$ 55,75             |
| Aporte IECE          | \$ 2,50              |
| Aporte SECAP         | \$ 2,50              |
| <b>Total</b>         | <b>\$ 696,17</b>     |
| Número de empleados  | 1                    |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$ 696,17</b>     |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

**Tabla 42:** Salario Guardia Seguridad

| <b>CARGO</b>         | <b>GUARDIA<br/>SEGURIDAD</b> |
|----------------------|------------------------------|
| Remuneración         | \$ 500,00                    |
| 13 sueldo            | \$ 41,67                     |
| 14 sueldo            | \$ 31,25                     |
| Vacaciones           | \$ 20,83                     |
| Fondos de reserva    | \$ 41,67                     |
| Aporte patronal      | \$ 55,75                     |
| Aporte IECE          | \$ 2,50                      |
| Aporte SECAP         | \$ 2,50                      |
| <b>Total</b>         | <b>\$ 696,17</b>             |
| Número de empleados  | 1                            |
| <b>Total mensual</b> | <b>\$ 696,17</b>             |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

## Útiles y materiales de oficina y aseo:

**Tabla 43:** Materiales de oficina

| DETALLE          | CANTIDAD | UNIDAD  | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL     |
|------------------|----------|---------|----------------|-----------------|
| Hojas            | 1        | Paquete | \$ 3,10        | \$ 3,10         |
| Bolígrafos       | 4        | Unidad  | \$ 0,25        | \$ 1,00         |
| Lápices          | 6        | Unidad  | \$ 0,15        | \$ 0,90         |
| Portapapeles     | 3        | Unidad  | \$ 1,80        | \$ 5,40         |
| Marcadores       | 2        | Paquete | \$ 0,92        | \$ 1,84         |
| Borradores       | 4        | Unidad  | \$ 0,45        | \$ 1,80         |
| Libreta de Notas | 2        | Unidad  | \$ 3,90        | \$ 7,80         |
| Folder           | 1        | Paquete | \$ 10,50       | \$ 10,50        |
| Grapas           | 1        | Paquete | \$ 2,40        | \$ 2,40         |
| <b>TOTAL</b>     |          |         |                | <b>\$ 34,74</b> |

Elaborado por: El Autor (2016)

### 4.4.7. Capital de trabajo

#### Operativo:

**Tabla 44:** Capital de trabajo operativo

| DETALLE              | VALOR MENSUAL      | VALOR BIMESTRAL     |
|----------------------|--------------------|---------------------|
| Costo de mercancías  | \$ 2.065,15        | \$ 4.130,30         |
| Mano de obra directa | \$ 4.208,25        | \$ 8.416,50         |
| Costos indirectos    | \$ 895,40          | \$ 1.790,80         |
| <b>TOTAL</b>         | <b>\$ 7.168,80</b> | <b>\$ 14.337,60</b> |

Elaborado por: El Autor (2016)

#### Administración y ventas:

**Tabla 45:** Capital de trabajo administrativo y ventas

| DETALLE                          | VALOR MENSUAL      | VALOR BIMESTRAL    |
|----------------------------------|--------------------|--------------------|
| Publicidad                       | \$ 280,00          | \$ 560,00          |
| Gastos administrativos (sueldos) | \$ 4.411,72        | \$ 8.823,43        |
| Material de oficina              | \$ 34,74           | \$ 69,48           |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>\$ 4.726,46</b> | <b>\$ 9.452,91</b> |

Elaborado por: El Autor (2016)

El capital de trabajo operativo, administrativo y de ventas se ha calculado para dos meses, valores que permitirían cubrir los gastos iniciales hasta que se reciban ingresos por el proyecto.

#### 4.4.8. Plan de inversiones

**Tabla 46:** Plan de inversiones

| <b>DETALLE</b>                  | <b>VALOR</b>         |
|---------------------------------|----------------------|
| <b>ACTIVO FIJO</b>              |                      |
| Terrenos                        | \$ 70.000,00         |
| Edificios                       | \$ 80.000,00         |
| Vehículos                       | \$ 20.000,00         |
| Equipos                         | \$ 14.970,00         |
| Equipos de computación          | \$ 1.145,00          |
| Muebles y enseres               | \$ 25.046,10         |
| <b>Total activo fijo</b>        | <b>\$ 211.161,10</b> |
| <b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>        |                      |
| Investigación y diseño          | \$ 900,00            |
| Constitución del negocio        | \$ 600,00            |
| Diseño de la página Web         | \$ 600,00            |
| <b>Total activos diferidos</b>  | <b>\$ 2.100,00</b>   |
| <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>       |                      |
| Operativo                       | \$ 14.337,60         |
| Administrativo y ventas         | \$ 9.452,91          |
| <b>Total capital de trabajo</b> | <b>\$ 23.790,51</b>  |
| <b>Total</b>                    | <b>\$ 237.051,61</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### **Financiamiento de la inversión**

**Tabla 47:** Financiamiento de la inversión

|                                |               |     |
|--------------------------------|---------------|-----|
| <b>Financiamiento Propio</b>   | \$ 78.680,79  | 33% |
| <b>Financiamiento Bancario</b> | \$ 158.370,83 | 67% |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

El financiamiento bancario se lo aspira a realizar con un préstamo otorgado por la Corporación Financiera Nacional (CFN), que de acuerdo a las políticas de asignación crediticia establece que se puede cubrir hasta el 70% del proyecto, a una tasa de interés del 9,33%, con un período de gracia de 6 meses.

Conforme lo establece la CFN, se realizarán los trámites necesarios para que tanto el terreno como el edificio, queden en garantía por el préstamo otorgado, por un valor de 158.370,83 dólares.

**Tabla 48:** Garantía sobre el préstamo

| DETALLE      | CANTIDAD | COSTO UNITARIO | COSTO TOTAL         |
|--------------|----------|----------------|---------------------|
| Terreno      | 1        | \$ 70.000,00   | \$ 70.000,00        |
| Edificios    | 1        | \$ 80.000,00   | \$ 80.000,00        |
| <b>TOTAL</b> |          |                | <b>\$150.000,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### **Tabla de amortización:**

**Tabla 49:** Tabla de amortización

| PERÍODO | CAPITAL INICIAL | INTERÉS    | PAGO CAPITAL | CUOTA       | FINAL         |
|---------|-----------------|------------|--------------|-------------|---------------|
| 0       | \$158.370,83    |            |              |             | \$ 158.370,83 |
| 1       | \$158.370,83    | \$3.694,00 | \$ -         | \$ 3.694,00 | \$ 158.370,83 |
| 2       | \$158.370,83    | \$3.694,00 | \$ -         | \$ 3.694,00 | \$ 158.370,83 |
| 3       | \$158.370,83    | \$3.694,00 | \$ 6.304,99  | \$ 9.998,99 | \$ 152.065,83 |
| 4       | \$152.065,83    | \$3.546,94 | \$ 6.452,05  | \$ 9.998,99 | \$ 145.613,78 |
| 5       | \$145.613,78    | \$3.396,44 | \$ 6.602,55  | \$ 9.998,99 | \$ 139.011,23 |
| 6       | \$139.011,23    | \$3.242,44 | \$ 6.756,55  | \$ 9.998,99 | \$ 132.254,68 |
| 7       | \$132.254,68    | \$3.084,84 | \$ 6.914,15  | \$ 9.998,99 | \$ 125.340,53 |
| 8       | \$125.340,53    | \$2.923,57 | \$ 7.075,42  | \$ 9.998,99 | \$ 118.265,10 |
| 9       | \$118.265,10    | \$2.758,53 | \$ 7.240,46  | \$ 9.998,99 | \$ 111.024,65 |
| 10      | \$111.024,65    | \$2.589,65 | \$ 7.409,34  | \$ 9.998,99 | \$ 103.615,31 |
| 11      | \$103.615,31    | \$2.416,83 | \$ 7.582,16  | \$ 9.998,99 | \$ 96.033,14  |
| 12      | \$ 96.033,14    | \$2.239,97 | \$ 7.759,02  | \$ 9.998,99 | \$ 88.274,12  |
| 13      | \$ 88.274,12    | \$2.058,99 | \$ 7.940,00  | \$ 9.998,99 | \$ 80.334,13  |
| 14      | \$ 80.334,13    | \$1.873,79 | \$ 8.125,20  | \$ 9.998,99 | \$ 72.208,93  |
| 15      | \$ 72.208,93    | \$1.684,27 | \$ 8.314,72  | \$ 9.998,99 | \$ 63.894,21  |
| 16      | \$ 63.894,21    | \$1.490,33 | \$ 8.508,66  | \$ 9.998,99 | \$ 55.385,56  |
| 17      | \$ 55.385,56    | \$1.291,87 | \$ 8.707,12  | \$ 9.998,99 | \$ 46.678,43  |
| 18      | \$ 46.678,43    | \$1.088,77 | \$ 8.910,22  | \$ 9.998,99 | \$ 37.768,22  |
| 19      | \$ 37.768,22    | \$ 880,94  | \$ 9.118,05  | \$ 9.998,99 | \$ 28.650,17  |
| 20      | \$ 28.650,17    | \$ 668,27  | \$ 9.330,73  | \$ 9.998,99 | \$ 19.319,44  |
| 21      | \$ 19.319,44    | \$ 450,63  | \$ 9.548,36  | \$ 9.998,99 | \$ 9.771,08   |
| 22      | \$ 9.771,08     | \$ 227,91  | \$ 9.771,08  | \$ 9.998,99 | \$ -          |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

#### **4.4.9. Costos e ingresos**

Los costos e ingresos de un proyecto de inversión tienen que estar reflejados en un presupuesto para su respectivo control.

## Presupuesto de operación

El presupuesto de operación está integrado por el costo primo que comprende la mercadería y sueldos de los empleados; los costos generales de comercialización, costos de operación y financieros. Estos costos requieren ser proyectados para la vida útil estimada del proyecto, para lo cual se ha tomado la tasa de inflación anual que el INEC haya oficialmente calculado, de acuerdo a la situación económica y perspectivas del período en el cual se va a realizar este presupuesto. Para el efecto se ha considerado una tasa de inflación del 3,38% acumulada al mes de diciembre del año 2015.

**Tabla 50:** Presupuesto de operación

| DESCRIPCIÓN                         | AÑOS                |                     |                     |                     |                     |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                                     | 2016                | 2017                | 2018                | 2019                | 2020                |
| <b>COSTO PRIMO</b>                  |                     |                     |                     |                     |                     |
| Materia prima directa               | \$ 24.781,80        | \$ 25.619,42        | \$ 26.485,36        | \$ 27.380,57        | \$ 28.306,03        |
| Mano de obra directa                | \$ 50.499,00        | \$ 52.205,87        | \$ 53.970,42        | \$ 55.794,62        | \$ 57.680,48        |
| Costos indirectos                   | \$ 10.744,80        | \$ 11.107,97        | \$ 11.483,42        | \$ 11.871,56        | \$ 12.272,82        |
| <b>Total costo primo</b>            | <b>\$ 86.025,60</b> | <b>\$ 88.933,27</b> | <b>\$ 91.939,21</b> | <b>\$ 95.046,75</b> | <b>\$ 98.259,34</b> |
| <b>GASTOS DE OPERACIÓN</b>          |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>VENTAS</b>                       |                     |                     |                     |                     |                     |
| Publicidad                          | \$ 3.510,00         | \$ 3.628,64         | \$ 3.751,29         | \$ 3.878,08         | \$ 4.009,16         |
| <b>Total gastos ventas</b>          | <b>\$ 3.510,00</b>  | <b>\$ 3.628,64</b>  | <b>\$ 3.751,29</b>  | <b>\$ 3.878,08</b>  | <b>\$ 4.009,16</b>  |
| <b>ADMINISTRATIVOS</b>              |                     |                     |                     |                     |                     |
| Sueldos                             | \$ 52.940,60        | \$ 54.729,99        | \$ 56.579,87        | \$ 58.492,27        | \$ 60.469,30        |
| Materiales de oficina               | \$ 416,88           | \$ 430,97           | \$ 445,54           | \$ 460,60           | \$ 476,16           |
| Amortización                        | \$ 420,00           | \$ 420,00           | \$ 420,00           | \$ 420,00           | \$ 420,00           |
| Depreciaciones                      | \$ 12.383,28        | \$ 12.383,28        | \$ 12.383,28        | \$ 12.383,28        | \$ 12.383,28        |
| <b>Total gastos administrativos</b> | <b>\$ 66.160,76</b> | <b>\$ 67.964,24</b> | <b>\$ 69.828,68</b> | <b>\$ 71.756,14</b> | <b>\$ 73.748,75</b> |
| <b>FINANCIEROS</b>                  |                     |                     |                     |                     |                     |
| Intereses préstamos                 | \$ 14.628,93        | \$ 12.647,29        | \$ 10.004,98        | \$ 7.107,39         | \$ 3.929,85         |
| <b>Total gastos financieros</b>     | <b>\$ 14.628,93</b> | <b>\$ 12.647,29</b> | <b>\$ 10.004,98</b> | <b>\$ 7.107,39</b>  | <b>\$ 3.929,85</b>  |
| <b>Total gastos de operación</b>    | <b>\$ 84.299,69</b> | <b>\$ 84.240,16</b> | <b>\$ 83.584,95</b> | <b>\$ 82.741,61</b> | <b>\$ 81.687,76</b> |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>\$170.325,29</b> | <b>\$173.173,43</b> | <b>\$175.524,16</b> | <b>\$177.788,37</b> | <b>\$179.947,09</b> |

Elaborado por: El Autor (2016)

## Ingresos totales

Para estimar la capacidad utilizada se toma como información base la demanda y la información de la capacidad instalada. Los ingresos son producto de la venta de bienes y servicios que produce el proyecto.

**Tabla 51:** Ingresos totales

| Tipo de Servicio      |                | Años                |                     |                     |                     |                     |
|-----------------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|                       |                | 2016                | 2017                | 2018                | 2019                | 2020                |
| Matrimonial           | Cantidad       | 738                 | 738                 | 738                 | 738                 | 738                 |
|                       | Precio         | \$ 25,00            | \$ 25,85            | \$ 26,72            | \$ 27,62            | \$ 28,56            |
|                       | <b>Ingreso</b> | <b>\$ 18.450,00</b> | <b>\$ 19.073,61</b> | <b>\$ 19.718,30</b> | <b>\$ 20.384,78</b> | <b>\$ 21.073,78</b> |
| Triple                | Cantidad       | 1.661               | 1.661               | 1.661               | 1.661               | 1.661               |
|                       | Precio         | \$ 22,00            | \$ 22,74            | \$ 23,51            | \$ 24,31            | \$ 25,13            |
|                       | <b>Ingreso</b> | <b>\$ 36.531,00</b> | <b>\$ 37.765,75</b> | <b>\$ 39.042,23</b> | <b>\$ 40.361,86</b> | <b>\$ 41.726,09</b> |
| Cuádruple             | Cantidad       | 2.214               | 2.214               | 2.214               | 2.214               | 2.214               |
|                       | Precio         | \$ 22,00            | \$ 22,74            | \$ 23,51            | \$ 24,31            | \$ 25,13            |
|                       | <b>Ingreso</b> | <b>\$ 48.708,00</b> | <b>\$ 50.354,33</b> | <b>\$ 52.056,31</b> | <b>\$ 53.815,81</b> | <b>\$ 55.634,78</b> |
| Familiar              | Cantidad       | 6.642               | 6.642               | 6.642               | 6.642               | 6.642               |
|                       | Precio         | \$ 22,00            | \$ 22,74            | \$ 23,51            | \$ 24,31            | \$ 25,13            |
|                       | <b>Ingreso</b> | <b>\$146.124,00</b> | <b>\$151.062,99</b> | <b>\$156.168,92</b> | <b>\$161.447,43</b> | <b>\$166.904,35</b> |
| <b>Total ingresos</b> |                | <b>\$249.813,00</b> | <b>\$258.256,68</b> | <b>\$266.985,76</b> | <b>\$276.009,88</b> | <b>\$285.339,00</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2016)

### 4.4.10. Balance general inicial

El estado de situación inicial o balance general muestra la situación de los activos, el pasivo y el capital o patrimonio con que contará la Hostería en su etapa inicial. Los pasivos representan las deudas con los prestamistas, el patrimonio el capital propio en el inicio de la inversión y el activo, por los corrientes y no corrientes.

**Tabla 52:** Estado de situación inicial

| ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL      |                     |
|----------------------------------|---------------------|
| <b>ACTIVOS</b>                   |                     |
| <b>ACTIVO CORRIENTE</b>          |                     |
| Caja - Bancos                    | \$ 21.725,36        |
| Inventario                       | \$ 2.065,15         |
| <b>SUBTOTAL ACTIVO CORRIENTE</b> | <b>\$ 23.790,51</b> |
| <b>ACTIVO FIJO</b>               |                     |
| Terrenos                         | \$ 70.000,00        |

|                                     |                     |
|-------------------------------------|---------------------|
| Edificios                           | \$ 80.000,00        |
| Vehículos                           | \$ 20.000,00        |
| Equipos                             | \$ 14.970,00        |
| Equipos de computación              | \$ 1.145,00         |
| Muebles y enseres                   | \$ 25.046,10        |
| <b>SUBTOTAL ACTIVO FIJO</b>         | <b>\$211.161,10</b> |
| <b>ACTIVO DIFERIDO</b>              |                     |
| Investigación y diseño              | \$ 900,00           |
| Constitución del negocio            | \$ 600,00           |
| Diseño de la página Web             | \$ 600,00           |
| <b>SUBTOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>     | <b>\$ 2.100,00</b>  |
| <b>TOTAL ACTIVOS</b>                | <b>\$237.051,61</b> |
|                                     |                     |
| <b>PASIVO</b>                       |                     |
| <b>PASIVO NO CORRIENTE</b>          |                     |
| Préstamo Bancario                   | \$158.370,83        |
| <b>SUBTOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b> | <b>\$158.370,83</b> |
| <b>TOTAL PASIVO</b>                 | <b>\$158.370,83</b> |
|                                     |                     |
| <b>PATRIMONIO</b>                   |                     |
| Capital social                      | \$ 78.680,79        |
| <b>TOTAL PATRIMONIO</b>             | <b>\$ 78.680,79</b> |
|                                     |                     |
| <b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>    | <b>\$237.051,61</b> |

Elaborado por: El Autor (2016)

#### 4.4.11. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es aquella que muestra la rentabilidad de una empresa en un periodo determinado, en dicho estado se podrá analizar la situación financiera y tomar decisiones sobre el futuro de la empresa.

**Tabla 53:** Estado de pérdidas y ganancias

| PERÍODOS  | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         | 2020         |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>Ingresos por ventas</b>                      | \$249.813,00 | \$258.256,68 | \$266.985,76 | \$276.009,88 | \$285.339,00 |
| <b>( - ) Costo total</b>                        | \$170.325,29 | \$173.173,43 | \$175.524,16 | \$177.788,37 | \$179.947,09 |
| <b>( = ) Utilidad Bruta Ventas</b>              | \$ 79.487,71 | \$ 85.083,25 | \$ 91.461,60 | \$ 98.221,51 | \$105.391,91 |
| <b>( - ) 15% utilidad de trabajadores</b>       | \$ 11.923,16 | \$ 12.762,49 | \$ 13.719,24 | \$ 14.733,23 | \$ 15.808,79 |
| <b>( = ) Utilidad antes impuesto a la renta</b> | \$ 67.564,55 | \$ 72.320,76 | \$ 77.742,36 | \$ 83.488,29 | \$ 89.583,12 |

|   |              |              |              |              |              |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| ( - ) 0% impuesto a la renta            |              |              |              |              |              |
| <b>( = ) Utilidad líquida ejercicio</b> | \$ 67.564,55 | \$ 72.320,76 | \$ 77.742,36 | \$ 83.488,29 | \$ 89.583,12 |

**Elaborado por:** El Autor (2017)

En el presente proyecto no se ha considerado el pago del Impuesto a la Renta por el tiempo que dura el proyecto, puesto que de acuerdo a lo que determina el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), en el Art. 14 se establece:

Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones; así como también, las sociedades nuevas que se constituyeren, durante el mismo plazo, por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2010, p. 15).

#### **4.5. Evaluación del proyecto**

El éxito o fracaso de un proyecto depende de gran medida de su evaluación que no es más que la valoración de los riesgos, gastos, beneficios y recursos.

##### **4.5.1. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se produce cuando los ingresos totales son equivalente a los costos totales, en dicho punto no existe utilidad, ni pérdida.

**Tabla 54:** Costos fijos y variables

| DESCRIPCIÓN                                | FIJOS               | VARIABLES           | FIJOS               | VARIABLES           |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|  | AÑO 1               |                     | AÑO 5               |                     |
| <b>COSTO PRIMO</b>                         |                     |                     |                     |                     |
| Materia prima directa                      |                     | \$ 24.781,80        |                     | \$ 28.306,03        |
| Mano de obra directa                       |                     | \$ 50.499,00        |                     | \$ 57.680,48        |
| Costos indirectos                          |                     | \$ 10.744,80        |                     | \$ 12.272,82        |
| <b>Total costo primo</b>                   |                     | <b>\$ 86.025,60</b> |                     | <b>\$ 98.259,34</b> |
| <b>GASTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVOS</b> |                     |                     |                     |                     |
| Sueldos                                    | \$ 52.940,60        |                     | \$ 60.469,30        |                     |
| Materiales de oficina                      | \$ 416,88           |                     | \$ 476,16           |                     |
| Amortización                               | \$ 420,00           |                     | \$ 420,00           |                     |
| Depreciaciones                             | \$ 12.383,28        |                     | \$ 12.383,28        |                     |
| <b>Total gastos administrativos</b>        | <b>\$ 66.160,76</b> |                     | <b>\$ 73.748,75</b> |                     |
| <b>VENTAS</b>                              |                     |                     |                     |                     |
| Publicidad                                 | \$ 3.510,00         |                     | \$ 4.009,16         |                     |
| <b>Total gastos ventas</b>                 | <b>\$ 3.510,00</b>  |                     | <b>\$ 4.009,16</b>  |                     |

|                                     |                     |                     |                     |                     |
|-------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| <b>FINANCIEROS</b>                  |                     |                     |                     |                     |
| Intereses préstamos                 | \$ 14.628,93        |                     | \$ 3.929,85         |                     |
| <b>Total gastos administrativos</b> | <b>\$ 14.628,93</b> |                     | <b>\$ 3.929,85</b>  |                     |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>\$ 84.299,69</b> | <b>\$ 86.025,60</b> | <b>\$ 81.687,76</b> | <b>\$ 98.259,34</b> |

Elaborado por: El Autor (2017)

PE año 1 en función de la capacidad instalada:

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{\$84.299,69}{\$249.813,00 - \$86.025,60} * 100$$

$$PE = 51,47\%$$

PE año 1 en función de los ingresos:

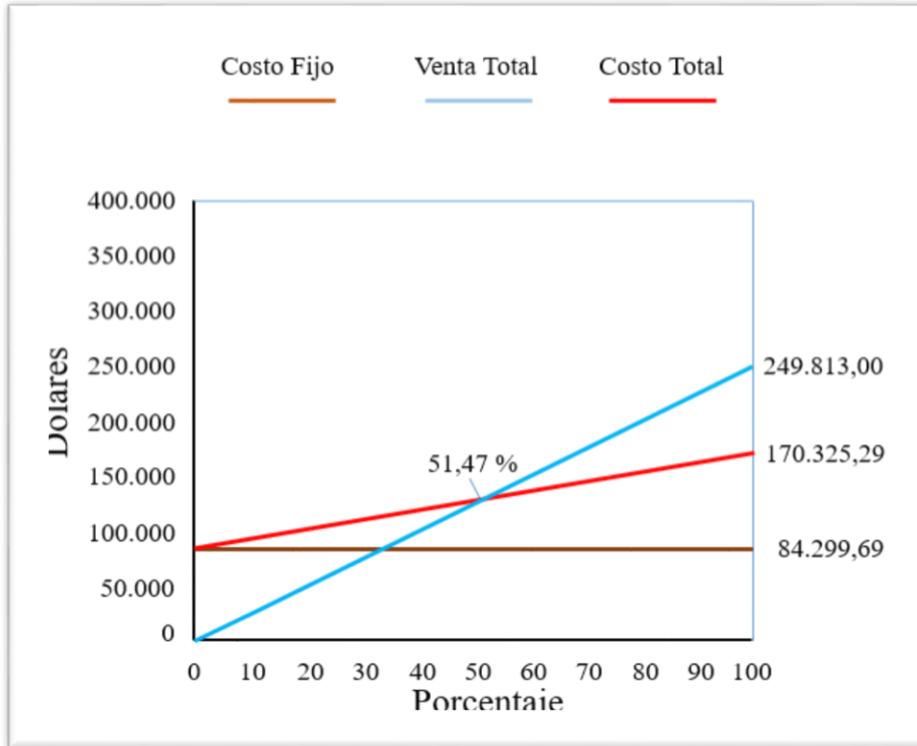
$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$PE = \frac{\$84.299,69}{1 - \frac{\$86.025,60}{\$249.813,00}}$$

$$PE = 128.576,18$$

El punto de equilibrio del año 1, se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad de 51,47% y tiene ventas por \$128.576,18.

**Figura 22:** Punto de equilibrio año 1



**Elaborado por:** El Autor (2017)

PE año 5 en función de la capacidad instalada:

$$PE = \frac{81.687,76}{285.339,00 - 98.259,34} * 100$$

$$PE = 43,66\%$$

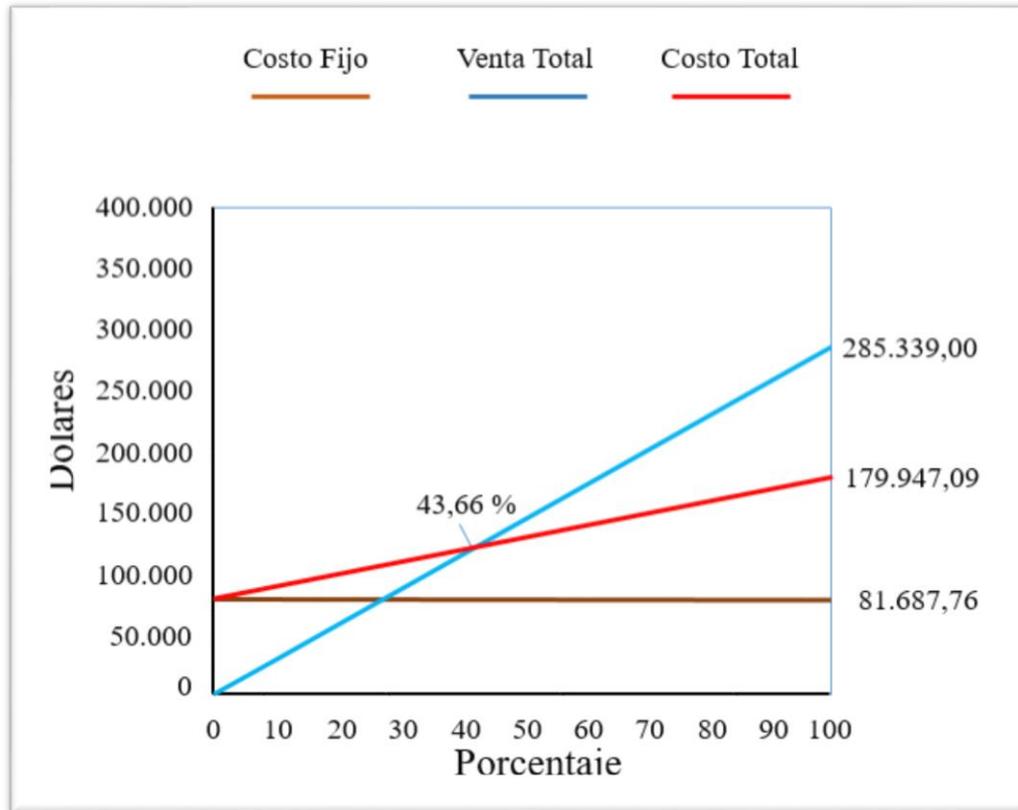
PE año 5 en función de los ingresos:

$$PE = \frac{81.687,76}{1 - \frac{98.259,34}{285.339,00}}$$

$$PE = 124.592,39$$

El punto de equilibrio del año 5, se produce cuando la empresa trabaja a una capacidad de 43,66% y tiene ventas por \$124.592,39.

**Figura 23:** Punto de equilibrio año 5



Elaborado por: El Autor (2017)

#### 4.5.2. Flujo de caja

El flujo de caja es aquella que muestra los flujos de ingresos y egresos de dinero que ha tenido la empresa en período dado, además permite conocer de forma rápida la liquidez de la empresa.

**Tabla 55.** Flujo de caja

| DETALLE / AÑOS                       | 2016                | 2017                | 2018                 | 2019                 | 2020                 |
|--------------------------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| <b>INGRESOS</b>                      |                     |                     |                      |                      |                      |
| Ventas                               | \$249.813,00        | \$258.256,68        | \$ 266.985,76        | \$ 276.009,88        | \$ 285.339,00        |
| <b>TOTAL INGRESOS</b>                | <b>\$249.813,00</b> | <b>\$258.256,68</b> | <b>\$ 266.985,76</b> | <b>\$ 276.009,88</b> | <b>\$ 285.339,00</b> |
| <b>EGRESOS</b>                       |                     |                     |                      |                      |                      |
| Costos de Producción                 | \$170.325,29        | \$173.173,43        | \$ 175.524,16        | \$ 177.788,37        | \$ 179.947,09        |
| <b>TOTAL EGRESOS</b>                 | <b>\$170.325,29</b> | <b>\$173.173,43</b> | <b>\$175.524,16</b>  | <b>\$177.788,37</b>  | <b>\$179.947,09</b>  |
| <b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>      | \$ 79.487,71        | \$ 85.083,25        | \$ 91.461,60         | \$ 98.221,51         | \$ 105.391,91        |
| ( - ) 15% utilidad de trabajadores   | \$ 11.923,16        | \$ 12.762,49        | \$ 13.719,24         | \$ 14.733,23         | \$ 15.808,79         |
| <b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA</b> | <b>\$ 67.564,55</b> | <b>\$ 72.320,76</b> | <b>\$ 77.742,36</b>  | <b>\$ 83.488,29</b>  | <b>\$ 89.583,12</b>  |

|                              |                     |                     |                     |                     |                     |
|------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| ( - ) 0% impuesto a la renta |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>UTILIDAD LÍQUIDA</b>      | <b>\$ 67.564,55</b> | <b>\$ 72.320,76</b> | <b>\$ 77.742,36</b> | <b>\$ 83.488,29</b> | <b>\$ 89.583,12</b> |
| Amortización diferidos       | \$ 420,00           | \$ 420,00           | \$ 420,00           | \$ 420,00           | \$ 420,00           |
| Depreciaciones               | \$ 12.383,28        | \$ 12.383,28        | \$ 12.383,28        | \$ 12.383,28        | \$ 12.383,28        |
| <b>FLUJO NETO DE CAJA</b>    | <b>\$ 80.367,83</b> | <b>\$ 85.124,04</b> | <b>\$ 90.545,64</b> | <b>\$ 96.291,56</b> | <b>\$102.386,40</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2017)

#### 4.5.3. Costo de oportunidad

El costo de oportunidad, que en el presente proyecto representa una tasa del 11,21%, se determina desde dos puntos de vista; el primero tiene que ver con el nivel de riesgo que asume el inversionista, una vez que decide financiar su proyecto mediante un préstamo bancario del 67% de la inversión con la CFN, a una tasa de interés del 9,33%, lo que representa un primer factor del 6,26%; por otra parte, los inversionistas han realizado una investigación de campo buscando conocer cuál sería la tasa de rentabilidad que podrían obtener por la inversión en el mercado turístico, considerando el 33% de su inversión, en donde el Ministerio de Turismo determina un 15% anual de crecimiento en promedio, que busca alcanzar la meta establecida en el actual Plan Nacional del Buen Vivir que es el “aumentar a 64,0% los ingresos por turismo sobre las exportaciones de servicios totales hasta el 2017”, lo que representa el segundo factor del 4,95%.

**Tabla 56:** Costo de Oportunidad

| <b>FINANCIAMIENTO CFN</b> | <b>FINANCIAMIENTO PROPIO</b>         |
|---------------------------|--------------------------------------|
| 67%                       | 33%                                  |
| <b>TASA INTERÉS CFN</b>   | <b>COSTO OPORTUNIDAD ACCIONISTAS</b> |
| 9,33%                     | 15,00%                               |
| <b>6,26%</b>              | <b>4,95%</b>                         |

**Elaborado por:** El Autor (2017)

Por lo tanto, el costo de oportunidad para este proyecto es de 11,21%.

#### 4.5.4. Valor actual neto

Consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

**Tabla 57:** Valor Actual Neto

| AÑOS | FLUJO NETO ANUAL | FACTOR ACTUALIZACIÓN<br>11,21% | VALOR ACTUALIZADO |
|------|------------------|--------------------------------|-------------------|
|      | \$ -237.051,61   |                                | \$ -237.051,61    |
| 2016 | \$ 80.367,83     | 1,1121195                      | \$ 72.265,46      |
| 2017 | \$ 85.124,04     | 1,2368099                      | \$ 68.825,49      |
| 2018 | \$ 90.545,64     | 1,3754804                      | \$ 65.828,37      |
| 2019 | \$ 96.291,56     | 1,5296986                      | \$ 62.948,06      |
| 2020 | \$ 102.386,40    | 1,7012077                      | \$ 60.184,54      |
|      |                  |                                | \$ 330.051,92     |
|      |                  | VAN                            | \$ 93.000,31      |

**Elaborado por:** El Autor (2017)

$$\text{Factor de Actualización} = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$\text{VAN} = \Sigma \text{FNA} - \text{INVERSIÓN INICIAL}$$

$$\text{VAN} = \$ 330.051,92 - \$ 237.051,61$$

$$\text{VAN} = \$ 93.000,31$$

#### 4.5.5. Tasa Interna de Retorno

La TIR se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero.

**Tabla 58:** Tasa Interna de Retorno

| AÑOS | FLUJO NETO   | ACTUALIZACIÓN               |              |                             |              |
|------|--------------|-----------------------------|--------------|-----------------------------|--------------|
|      |              | FACTOR ACTUALIZACIÓN<br>25% | VAN MENOR    | FACTOR ACTUALIZACIÓN<br>26% | VAN MAYOR    |
|      |              |                             | \$237.051,61 |                             | \$237.051,61 |
| 2016 | \$ 80.367,83 | 0,8000000                   | \$ 64.294,26 | 0,7936508                   | \$ 63.783,99 |
| 2017 | \$ 85.124,04 | 0,6400000                   | \$ 54.479,39 | 0,6298816                   | \$ 53.618,06 |
| 2018 | \$ 90.545,64 | 0,5120000                   | \$ 46.359,37 | 0,4999060                   | \$ 45.264,31 |
| 2019 | \$ 96.291,56 | 0,4096000                   | \$ 39.441,02 | 0,3967508                   | \$ 38.203,76 |
| 2020 | \$102.386,40 | 0,3276800                   | \$ 33.549,98 | 0,3148816                   | \$ 32.239,59 |
|      |              |                             | \$238.124,02 |                             | \$233.109,71 |
|      |              |                             | \$ 1.072,40  |                             | \$ -3.941,90 |

**Elaborado por:** El Autor (2017)

$$TIR = T_m + D_t \frac{(VAN \text{ menor})}{(VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor})}$$

$$TIR = 25 + 1 \left( \frac{\$1.072,40}{\$5.014,30} \right)$$

$$TIR = 25,21\%$$

#### 4.5.6. Relación Beneficio / Costo (B/C)

La relación beneficio-costo, se interpreta como la cantidad recibida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido. Para la toma de decisiones acerca de la ejecución o no del proyecto, se tendrá en cuenta lo siguiente:

- Si  $B/C > 1$  Se puede ejecutar el proyecto.
- Si  $B/C = 1$  Es indiferente la ejecución del proyecto.
- Si  $B/C < 1$  Se debe rechazar el proyecto.

Los cálculos de la relación beneficio costo están representados en el cuadro que se presenta a continuación:

$$B - \text{Beneficio} = 330.051,92$$

$$C - \text{Costo} = 237.051,61$$

**Fórmula:**

$$RBC = B/C = 330.051,92 / 237.051,61$$

$$RB/C = 1,39$$

Por tanto, como la relación beneficio-costo es superior a uno, el indicador sustenta la creación de la Hostería El Valle de Ulba, puesto que, por cada dólar invertido ingresará 0,39 centavos de dólar.

#### 4.5.7. Período de Recuperación de la inversión (PR)

Para determinar el periodo de recuperación se emplea la siguiente expresión:

$$\text{Período de payback} = \left[ \frac{\text{Período último con flujo acumulado negativo}}{\text{Valor del flujo de caja en el siguiente período}} \right] + \left[ \frac{\text{Valor absoluto del último flujo acumulado negativo}}{\text{Valor del flujo de caja en el siguiente período}} \right]$$

A continuación, se muestra el saldo acumulado del flujo neto para cada año, lo cual constituye la base para determinar dicho indicador.

**Tabla 59:** Saldo acumulado del flujo neto

| AÑOS | INVERSIÓN     | FLUJO NETO    | FLUJO ACUMULADO |
|------|---------------|---------------|-----------------|
|      | \$-237.051,61 |               | \$ -237.051,61  |
| 2016 |               | \$ 80.367,83  | \$ -156.683,78  |
| 2017 |               | \$ 85.124,04  | \$ -71.559,74   |
| 2018 |               | \$ 90.545,64  | \$ 18.985,89    |
| 2019 |               | \$ 96.291,56  | \$ 115.277,46   |
| 2020 |               | \$ 102.386,40 | \$ 217.663,86   |

**Elaborado por:** El Autor (2017)

$$PR = 2 + \frac{71.559,74}{90.545,64} = 2,79 \text{ años}$$

El período de recuperación para la creación de la Hostería El Valle de Ulba para los próximos cinco años es de 2 años y 8 meses aproximadamente.

#### 4.5.8. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro. Las variables que presentan mayor incertidumbre son un aumento de los costos y una disminución de los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Fórmulas:

Diferencia de TIR = TIR del Proyecto – Nueva TIR

$$\% \text{ de variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{TIR del proyecto}}$$

**Tabla 60:** Análisis de sensibilidad con un incremento en los costos

| PERIODO | COSTO TOTAL ORIGINAL | COSTO TOTAL ORIGINAL 5,00% | INGRESO TOTAL ORIGINAL | ACTUALIZACIÓN |                        |                |                        |                 |
|---------|----------------------|----------------------------|------------------------|---------------|------------------------|----------------|------------------------|-----------------|
|         |                      |                            |                        | FLUJO NETO    | FACT. ACTUALIZ. 10,00% | VAN MENOR      | FACT. ACTUALIZ. 11,00% | VAN MAYOR       |
| 2016    | \$170.325,29         | \$178.841,56               | \$249.813,00           | \$70.971,44   | 0,9090909091           | (\$237051,61 ) | 0,9009009009           | ( \$237051,61 ) |
| 2017    | \$173.173,43         | \$181.832,10               | \$258.256,68           | \$76.424,58   | 0,8264462810           | \$63.160,81    | 0,8116224332           | \$63.938,24     |
| 2018    | \$175.524,16         | \$184.300,37               | \$266.985,76           | \$82.685,39   | 0,7513148009           | \$62.122,76    | 0,7311913813           | \$62.027,90     |
| 2019    | \$177.788,37         | \$186.677,78               | \$276.009,88           | \$89.332,10   | 0,6830134554           | \$61.015,02    | 0,6587309741           | \$60.458,85     |
| 2020    | \$179.947,09         | \$188.944,45               | \$285.339,00           | \$96.394,55   | 0,6209213231           | \$59.853,43    | 0,5934513281           | \$58.845,82     |
|         |                      |                            |                        |               |                        | \$73.619,91    |                        | \$57.205,48     |
|         |                      |                            |                        |               |                        |                |                        | \$65.424,67     |

**Elaborado por:** El Autor (2017)

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 10,00 + 1,00 \left( \frac{73.619,91}{8.195,24} \right) = \mathbf{18,98\ \%}$$

$$Diferencias\ TIR = 25,21 - 18,98 = 6,23\ \%$$

$$Porcentaje\ de\ variación = 6,23 / 25,21 = 24,71\ \%$$

$$Sensibilidad = 24,71 / 25,21 = \mathbf{0,980}$$

El proyecto no es sensible y resiste un incremento en los costos del 5,00%

**Tabla 61:** Análisis de sensibilidad con una disminución de los ingresos

| PERIODO | COSTO<br>TOTAL<br>ORIGINAL | INGRESO<br>TOTAL<br>ORIGINAL | INGRESO<br>TOTAL<br>5,00% | ACTUALIZACIÓN |                           |                 |                           |                 |
|---------|----------------------------|------------------------------|---------------------------|---------------|---------------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|
|         |                            |                              |                           | FLUJO<br>NETO | FACT. ACTUALIZ.<br>17,00% | VAN<br>MENOR    | FACT. ACTUALIZ.<br>35,00% | VAN<br>MAYOR    |
| 2016    | \$170.325,29               | \$249.813,00                 | \$237.322,35              | \$66.997,06   | 0,8547008547              | (\$237.051,61 ) | 0,7407407407              | (\$237.051,61 ) |
| 2017    | \$173.173,43               | \$258.256,68                 | \$245.343,85              | \$72.170,42   | 0,7305135510              | \$57.262,44     | 0,5486968450              | \$49.627,45     |
| 2018    | \$175.524,16               | \$266.985,76                 | \$253.636,47              | \$78.112,31   | 0,6243705564              | \$52.721,47     | 0,4064421074              | \$39.599,68     |
| 2019    | \$177.788,37               | \$276.009,88                 | \$262.209,39              | \$84.421,02   | 0,5336500482              | \$48.771,03     | 0,3010682277              | \$31.748,13     |
| 2020    | \$179.947,09               | \$285.339,00                 | \$271.072,05              | \$91.124,96   | 0,4561111523              | \$45.051,28     | 0,2230135020              | \$25.416,49     |
|         |                            |                              |                           |               |                           | \$8.317,72      |                           | -\$70.337,77    |

**Elaborado por:** El Autor (2017)

$$NTIR = Tm + Dt \left( \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right) = 17,00 + 18,00 \left( \frac{8.317,72}{78.655,48} \right) = \mathbf{18,90 \%}$$

$$\text{Diferencias TIR} = 25,21 - 18,90 = 6,31 \%$$

$$\text{Porcentaje de variación} = 6,31 / 25,21 = 25,03\%$$

$$\text{Sensibilidad} = 25,03 / 25,21 = \mathbf{0,993}$$

El proyecto no es sensible y resiste un decremento en los ingresos del 5,00%

#### 4.6. Análisis de riesgos

El análisis de riesgo se basa en la posibilidad de que diferentes factores (mercado, técnico, organizacional, legal, ambiental y económico) pueden afectar el resultado de un negocio o proyecto de inversión, en la cual el administrador debe identificar, analizar, responder y controlar los riesgos de un proyecto; para lo que se ha diseñado un mapa de riesgos, en donde se evaluarán los riesgos de acuerdo a la siguiente prioridad:

Se multiplicará el impacto y la frecuencia, que presenta el riesgo inherente. El nivel de gravedad en la matriz de riesgo se encuentra representado en cuatro niveles, que pueden indicar una afectación de muy bajo o muy alto impacto, en los distintos eventos que pueden producirse durante el desarrollo del proyecto.

**Tabla 62:** Matriz de calificación de riesgos del proyecto

|                                 |                   | RIESGO = FRECUENCIA * IMPACTO   |            |      |          |      |          |
|---------------------------------|-------------------|---|------------|------|----------|------|----------|
| I<br>M<br>P<br>A<br>C<br>T<br>O | Muy alto          | 5   | 5          | 10   | 15       | 20   | 25       |
|                                 | Alto              | 4   | 4          | 8    | 12       | 16   | 20       |
|                                 | Moderado          | 3   | 3          | 6    | 9        | 12   | 15       |
|                                 | Bajo              | 2   | 2          | 4    | 6        | 8    | 10       |
|                                 | Muy bajo          | 1   | 1          | 2    | 3        | 4    | 5        |
|                                 |                   |   | 1          | 2    | 3        | 4    | 5        |
|                                 |                   |   | Muy baja   | Baja | Moderada | Alta | Muy alta |
|                                 |                   |   | FRECUENCIA |      |          |      |          |
| RIESGO                          | UBICACIÓN         | DESCRIPCIÓN   |            |      |          |      |          |
| Bajo                            | 1 - 2- 3- 4       | Afectará de forma mínima la continuidad del negocio                           |            |      |          |      |          |
| Moderado                        | 5 - 6 - 8 - 9     | Tendrá un impacto parcial, hacer un seguimiento adecuado                      |            |      |          |      |          |
| Alto                            | 10 - 12 - 15 - 16 | Afectará directamente la continuidad del negocio, requiere atención inmediata |            |      |          |      |          |
| Crítico                         | 20 - 25           | Afectará la continuidad del negocio   |            |      |          |      |          |

**Fuente:** (Estrada, 2015)

**Elaborado por:** El Autor (2017)

A continuación se procede a identificar los riesgos por actividades del proyecto:

**Tabla 63.** Mapa de riesgos del proyecto

| <b>MAPA DE RIESGOS</b> |  |            |         |          |                       |          |      |         |
|------------------------|--|------------|---------|----------|-----------------------|----------|------|---------|
| Orden                  | Descripción del evento   | Frecuencia | Impacto | Gravedad | PERCEPCIÓN DEL RIESGO |          |      |         |
|                        |  |            |         |          | BAJA                  | MODERADA | ALTA | CRÍTICA |
| 1                      | Sobrepasar los costos de desarrollo previstos  | 3          | 4       | 12       |                       |          | X    |         |
| 2                      | Incremento de costos de los productos locales  | 3          | 3       | 9        |                       | X        |      |         |
| 3                      | Cambios en los requerimientos del cliente  | 3          | 4       | 12       |                       |          | X    |         |
| 4                      | Mala estimación inicial de los costos  | 4          | 4       | 16       |                       |          | X    |         |
| 5                      | Mala administración del proyecto   | 4          | 3       | 12       |                       |          | X    |         |
| 6                      | Cambios legales  | 1          | 3       | 3        | X                     |          |      |         |
| 7                      | Desastres naturales (fuego, inundación, terremoto, otros.)   | 1          | 5       | 5        |                       | X        |      |         |
| 8                      | Pérdida de personal clave  | 2          | 2       | 4        | X                     |          |      |         |
| 9                      | Baja calificación de los clientes  | 3          | 4       | 12       |                       |          | X    |         |
| 10                     | Crisis económica que afecte al proyecto  | 4          | 5       | 20       |                       |          |      | X       |
| 11                     | Problemas climáticos   | 2          | 2       | 4        | X                     |          |      |         |
| 12                     | Oposición comunitaria  | 1          | 1       | 1        | X                     |          |      |         |
| 13                     | Equipo no apto para ejecutar las tareas  | 2          | 5       | 10       |                       |          | X    |         |
| 14                     | Falta de disponibilidad oportuna de los fondos necesarios para asumir el flujo de pago de las obligaciones, previstas e imprevistas, afectando la operación diaria o la situación financiera | 3          | 5       | 15       |                       |          | X    |         |
| 15                     | Pérdidas económicas por la fluctuación de temporadas altas y bajas   | 3          | 5       | 15       |                       |          | X    |         |
| 16                     | Crecimiento de la competencia  | 5          | 5       | 25       |                       |          |      | X       |
| 17                     | Fallas en las actividades que desempeña el personal  | 2          | 4       | 8        |                       | X        |      |         |
| 18                     | Inseguridad  | 4          | 5       | 20       |                       |          |      | X       |
| 19                     | Necesidad de presentar permisos ambientales para la ejecución del proyecto   | 2          | 2       | 4        | X                     |          |      |         |

|          |                        |            |
|----------|------------------------|------------|
| <b>5</b> | <b>Riesgo bajo</b>     | <b>26%</b> |
| <b>3</b> | <b>Riesgo moderado</b> | <b>16%</b> |
| <b>8</b> | <b>Riesgo alto</b>     | <b>42%</b> |
| <b>3</b> | <b>Riesgo crítico</b>  | <b>16%</b> |

**Elaborado por:** El Autor (2017)

El resultado del mapa de riesgo indica: Un riesgo alto de un 42%, un riesgo bajo de un 26% y un riesgo moderado y crítico de un 16% cada uno, en la cual el administrador debe prestar mayor atención para mitigar el riesgo y de esa manera no se verá afectada la inversión del proyecto.

## Conclusiones y Recomendaciones

### Conclusiones

Una de las actividades más importantes en la economía del cantón Baños y de la parroquia Ulba es el turismo, sobre todo por la biodiversidad que existe en el sector, sin embargo, el turismo no se ha podido potencializar por la falta de promoción, organización, capacitación, impulso, información e inadecuada infraestructura. La parroquia a pesar de contar con un lugar privilegiado, del análisis inicial se pudo plantear que presenta una reducida cantidad de hoteles y hosterías, lo cual provoca una insatisfacción entre los turistas nacionales y extranjeros.

Mediante la aplicación del método inductivo se consideró aspectos técnicos, de mercado y financiero, los cuales permitieron llegar a conclusiones generales acerca de la creación de la hostería. El tipo de investigación consistió en la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos o personas que son objeto de estudio con la finalidad de conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes. El enfoque de la investigación tuvo un enfoque mixto puesto que se realizaron análisis cualitativos y cuantitativos además se empleó instrumentos como el cuestionario y guía de observación a la población objeto de estudio. El estudio de mercado realizado en la parroquia Ulba, Cantón Baños de la provincia de Tungurahua, determina que el proyecto puede realizarse.

El proyecto alcanza una inversión de \$237.051,61, el mismo que será financiado con \$78.680,79 (33%) por aportaciones de los inversionistas y \$158.370,83 (67%) se buscará financiamiento mediante la aplicación de un crédito que puede ser otorgado por la Corporación Financiera Nacional, a una tasa de interés del 9,33%. La evaluación financiera del proyecto determinó que el VAN del presente proyecto nos da un valor positivo de \$93.000,31, lo que indica que el proyecto es conveniente ejecutarlo, por cuanto a las utilidades que se espera obtener durante la vida útil del proyecto son superiores a la inversión original. En lo que respecta a la TIR el resultado es de 25,21%, que represente un valor mayor al costo de oportunidad esperado por los inversionistas (11,21%). La relación beneficio/costo determinó que por cada dólar invertido ingresará 0,39 dólares, así mismo, se estimó que el

período de recuperación fue de 2 años y 8 meses aproximadamente. El análisis de sensibilidad determinó que el proyecto no es sensible a los incrementos de costos del 5% y la reducción de ingresos por un 5%. Se diseñó un mapa de riesgos para identificar las posibles afectaciones al proyecto, lo que permitirá mantener la sustentabilidad en el tiempo.

### **Recomendaciones**

Se debe aprovechar la ubicación estratégica que posee la hostería y los servicios que ofrece, por lo que es necesario que se implemente una campaña permanente utilizando los medios existentes como se lo señala en la propuesta de comercialización.

Las acciones definidas en la propuesta podrían ser adoptadas por los inversionistas que buscan realizar una nueva inversión en sectores, que aunque desconocidos, son una fuente importante de rentabilidad, por lo que podrían aprovechar las ventajas que se presentan en el sector, para que puedan convertirse en entes generadores de riqueza, bajo una ética profesional orientada a mejorar el sector turístico ecuatoriano.

Los resultados de la presente investigación pueden considerarse como importantes y como una línea de investigación para futuros estudios, con el fin de que los diferentes actores del sector turístico ecuatoriano, puedan identificar cuáles es la situación de la industria turística, considerando que es un tema trascendental para el desarrollo empresarial ecuatoriano, por lo que se requiere que se considere los resultados obtenidos en esta investigación que aporten en el desarrollo económico del país.

Para dar un plus adicional a la hostería se trabajara conjuntamente con una operadora turística la cual tendrá un punto de información dentro de la hostería donde se informara a los clientes de los lugares, deportes, fechas importantes del sector a más de ello presentara los paquetes que tenga para ofrecer, esta iniciativa no representa ni gasto ni ingreso económico para la hostería pero tendrá una mayor captación de clientes por las facilidades presentadas.

## Bibliografía

- Aguilera, R. (2005). *La evaluación de proyectos de inversión*. México.
- Andrade, V. (2012). *Estudio de factibilidad para la creación de un hotel en el cantón Gualaceo para el período 2012-2016*. (Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador). Recuperada de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/1100>
- Armas, G. N. (16 de septiembre de 2016). Baños de Ambato. *El Mercurio*, pág. 6.
- Arranz de Andrés, M., Serna, M. (2009). *Estudios de Derecho español y europeo*. España: Universidad de Cantabria.
- Báez, M. (2014). *Diagnóstico de la Ciudad de Baños de Agua Santa*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Berehrens, W., y Hawranek, P. (2006). *Manual de preparación de estudios de viabilidad industrial*. ONUDI.
- Blanco, A. (1991). *Formulación y evaluación de proyectos*. México: Ediciones Torán.
- Burbano, J. (2005). *Presupuesto*. Colombia: Univeridad del Valle.
- Chandler, A. (2011). *La estructura de la empresa se ajusta a su estrategia una vez se le haya concedido el debido tiempo*. Delaware.
- Código del Trabajo. (2015). Quito, Ecuador: Asamblea Nacional.
- De Heredia, R. (1995). *Dirección Integrada de Proyecto -DIP- Project Management* (Vol. 2). Madrid, España: Ed. Gabinete de Ingeniería S. A.
- Estrada, P. (2015). *Identificación de los riesgos*. La Habana: UDC.
- Everett, H., y Ronald, C. (2012). *Contabilidad Financiera para Administradores Escolares: Herramientas para la Escuela*. Estados Unidos: Universidad de Maryland.

- Faga, H., y Ramos Mejías, M. (2006). *Como conocer y manejar sus costos para tomar decisiones rentables*. Argentina.
- Gitman, L. (2012). *Principios de administración financiera*. México: Pearson Educación.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de ULBA. (2015). *Diagnóstico ULBA*. ULBA: Gobierno parroquial de ULBA.
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Ulba. (2016). *Información institucional*. Recuperado de <http://www.gadulba.gob.ec/>
- Gómez, M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación Científica*. España: Springer International Publishing AG.
- Gomez, D. (22 de abril del 2012). *Finanzas en Linea*. Recuperado de <http://www.finanzasenlinea.net/2012/04/analisis-de-sensibilidad.html>
- Google maps. (2016). *Google maps*. Recuperado de <http://www.google.com.ec/maps/@-1.3946042,-78.3975537,17z?hl=en>
- Hernández, N. (2012). *La organización inteligente en un ambiente de aprendizaje: una exploración de sus aspectos generales*. México: División de Administración del Tecnológico de Estudios Superiores de Coacalco.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta edición ed.). México: McGraw-Hill.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (Julio de 2015). Recuperado de <http://abacoweb.inpc.gob.ec:10080/inpc/OpcionesReportesPublico.seam?vista=inpc.a>
- Kotler, B. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Vol. 9). México: Pearson.
- Kotler, P. (2004). *Marketing*. Prentice Hall.

- Kotler, P. (2006). *Dirección de marketing. Análisis, planificación, gestión y control*. Madrid: Ediciones Civitas SA.
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson College Division.
- Lara, M. (2012). *Análisis de rentabilidad privada de un proyecto vitícola en Pedernal*. San Juan: FCU.
- León, G. (2012). *Programa De Maestria En Finanzas Y Gestion De Riesgos*. Ecuador: UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR.
- Ley de Compañías. (5 de noviembre de 1999). Quito, Ecuador: Congreso Nacional.
- Lucero, D., y Fajardo, D. (2010). *Estudio de factibilidad para la creación de un centro de recreación turística en el cantón Gualaceo*. (Tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana, Cuenca, Ecuador). Recuperada de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/803/12/UPS-CT001931.pdf>
- Meixueiro Garmendia, J., y Pérez Cruz, M. A. (2008). *Metodología general para la evaluación de proyectos*. México.
- Melgosa, F. (2007). *Código turismo*. España: Wolters Kluwer España, S.A.
- Meyer, W., y Van Dalen, D. (1971). *Manual de Técnica de la Investigación Educacional*. Buenos Aires: Paidós.
- Ministerio de Relaciones Laborales. (2015). Quito, Ecuador: Asamblea Nacional.
- Ministerio de Turismo. (2015). *Proyecto Ecuador Potencia Turística*. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/Documento-Proyecto-Ecuador-Potencia-Tur%C3%ADstica.pdf>
- Pacheco, O. (2000). *Investigación II*. Guayaquil, Ecuador: Mundiciencia.
- Pallares, Z. (2005). *Hacer una empresa: Un reto*. México: Fondo Editorial Nueva Empresa.

- Pimentel, E. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión*. Unad.
- Ramírez, A. D., Vidal, M. A., y Domínguez, R. Y. (2015). *Etapas del análisis de factibilidad. Compendio bibliográfico*. Las Tunas, Cuba: Centro universitario “Vladimir Ilich Lenin”.
- Ramírez, E. (2001). *Diccionario contable administrativo y fiscal*. México: ECAFSA Thomson Learning.
- Reglamento de Alojamiento Turístico. (2016). Reglamento de Alojamiento Turístico. Quito, Ecuador: Ministerio De Turismo. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/18-02-2016-Reformas-al-Reglamento-de-Alojamiento.pdf>
- Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo. (1994). Quito, Ecuador: Congreso Nacional.
- Rendón, E., y Zhune, M. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de la hostería recreativa “Brisa Santa” como alternativa para promover el desarrollo económico del cantón Nobol*. (Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador). Recuperada de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/184/1/T-ULVR-0084.pdf>
- Rodríguez, E. (2008). *Metodología de la Investigación* (Vol. 5). México: Universidad de Juárez Autónoma de Tabasco.
- Saavedra, E., y Castro, A. (2007). La Investigación Cualitativa, una discusión presente. *LIBERABIT*, 13, 63-69.
- Sapag Chaín, N. (2007). *Proyecto de Inversión Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación.
- Stoner, J., Freeman, E., y Gilbert, D. (1996). *Administración* (Vol. 6). México: Prentice Hall Hispanoamericana, S.A.

Toro, I., Rubén, P. (2013). *Metodología de la Investigación*. Medellín: Fondo Edutorial Universidad EART.

Vaca, M., & Rodríguez, D. (2013). *Tamaño óptimo del proyecto*. Loja: Universidad Nacional de Loja.

Váquiro, J. (2013). *Punto de Equilibrio*. Pymes Futuro. Recuperado de [http://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_mdl/lic/AEL/M/AM/09/PUNTO.pdf](http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/lic/AEL/M/AM/09/PUNTO.pdf)

Weston, J., & Brigahan, E. (1994). *Fundamentos de Administración Financiera*. México : Mc. Graw Hill.

## Anexos

### Anexo 1: Modelo de encuesta

**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

Estimados visitantes:

Soy estudiante de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por medio de esta encuesta, solicito a Usted su cooperación en la investigación que estoy realizando para determinar el grado de aceptación de la posible hostería que se prevé crear en la parroquia Ulba, cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua.

Sus respuestas sinceras y anónimas serán de mucha importancia para la investigación que se está realizando.

Muchas gracias por su colaboración

Responda por favor las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es el motivo del viaje?

\_\_\_\_\_

2. ¿Con quién o quiénes viaja?

\_\_\_\_ Solo

\_\_\_\_ Pareja

\_\_\_\_ Familia    \_\_\_\_ ¿Cuántos?

3. ¿Qué tipo de hospedaje prefiere?

\_\_\_\_ Hotel

\_\_\_\_ Hostal

\_\_\_\_ Hostería

\_\_\_\_ Hoteles de lujo

4. ¿Cuánto gasta como promedio diario por persona en hospedaje?

\_\_\_\_\_

5. ¿Qué tipo de servicios prefiere de una hostería?

\_\_\_\_ Restaurante

\_\_\_\_ Parqueadero

\_\_\_\_ Internet

\_\_\_\_ Canchas deportivas y Juegos recreativos para niños

\_\_\_\_ Paseos turísticos

6. En cuanto a la calidad del servicio qué preferencias tiene acerca de lugar de alojamiento.

\_\_\_\_ Limpieza

\_\_\_\_ Buena atención

\_\_\_\_ Seguridad

7. ¿Qué calificación le daría usted a la calidad del servicio del sitio de hospedaje donde se está alojando?

\_\_\_\_ Excelente

\_\_\_\_ Buena

\_\_\_\_ Regular

\_\_\_\_ Mala

8. ¿Estaría dispuesto a visitar una Hostería ubicada en Ulba si ofertara los servicios de hospedaje con todas las características señaladas por usted?

\_\_\_ Si

\_\_\_ No

9. ¿Cuánto tiempo se quedaría en el sector?

\_\_\_ Un día

\_\_\_ Dos días

\_\_\_ Tres días

\_\_\_ Más de tres días

10. ¿Cuántas veces en un año visitaría la Parroquia Ulba - Baños?

\_\_\_ Una vez

\_\_\_ Dos Veces

\_\_\_ Tres Veces

\_\_\_ Más de tres Veces

11. ¿A través de qué medio de publicidad le gustaría recibir información de la posible hostería?

\_\_\_ Televisión

\_\_\_ Radio

\_\_\_ Periódicos o Revistas

\_\_\_ Agencias y/o Operadoras Turísticas

\_\_\_ Internet

**Anexo 2: Fotos de la encuesta**



**Elaborado por:** El Autor



**Elaborado por:** El Autor



**Elaborado por:** El Autor



**Elaborado por:** El Autor

**Anexo 3:** Guía de observación

**Tema:** Estudio del mercado de las hosterías de la parroquia Ulba.

**Objetivo:** Determinar las características de las hosterías de la parroquia

**Fecha:**

**Hora:**

**Participante:**

**Lugar:**

**Temas principales**

1. Servicios que ofrecen las hosterías de la zona
2. Precios de los servicios que se ofrecen en la competencia
3. Calidad del servicio que ofrecen las hosterías de la zona
4. Tiempo de estancia de los turistas en las hosterías
5. Promedio de personas por familia que visitan las hosterías
6. Medios publicitarios utilizados por las hosterías



**DecoStilo**  
MUEBLES

decostilo\_cuenca@live.com

R.U.C. N° 0923659494001 AUT. S.R.L. N° 1120325594 SERIE 001-001- N° 0000051

Fecha: 5 Dic 2016 RUC: \_\_\_\_\_  
 Cliente: Adrián Juna  
 Dirección: Guayaquil Telf: 4546600 - 0985968628

| CODIGO | DESCRIPCIÓN                  |    | V. UNIT | V. TOTAL |
|--------|------------------------------|----|---------|----------|
|        | - Comas lineales             | 32 | \$100   | \$ 3200  |
|        | - Veladores                  | 30 | \$50    | \$ 1500  |
|        | - Mesa de 4                  | 1  | \$424   | \$424    |
|        | - Estante de botellas y copa |    |         | \$15     |
|        | - Mueble ZAR                 |    |         | \$300    |
|        | - Sofa                       |    |         | \$180    |
|        | - Estante                    | 2  | \$85    | \$170    |

FORMA DE PAGO: EFECTIVO  TARJETA DE CRÉDITO / DÉBITO  DINERO ELECTRÓNICO  OTROS

SON: \_\_\_\_\_ SUB TOTAL \$ \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_ DOLARES AMERICANOS DESCUENTO \$ \_\_\_\_\_  
 I.V.A. 0% \$ \$583.4  
 I.V.A. % \_\_\_\_\_  
 TOTAL \$ \_\_\_\_\_

FORMA AUTORIZADA \_\_\_\_\_ RECIBI CONFIRME \_\_\_\_\_

Criollo Campoverde Manuel Rodrigo - Offset Edit. Nacional - RUC 0101011393001 - Telfax: 4114331 ORIGINAL ADQUIRENTE  
 Autoriz. 1506 - 0000001 a 0000100 - 24/Febrero/2017 / Caduca 24/Febrero/2018 COPIA VERDE: EMISOR

**IMPORTADORA ELECTROKALIC**  
 VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS  
 AL POR MAYOR Y MENOR  
 Sony • Panasonic • Lg • Daewoo  
 Pioneer • Durex • Whirlpool • Samsung  
**Jéssica Castro Cali**  
 GERENTE GENERAL

ASISTENTE VENTAS • PAGO YERES • PAGO POR CREDITO

Dirección: Malecón 2304 y General Franco  
 Telefax: 2326158 • Guayaquil - Ecuador

---

IMPORTADORA **ELECTROKALIC** DIA MES AÑO  
**PROFORMA** FECHA 10 12 2016

| Cant. | Detalle        | P. TOTAL |
|-------|----------------|----------|
| 3     | Refrigeradoras | 2.160    |
| 2     | Congeladores   | 1.240    |
| 2     | Cocinas        | 1.200    |
| 3     | Microondas     | 600      |
| 2     | Batidoras      | 70       |

Gracias por preferirnos...

---

IMPORTADORA **ELECTROKALIC** DIA MES AÑO  
**PROFORMA** FECHA 10 12 2016

| Cant. | Detalle           | P. TOTAL |
|-------|-------------------|----------|
| 2     | Lavadoras         | 1.250    |
| 3     | Licadoras         | 240      |
| 20    | Televisores       | 7.000    |
| 4     | Equipos de Sonido | 1.000    |
| 2     | Sandwicheras      | 160      |

Gracias por preferirnos...

**Anexo 5: Inventario de mercadería**

| <b>DESCRIPCIÓN</b>   | <b>CANTIDAD</b> | <b>PRECIO</b> | <b>COSTO MENSUAL</b> | <b>COSTO ANUAL</b> |
|----------------------|-----------------|---------------|----------------------|--------------------|
| Achiote              | 2               | \$ 1,50       | \$ 3,00              | \$ 36,00           |
| Pimienta             | 4               | \$ 0,40       | \$ 1,60              | \$ 19,20           |
| Azúcar               | 5               | \$ 0,60       | \$ 3,00              | \$ 36,00           |
| Huevo                | 200             | \$ 0,15       | \$ 30,00             | \$ 360,00          |
| Leche                | 20              | \$ 0,80       | \$ 16,00             | \$ 192,00          |
| Pan de molde         | 200             | \$ 1,30       | \$ 260,00            | \$ 3.120,00        |
| Mantequilla 250g.    | 10              | \$ 2,40       | \$ 24,00             | \$ 288,00          |
| Mayonesa Maggi 250g. | 10              | \$ 1,50       | \$ 15,00             | \$ 180,00          |
| Mermelada 250g.      | 5               | \$ 1,30       | \$ 6,50              | \$ 78,00           |
| Salchicha            | 12              | \$ 2,00       | \$ 24,00             | \$ 288,00          |
| Mostaza 250g.        | 10              | \$ 1,30       | \$ 13,00             | \$ 156,00          |
| Papa                 | 40              | \$ 0,30       | \$ 12,00             | \$ 144,00          |
| Jamón                | 10              | \$ 1,60       | \$ 16,00             | \$ 192,00          |
| Pollo entero         | 40              | \$ 8,00       | \$ 320,00            | \$ 3.840,00        |
| Pierna de cerdo      | 6               | \$ 95,00      | \$ 570,00            | \$ 6.840,00        |
| Carne entera         | 20              | \$ 2,80       | \$ 56,00             | \$ 672,00          |
| Costillas            | 15              | \$ 2,50       | \$ 37,50             | \$ 450,00          |
| Carne fileteada      | 10              | \$ 2,40       | \$ 24,00             | \$ 288,00          |
| Gallina entera       | 10              | \$ 8,00       | \$ 80,00             | \$ 960,00          |
| Verde                | 50              | \$ 0,40       | \$ 20,00             | \$ 240,00          |
| Maduro               | 50              | \$ 0,50       | \$ 25,00             | \$ 300,00          |
| Lenteja              | 15              | \$ 1,00       | \$ 15,00             | \$ 180,00          |
| Yuca                 | 15              | \$ 1,20       | \$ 18,00             | \$ 216,00          |
| Choclo               | 15              | \$ 1,00       | \$ 15,00             | \$ 180,00          |
| Cebolla perla        | 15              | \$ 1,00       | \$ 15,00             | \$ 180,00          |
| Cebolla blanca       | 10              | \$ 1,00       | \$ 10,00             | \$ 120,00          |
| Fideo Cabello        | 10              | \$ 1,00       | \$ 10,00             | \$ 120,00          |
| Ajo                  | 10              | \$ 2,00       | \$ 20,00             | \$ 240,00          |
| Tomate               | 15              | \$ 0,50       | \$ 7,50              | \$ 90,00           |
| Lechuga              | 15              | \$ 0,40       | \$ 6,00              | \$ 72,00           |
| Yerba buena          | 12              | \$ 0,60       | \$ 7,20              | \$ 86,40           |
| Zanahoria            | 15              | \$ 0,25       | \$ 3,75              | \$ 45,00           |
| Brócoli              | 15              | \$ 0,50       | \$ 7,50              | \$ 90,00           |
| Espinaca             | 15              | \$ 0,40       | \$ 6,00              | \$ 72,00           |
| Maracuyá             | 15              | \$ 0,30       | \$ 4,50              | \$ 54,00           |
| Cerveza              | 25              | \$ 1,00       | \$ 25,00             | \$ 300,00          |
| Papaya               | 15              | \$ 1,00       | \$ 15,00             | \$ 180,00          |
| Piña                 | 10              | \$ 1,00       | \$ 10,00             | \$ 120,00          |
| Sandia               | 10              | \$ 0,60       | \$ 6,00              | \$ 72,00           |

|                |    |         |                    |                    |
|----------------|----|---------|--------------------|--------------------|
| Melón          | 15 | \$ 0,40 | \$ 6,00            | \$ 72,00           |
| Limón          | 15 | \$ 1,00 | \$ 15,00           | \$ 180,00          |
| Naranjas       | 15 | \$ 1,00 | \$ 15,00           | \$ 180,00          |
| Agua           | 60 | \$ 0,50 | \$ 30,00           | \$ 360,00          |
| Cola pequeña   | 60 | \$ 0,50 | \$ 30,00           | \$ 360,00          |
| Cola grande    | 60 | \$ 2,00 | \$ 120,00          | \$ 1.440,00        |
| Queso criollo  | 25 | \$ 2,50 | \$ 62,50           | \$ 750,00          |
| Aceite vegetal | 10 | \$ 2,70 | \$ 27,00           | \$ 324,00          |
| Sal            | 4  | \$ 0,40 | \$ 1,60            | \$ 19,20           |
| <b>TOTAL</b>   |    |         | <b>\$ 2.065,15</b> | <b>\$24.781,80</b> |