



1859



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica Social y Administrativa

Carrera de Contabilidad y Auditoría

**Estudio de factibilidad para la creación de un hotel en la
parroquia el Ingenio del cantón Espíndola, provincia de Loja.**

**Trabajo de Integración Curricular previo a la
obtención del título de Licenciado en
Contabilidad y Auditoría**

AUTOR:
Juan Diego Belduma Calva

DIRECTOR:
Ing. Luis Antonio Riofrio Leiva, MAE.

Loja - Ecuador
2024

Certificación



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Riofrío Leiva Luis Antonio**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOTEL EN LA PARROQUIA EL INGENIO DEL CANTON ESPÍNDOLA, PROVINCIA DE LOJA**, perteneciente al estudiante **JUAN DIEGO BELDUMA CALVA**, con cédula de identidad N° **1150185641**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académica como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 1 de Marzo de 2024



LUIS ANTONIO
RIOFRÍO LEIVA

F) _____
DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000608

1/1
Educarnos para Transformar

Autoría

Yo, **Juan Diego Belduma Calva**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 1150185641

Fecha: 02 de julio de 2024

Correo Electrónico: juan.d.belduma@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0961336867

Carta de autorización del Trabajo de Integración Curricular por parte del autor para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo.

Yo, **Juan Diego Belduma Calva** declaro ser la autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Estudio de factibilidad para la creación de un hotel en la parroquia el Ingenio del cantón Espíndola, provincia de Loja**, como requisito para optar el título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuáles tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, al 02 del mes de julio del dos mil veinticuatro.

Firma:

Autor: Juan Diego Belduma Calva

Cédula: 1150185641

Dirección: Loja

Correo Electrónico: juan.d.belduma@unl.edu.ec

Celular: 0961336867

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Luis Antonio Riofrio Leiva, MAE.

Dedicatoria

Este trabajo de integración curricular o de titulación, primeramente, quiero dedicárselo a Dios, por darme la salud e iluminar el camino que ha permitido lograr este objetivo tan anhelado que es obtener mi título universitario. A mi querida madre Dunia Calva, mi hermano Carlos Cruz, a mis abuelitos Hermila Hernández y Juventino Calva quienes con su amor, apoyo constante, motivación y compañía en momentos difíciles han sido una guía y consejeros en este camino recorrido.

También quiero expresar la gratitud a la Universidad Nacional de Loja, por brindarme el entorno propicio para aprender, crecer y alcanzar este logro académico, esta tesis es un tributo al compromiso con la excelencia educativa y a la comunidad académica que me ha nutrido de enseñanza.

Juan Diego Belduma Calva

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento y gratitud a la prestigiosa Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica Social y Administrativa, a la Carrera de Contabilidad y Auditoría, a sus autoridades y docentes, quienes, con afecto, dedicación, experiencia supieron impartirme sus valiosos conocimientos y apoyo durante el transcurso de mi formación profesional. De manera especial al Ing. Luis Antonio Riofrio Leiva, MAE, director del trabajo de integración curricular, por todo el apoyo brindado, que con su experiencia y dedicación supo guiarme durante el proceso de elaboración y culminación de mi trabajo de integración curricular o de titulación.

Juan Diego Belduma Calva

Índice de contenido

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización del Trabajo de Integración Curricular por parte del autor para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenido.....	vii
Índice de tablas.....	viii
Índice de figuras.....	x
Índice de anexos.....	xi
1. Titulo.....	12
2. Resumen.....	13
3. Introducción.....	15
4. Marco Teórico.....	17
5. Metodología.....	33
6. Resultados.....	36
7. Discusión.....	109
8. Conclusiones.....	111
9. Recomendaciones.....	112
10. Bibliografía.....	113
11. Anexos.....	115

Índice de tablas

Tabla 1	Tipos de hoteles	18
Tabla 2	Clasificación de los costos	28
Tabla 3	Suma de la población objeto de estudio de la parroquia El Ingenio	38
Tabla 4	Datos aplicados en la fórmula de muestra	39
Tabla 5	Distribución de las encuestas	40
Tabla 6	Genero de los encuestados	41
Tabla 7	Edad de los encuestados.....	42
Tabla 8	Utilización de servicios de hotelería por encuestados	43
Tabla 9	Temporadas preferidas para utilizar los servicios de hotelería.....	43
Tabla 10	Frecuencia con la que utilizan los servicios de hotelería.....	44
Tabla 11	Cantidad de personas al asistir a un hotel	45
Tabla 12	Gasto promedio.....	46
Tabla 13	Servicios esperados por el cliente	47
Tabla 14	Tipos de estilos arquitectónicos	48
Tabla 15	Nivel de acogida al proyecto por parte de la población objeto de estudio	49
Tabla 16	Medios de comunicación por los que conocieron los establecimientos	50
Tabla 17	Medios de comunicación preferidos para informarse de los servicios y promociones	51
Tabla 18	Servicios que ofrece el establecimiento.....	52
Tabla 19	Capacidad de personas en el establecimiento	53
Tabla 20	Días laborables del establecimiento.....	54
Tabla 21	Gasto promedio de los clientes en el establecimiento	55
Tabla 22	Medios de publicidad.....	56
Tabla 23	Promociones del establecimiento.....	57
Tabla 24	Frecuencia de promociones.....	58
Tabla 25	Tipo de personal en el establecimiento	59
Tabla 26	Proyección de la población demandante.....	61
Tabla 27	Proyección de la demanda potencial.....	61
Tabla 28	Proyección de la demanda real	62
Tabla 29	Proyección de la demanda efectiva.....	63
Tabla 30	Oferta total	65

Tabla 31	Proyección de la oferta.....	65
Tabla 32	Calculo demanda insatisfecha.....	65
Tabla 33	Componentes tecnológicos	71
Tabla 34	Niveles administrativos.....	76
Tabla 35	Construcciones.....	77
Tabla 36	Maquinaria y Equipo.....	78
Tabla 37	Muebles y enseres	78
Tabla 38	Equipo de cómputo	79
Tabla 39	Resumen de activos fijos	79
Tabla 40	Inversión en Activos Diferidos	79
Tabla 41	Amortización de Activos Diferidos	80
Tabla 42	Sueldos y Salarios	80
Tabla 43	Suministros de trabajo.....	81
Tabla 44	Sueldos y Salarios Administrativos	82
Tabla 45	Honorarios Profesionales	82
Tabla 46	Servicios de Seguridad.....	83
Tabla 47	Servicios Básicos	83
Tabla 48	Suministros de Oficina.....	84
Tabla 49	Útiles de aseo	84
Tabla 50	Publicidad	85
Tabla 51	Vajilla y menaje	86
Tabla 52	Resumen del capital de trabajo	86
Tabla 53	Resumen total de Inversión.....	87
Tabla 54	Resumen de Depreciaciones	87
Tabla 55	Financiamiento.....	87
Tabla 56	Precio del ingreso.....	88
Tabla 57	Precio de servicio.....	89
Tabla 58	Ingresos proyectados 28,18%	89
Tabla 59	Egresos proyectados.....	90
Tabla 60	Clasificación de los costos y gastos del hotel “Raíces y Caña”.....	92
Tabla 61	Estado de Pérdidas y Ganancias	93

Tabla 62	Flujo de caja.....	95
Tabla 63	Datos Punto de Equilibrio Año 1	96
Tabla 64	Resultados Punto de Equilibrio Año 1.....	96
Tabla 65	Datos Punto de Equilibrio Año 3.....	98
Tabla 66	Resultados Punto de Equilibrio Año 3.....	98
Tabla 67	Datos Punto de Equilibrio Año 5.....	100
Tabla 68	Resultados Punto de Equilibrio Año 5.....	100
Tabla 69	WACC.....	102
Tabla 70	Valor Actual Neto	102
Tabla 71	Tasa Interna de Retorno	103
Tabla 72	Relación Beneficio Costo	104
Tabla 73	Periodo de Recuperación de Capital (PRC).....	105
Tabla 74	Análisis de sensibilidad con un incremento en los costos de 11,00%	107
Tabla 75	Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos de 9,00%	108

Índice de figuras

Figura 1	Croquis de la parroquia El Ingenio.....	33
Figura 2	41
Figura 3	42
Figura 4	43
Figura 5	44
Figura 6	45
Figura 7	46
Figura 8	47
Figura 9	48
Figura 10	49
Figura 11	50
Figura 12	51
Figura 13	52
Figura 14	53
Figura 15	54

Figura 16	55
Figura 17	56
Figura 18	57
Figura 19	58
Figura 20	59
Figura 21	60
Figura 22 Logo de la empresa.....	67
Figura 23	69
Figura 24 Ubicación del hotel en el Ingenio.....	70
Figura 25 Organigrama organizacional	76
Figura 26 Punto de equilibrio Año 1	97
Figura 27 Punto de equilibrio Año 3	99
Figura 28 Punto de equilibrio Año 5	101

Índice de anexos

Anexo 1 Diseño de encuesta.....	115
Anexo 2 Depreciaciones	116
Anexo 3 Certificación de traducción a inglés.....	117

1. Título

Estudio de factibilidad para la creación de un hotel en la parroquia el Ingenio del cantón Espíndola, provincia de Loja.

2. Resumen

El proyecto de Integración Curricular tiene como objetivo principal evaluar la viabilidad de establecer un hotel en la parroquia El Ingenio, con la intención de ofrecer un servicio turístico novedoso e innovador para los turistas. El procedimiento utilizado para el cumplimiento del estudio de mercado se realizó a través de la aplicación de encuestas, entrevistas y observaciones, posibilitando la determinación de viabilidad en el mercado, además se estableció el estudio de la oferta relacionada al servicio de hoteles. Posteriormente, se llevó a cabo el estudio técnico, en el cual se realizó un análisis de los factores de macro y micro localización, por lo cual se estableció que la micro localización fue en la parroquia El Ingenio, así mismo la capacidad instalada del proyecto será de 80%, estimando un promedio de 8.736 personas al año. En el estudio económico-financiero se determina para los activos fijos un total de \$68.980,00, activos diferidos de \$4.207,50 y el capital de trabajo de \$3.002,07 dando una inversión total de \$76.189,57, el mismo que será financiado en su totalidad por el inversionista, para realizar la evaluación del proyecto se determinó una tasa de descuento de 16,00%, considerando una tasa pasiva referencial por plazo fijo del Banco Central del Ecuador de 7,74% y un riesgo de inversión de 8,26%, durante esta evaluación se aplicaron diversos indicadores, determinando su factibilidad desde el Valor Actual Neto (VAN) con un total de \$35.149,84, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 28,05%, la Relación Beneficio Costo (RBC) de 0,62 centavos, un Costo de Oportunidad (WACC) 16,00% y el Periodo de Recuperación de Capital (PRC) de tres años, siete meses y veintiocho días, por lo tanto, de acuerdo a los indicadores se determina que el proyecto es viable desde la parte económica.

Palabras clave: Hotel, viabilidad, evaluación, indicadores, estudio.

Abstract

The main objective of the Curricular Integration project is to evaluate the feasibility of establishing a hotel in the parish of El Ingenio, with the intention of offering a new and innovative tourist service for tourists. The procedure used for fulfillment of the study of the market was carried out through the application of surveys, interviews and observations, enabling the determination of viability in the market, the study of the offer related to the hotel service was also established. Subsequently, the technical study was carried out, in which an analysis was made of macro and micro location factors, so it was established that the micro location was in the parish El Ingenio, as well as the installed capacity of the project will be 80%, an average of 8,736 people a year. The economic-financial study determines for fixed assets a total of \$68,980.00, deferred assets of \$4,207.50 and working capital of \$3,002.07 giving a total investment of \$76,189.57, which will be financed in its entirety by the investor, a discount rate of 16.00%, considering a fixed-term benchmark passive rate of 7.74% and an investment risk of 8.26%, during this evaluation it was applied various indicators, determining its feasibility from the Net Present Value (NPV) with a total of \$35,149.84, an Internal Rate of Return (IRR) of 28.05%, the Cost Benefit Ratio (RBC) of 0.62 cents, a Cost of Opportunity (WACC) of 16.00% and the Capital Recovery Period (PRC) of three years, seven months and twenty-eight days, therefore, according to the indicators it is determined that the project is viable from the economic side.

Keywords: Hotel, feasibility, evaluation, indicators, study

3. Introducción

En el contexto actual, establecer una empresa de pequeña, mediana o gran escala presenta varios desafíos, al mismo tiempo que impulsa actividades económicas importantes facilitando la creación de empleo, los proyectos de inversión desempeñan un papel clave en el avance económico como social del país, sin embargo, en la actualidad se observa una falta de confianza al momento de invertir, por lo tanto, resulta fundamental realizar estudio de viabilidad para determinar si el negocio o proyecto es viable o no, de esta manera, reduciendo riesgos y ayudando con la pérdida de incertidumbre al momento de invertir. Con respecto a países en vías de desarrollo como lo es Ecuador, se enfrenta a la constante necesidad de incrementar la producción de bienes y servicios con el objetivo de mejorar el bienestar poblacional, asimismo, la economía se encuentra cada vez más respaldada en proyectos de inversión, puesto que su flujo financiero contribuye significativamente a la generación de empleo y al estímulo socioeconómico del país, de tal modo que al tomar la decisión de implementar un proyecto, es necesario emplear los estudios pertinentes relacionados al mercado, estudio técnico, administrativo y legal, económico financiero y evaluación financiera, con el fin de desarrollar una inversión a futuro.

El turismo, se destacada en Ecuador como un pilar fundamental de su economía y una ventana a la diversidad natural, historia y cultura que lo caracteriza, a lo largo de los años el turismo ha experimentado un crecimiento notable, el mismo que es impulsado por iniciativas gubernamentales, inversiones en infraestructuras y una creciente importancia hacia sus patrimonios naturales y culturales, dentro de este panorama, la parroquia El Ingenio en el cantón Espíndola, se destaca como un buen destino turístico, por lo que se busca demostrar la viabilidad de la idea de negocio, misma que se titula “Estudio de factibilidad para la creación de un hotel en la parroquia el Ingenio del cantón Espíndola, provincia de Loja”, este proyecto busca introducir una nueva forma de brindar servicios, así mismo como una nueva forma de entretenimiento que permita a la comunidad disfrutar de momentos agradables.

La estructura y presentación del Trabajo de Integración Curricular se ajusta a las disposiciones legales estipuladas en el Artículo 226 del Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, este reglamento especifica las siguientes secciones: Título, identifica el trabajo; Resumen, ofrece una síntesis en español e inglés, abarcando los objetivos y procedimientos del proyecto; Introducción, donde se resalta la importancia del tema y su

contribución a la economía de la parroquia El Ingenio; Marco Teórico, aborda los conceptos básicos relacionados con el proyecto de inversión; Metodología, describe el proceso de investigación utilizado para respaldar el desarrollo del tema; Resultados, incluyen el estudio de mercado, técnico, administrativo y legal, económico financiero y su evaluación financiera; Discusión, contrasta la información relevante al proyecto y Conclusiones, que se relacionadas con los objetivos planteados en la investigación; Recomendaciones, vinculadas estrechamente con las conclusiones, ofreciendo sugerencias concreta para la implementación éxitos del proyecto de inversión; Bibliografía, detalla las fuentes de información utilizadas, incluyendo libros, leyes, regulaciones relevantes para la ejecución de un proyecto de inversión; Anexos, contiene documentación adicional que respalda el desarrollo p8ractivo del presente trabajo de integración curricular.

Palabras clave: Factibilidad, hotel, estudio, evaluación, inversión

4. Marco Teórico

Empresa

Definición

Según Pérez Sepúlveda (2018), es una organización que se dedica a la producción comercialización o prestación de servicios con el objetivo de obtener beneficios económicos así mismo las empresas pueden ser diferentes tipos como empresas individuales, sociedad, cooperativas, entre otras. (pp. 7-8)

Tipos de empresa

Según Palacios (2021), los criterios más habituales para establecer una tipología de las empresas son los siguientes:

Según el Sector de Actividad:

Podemos encontrar varias clasificaciones como las empresas del sector primario, sector secundario o industrial, sector terciario o de servicios en donde se encuentra nuestro proyecto y el sector cuaternario o de información.

- ✓ **Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Visto como un campo de trabajo, que no incluye actividades creativas o revolucionarias, sino que tiene como objetivo satisfacer las necesidades de las personas en todo el mundo y puede estar relacionado con los negocios, es aquí en donde ubicamos nuestra empresa.

Según el Tamaño:

Cuando hablamos del tamaño de la empresa esta pueden ser grandes, medianas o pequeñas y tienen categorías conocidas y establecidas. Nuestro proyecto se encuentra clasificado en las microempresas ya que es una unidad económica con menos de 10 empleados. El ingreso anual es menos de \$200,000.

Según la Propiedad del Capital:

Hace referencia a que el capital está en manos de personas físicas, autoridades o ambas. En este sentido, se clasifican en privadas, pública y mixta. El proyecto cuenta con una clasificación privada, ya que las misma pertenecen exclusivamente al propietario.

Hotel

Tipos de Hotel

Para Ontiveros (2021), “un hotel es un establecimiento que se dedica al alojamiento de huéspedes o viajeros. El término proviene del vocablo francés *hôtel*, que hace referencia a una casa adosada” (p. 11)

Tabla 1

Tipos de hoteles

Hoteles de aeropuerto	
Hoteles de lujo	
Hoteles de naturaleza	
Albergues turísticos	
Hoteles familiares	Son establecimientos de tamaño pequeño que se caracterizan por una gestión familiar para viajeros que proporciona servicios de restaurante y alojamiento
Hoteles posada	Una posada es un establecimiento para viajeros que proporciona servicios de restaurante y alojamiento. Algunas son muy antiguas. Donde el pago es menor a la de un hotel común.
Hoteles de negocios	
Hoteles - monumento	
Hoteles – balneario	
Moteles	
Hoteles – casino	
Hoteles deportivos	

Nota: Se muestra la definición de los tipos de hoteles

Proyecto

Según Moreno Monsalve et al (2018) “un proyecto se puede definir como un conjunto de actividades enfocadas a desarrollar un objetivo específico”. (p. 87). Varios autores han abordado este concepto incluyendo en sus definiciones las variables inherentes a esta disciplina, como el tiempo, el alcance y los recursos.

Proyecto de Inversión

Según Orellana Nirian (2020), los proyectos de inversión son aquellos que requieren recursos para su ejecución y que son evaluados financieramente para ver su factibilidad económica, contrastados con la viabilidad técnica, ambiental, social y jurídica. Es aquel que necesita de una inyección de recursos para concretarse, por lo tanto, antes de llevarse a cabo es pertinente evaluarlo, estableciendo tres posibles escenarios; hacerlo, no hacerlo, o postergarlo.

Proyecto de Factibilidad

Es un estudio que se realiza con la finalidad de evaluar la viabilidad de llevar a cabo un negocio o proyecto que se tiene la intención de implementar. Este tipo de estudio permite a la empresa determinar si el negocio o proyecto puede resultar favorable o desfavorable. Además, proporciona información clave para establecer estrategias que conduzcan al éxito. (Martins, 2023)

El estudio de factibilidad se fundamenta en información más detallada, incluyendo datos sobre la organización del proyecto durante su ejecución y operación. Además, se proyectan los costos y beneficios a lo largo del tiempo, representados en un flujo de caja.

Dentro de los aspectos clave que destacan en este tipo de estudio se encuentran:

- ✓ El mercado: Se analiza en profundidad el entorno y las condiciones del mercado en el cual el proyecto se desarrollará.
- ✓ La metodología: Se considera la tecnología necesaria para la implementación y operación del proyecto.
- ✓ El tamaño y la localización: Se estudian aspectos relacionados con el tamaño adecuado del proyecto y su ubicación geográfica
- ✓ Las condiciones de orden institucional y legal: Se examinan las regulaciones, normativas y requisitos legales que afectan al proyecto.

Etapa de Inversión

Proyecto de Ingeniería o Estudios Definitivos

Estos estudios se llevan a cabo después de la etapa de pre-inversión, debido a su costo significativo y al riesgo de que puedan quedar obsoletos en caso de que el estudio resulte factible. Además, es importante que estos estudios estén actualizados en el momento de su ejecución.

Negocios de Financiamiento

Es el conjunto de actividades, procedimientos y gestiones orientadas a obtener los recursos financieros necesarios para respaldar la inversión, de acuerdo con las proporciones y modalidades establecidas en el estudio de pre-inversión correspondiente.

Implementación o Ejecución y Montaje

Engloba una serie de actividades destinadas a llevar a cabo con la implementación de una nueva unidad de producción, que incluyen la adquisición de terrenos, la construcción física de las instalaciones, la compra e instalación de maquinaria y equipos, así como la contratación de personal y otras instalaciones necesarias.

Puesta en Marcha.

Este proceso comprende un conjunto de actividades indispensables para identificar las deficiencias, fallos e imperfecciones en la infraestructura de producción, con el propósito de realizar las correcciones necesarias y preparar la empresa para el inicio de una producción normal y eficiente.

Ciclo de Vida de los Proyectos

El ciclo de vida de un proyecto abarca diversas fases que se desarrollan desde su inicio hasta su finalización, estas fases se suceden de manera secuencial y se establecen considerando las exigencias de gestión y supervisión por parte de las organizaciones implicadas, así como las particularidades y el ámbito de aplicación específico del proyecto.

Formulación y evaluación de proyectos

Según Diaz Viteri et al. (2022), el proyecto surge como respuesta a la “idea” que busca: ya sea la solución de un problema (sustitución de tecnología obsoleta, abandono de una línea de producto) o la forma para aprovechar una oportunidad de negocios que, en general, corresponde a un problema de terceros (demanda insatisfecha, sustitución de importaciones). En este punto, se identifican problemas que puedan resolverse y las oportunidades de negocio potenciales. Por ejemplo, ante frecuentes fallas de máquinas, se producen proyectos de sustitución de máquinas o cierres de plantas. Se pueden aprovechar oportunidades procesando materiales de desecho. (p. 15)

Esto nace de una idea que busca abordar problemas o aprovechar oportunidades. Se busca resolver problemas existentes o satisfacer necesidades no atendidas, al tiempo que se identifican oportunidades de negocio que se pueden aprovechar, enfocándose en encontrar soluciones efectivas y rentables para mejorar la situación actual y crear valor.

Estudio de Mercado

Según Diaz Viteri et al. (2022), define el mercado como cualquier espacio real u online donde existe, por un lado, la presencia de compradores con necesidades y requisitos especiales o deseos específicos por satisfacer, gastando dinero y voluntad de participar en el intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y, por otro lado, la presencia de los vendedores que pretenden satisfacer sus necesidades con oferta de productos. (p. 32)

Oferta

La oferta puede ser definida como la cantidad de bienes y/o servicios que las distintas organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad y deseo de vender en el mercado, en un determinado lapso tiempo y espacio, en un particular valor pecuniario, con el fin de satisfacer deseos y/o necesidades (Diaz Viteri et al, 2022, p. 42)

En este contexto la oferta se refiere a la cantidad de productos o servicios que las organizaciones, empresas o individuos están dispuestos y tienen la capacidad de vender en el mercado así mismo analizando las necesidades de los consumidores, proporcionándoles los productos y servicios que están buscando.

Oferta Histórica

La oferta histórica implica las variaciones que los bienes y servicios han experimentado en años anteriores. A través del análisis estadístico, es posible contrastar cómo ha evolucionado el consumo de un producto en el pasado.

Demanda

Según Equipo editorial, Etecé (2021), la demanda, en economía, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfacer sus necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden ser muy variados, como alimentos, medios transporte, educación, actividades de ocio, medicamentos, entre muchas otras cosas, por lo que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes.

En este contexto, la demanda abarca una amplia variedad de productos y servicios, que van desde alimentos, transporte, educación, actividades de ocio, medicamentos y muchas otras cosas más. Es por esta razón que se considera que prácticamente todos los seres humanos son demandantes, ya que todos tienen necesidades y deseos que buscan cumplir.

Demanda histórica

Según Castellano Ccanto (2018), “la determinación del comportamiento histórico de la demanda permite identificar la evolución del mercado objetivo en los últimos años e identificar los factores y variables, que han tenido directa incidencia en los resultados encontrados” (p. 1)

Entonces como el análisis de los datos históricos de años anteriores, podemos examinar la forma en que los consumidores han interactuado con nuestro producto, permitiendo comprender el comportamiento del consumidor y obtener información relevante sobre cómo han respondido en el pasado ante nuestro producto.

- ✓ **Demanda Potencial:** Es aquella que aún no se materializa en el presente, pero que se espera que se haga real en semanas, meses o años venideros.
- ✓ **Demanda Real:** Se lleva a cabo después de analizar las solicitudes de los clientes o aquellas realizadas a proveedores, como parte de cualquier análisis que involucre la planificación de la producción.

- ✓ **Demanda Efectiva:** Aquellos consumidores que poseen las condiciones materiales requeridas para adquirir un producto específico.
- ✓ **Demanda Insatisfecha:** Es aquella demanda que no ha sido satisfecha en el mercado y que puede ser atendida, al menos parcialmente, por un proyecto en particular, así mismo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda supera a la oferta disponible.

Comercialización

Según, INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA (2018), la comercialización es el “conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor” (p. 4), a través de un mercado determinado. Siendo este un mecanismo de coordinación para las transferencias e intercambios que realizan los diferentes agentes que participan en una cadena productiva. (p. 4)

Estrategias de mercado

- ✓ **El producto o servicio:** Se refiere a la propuesta de valor que se ofrece a los clientes y engloba la variedad de productos y servicios que la empresa proporciona, así como el análisis del ciclo de vida de estos, su diferenciación frente a la competencia, el branding y el diseño del empaque, entre otros aspectos relevantes. Es fundamental considerar que la definición del producto debe basarse en las necesidades y motivaciones de los clientes, priorizando estas sobre los aspectos técnicos
- ✓ **El precio:** El precio de los productos constituye una decisión de marketing de gran complejidad, dado que implica considerar diversos factores, como los costos de producción, el margen comercial, la demanda, la posición en relación con la competencia, el poder adquisitivo de nuestro público objetivo, entre otros. Asimismo, en esta área también se incluyen aspectos relacionados con la modalidad de pago y los descuentos.
 - ✓ **La promoción:** La promoción empresarial engloba todas las actividades de comunicación destinadas a dar a conocer los productos y servicios con el objetivo de incrementar las ventas, esta área abarca diversas disciplinas de la comunicación, como la publicidad, las relaciones públicas, la venta directa o el marketing digital.

- ✓ **El punto de venta o distribución:** Los canales de distribución son las distintas vías mediante las cuales los productos y servicios son entregados a los consumidores, abarcando desde tiendas en línea hasta cadenas de tiendas físicas.

Estudio Técnico

Para EUROINNOVA (2023), “un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas”.

Tamaño del proyecto

Según Urtecho Aguilar (2019), el tamaño del proyecto es la capacidad que deberá instalarse para atender satisfactoriamente a la demanda del mercado objetivo y se expresa en volumen de producción o número de unidades que puede alojar, recibir, almacenar o producir una instalación en un periodo de tiempo específico.

Localización

La localización es la determinación de la ubicación más adecuada que posibilite maximizar el logro del objetivo del proyecto de inversión (por ejemplo, cubrir la mayor demanda posible o lograr la máxima rentabilidad), dentro del contexto de la cadena de suministro para mantener una ventaja competitiva estratégica orientada hacia la satisfacción del cliente (Urtecho Aguilar, 2019)

La localización del proyecto se define en dos ámbitos de decisión: macro localización y micro localización.

- ✓ **Macro – Localización:** Según Urtecho Aguilar (2019), la macro localización, para seleccionar el país, la región, departamento, provincia o ciudad donde se localizará el proyecto, se tendrá que decidir, principalmente, si el proyecto se sitúa cerca de las fuentes de materias primas (industria orientada a los insumos) o próximo al mercado de productos terminados (industrias orientadas al mercado). La decisión dependerá de la estrategia competitiva y del conjunto de necesidades del cliente que el proyecto busca satisfacer.
- ✓ **Micro – Localización:** Se define la micro localización del proyecto, es decir, se determina de manera específica en qué terreno se ubicará la planta y/o las instalaciones que contempla el proyecto. Esta decisión se toma de manera simultánea con la determinación de las

especificaciones de las instalaciones, maquinaria y tamaño de planta de producción. Los aspectos principales que se toma en cuenta para la selección del sitio son: tipo de construcción de obra civil, accesos al predio, disponibilidad de servicios (agua, energía eléctrica, gas, alcantarillado, comunicaciones, etc.), facilidad para desechar los residuos generados durante el proceso de producción, instalaciones especiales que requieran la maquinaria y equipo, emisión de gases y ruido. Urtecho Aguilar, (2019).

Ingeniería del proyecto

Según HLCSISTEMAS (2020), la fase de ingeniería de proyecto permite conocer toda la información que se necesita, en términos de maquinaria (u otras unidades físicas), etc. para poder armar, luego, el presupuesto de este, así como el flujo de caja. En esta fase, se tienen en cuenta distintos elementos del proyecto, por ejemplo, los recursos humanos, la maquinaria, el equipo, las instalaciones, etc. Se puede decir que incluso la ingeniería de proyectos puede subdividirse en seis fases más que trataremos a continuación.

Definición de Bien y Servicio

- ✓ **Bien:** Los bienes son objetos que proporcionan valor o utilidad a quienes los utilizan o poseen. En términos económicos, los bienes son producidos con el propósito de ser intercambiados, convirtiéndose así en mercancías.
- ✓ **Servicio:** Es un servicio es todo acto o actividad que se ofrece para satisfacer una necesidad. Estos son esencialmente intangibles, no dan como resultado ninguna propiedad y su producción puede vincularse a un producto físico o no.

Estudio Organizacional – Legal

Estudio Organizacional

Según Ratner (2018), para cada proyecto es necesario determinar la estructura organizativa más adecuada a sus necesidades. Conocer esta estructura es fundamental para definir los requerimientos de personal calificado para la gestión. En este estudio, también es preciso simular el proyecto en operación, para lo cual deberán definirse, con el detalle que sea necesario, los procedimientos administrativos que podrían implementarse junto con el proyecto, la selección del software y del personal calificado para su utilización. (p. 12)

Flujogramas

Un flujograma es una representación gráfica de un proceso administrativo caracterizado por su naturaleza secuencial. (Estupiñan Gaitan, 2021, p.226)

Organigramas

Los organigramas se utilizan para ilustrar de forma gráfica la organización interna de una empresa u organización. Estos diagramas proporcionan una representación esquemática y visualmente clara de las distintas áreas que conforman la entidad, permitiendo identificar su posición relativa dentro de la estructura. Además de mostrar las áreas, los organigramas también revelan los niveles de jerarquía existentes, es decir, la disposición de las posiciones desde las más altas hasta las más bajas.

Estudio legal

En el marco de un proyecto, el término "análisis legal" se utiliza para describir un examen completo y metódico de los aspectos legales y normativos relacionados con dicho proyecto. El propósito principal de dicho análisis es detectar y comprender las implicaciones legales que podrían surgir a lo largo de todas las fases del proyecto, desde su concepción hasta su ejecución y posterior funcionamiento.

Base Legal

Se trata de una serie de documentos oficiales que se emplean en la prevención de posibles problemas legales entre la marca y los participantes en una promoción. Estos documentos tienen como objetivo detallar todos los aspectos legales de un concurso, incluyendo información relevante sobre su origen, desarrollo y otros elementos que puedan resultar interesantes para cualquier persona interesada en participar. Además, buscan garantizar la transparencia y el cumplimiento de las regulaciones legales pertinentes.

- ✓ **Acta constitutiva:** Se trata de un documento de certificación que acredita la creación legal de una empresa, y en el cual se deben incluir los datos de referencia de los socios que participan en su constitución.

- ✓ **La razón social o denominación:** Es la denominación bajo la cual la empresa llevará a cabo sus operaciones, y dicho nombre debe ser acorde con el tipo de empresa constituida y cumplir con los requisitos establecidos por la ley.
- ✓ **Domicilio:** Durante su funcionamiento, toda empresa se enfrentará a diversas situaciones que surgen de su actividad y del mercado. Es necesario que la empresa proporcione de manera explícita la dirección de su domicilio, donde los clientes u otras partes interesadas puedan ubicarla cuando sea necesario.
- ✓ **Objeto de la sociedad:** Cuando se establece una empresa, se hace con un propósito específico, que puede ser la producción, generación o comercialización de bienes o servicios. Este objetivo debe estar claramente definido, incluyendo también la indicación del sector productivo en el que la empresa llevará a cabo su actividad.
- ✓ **Capital social:** Es necesario especificar el capital inicial con el que la nueva empresa iniciará sus operaciones, así como describir detalladamente la estructura de dicho capital y cómo se ha constituido.

Estudio Económico – Financiero

Contar con este informe, es esencial, ya que permitirá estimar la viabilidad del negocio. Hay que incluir el dinero que se necesita, en qué tiempos se debe contar con el, como se conseguirá (necesidad de préstamos o líneas de crédito, búsqueda de más conveniente), así como la evaluación de las pérdidas y beneficios esperados durante el primer periodo y los siguientes. Se plasma en este apartado información como el dinero que se necesita, como se conseguirá y perdidas y beneficios esperados (Icono, 2021).

Ingresos Operacionales y no Operacionales

Operacionales

Según Tenorio-Almache et al (2019), los ingresos operacionales u operativos son una cifra contable que mide la cantidad de ganancia obtenida por las operaciones comerciales de un negocio, después de deducir los gastos operacionales, tales como salarios, depreciación y el costo de mercancía vendida.

No Operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos en el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal (Gerenci.com, 2023).

Costos

El costo, conocido también como coste, representa el desembolso financiero destinado a la fabricación de cualquier producto o la prestación de un servicio. Dicho costo comprende la adquisición de recursos necesarios, la remuneración del personal empleado, los gastos asociados a la producción y los gastos administrativos, englobando así una amplia gama de actividades relacionadas.

Tabla 2

Clasificación de los costos

Costo directo	Son los más fáciles de asignar a un producto o servicio, ya que están directamente relacionados con él. Por ejemplo, si se está produciendo una mesa, los costos directos serían el costo de la madera y el costo de la mano de obra requerida para construirla.
Costo indirecto	Estos, por otro lado, son aquellos que no están directamente relacionados con un producto o servicio.
Costo fijo	Son aquellos que no cambian con la producción. Los costos fijos son necesarios para iniciar la producción, pero una vez que se inicia, no cambian. Los costos fijos pueden incluir el alquiler de una fábrica, el pago de impuestos, los salarios de los empleados no relacionados

directamente con la producción y el costo de los equipos.

Costo variable

Son aquellos que cambian en función de la cantidad de producción. Por ejemplo, si se produce más, se necesitarán más materias primas y más mano de obra. Los costos variables deben ser controlados estrictamente, ya que aumentar la producción puede resultar en un aumento significativo en los costos.

Nota: La siguiente tabla muestra cómo se clasifican los costos según su naturaleza y relación con la producción.

Gasto Administrativo

Los gastos administrativos son aquellos que se originan en el ejercicio de la dirección, organización y administración, evitando ser catalogados en la actividad ordinaria de la empresa. (Llamas, 2020)

Gasto de Ventas

“Los gastos de ventas son aquellos gastos que se producen como consecuencia de la venta de un producto o servicio determinado” (Llamas, 2020).

Gastos financieros

Los gastos financieros son todos aquellos que derivan de la obtención de financiación o titularidad de cualquier pasivo financiero. Afectan tanto a las empresas como a los individuos (Llamas, 2020).

Inversiones

Nos referimos a las decisiones financieras que toma una empresa para colocar su capital en otras compañías o en diversos instrumentos de inversión, con especial énfasis en el sector financiero. Estas inversiones representan una parte fundamental de la estrategia corporativa, ya

que buscan obtener rendimientos favorables y asegurar un crecimiento sostenible a lo largo del tiempo.

Inversión fija

Cuando nos referimos a renta fija, estamos aludiendo a un tipo de valores mobiliarios, que tienen unas características determinadas. Este tipo de valores mobiliarios se denominan genéricamente como «activos de renta fija», englobando dicho término a todos aquellos títulos emitidos por cualquier entidad, ya sea pública o privada, que le otorgan a su comprador la condición de prestamista (acreedor) frente al emisor de estos, independientemente de cómo sean documentados (Caridad de la Peña et al., 2021, p. 123)

Activos Fijos

Para Tenorio-Almache et al (2019), es el conjunto de bienes tangibles que utilizan los contribuyentes para la realización de sus actividades y que se deprecian por el uso en el servicio del contribuyente y por el transcurso del tiempo. La adquisición o fabricación de estos bienes tendrá siempre como finalidad la utilización de los mismos para el desarrollo de las actividades del contribuyente, y no la de ser enajenado dentro del curso normal de sus operaciones.

Activos Diferidos

Son elementos inmateriales que la empresa adquiere y que no tienen una presencia física, pero que desempeñan un papel fundamental en el funcionamiento y desarrollo de la iniciativa.

Capital de Trabajo

Son los recursos disponibles de manera inmediata o a corto plazo, que la empresa necesita para poder llevar a cabo sus operaciones de manera eficiente, son aquellos activos que pueden ser utilizados rápidamente y que desempeñan un papel crucial en el funcionamiento diario del negocio.

Punto de Equilibrio

Para Rus Arias (2020), el punto de equilibrio, punto muerto o umbral de rentabilidad es aquel nivel de ventas mínimo que iguala los costes totales a los ingresos totales.

La fórmula utilizada para determinar el punto de equilibrio es:

$$P.E = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En donde:

- ✓ PE = Punto de equilibrio
- ✓ CFT = Costos fijos totales
- ✓ I = Constante matemática
- ✓ CVT = Costo variable total
- ✓ VT = Ventas totales

En función a la Capacidad Instalada

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determinad el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos.

La fórmula utilizada para determinar la capacidad instalada es:

$$P.E = \frac{CFT}{1 - CVT} * 100$$

En donde:

- ✓ CFT = Costo Fijo Total
- ✓ VT = Ventas Totales
- ✓ CVT = Costo Variable Total

Evaluación Financiera

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN) (Velayos, 2020).

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según Sevilla Arias (2020), la tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Relación Beneficio/Costo

Para Méndez Lozano (2020), en forma similar al VPN, utiliza la tasa de descuento (oportunidad) y establece la relación entre el valor presente de los ingresos brutos y el valor presente de los costos brutos. En el costo bruto se incluye la inversión y los costos operativos del proyecto. Si la relación beneficio costo es mayor que 1 se acepta el proyecto, si es igual a uno, significa que apenas se compensa el costo de la oportunidad de la alternativa de inversión y si es menor que 1 no se acepta el proyecto. (p. 376)

5. Metodología

La investigación del Proyecto de Trabajo de Integración Curricular adopta un enfoque mixto, es decir, combina aspectos cualitativos y cuantitativos en un diseño exploratorio – descriptivo y no correlacional, con el propósito de alcanzar los objetivos establecidos.

De esta manera se muestra el croquis de la parroquia, métodos y técnicas utilizados empleados en el proyecto:

Figura 1

Croquis de la parroquia El Ingenio



Método Científico

Constituyo la base primordial de toda la investigación, permitiendo identificar la problemática específica de la parroquia El Ingenio, situada en el cantón Espíndola, siendo este de gran utilidad al reunir elementos fundamentos teóricos relativos a la gestión y evaluación de proyectos de inversión, así mismo, contribuyó en la organización lógica y sistemática de las herramientas, procedimientos y técnicas que se emplearon en el estudio.

Método Deductivo

Este método permitió examinar los fundamentos teóricos asociados con el proyecto, tales como el estudio de mercado, técnico, administrativo y legal, económico – financiero y su respectiva evaluación financiera, además, facilito la obtención de datos relevantes sobre la

población de la parroquia El Ingenio, siendo esta primordial para para determinar la muestra como la demanda que tendrá el estudio.

Método Inductivo

Este método se empleó en el análisis de mercado, donde se recopiló datos obtenidos de encuestas, las cuales contribuyeron a identificar las preferencias de los individuos.

Método Analítico

Se empleo como método de análisis y exploración de las etapas inherentes al progreso de la investigación, mediante la revisión de documentos, leyes, normativas, reglamentaciones y demás disposiciones jurídicas que rigen las operaciones del hotel, aplicando indicadores financieros con el fin de valorar resultados, derivar conclusiones y recomendaciones apropiadas fundamentadas en información obtenidas para el proyecto de inversión.

Método Sintético

Resultó altamente beneficioso para sintetizar y exponer la información adquirida durante la ejecución del Trabajo de Integración Curricular, mediante los resultados obtenidos se llevaron a cabo las conclusiones, las mismas que ayudaron al propósito de analizar la factibilidad del proyecto de inversión.

Método Estadístico

Empleado con el propósito de estructurar y examinar datos cuantitativos en la investigación de mercado, de esta manera facilitó la tabulación y representación gráfica de las encuestas llevadas a cabo en la localidad objeto de estudio, además, contribuyó a evaluar la receptividad hacia el nuevo servicio que se pretende instaurar en la parroquia El Ingenio.

Método Matemático

Con el objeto de evaluar la viabilidad del proyecto de inversión y determinar su factibilidad, se hace necesario llevar proyecciones mediante el desarrollo y cálculo matemático de todos los indicadores de evaluación económico – financiero, permitiendo en última instancia determinar si el proyecto generará beneficios suficientes para justificar la implementación del servicio.

Técnicas

Para emplear las técnicas de obtención de datos, es imperativo especificar los métodos empleados en la investigación del proyecto, en este contexto se implementó un enfoque de mercado que sigue un método deductivo, utilizado para discernir las preferencias y gustos de los consumidores, en consecuencia, del marco de estudio se ha decidido emplear técnicas de observación directa, encuestas y entrevistas, las cuales facilitaran la obtención de datos necesarios para el desarrollo del proyecto.

Observación

Posibilitó una evaluación directa de los desafíos presentes en el área de estudio, así como el análisis de su estructura empresarial en el ámbito hotelero, con la finalidad de obtener soluciones adecuadas a dichas problemáticas.

Encuesta

Se llevo a cabo una selección representativa de la población, centrada en individuos mayores de 18 años, con especial atención en familias, turistas y servidores públicos, estos participantes serán objeto de estudio para evaluar su interés en la posible creación de un establecimiento de hospedaje. Este enfoque metodológico se implementará con el propósito de realizar un diagnóstico preciso del nivel de oferta y demanda en el mercado objetivo.

Revisión Bibliográfica

Facilito la recopilación de información bibliografía proveniente de las publicaciones más recientes de libros, folletos, artículos y otras fuentes relevantes, dicho proceso se llevó a cabo con el propósito de construir el marco teórico del proyecto.

6. Resultados

Contexto empresarial

El Ingenio que forma parte de las siete parroquias del cantón Espíndola, ubicada al Sur de la República del Ecuador, al norte de la Provincia de Loja, está a una altura de entre 1240 y 1500 m.s.n.m, su temperatura fluctúa entre los 17° C y 36° C, tiene una temperatura promedio de 24° C. su clima es de templado a frío, tiene una precipitación fluvial de entre los 1000 y 1500 mm, habiendo una marcada diferencia entre la estación de invierno y verano, la población es de 18.715, distribuida en 12 barrios incluida la cabecera parroquial, tiene una distancia aproximada de la provincia hasta el cantón mencionado de 166 km, y desde la cabecera cantonal hasta la parroquia el Ingenio es de 26 Km, aproximadamente el recorrido tarda alrededor de 40 minutos, tiene una extensión de 73,39 Km, lo que representa el 14,27% de la superficie total del Cantón.

La parroquia el Ingenio es conocida por sus bellos lugares, como lo son el río Pindo, las cuevas naturales de la Peña del gentil y la Laguna del infiernillo, tiene magníficas condiciones climatológicas con un gran potencial turístico, mismas que no han sido aprovechados para la explotación de la actividad turística ni en beneficio de los habitantes de la parroquia, ni como recursos turísticos, lo que invitan al descubrimiento de nuevas aventuras, además, el sector primario como la agricultura, ganadería y pesca, también es una actividad con una proyección elevada, puesto que año tras año la misma ha ido aumentando los niveles de interés, por esta razón poner en marcha el establecimiento de hospedaje deja abiertas grandes posibilidad de un aumento económico y laboral en el sector.

La iniciativa de inversión que se busca llevar a cabo se encuentra dentro del ámbito del sector terciario, su propósito es ofrecer servicios de alojamiento dirigidos a turistas, servidores públicos y residentes de la parroquia del Ingenio, así como de parroquias cercanas, destacando su importancia ya que contribuirá al crecimiento económico del sector al crear oportunidades laborales y generar ingresos.

Estudio de mercado

Análisis y estudio de demanda

La población objeto de estudio

La población determinada como objeto de estudio se centra en la parroquia del Ingenio, datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de año 2010, la parroquia tiene una población total de 1.871 habitantes, por lo cual, se procedió a segmentar la población entre familias que comprenden las edades de 18 y 65 años que es de 886, mientras que los turistas que mediante información extraída del GAD Parroquial El Ingenio representan 121 que los mismos varían de entre 100 y 121 anuales respectivamente, así mismo, mediante información obtenida del Ministerio de Salud Pública sobre el año de salud rural de servicio social la parroquia cuenta con 5 servidores públicos, siendo un total de 1.012 personas que podrían hacer uso del servicio propuesto.

Tabla 3

Población objeto de estudio de la parroquia El Ingenio

<i>USUARIOS</i>	<i>POBLACIÓN</i>
Familias	886
Turistas	121
Servidores públicos	4

Nota: La tabla representa la población objeto de estudio tomada de el Plan de ordenamiento territorial, GAD, INEC, MSP

Proyección de la población

Para realizar la proyección de la población se tiene en cuenta los habitantes de la parroquia El Ingenio, la información fue tomada de Instituto Nacional de Estadística y Censos 2010, la misma que señala que existe una tasa de crecimiento poblacional anual de -0,39%, utilizando la siguiente formula:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

En donde:

Pf = Población final (2010)

Po = Población inicial (1.012)

i = Tasa de crecimiento anual (-0,39%)

n = Periodo analizado

Aplicación de la formula

Familias

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 886 (1-0,0039)^{13}$$

Pf = 842 personas mayores de 18 años

Aplicación de la formula

Turistas

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 121 (1-0,0039)^{13}$$

Pf = 115 turistas

Aplicación de la formula

Servidores públicos

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 4 (1-0,0039)^{13}$$

Pf = 4 servidores públicos

Tabla 3

Suma de la población objeto de estudio de la parroquia El Ingenio

<i>USUARIOS</i>	<i>POBLACIÓN</i>
Familias	842
Turistas	115
Servidores públicos	4

Total**961**

Nota: La tabla representa la población objeto de estudio tomada de el Plan de ordenamiento territorial, GAD, INEC, MSP

La población considerada en este proyecto de inversión se encuentra definida por 961 personas las cuales se encuentran dentro del rango de 18 y 65 años que conforman las familias en la parroquia El Ingenio en el año 2023

Muestra

Una vez obtenida la suma total de 961 habitantes, se procede a determinar de una muestra mediante la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 N \cdot P \cdot Q}{\Sigma^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población

P = Probabilidad del éxito

Q = Probabilidad de fracaso

Z = Nivel de confianza

Σ = Error estándar

Procedimiento

Tabla 4

Datos aplicados en la fórmula de muestra

<i>Datos para formula de muestreo</i>	
N	961
P	0,5
Q	0,5
Z	95 % (1,96)
Σ	5 % (0,05)

Nota: La tabla muestra los datos a utilizar para aplicar la formula y muestreo. Datos obtenidos de INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021)

Aplicación de la fórmula

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{\Sigma^2(N - 1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * (961) * (0,5) * (0,5)}{0,05^2(961 - 1) + 1,96^2 * (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * (961) * (0,25)}{(0,0025) * (961) + (3,8416) * (0,25)}$$

$$n = \frac{922,94}{3.3629}$$

$$n = 274,44$$

$$n = 274$$

Después de aplicar la fórmula, se determinó que se necesitan 274 encuestas para llevar a cabo la investigación en la parroquia El Ingenio, estas encuestas serán fundamentales para recopilar información esencial que contribuirá al análisis e interpretación de preferencias de la población bajo estudio. Además, permitirán evaluar la demanda del mercado. La tabla siguiente muestra la distribución del número de encuestas realizadas en la parroquia.

Distribución muestral de las encuestas

Tabla 5
Distribución de las encuestas

Usuarios	Población	Porcentaje	Encuestas
<i>Familias</i>	842	87,62%	240
<i>Turistas</i>	115	11,97%	33
<i>Servidores públicos</i>	4	0,42%	1
Total	961	100%	274

Nota: La tabla muestra la distribución muestral en la parroquia El Ingenio. Tomado del INEC.

Resultado de las encuestas aplicadas a la población de la parroquia el Ingenio

Se procedió a realizar encuestas a la población objeto de estudio de la parroquia el Ingenio, con el fin de obtener información verídica y específica del mercado para determinar la demanda del servicio, así como las preferencias y gustos de los consumidores, mediante la cual se obtuvo los siguientes resultados.

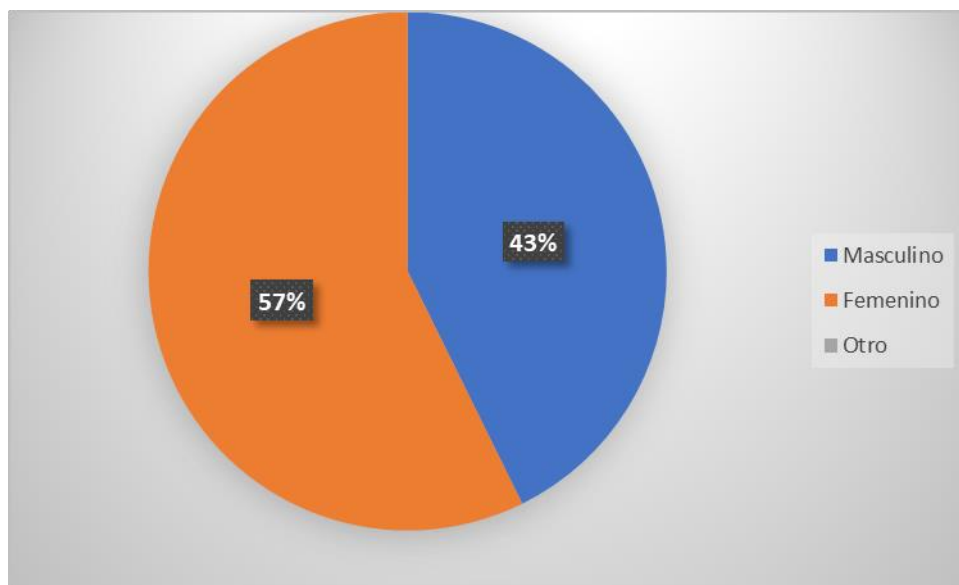
Tabla 6

Genero de los encuestados

Genero	F	%
Masculino	117	43%
Femenino	157	57%
Otro	0	0%
Total	274	100%

Nota: La tabla muestra los porcentajes de género de la población objeto de estudio.

Figura 2



Análisis: Como se puede apreciar en tabla N° 8 representa el género de los encuestados, la mayoría son de género femenino, representando el 57% del total, mientras que el 43% son de género masculino, así mismo no hay encuestados que se identifiquen su género como “Otro”. Es esencial reconocer que las categorías son construcciones sociales y pueden no abarcar completamente la diversidad de identidades de género.

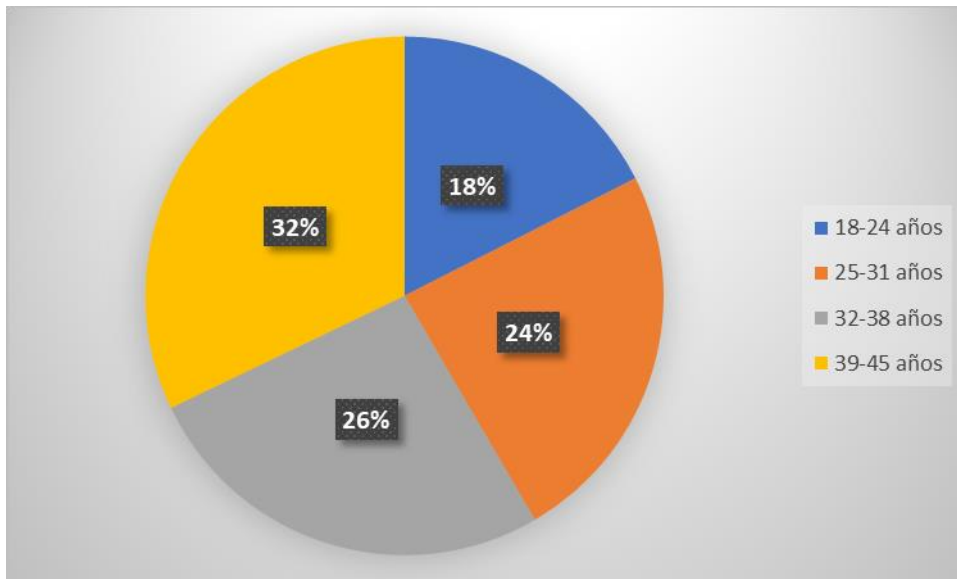
Tabla 7

Edad de los encuestados

Rango	Xm	F	%	Xm.f
18-24	21	48	18%	1,008
25-31	28	66	24%	1,848
32-38	35	72	26%	2,520
39-45	42	88	32%	3,696
Total		274	100%	9,072

Nota: La tabla muestra la frecuencia de edad de los encuestados.

Figura 3



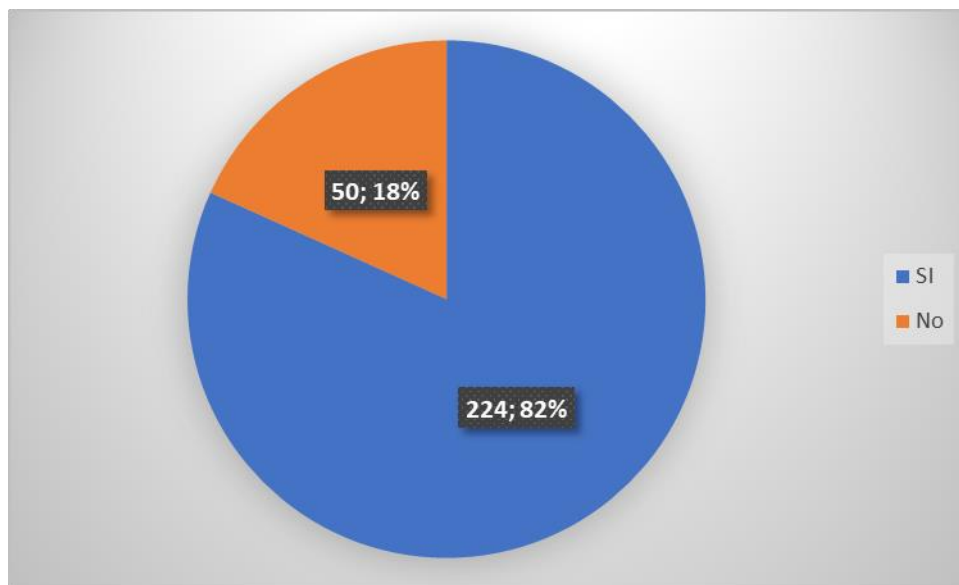
Análisis: Al establecer los rangos de edades de la población objeto de estudio en el cual se puede observar el promedio de edad de lo clientes es de 33 años, puesto que la mayoría de los encuestados se encuentra en los grupos de edad de 32-38 años con un 26% y 39-45 años con 32%, lo que indica una agrupación significativa en el rango de edad de 32 a 45 años. El grupo de 18-24 años representa el menor porcentaje con un 18% en la muestra, lo que sugiere una participación menor de personas más jóvenes en la encuesta.

De esta manera teniendo en cuenta el rango mayoritario de las personas encuestadas se puede tomar decisiones con respecto a gustos y preferencias ya que se pueden considerar como clientes potenciales.

Tabla 8*Utilización de servicios de hotelería por encuestados*

Variable	F	%
Si	224	82%
No	50	18%
Total	274	100%

Nota: La tabla muestra el porcentaje de utilización de servicios de la población objeto de estudio.

Figura 4

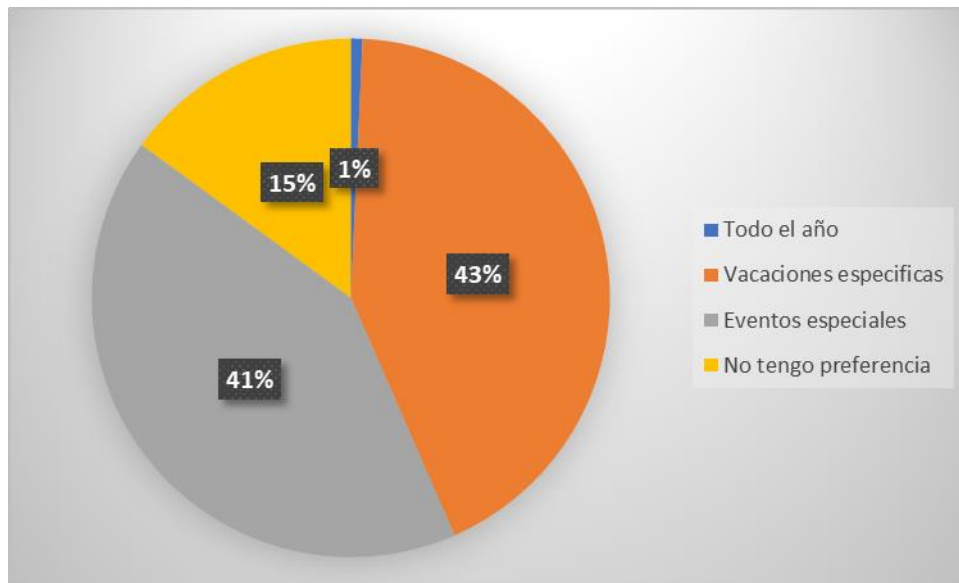
Análisis: Al analizar la tabla N° 10, podemos apreciar que la mayoría de la población objeto de estudio utiliza los servicios de hotelería, representando con el 82% de encuestados, mientras que el 18% restante indica que no utiliza estos servicios, lo que sugiere que la industria hotelera es ampliamente relevante para la muestra.

Tabla 9*Temporadas preferidas para utilizar los servicios de hotelería*

Variable	F	%
Todo el año	2	1%
Vacaciones específicas	96	43%
Eventos especiales	92	41%
No tengo preferencia	34	15%
Total	224	100%

Nota: La tabla muestra las temporadas de preferencia para utilizar los servicios de hotelería.

Figura 5



Análisis: El objetivo de la pregunta fue identificar las temporadas preferidas por los usuarios para utilizar los servicios de hotelería, la mayoría de los encuestados representando el 43% prefieren utilizar estos servicios durante “Vacaciones específicas”, indicando una conexión importante entre la elección de hospedaje y las vacaciones planificadas, el 41% muestra una preferencia por utilizar servicios de hotelería durante “Eventos especiales” tales como bodas, conferencias, eventos especiales, fiestas parroquiales, sugiriendo ser momentos claves para el hotel, tan solo el 1% indica su preferencia por utilizar estos servicios todo el año y un 15% de los encuestados manifiesta no tener preferencia. Esta información proporcionada sobre los momentos preferidos de los clientes para utilizar los servicios es crucial para la planificación estratégica del hotel identificando patrones estacionales para ajustar estrategias de marketing y promoción.

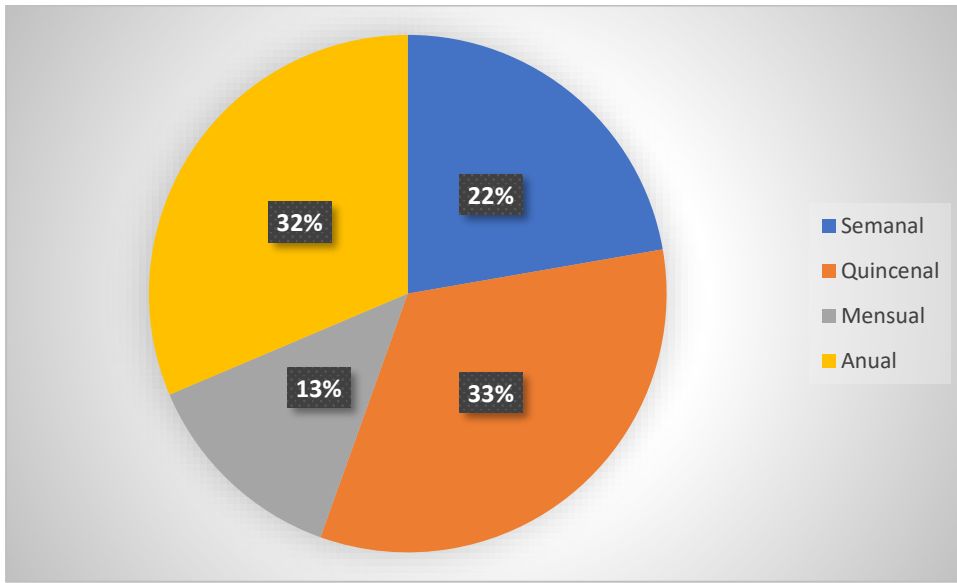
Tabla 10

Frecuencia con la que utilizan los servicios de hotelería

Variable	F	%
Semanal	49	22%
Quincenal	74	33%
Mensual	29	13%
Anual	72	32%
Total	224	100%

Nota: La tabla muestra la frecuencia con la que utilizan los servicios de hotelería la población objeto de estudio.

Figura 6



Análisis: La frecuencia de utilización de servicios de hotelería muestra una distribución variada entre las opciones proporcionadas, es así que, el mayor porcentaje de encuestados se encuentra en la opción “Quincenal” con un 33%, seguido por la opción “Anual” con un 32%, mientras que el 22% utiliza estos servicios de manera semanal y el 13% de manera mensual, siendo esta una buena relación entre las temporadas preferidas para asistir y la frecuencia con la que lo hace la población objeto de estudio.

Tabla 11

Cantidad de personas al asistir a un hotel

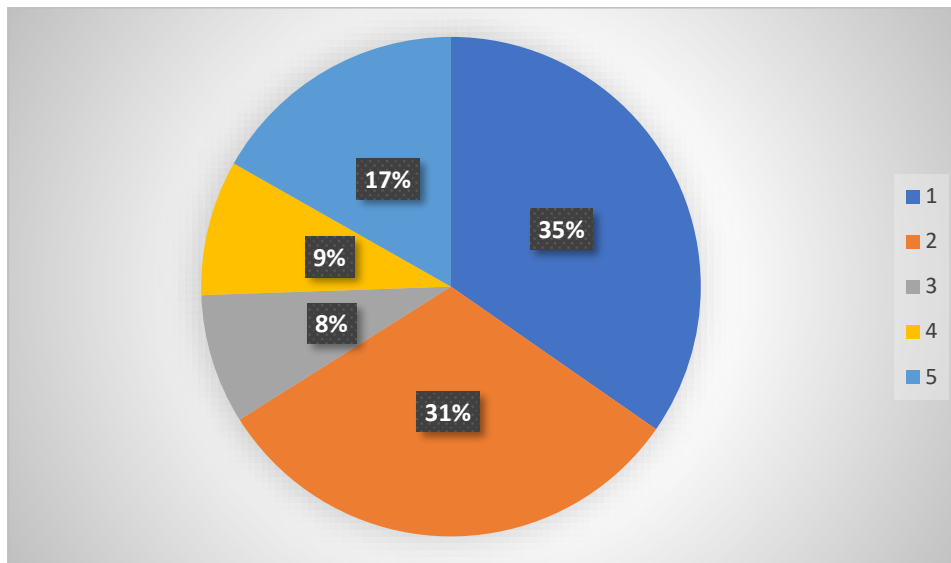
Variable	X	X.f	%
1	78	78	35%
2	69	138	31%
3	18	54	8%
4	20	80	9%
5	39	195	17%
Total	224	662	100%

Nota: La tabla muestra la cantidad de acompañantes con la que los encuestados asisten a un hotel

Promedio de acompañantes

$$\frac{\Sigma F(X_m)}{\#encuestas} = \frac{545}{224} = 2 \text{ personas en promedio}$$

Figura 7



Análisis: El objetivo de la pregunta fue analizar la cantidad de acompañantes con la que los encuestados asiste a un hotel, de esta manera se puede apreciar que la mayoría de los encuestados asiste a un hotel con solo 1 acompañante, seguido del 31% que asiste con 2 acompañantes, un 17% asiste con 5 acompañantes, lo que se puede interpretar como viajes en grupo o familiares, de esta manera se puede apreciar que la tendencia principal es de parejas o pequeños grupos, estos resultados pueden ser aplicados para adaptar la oferta de habitaciones y servicios para satisfacer las necesidades específicas de grupos de diferentes tamaños.

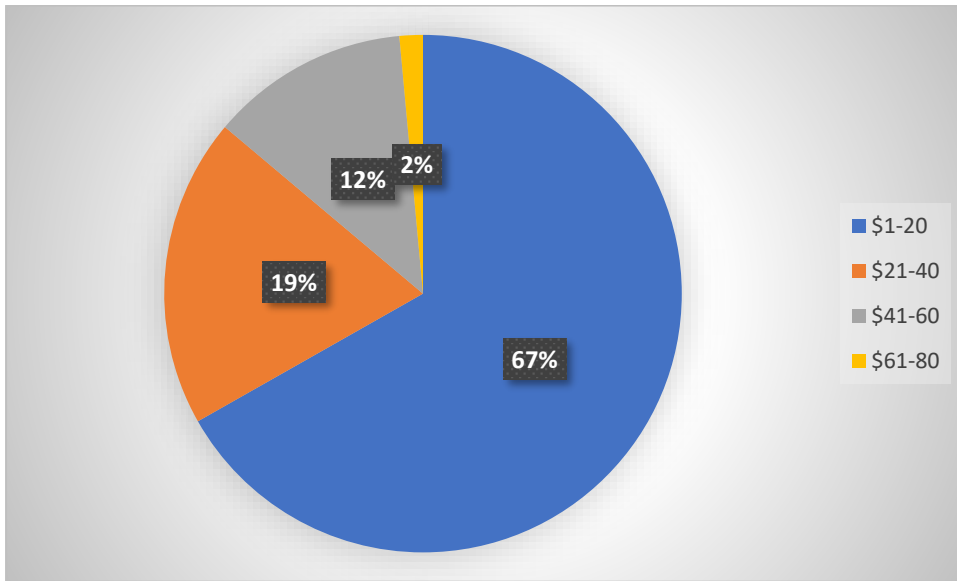
Tabla 12

Gasto promedio

Variable	X	%
\$1-20	150	67%
\$21-40	43	19%
\$41-60	27	12%
\$61-80	4	2%
Total	224	100%

Nota: La tabla muestra los gastos promedios al utilizar los servicios de hotelería de las personas encuestadas.

Figura 8



Análisis: Al observar la tabla N° 13 se puede determinar que los encuestados en su mayoría tiene un gasto promedio en servicios de hotel que oscila entre \$1 y \$20 representado por el 67%, este resultado puede ser aplicado para adaptar estrategias de precios y servicios para satisfacer las expectativas y capacidades financieras de los diferentes segmentos de clientes, un 19% gasta entre \$21 y \$40, lo que indica un grupo significativo con un presupuesto moderado. El porcentaje disminuye a medida que aumenta el rango de gasto, con solo un 2% gastando entre \$61 y \$80.

Este análisis nos permite comprender el comportamiento del consumido en términos de gastos en servicios hoteleros, para una buena planificación de servicios y la segmentación del mercado.

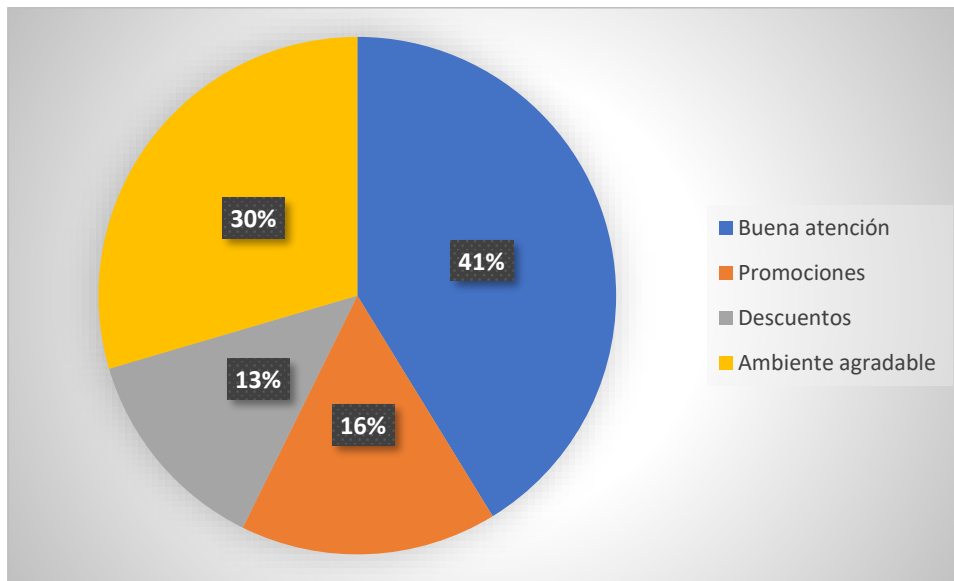
Tabla 13

Servicios esperados por el cliente

Variable	F	%
Buena atención	92	41%
Promociones	36	16%
Descuentos	29	13%
Ambiente agradable	67	30%
Total	224	100%

Nota: Se muestra los servicios buscados por los clientes en un hotel.

Figura 9



Análisis: En la tabla N° 13 podemos apreciar los servicios buscados por el cliente, el 41% de los encuestados busca “Buena atención” al elegir establecimientos hoteleros, destacando el servicio al cliente, por otro lado, el 30% considera que un “Ambiente agradable” es crucial encontrarlo en estos establecimientos, indicando la importancia del entorno y experiencia general, las “Promociones” y “Descuentos” también son factores significativos, sin embargo, se puede apreciar que en menor medida con el 16% y 13% respectivamente.

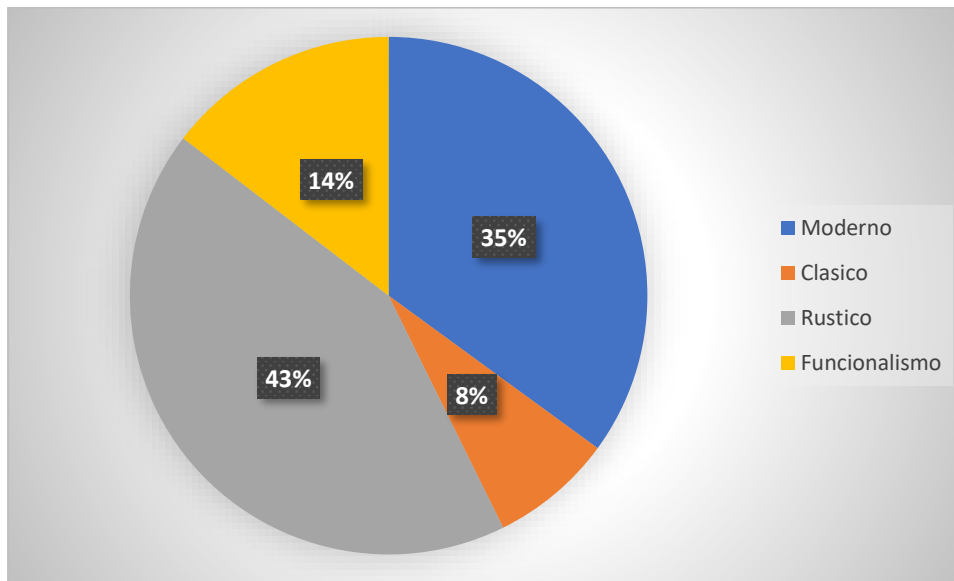
Mediante esta información se puede guiar para aplicar las estrategias de marketing, así como el entretenimiento personal y oferta de servicios.

Tabla 14
Tipos de estilos arquitectónicos

Variable	F	%
Moderno	79	35%
Clásico	18	8%
Rustico	96	43%
Funcionalismo	31	14%
Total	224	100%

Nota: Se muestra los servicios buscados por los clientes en un hotel.

Figura 10



Análisis: El estilo arquitectónico “Rustico” es el preferido por la población objeto de estudio, siendo la elección del 43%, el “Moderno” también es popular entre los encuestados con un 35% de preferencia, el “Funcionalismo” tiene un 14% de preferencia, mientras que el “Clásico” es la opción menos elegida.

Este análisis revela las preferencias de los clientes en términos de estilos arquitectónico en establecimientos hoteleros, lo cual es vital para la planificación y diseño de estos espacios.

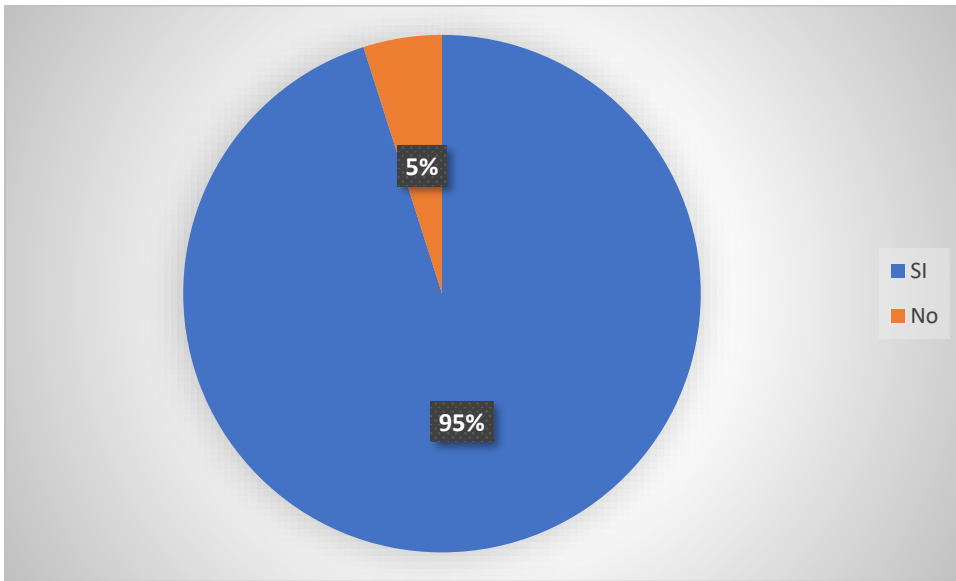
Tabla 15

Nivel de acogida al proyecto por parte de la población objeto de estudio

Variable	F	%
Si	213	95%
No	11	5%
Total	224	100%

Nota: La tabla indica el nivel de acogida de la población objeto de estudio en la parroquia el Ingenio.

Figura 11



Análisis: La figura muestra el objetivo de la pregunta que está basada en saber si al implementarse un hotel en la parroquia el Ingenio lo utilizarían, la gran mayoría de la población objeto de estudio con el 95% muestra un alto nivel de acogida para la implementación de estos servicios, solo un pequeño porcentaje con el 5% indicar que no utilizaría los servicios de hotelería en esta área.

Este análisis es crucial para evaluar la viabilidad y aceptación potencial de la implementación de servicios de hotelería en la Parroquia el Ingenio.

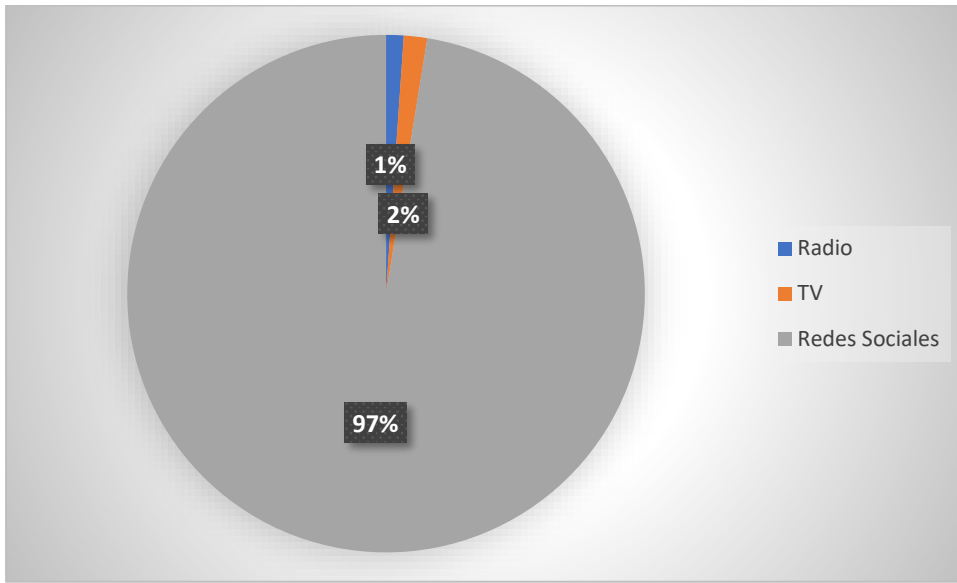
Tabla 16

Medios de comunicación por los que conocieron los establecimientos

Variable	F	%
Radio	2	1%
TV	4	2%
Redes Sociales	196	97%
Total	202	100%

Nota: La tabla indica los medios de comunicación por la cual las personas encuestadas conocieron los establecimientos a los cuales asistieron.

Figura 12



Análisis: Al analizar la tabla N° 17 se puede determinar el que 97% de los encuestados conoció los establecimientos hoteleros a través de internet, haciendo hincapié en la importancia de la presencia en línea, los medios tradicionales, como la radio y la televisión tiene una contribución mínima con el 1% y 2% respectivamente.

De esta manera se resalta la dominancia de las Redes Sociales como el principal medio de comunicación para la promoción y conocimiento de establecimiento hoteleros.

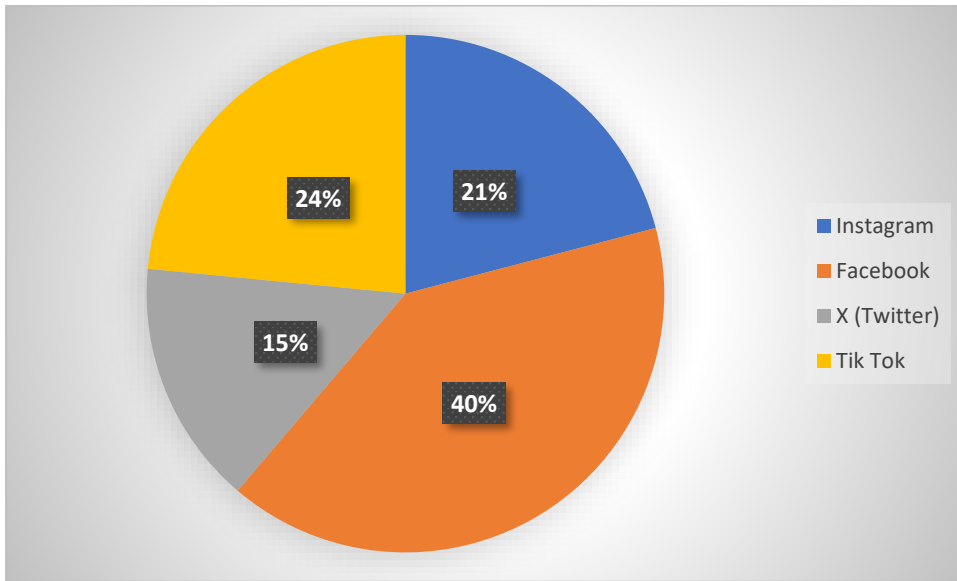
Tabla 17

Medios de comunicación preferidos para informarse de los servicios y promociones

Variable	F	%
Instagram	41	21%
Facebook	79	40%
X (Twitter)	30	15%
Tik Tok	46	23%
Total	196	100%

Nota: La tabla indica los medios de comunicación por la cual se anunciarán los servicios y promociones del establecimiento

Figura 13



Análisis: Al obtener la información de las personas encuestadas se puede determinar que la red social preferida para informarse sobre servicios y promociones es Facebook, siendo la elección del 40% de los encuestados, así mismo es importante resaltar que Tik Tok e Instagram también son populares con el 23% y 21% respectivamente, indicando una preferencia por plataforma visuales y de contenido breve.

Análisis de encuestas realizadas a la oferta

Se realizó una entrevista a los sectores más cercanos que cuentan con la misma clasificación con la que nuestro establecimiento se cataloga, de esta manera se realizó a 4 personas los cuales son dueños de estos negocios en la ciudad de Quilanga, Cariamanga y la parroquia del Ingenio. El propósito de estas entrevistas fue realizar una directa observación a la competencia más cercana a nuestra ubicación, como resultado de las entrevistas se logró recopilar información, las mismas que aportaran a la comprensión dinámica del mercado.

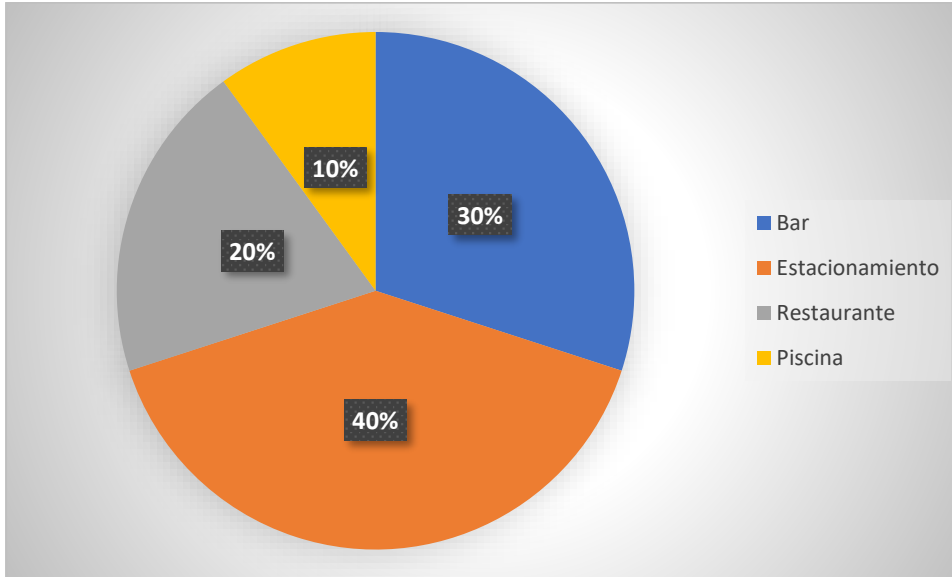
Tabla 18

Servicios que ofrece el establecimiento

Variable	F	%
Bar	3	30%
Estacionamiento	4	40%
Restaurante	2	20%

Nota: La tabla muestra los servicios que los establecimientos encuestados ofrece.

Figura 14



Análisis: La tabla nos proporciona una visión detallada de la distribución de servicios ofrecidos por los establecimientos encuestados en la cual podemos observar que el servicio de estacionamiento se posiciona como una prestación relevante, el mismo que es proporcionado por el 40% de los establecimientos encuestados. De esta manera se considera significativamente para la comodidad y accesibilidad para los clientes.

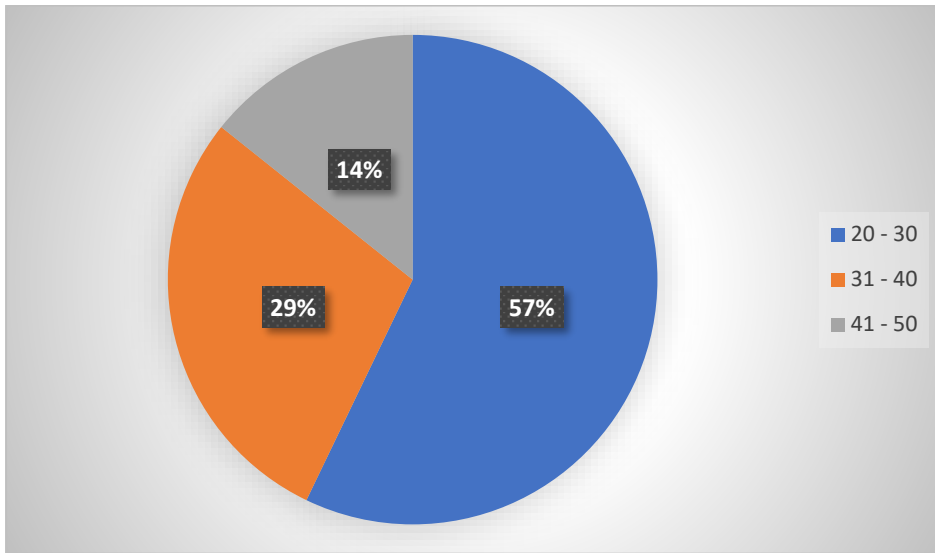
Tabla 19

Capacidad de personas en el establecimiento

Variable	F	%
20 – 30	4	57%
31 – 40	1	29%
41 – 50	1	14%

Nota: La tabla muestra la capacidad de personas con la que cada establecimiento cuenta.

Figura 15



Análisis: La tabla ofrece una representación de la capacidad de personas en los establecimientos, evidenciando la predominancia del 57% de establecimientos, exhibe una capacidad de 20-30 personas para albergar personas, sugiriendo la ruta hacia un tamaño moderado del establecimiento en la muestra analizada.

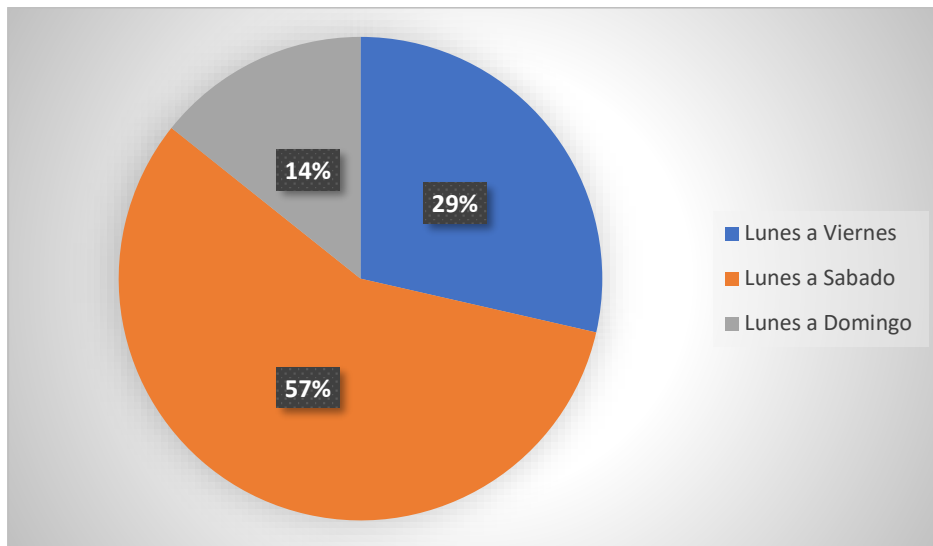
Tabla 20

Días laborables del establecimiento

Variable	F	%
Lunes a Viernes	2	29%
Lunes a Sábado	4	57%
Lunes a Domingo	1	14%

Nota: La tabla días que labora el establecimiento encuestado

Figura 16



Análisis: Como evidencia la tabla 22 la programación de días laborables de los establecimientos con el 57% extiende sus días de operación hasta los sábados, mientras que solo el 14% lo hace hasta el domingo, siendo este un enfoque que sugiere una estrategia destinada a atender una demanda constante durante toda la semana y la adaptabilidad de los establecimientos a las preferencias y necesidades de los clientes.

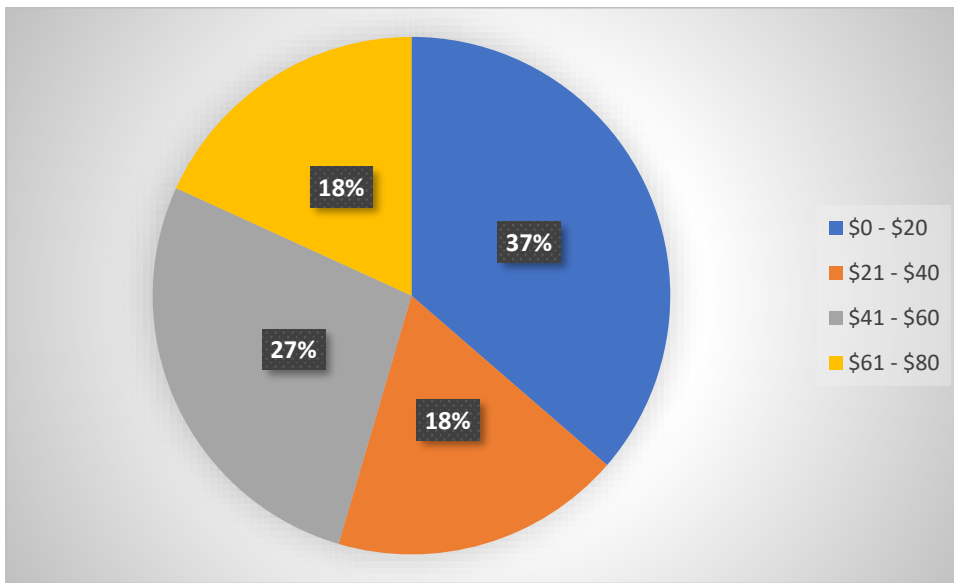
Tabla 21

Gasto promedio de los clientes en el establecimiento

Variable	F	%
\$0 - \$20	4	37%
\$21 - \$40	2	18%
\$41 - \$60	3	21%
\$61 - \$80	2	18%

Nota: La tabla muestra el gasto promedio que los clientes realizan en el establecimiento.

Figura 17



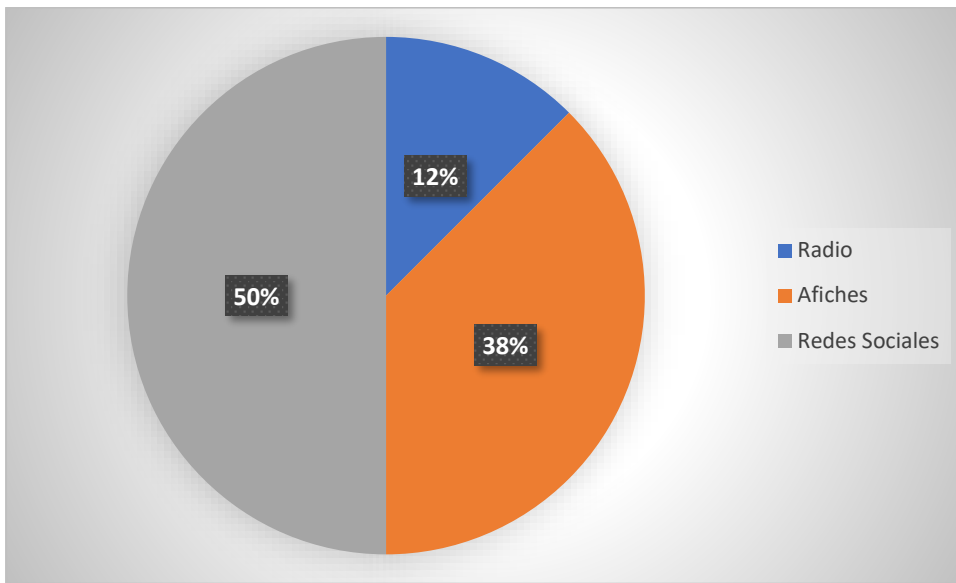
Análisis: La tabla muestra un desglose detallado del gasto medio de los clientes con el 37% en los establecimientos incluidos en el estudio, poniendo en manifiesto una importante preferencia de los clientes por un gasto más moderado en el rango de \$0 a \$20.

Tabla 22
Medios de publicidad

Variable	F	%
Radio	1	12%
Afiches	3	38%
Redes Sociales	4	50%

Nota: La tabla muestra los medios de publicidad que utilizan los establecimientos encuestados.

Figura 18



Análisis: La tabla 24 presenta un análisis de los medios de publicidad empleados por los establecimientos sujetos a la encuesta, de esta manera siendo el porcentaje significativo del 50% optan por realizar la publicidad mediante redes sociales, de esta manera se destaca la relevancia creciente de las plataformas digitales para una difusión efectiva de información y promoción.

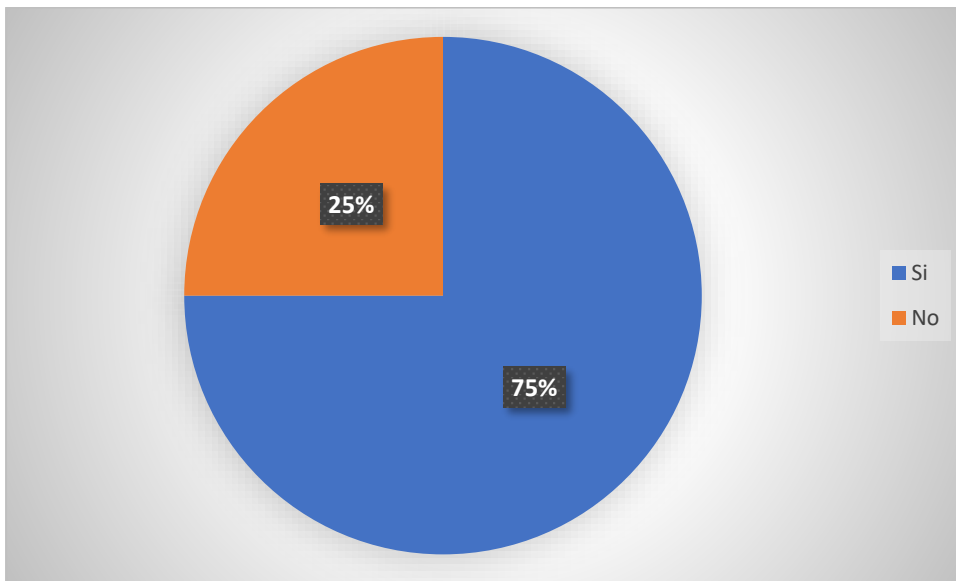
Tabla 23

Promociones del establecimiento

Variable	F	%
Si	3	75%
No	1	25%

Nota: La tabla muestra si el establecimiento ofrece promociones a sus clientes.

Figura 19



Análisis: De acuerdo con los resultados obtenidos el 75% de los establecimientos encuestados indica ofrecer promociones a sus clientes, de esta manera se destaca la actividad en la implementación de incentivos para atraer y retener a la clientela. Así mismo la minoría indica no ofertar promociones, esta cifra sugiere la posibilidad de que estos establecimientos no estén maximizando su potencial de atraer clientela.

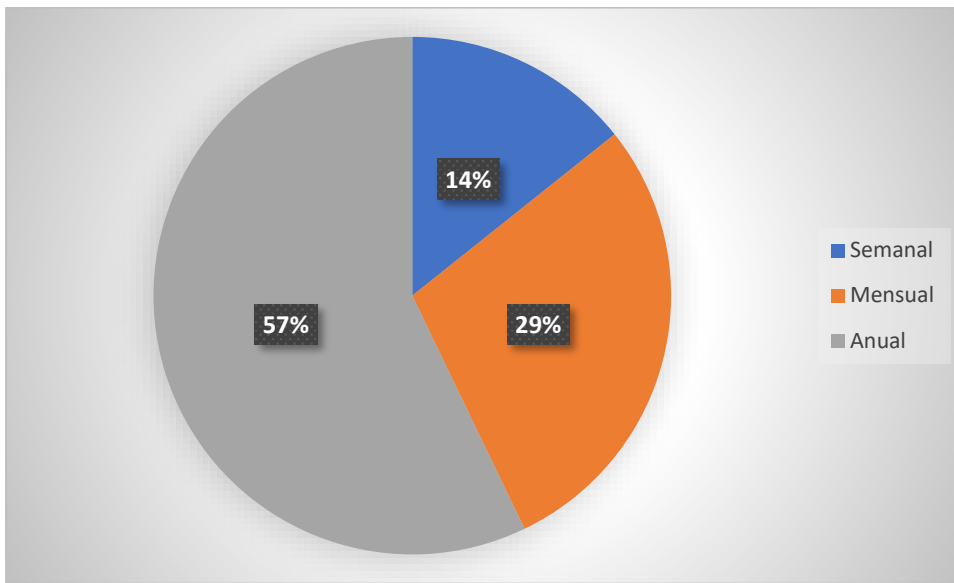
Tabla 24

Frecuencia de promociones

Variable	F	%
Semanal	1	14%
Mensual	2	29%
Anual	4	57%

Nota: La tabla muestra la frecuencia con la que los establecimientos ofrecen promociones.

Figura 20



Análisis: La figura 19 presenta un análisis de la cantidad de veces que los establecimientos investigados ofrecen promociones, representada por el 57% se establece que ofrecen promociones de manera anual, este resultado indica una preferencia generalizada por estrategias promocionales menos frecuentes, pero potencialmente más impactantes.

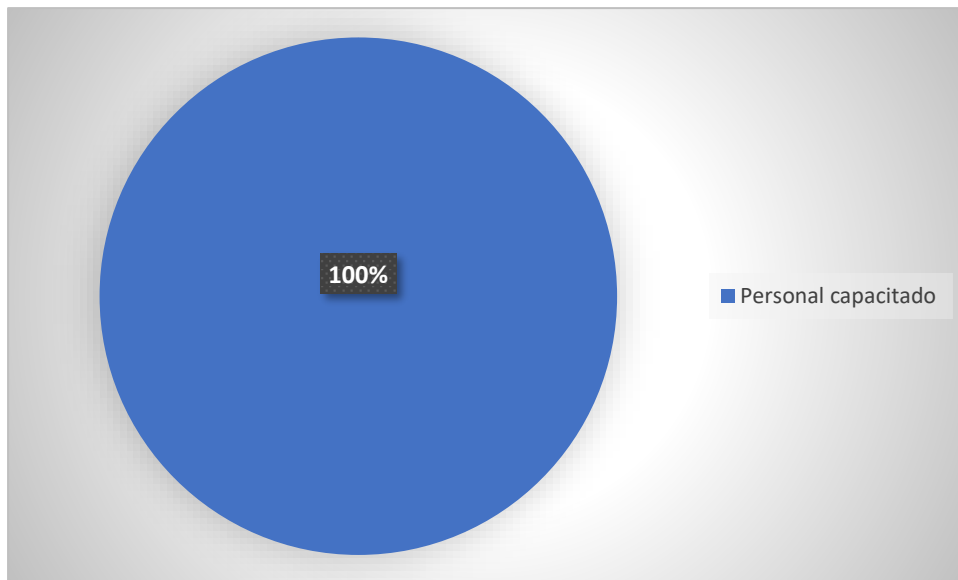
Tabla 25

Tipo de personal en el establecimiento

Variable	F	%
Personal capacitado	4	100%

Nota: La tabla muestra el tipo de personal que atiende a los clientes en los establecimientos.

Figura 21



Análisis: Conforme se proporciona la información en la tabla N° 26 sobre el personal que se encarga de atender a los clientes, se destaca la gran importancia que mantienen los establecimientos con respecto a la contratación y retención de empelados con habilidades y conocimientos específicos para ofrecer un servicio de calidad.

Servicio Principal

Siendo en la parroquia el Ingenio el primer establecimiento que ofrezca el servicio de hotelería de manera formal, el mismo que contará con servicio de hospedaje, internet gratis, cafetería, piscina, estacionamiento, spa y servicio turístico, la atención será de lunes a domingo las 24 horas.

Servicios sustitutos

No se ha programado ofrecer servicios sustitutos.

Análisis de la demanda

Con el propósito de analizar la demanda vigente para el establecimiento, se llevará a cabo una evaluación de la situación actual respecto a la demanda del servicio en el sector. Este proceso incluirá la identificación de la demanda total, demanda efectiva y demanda real, con el objetivo de

obtener un panorama comprensivo y preciso. Para el análisis de la demanda del proyecto se consideró una muestra de 274 personas las cuales se encuentran dentro del rango de 18 y 65 años que conforman las familias, turistas y servidores públicos en la parroquia El Ingenio en el año 2023.

Tabla 26
Proyección de la población demandante

	Año	Población
0	2023	961
1	2024	957
2	2025	953
3	2026	949
4	2027	945
5	2028	941

Nota: Se muestra la proyección de la demanda en la parroquia el Ingenio para el establecimiento.

Demanda Potencial

La demanda potencial engloba todos los potenciales clientes que podrían beneficiarse de los servicios proporcionado por el establecimiento. Dado que la totalidad de la población encuestada es mayor de edad de este modo elegible para acceder al hotel, se alcanza el 100% de cobertura.

Tabla 27
Proyección de la demanda potencial

	Año	Población	Demandantes potenciales 100%	Promedio de asistencia	Demanda Potencial
0	2023	961	961	24	23.064
1	2024	957	957	24	22.968
2	2025	953	953	24	22.872
3	2026	949	949	24	22.776
4	2027	945	945	24	22.680
5	2028	941	941	24	22.584

Nota: La tabla muestra la proyección de la demanda potencial del hotel para los cinco periodos de vida del proyecto.

Se emplearon las cifras correspondientes al primer año, con un total de 961 individuos. La conclusión obtenida señala que la totalidad del mercado está compuesta por personas mayores de 18 años. La estimación de la demanda potencial se realizó mediante el siguiente procedimiento:

$$DP = \text{Personas del primer año} \times \% \text{ de asistencias}$$

$$DP = 961 \times 100\%$$

$$DP = 961 \text{ personas de demanda potencial}$$

Existen 961 individuos mayores de 18 años capaces de utilizar el servicio del establecimiento, la asistencia promedio se calculó a continuación:

$$DP = \text{Personas demandantes potenciales del primer año} \times \Sigma \text{ de asistencias}$$

$$DP = 961 \times 24$$

$$DP = 23.064 \text{ personas de demanda potencial.}$$

En el transcurso del primer año, se registró una asistencia de 961 personas a hoteles, con una frecuencia promedio de 23 veces al año, generando un total de 23.064 individuos. De esta manera replicando el procedimiento para cada año se obtuvo los resultados.

Demanda Real

Utilizando la información derivada de la demanda total, se lleva a cabo el proceso de deducción de la demanda efectiva del establecimiento en la parroquia el Ingenio. Se considero el conjunto total basándose en los resultados obtenidos de las encuestas realizadas.

Tabla 28
Proyección de la demanda real

	Año	Demandantes potenciales 100%	Demanda Real 82%	Promedio de asistencia	Demanda Real
0	2023	961	788	24	18.912
1	2024	957	785	24	18.840
2	2025	953	781	24	18.744
3	2026	949	778	24	18.672
4	2027	945	775	24	18.600

5	2028	941	772	24	18.528
---	------	-----	-----	----	--------

Nota: La tabla muestra la proyección de la demanda real del hotel en los cinco años de vida de este.

Las personas que fueron encuestadas se les pregunto acerca de su asistencia a hoteles, dando un total de 82%, equivalente a 785 personas que si asisten a estos establecimientos. La cifra se determina mediante el siguiente calculo:

$$DR = \text{Personas que asisten} \times \% \text{ personas que asisten}$$

$$DR = 957 \times 82\%$$

$$DR = 785 \text{ personas de demanda real.}$$

El siguiente paso fue determinar la cantidad del consumo anual de la demanda real

$$DR = \text{Personas que asisten a hoteles} \times \Sigma \text{ asistencia}$$

$$DR = 785 \times 24$$

$$DR = 18.840$$

Se estableció que los usuarios efectivos del servicio suman 785 en el primer año, con un resultado adicional que indica que las veces que asisten anualmente a hoteles es de 18.840 veces. Se replico este procedimiento en los años posteriores de la vida del proyecto.

Demanda efectiva

La demanda efectiva se refiere al número de individuos que expresan la intención de convertirse en clientes del hotel, esta cifra representa una parte de la demanda insatisfecha que podría ser satisfecha mediante la implementación del establecimiento.

Tabla 29
Proyección de la demanda efectiva

	Año	Demanda Real	Demanda efectiva 95%	Promedio de asistencia	Demanda efectiva
0	2023	788	749	24	17.976
1	2024	785	746	24	17.904
2	2025	781	742	24	17.808

3	2026	778	739	24	17.736
4	2027	775	736	24	17.664
5	2028	772	733	24	17.592

Nota: La tabla muestra la proyección de la demanda efectiva del hotel para los cinco periodos de vida del proyecto.

El 95% de los individuos que si asisten a este tipo de establecimientos estarían dispuestos a asistir al hotel, el cálculo se efectuó mediante el siguiente procedimiento:

$$DE = \text{personas demanda real del primer año} \times \% \text{ personas que van a asistir al hotel.}$$

$$DE = 785 \times 95\%$$

$$DE = 746 \text{ personas de demanda efectiva}$$

Para poder tener conocimiento de cuál será el consumo del primer año del proyecto de realizo el siguiente procedimiento.

$$DE = \text{personas de demanda efectiva} \times \Sigma \text{ asistencia}$$

$$DE = 746 \times 24$$

$$DE = 17.904 \text{ veces que asisten al hotel.}$$

De la siguiente manera se calcula la demanda efectiva para la iniciativa de establecer un hotel en la parroquia el Ingenio durante el primer año es de 746 personas solicitante o demandantes del servicio, con un promedio de asistencia de 24, en consecuencia, se estima un total de 17.904 asistencias, representando la demanda efectiva durante el primero año.

Análisis de la oferta

Se calculo la media semanal de asistencias a hoteles, considerando un conjunto de cuatro establecimientos, se determinó que el promedio semanal de asistencias es de 28 personas por hotel, que al realizar la multiplicación de 4 hoteles aledaños al hotel se obtiene 114, luego se procede a realizar la multiplicación por las 52 semanas del año dándonos una cantidad de 5.920 asistencias anuales.

Tabla 30*Oferta total*

Número de establecimientos	Promedio de asistencias	Total de visitas anuales
4	1.480	5,920

Nota: Se muestra la oferta total existente en la parroquia el Ingenio.

Con ellos se obtiene 5.920 personas de oferta existente en la parroquia el Ingenio.

Proyección de la oferta**Tabla 31***Proyección de la oferta*

Año	Tasa de crecimiento	Oferta proyectada
0		5.920
1	-0,39%	5.897
2	-0,39%	5.874
3	-0,39%	5.851
4	-0,39%	5.828
5	-0,39%	5.805

Nota: La tabla indica la proyección de la oferta correspondiente a los 5 años de vida del proyecto

Para llevar a cabo la proyección de la oferta en mercado de la parroquia el Ingenio, se ha considerado la tasa de crecimiento poblacional de -0,39%, conforme la información disponible en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), como resultado de este proceso, se han obtenido los datos correspondientes a la oferta proyectada detallados en la tabla N° 33.

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se refiere a la cantidad de bienes o servicios que es probable que mercado consuma en los próximos años.

Tabla 32*Calculo demanda insatisfecha*

	Año	Demanda	Oferta	D. Insatisfecha
0	2023	17.976	5.920	12.056
1	2024	17.904	5.897	12.007
2	2025	17.808	5.874	11.934
3	2026	17.736	5.851	11.885
4	2027	17.664	5.828	11.836
5	2028	17.592	5.805	11.787

Nota: La tabla representa la demanda insatisfecha para los cinco años de vida del proyecto.

Una vez determinada la cantidad de clientes insatisfechos mediante encuestas a los consumidores y entrevistas con los ofertantes, los datos obtenidos revelan que la demanda insatisfecha para el año base o año 0 es de 12.056 personas. De la misma manera para obtener la demanda insatisfecha de los próximos años se realiza el mismo método de cálculo.

DI = Demanda efectiva para el primer año – total oferta

DI = 17.904 - 5.897

DI = 12.007

Plan de Marketing

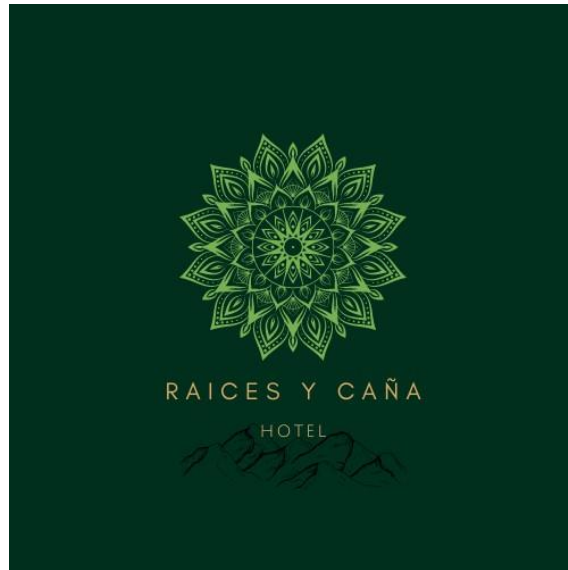
Servicio

El hotel contara con servicios de Servicio de piscina, estacionamiento, restaurant, turismo, spa, los mismo que mantendrán una variedad cada semana implantando una estrategia para atraer clientes, el establecimiento funcionara de lunes a domingo conforme lo permite la ley.

Nombre de la empresa de servicios

Después de considerar varias opciones, se tomó la decisión de llamar al hotel “Raíces y Caña”. Esta selección busca reflejar la rica historia y herencia cultural de la parroquia El Ingenio, el logo del hotel se presenta en detalle en la siguiente figura.

Figura 22
Logo de la empresa



Nota: La figura muestra el logo y nombre del establecimiento

Logotipo

El logo seleccionado como punto de identificación son el símbolo utilizado por los clientes para el reconocimiento de la marca, basándonos en la herencia cultural, riqueza histórica con la que cuenta la parroquia intentamos conectar con el cliente.

Precio

La determinación del precio se basó en un análisis de costos y evaluación de servicios de la competencia en el sector, de esta manera se ha fijado una tarifa de \$15,00 dólares para el acceso, así mismo, los precios de los servicios en el hotel se han determinado teniendo en cuenta la dinámica del mercado.

Publicidad

La publicidad es una estrategia y mercadotecnia que implica la inversión de un espacio designado para la difusión de un producto o un servicio, en el caso del hotel “Raíces y Caña” se llevara a cabo mediante los siguientes canales:

Redes Sociales: Como mencionamos anteriormente la mayoría de los individuos procuran información publicitaria a través de las Redes Sociales, llevando a cabo campañas publicitarias con el GAD de la parroquia, así mismo, contratando espacios en las redes para de esta manera conectar y alcanzar un amplio conocimiento del servicio.

ESTUDIO TÉCNICO

Tamaño y localización

Tamaño

Capacidad instalada

Para calcular la capacidad instalada del establecimiento se tomó en cuenta el horario legalmente permitido para el funcionamiento de estos, el mismo que son 24 horas durante los 7 días de la semana. De acuerdo con la distribución de las habitaciones se nos permite ubicar dos habitaciones por cabaña con una capacidad por habitación de 4 personas cada una, las mismas que contaría con cuarto de baño privado. El tiempo máximo de atención para un grupo de 4 personas sería de 10 minutos, en las 24 horas laborables tenemos 1.440 minutos, disponiendo de una capacidad instalada de 24 personas al día (6 grupos). En base a lo anteriormente explicado se infiere:

- ✓ La atención es de 7 días semanales, teniendo en cuenta que el hotel funcionaria de lunes a domingo, en la clasificación de hoteles (H) de 2 estrellas, regulados por el ministerio de turismo.
- ✓ Un año cuenta con 52 semanas.
- ✓ Se atenderá 24 personas por día, obteniendo lo siguiente:
- ✓ 24 personas x 7 días de la semana = 168 personas.
- ✓ Personas semanales 168 x 52 = 8.736 clientes al año.

Capacidad utilizada

Se ha llevado a cabo una proyección indicativa de que el funcionamiento del establecimiento alcance aproximadamente el 80% de su capacidad instalada, no obstante, es importante señalar que no se anticipa un flujo constante de clientes todas las semanas, por lo que

se gestionará la capacidad utilizada en relación con la capacidad instalada para optimizar el rendimiento del establecimiento.

Localización

Macro localización

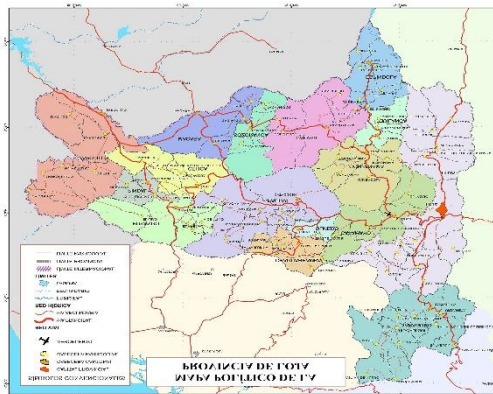
La macro localización se caracteriza como el segmento específico en el cual se sitúa una propiedad, el mismo abarca desde un barrio o parroquia hasta la ciudad misma incluso extendiéndose regionalmente o de una zona geográfica. El caso de este proyecto su ubicación se establece en la parroquia el Ingenio, perteneciente al cantón Espíndola, provincia de Loja, dentro de la región 7 de la República del Ecuador.

Figura 23

Mapa del Ecuador



Mapa de la provincia de Loja

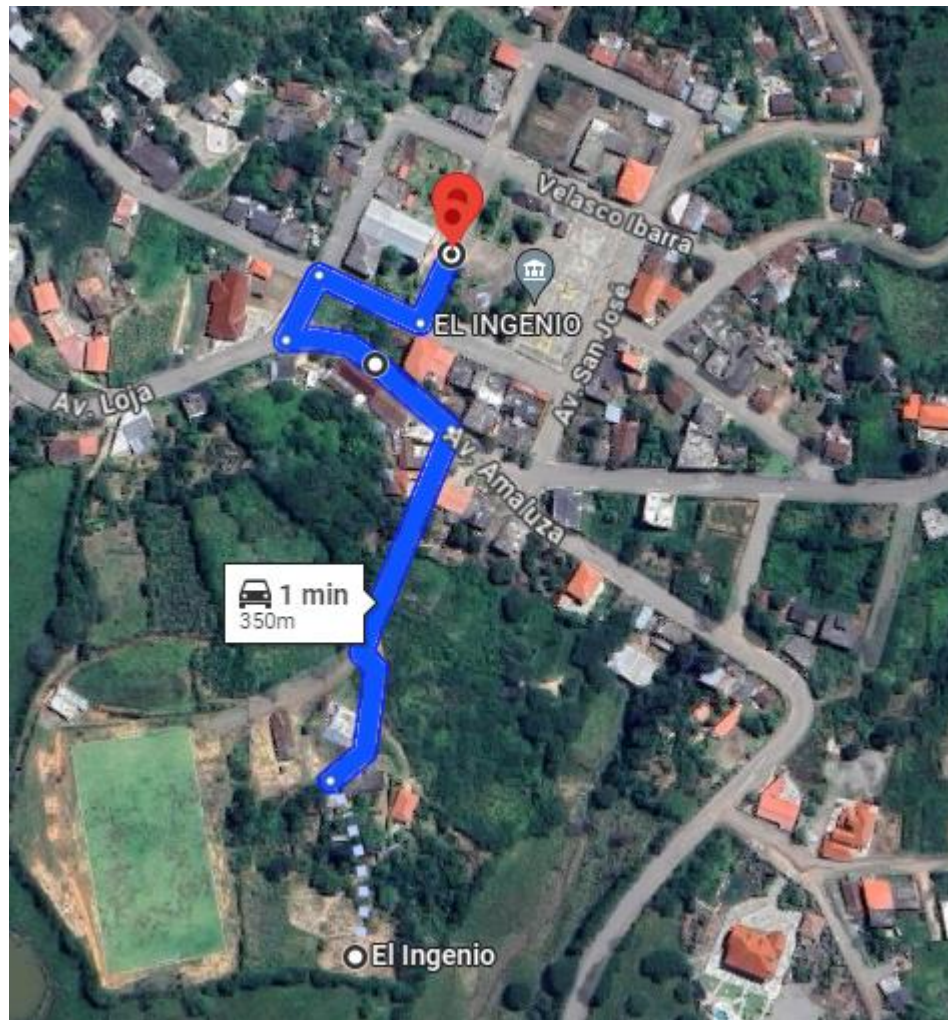


Nota: La figura indica la geografía del Ecuador y la provincia de Loja.

Micro localización

La micro localización indica el lugar de ubicación dentro del cantón en la cual se encontrará el establecimiento, ubicado en la parroquia el Ingenio.

Figura 24
Ubicación del hotel en el Ingenio



Nota: La figura indica la ubicación del sector en donde será instalado el hotel y su distancia desde el centro de la parroquia.

Factores de localización.

La elección de la parroquia el Ingenio como ubicación del establecimiento se respalda en aspectos generales, considerando su atractivo turístico en el sur del país, atrayendo a numerosos visitantes a lo largo de todo el año. Además, el lugar cuenta con la infraestructura básica, la cual se detalla a continuación:

Condiciones legales y económicas: La parroquia el Ingenio cumple con todos los requisitos legales y condiciones económicas necesarios para poner en marcha la institución destinada a la familias, turistas y servidores públicos.

Servicios básicos: La parroquia el Ingenio cuenta con todos los servicios básicos necesarios como agua, luz, alcantarillado para desarrollar el proyecto.

Mano de obra: La parroquia el Ingenio cuenta con población calificada, de la misma que se puede seleccionar el personal necesario a través de pruebas destinadas a evaluar habilidad y destrezas, permitiendo seleccionar un equipo calificado.

Transporte: El establecimiento estará ubicado de tal manera que el acceso sea fácil tanto para vehículos o caminando.


Político: Con respecto a lo político se cumplen con las ordenanzas municipales del cantón Espíndola, siendo parroquia rural el Ingenio, el establecimiento se encuentra en una zona específica para su funcionamiento tal como se menciona en los requisitos para hotel dispuesto por el ministerio de turismo.

Ingeniería del proyecto

Componente Tecnológico

La dimensión tecnológica abarca la totalidad de equipos tecnológicos y mobiliario indispensables para la ejecución del proyecto, a continuación, se detallarán los mismos:

Tabla 33
Componentes tecnológicos

Cama 2 plazas	Características
	Modelo NÁPOLES, 2 plazas, tela importada, color blanco.
Smart TV TCL	Características



Smart TV TCL S60A-Series L32S60A
LED Android Oreo HD 32" 100V/240V

Teléfono Inalámbrico Panasonic



Características

Teléfono Inalámbrico Panasonic Tgfa61
Digital Lcd Llamada 4g

Mesa comedor



Características

Juego De Comedor 4 Puestos Vidrio Mesa
80 Cm Eames

Closet / Armario



Características

Closet Armario Ropero Con Dos
Cajones Y Maletero

Inodoro/lavabo

Características



Combo Inodoro Y Lavabo Fv Milan
Blanco

Ducha Regadera 30 Cm

Características

Ducha Regadera 30 Cm Incluye Tubo



Minibar Refrigeradora

Características

Minibar Refrigeradora 90 Litros
Continental Plateada Co-101



Computador Hp

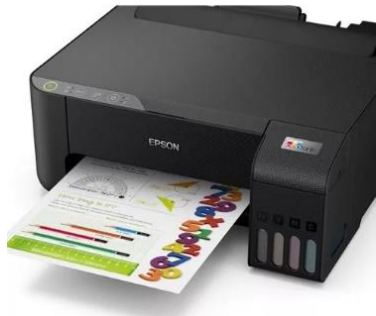
Características

Computador Todo En Uno Hp I5-12va
Ssd 512gb/8gb/all In One



Impresora EPSON

Características



Impresora Wifi Epson L1250 Tinta Continua Sin Escaner Color Negro

Nota: La siguiente tabla muestra los componentes tecnológicos y mobiliarios de las habitaciones del establecimiento

ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Art. 7.- Requisitos para registro. - Las personas naturales o jurídicas deberán obtener y presentar al momento de la inspección los siguientes documentos:

- ✓ En el caso de personas jurídicas, documento constitutivo de la misma debidamente aprobada por la autoridad correspondiente, en la que conste como su objeto social el desarrollo de la actividad de alojamiento turístico;
- ✓ Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito ante la autoridad correspondiente;
- ✓ Registro Único de Contribuyentes (RUC), para persona natural o jurídica u otro que determine la Autoridad Tributaria;
- ✓ Cédula de identidad o ciudadanía de la persona natural o representante legal de la compañía;
- ✓ Permiso de uso de suelo o su equivalente.
- ✓ Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas. - El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo. - Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo

Estructura legal

El establecimiento será conformado como Persona Natural, conforme las regulaciones del Servicio de Rentas Internas (SRI), posteriormente se llevará a cabo la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC) requerido por el SRI el mismo que se encuentra compuesto por 13 dígitos. El RUC asignado al negocio sería 1150185641 perteneciente al Sr. Juan Diego Belduma Calva, identificando a la entidad como Hotel “Raíces y Caña”

Registro y licencia única de funcionamiento.

Requisitos para obtención de registro. - Las personas naturales o jurídicas que se registren como prestadores de servicios turísticos de alimentos y bebidas deberán obtener y presentar al momento de la inspección los siguientes requisitos:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC) o número de Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE), u otro que determine la Autoridad Tributaria
- Documento que habilite la situación legal del local si es arrendado, cedido o propio.
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- Permiso de funcionamiento emitido por la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, para los establecimientos que deban cumplir con este requisito según lo determinado por la Autoridad Sanitaria Nacional.

Estructura organizacional

La estructura organizacional del establecimiento desempeña un papel crucial, ya que posibilita la asignación de las distintas funciones y responsabilidades del personal de acuerdo con una organización efectiva. La representación visual de esta estructura organizativa se logra por

medio de organigramas, que proporciona una visión clara de la jerarquía y las relaciones dentro del negocio, el mismo cuenta con los siguientes niveles administrativos:

Tabla 34

Niveles administrativos

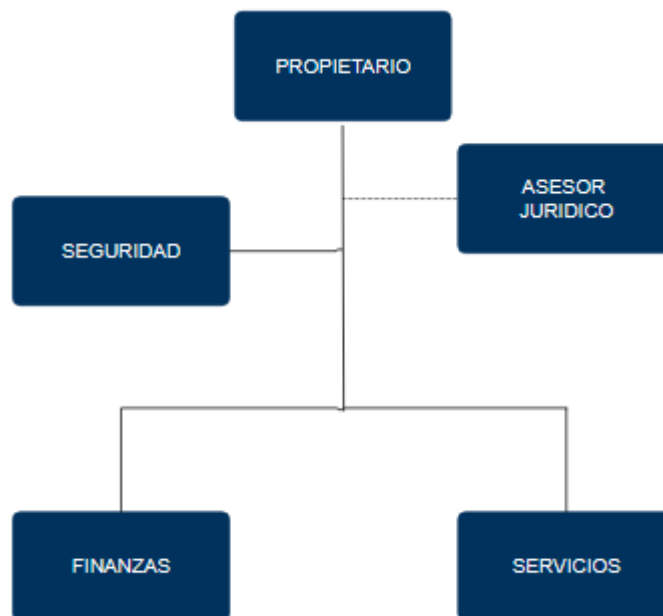
Nivel legislativo – Directivo	Compuesto por el propietario del establecimiento, siendo el máximo nivel.
Nivel Asesor	Se cuenta con un asesor jurídico de manera ocasional, es decir si es necesario.
Nivel Auxiliar	Grado mínimo y limitado de autoridad a cumplir órdenes de niveles ejecutivos.
Nivel Operativo	Se encuentra conformado por el departamento de servicios.

Nota: Muestra los niveles administrativos con los cuales contara el hotel.

Organigrama

Figura 25

Organigrama organizacional



Nota: La figura muestra la estructura organizacional del hotel.

ESTUDIO ECONOMICO – FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

Inversiones

Inversiones en activos fijos

Construcciones

Se presenta una descripción de la infraestructura y del espacio físico que alberga el establecimiento, así como las adecuaciones que tendrá el establecimiento para la prestación del servicio. Este servicio ha sido concebido con el objetivo de proporcionar comodidad a los clientes, por ello se especifica de la siguiente manera:

- ✓ Baño para cada habitación:
- ✓ Área de Comedor:
- ✓ Área de Cocina:
- ✓ Bodega:
- ✓ Entrada y salida:

El valor de la inversión es igual a \$10.000,00 por cada habitación, dando una total de \$60.000,00 dólares americanos.

Tabla 35

Construcciones

Descripción	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Total
Habitación 1	1	m ²	\$10.000,00	\$10.000,00
Habitación 2	1	m ²	\$10.000,00	\$10.000,00
Habitación 3	1	m ²	\$10.000,00	\$10.000,00
Habitación 4	1	m ²	\$10.000,00	\$10.000,00
Habitación 5	1	m ²	\$10.000,00	\$10.000,00
Habitación 6	1	m ²	\$10.000,00	\$10.000,00
Total				\$60.000,00

Nota: La tabla indica el monto de inversión que el establecimiento necesitara para iniciar sus actividades.

Maquinaria y Equipo para el hotel “Raíces y Caña”

El costo estimado para la categoría que posibilitara la operación del establecimiento en la parroquia el Ingenio asciende a una cantidad aproximada de \$3.312,00 dólares americanos.

Tabla 36
Maquinaria y Equipo

Maquinaria y Equipo	Unidades	Valor Unitario	Total
Smart TV TCL	6	\$ 297	\$ 1.782,00
Teléfono Inalámbrico Panasonic	6	\$ 23	\$ 138,00
Inodoro/lavabo	6	\$ 105	\$ 630,00
Minibar Refrigeradora	6	\$ 127	\$ 762,00
Total			\$ 3.312,00

Nota: La tabla indica la maquinaria y equipo que el establecimiento necesitara para iniciar sus actividades.

Muebles y enseres

Los costos de los muebles y enseres necesarios para brindar un servicio cómodo en el hotel suman \$4.914,00 dólares americanos.

Tabla 37
Muebles y enseres

Muebles y enseres	Unidades	Valor Unitario	Total
Cama 2 plazas	12	\$ 276	\$ 3.312,00
Mesa comedor	6	\$ 150	\$ 900,00
Ducha Regadera 30 Cm	6	\$ 27	\$ 162,00
Closet / Armario	6	\$ 90	\$ 540,00
Total			\$ 4.914,00

Nota: La tabla indica los muebles y enseres necesarios en las habitaciones para brindar un buen servicio en el hotel.

Equipo de cómputo

Los suministros de cómputo necesarios para el funcionamiento del hotel, los mismo que serán utilizados por el personal del establecimiento.

Tabla 38*Equipo de cómputo*

Muebles y enseres	Unidades	Valor Unitario	Total
Computador Hp I5-12 all In One	1	\$ 599	\$599
Impresora Epson L1250	1	\$ 155	\$155
Total			\$754

Nota: La tabla muestra el equipo de cómputo necesario para el funcionamiento del hotel.

Resumen de activos fijos**Tabla 39***Resumen de activos fijos*

Activos Fijos	
Construcciones	\$60.000,00
Maquinaria y Equipo	\$3.312,00
Muebles y Enseres	\$4.914,00
Equipo de computo	\$754,00
Total	\$68.980,00

Nota: La tabla muestra el resumen de los activos fijos necesarios para el funcionamiento del hotel.

Inversión en Activo Diferido**Inversión activos diferidos**

Por concepto de gastos en la obtención del registro y licencia única de funcionamiento, cuerpo de bomberos, pago de tasas al municipio de Espíndola, estudios geotécnicos y otros gastos además de la adecuación del establecimiento suman un total de \$4.207,50.

Tabla 40*Inversión en Activos Diferidos*

Detalle	Costo total
Estudios preliminares	800,00
Gastos municipales	150,00
Gastos de constitución	200,00
Imprevistos 5%	3.057,50
Total	4.207,50

Nota: La tabla muestra el resumen de los activos diferidos necesarios para el funcionamiento del hotel.

Amortización de Activos Diferidos

Para la determinación de la amortización de Activo Diferido de acuerdo con la Ley Organiza del Régimen Tributario Interno (L.O.R.T.I) en Art. 12.- Amortización. - Será deducible la amortización de los valores que se deban registrar como activos, de acuerdo con la técnica contable, para su amortización en más de un ejercicio impositivo, y que sean necesarios para los fines del negocio o actividad en los términos definidos en el Reglamento.

Tabla 41

Amortización de Activos Diferidos

Año	Valor A.C	Amortización	Valor Actual
1	4.207,50	841,50	3.366,00
2	3.366,00	841,50	2.524,50
3	2.524,50	841,50	1.683,00
4	1.683,00	841,50	841,50
5	841,50	841,50	-

Nota: La tabla muestra la amortización de los activos diferidos del establecimiento con los datos obtenidos de la Tabla N° 40.

Inversiones en capital de trabajo

A continuación, se realizó el cálculo del capital de trabajo correspondiente a un mes de operación, considerando de manera integral todos los factores que impactan directamente a la prestación del servicio del hotel

Mano de Obra Directa

Esta se encuentra conformada por el personal que incide directamente para ofrecer el servicio, para este caso sería, recepcionista, limpieza, seguridad. La remuneración estará basada conforme lo dispone la ley.

Tabla 42

Sueldos y Salarios

Detalle	Recepcionista	Limpieza
Salario	334,21	334,21
Aporte individual 9,45%	31,58	31,58

Aporte patronal 12,15%	40,61	40,61
Décimo tercer sueldo	37,50	37,50
Décimo cuarto sueldo	37,50	37,50
Fondos de reserva	27,84	27,84
Vacaciones	13,93	13,93
Total	<u>460,00</u>	<u>460,00</u>
<u>Número de empleados</u>	1	<u>2</u>
<u>Total mensual</u>	460,00	920,00
Total anual	\$ 5.519,99	\$ 11.039,97

Nota: La tabla muestra los sueldos y salarios de trabajo del establecimiento.

Costos de Operación

Gastos de administración

Se refiere al conjunto de desembolsos que la entidad debe cubrir por lo empleados contratados para asegurar el adecuado desarrollo operativo del establecimiento hotelero.

Suministros de trabajo. – En esta etapa se consideró lo indispensable para los empleados con el objetivo de facilitar un desempleo óptimo dentro del establecimiento, destacando la importancia de mantener estándares elevados en términos de higiene y presentación física.

Tabla 43

Suministros de trabajo

Cantidad	Costos de operación	Unidad de medida	Valor Unitario	Total
3	Camisa	Unidad	21,60	64,80
3	Pantalón	Unidad	28,50	85,50
3	Corbata personalizada con logo empresa	Unidad	19,90	59,70
Total mensual				\$ 210,00
Total anual				\$ 210,00

Nota: La tabla muestra los suministros de trabajo para el personal contratado en el hotel.

Sueldo administrativo. – Se toman en cuenta los sueldos que intervenga en temas de administración, como: Gerente, Contadora.

Tabla 44*Sueldos y Salarios Administrativos*

Detalle	Gerente	Contadora
Salario	500,00	400,00
Aporte individual 9,45%	47,25	37,80
Aporte patronal 12,15%	60,75	48,60
Décimo tercer sueldo	37,50	37,50
Décimo cuarto sueldo	37,50	37,50
Fondos de reserva	41,65	33,32
Vacaciones	20,83	16,67
Total	<u>650,98</u>	<u>535,79</u>
<u>Número de empleados</u>	1	1
Total mensual	650,98	535,79
Total Anual	\$ 7.811,80	\$ 6.429,44

Nota: La tabla muestra los sueldos y salarios del personal administrativo para el hotel.

Honorarios profesionales

Se refiere a los pagos por los servicios requeridos por el establecimiento en un momento específico, tales como asesorías jurídicas o tramites en los cuales el gerente tenga desconocimiento.

Tabla 45*Honorarios Profesionales*

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Total
Asesor jurídico	1	250,00	250,00
Total mensual			\$ 250,00
Total Anual			\$ 3.000,00

Nota: La tabla muestra los honorarios profesionales que contratará el hotel.

Servicios de seguridad

El hotel contará con un guardia de seguridad siendo esencial para dar seguridad al establecimiento y a sus clientes.

Tabla 46*Servicios de Seguridad*

Detalle	Guardia
Salario	334,21
Aporte individual 9,45%	31,58
Aporte patronal 12,15%	40,61
Décimo tercer sueldo	37,50
Décimo cuarto sueldo	37,50
Fondos de reserva	27,84
Vacaciones	13,93
Total	<u>460,00</u>
<u>Número de empleados</u>	1
Total mensual	\$ 460,00

Nota: La tabla muestra los sueldos y salarios del servicio de seguridad que tendrá el hotel.

Servicios básicos

Se consideraron los servicios esenciales, como agua, luz, energía eléctrica, telefonía y conectividad a internet, indispensables para el funcionamiento del establecimiento, cabe recalcar que la disponibilidad de este último servicio nos posibilitará la adecuada actualización en las redes sociales, facilitando la divulgación de los servicios a ofrecer.

Tabla 47*Servicios Básicos*

Detalle	Unidad	Costo Mensual
Agua	m ³	100,00
Energía eléctrica	Kilovatio	40,00
Internet	Megas	25,00
Telefonía	Minutos	5,00
Total mensual		\$ 170,00
Total Anual		\$ 2.040,00

Nota: La tabla muestra el presupuesto para cada rubro de los servicios básico en el hotel.

Suministro de Oficina

Constituyen todos los materiales empleados en la oficina para la ejecución de tareas administrativas, tales como hojas de papel bond, grapadoras, esferográficos, etc.

Tabla 48*Suministros de Oficina*

Cantidad	Útiles de oficina	Unidad de medida	Valor Unitario	Total
4	Esferográficos	Caja	7,20	28,80
4	Grapas	Caja	1,15	4,60
2	Grapadora	Unidad	3,50	7,00
5	Resma de papel bond	Unidad	3,50	17,50
4	Archivador	Unidad	2,50	10,00
3	Notas Post-it	Unidad	1,50	4,50
6	Tinta de impresora	Unidad	15,00	90,00
1	Perforadora	Unidad	3,00	3,00
Total mensual				\$ 13,78
Total anual				\$ 165,40

Nota: La tabla muestra el presupuesto para los suministros de oficina del hotel.

Útiles de aseo

A continuación, se detalla los útiles de aseo necesarios para mantener la limpieza y orden en el establecimiento.

Tabla 49*Útiles de aseo*

Cantidad	Útiles de aseo	Unidad de medida	Valor Unitario	Total
2	Escoba	Unidad	2,50	5,00
2	Trapeador	Unidad	2,40	4,80
6	Jabón líquido para manos	Unidad	1,80	10,80
6	Jabón neutro de baño	Unidad	1,00	6,00
3	Desinfectante	Unidad	2,40	7,20

4	Papel higiénico de 12	Paquete	10,50	42,00
6	Basureros	Unidad	8,00	48,00
4	Franelas	Paquete	2,30	9,20
2	Kit de mantenimiento	Unidad	50,00	100,00
Total mensual				\$ 19,42
Total anual				\$ 233,00

Nota: La tabla muestra el presupuesto para útiles de aseo necesarios para el mantenimiento del establecimiento.

Gastos de Venta

Publicidad. – Se emplearán diversos canales de comunicación para informar a los clientes sobre las ofertas y servicios que se ofrecerán en el establecimiento. De esta manera se espera aumentar el número de clientes y mantenerlos informados sobre cualquier cambio que exista.

Tabla 50
Publicidad

Publicidad	Frecuencia	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Red Social (Instagram)	1 veces por mes	1	3,00	3,00
Red Social (Facebook)	1 veces por mes	1	1,85	1,85
Total mensual				\$ 4,85
Total anual				\$ 58,2

Nota: La tabla muestra el presupuesto de la publicidad que será utilizada para el hotel.

Vajilla y menaje

Es necesaria la adquisición de utensilios para prestar el servicio de cafetería el mismo que se registra como vajilla y menaje.

Tabla 51*Vajilla y menaje*

Cantidad	Villaje y Menaje	Unidades	Valor Unitario	Total
6	Set de platos hondos y llanos (6u)	Paquete	15,00	90,00
6	Set de jarra, vasos y tasas (cristal)	Paquete	7,50	72,00
6	Juegos de cubiertos, tenedores y cucharas (12u)	Paquete	12,00	45,00
Total anual				\$207,00

Nota: La tabla muestra el presupuesto de la vajilla y menaje necesarios para ofrecer el servicio.

Resumen del capital de trabajo**Tabla 52***Resumen del capital de trabajo*

Cuenta	Total Mensual
Mano de Obra Directa	1.380,00
Suministros de Trabajo	210,00
Sueldos Administrativos	1.186,77
Servicios Básicos	170,00
Suministros de Oficina	13,78
Útiles de aseo	19,42
Publicidad	4,85
Vajilla y Menaje	17,25
Total anual	\$ 3.002,07

Nota: La tabla muestra el resumen del capital de trabajo necesarios para iniciar las operaciones del hotel.

Se requerirá un monto de \$3.002,07 dólares americanos para financiar las operaciones del establecimiento.

Resumen total de inversión

Tabla 53

Resumen total de Inversión

Detalle	Total Mensual
Activos Fijos	68.980,00
Activos Diferidos	4.207,50
Capital de Trabajo	3.002,07
Total de Inversión	\$ 76.189,57

Nota: La tabla muestra el resumen del capital de trabajo necesarios para iniciar las operaciones del hotel.

La inversión necesaria para iniciar las operaciones y actividades del hotel se estima en \$76.189,57 dólares americanos tras la suma de los tres tipos de activos.

Depreciaciones

Tabla 54

Resumen de Depreciaciones

Detalle	Valor	% Depreciación	Valor Residual	Depreciación Anual
D. Construcciones	\$60.000,00	5%	3.000,00	2.850,00
D. Maquinaria y Equipo	\$3.312,00	10%	331,20	298,08
D. Muebles y enseres	\$4.914,00	10%	491,40	442,26
D. Equipo de computo	\$754,00	33%	248,82	168,39
TOTAL			4.071,42	3.758,73

Nota: La tabla muestra el resumen de las depreciaciones de los activos fijos del establecimiento.

Financiamiento

Para el proyecto de inversión se dispone de un capital inicial o propio que representa el 100% del total, equivalente a \$76.189,57 dólares americanos.

Tabla 55

Financiamiento

Detalle	Monto	Porcentaje
Capital Propio	\$76.189,57	100%
Total	\$76.189,57	

Nota: La tabla muestra el financiamiento de la inversión que necesita la empresa para iniciar las actividades.

Determinación de ingresos

La generación de ingresos para el hotel, que ofrece servicios de cafetería y hospedaje, se basa en gran medida en la venta de productos y servicios. Los ingresos del hotel provienen principalmente de la venta de alojamiento y servicios de cafetería, que incluyen una variedad de bebidas y alimentos, estacionamiento, servicio turístico, spa, piscina.

Tabla 56

Precio del ingreso

Detalle	
Capacidad	24 personas
Días laborables	7 días
Total de clientes al día	168 personas
Total de clientes al año	8.736 personas
Valor aceptado del servicio	\$ 15,00
Total ingreso mensual	\$ 2.520,00
Total ingreso anual	\$ 30.240,00

Nota: La tabla muestra el financiamiento de la inversión que necesita la empresa para iniciar las actividades.

La estimación de los ingresos totales derivados de la prestación del servicio se calculó considerando la capacidad operativa del establecimiento y los días laborables. Este cálculo proporciono una cifra aproximada de los clientes semanalmente. Para obtener una proyección anual, se realizó la multiplicación por las 52 semanas del año, resultando en una cifra total de 8.736 clientes.

Posteriormente se llevó a cabo el cálculo de los ingresos utilizando el numero proyectado de los clientes anuales y un valor de servicio de \$15,00 dólares, que se identificó como la cantidad que los clientes están dispuestos a pagar. Esto condujo a un total de ingresos mensuales por el servicio de \$ 2.520,00 dólares.

Ingresos por servicios

Además de los ingresos generados por la prestación de servicios, el hotel también se beneficiará de los ingresos derivado de la venta de servicios en sus instalaciones.

Tabla 57*Precio de servicio*

Cantidad	Servicio	U. Medida	Costo unitario	Utilidad	P.V al publico	V. Anual
52	Servicio de piscina	Semanal	1,30	15%	1,50	77,74
52	Servicio de estacionamiento	Semanal	1,00	15%	1,15	59,00
52	Servicio de restaurant	Semanal	4,35	15%	5,00	260,13
52	Servicio de turismo	Semanal	3,48	15%	4,00	208,10
52	Servicio de spa	Semanal	13,04	15%	15,00	779,79
Total mensual						1.384,76
Total anual						16.617,12

Nota: La tabla muestra el precio de venta de los servicios que ofrecerá la empresa al iniciar sus operaciones.

Para maximizar las ganancias del hotel, se realizó un análisis con otros establecimientos de características similares situados en las zonas aledañas al establecimiento, de esta manera se basó en el análisis para determinar los precios en línea con los de la competencia, estableciendo un margen de beneficio del 15%, acorde a las directrices de la categoría 8 establecido por el gobierno. Como resultado de este proceso, se obtuvo el precio final al consumidor.

Ingresos Proyectados

Según los datos proporcionado por el Ministerio de Turismo de Ecuador (MINTUR), en el año 2023 se observó un aumento del 12,20% para el sector de alojamiento y comida, para el sector de viajes y turismo del 43,3% de esta manera, se estima para el proyecto la tasa de 28,18%. Por lo tanto, se encuentra proyectado para un período de 5 años, que es la duración estimada del mismo.

Tabla 58*Ingresos proyectados 28,18%*

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Servicio de piscina	1.195,77	1.532,73	1.964,66	2.518,30	3.227,95
Servicio de estacionamiento	907,51	1.163,25	1.491,06	1.911,24	2.449,82

Servicio de restaurant	4.001,22	5.128,76	6.574,04	8.426,61	10.801,23
Servicio de turismo	3.200,91	4.102,93	5.259,13	6.741,16	8.640,81
Servicio de spa	11.994,42	15.374,44	19.706,96	25.260,39	32.378,76
Precio de servicio	38.761,63	49.684,66	63.685,80	81.632,45	104.636,48
TOTAL	60.061,46	76.986,77	98.681,65	126.490,15	162.135,05

Nota: La tabla muestra los ingresos proyectados para los 5 años de vida del proyecto.

En el primero año se espera obtener ingresos totales de \$60.061,46, para el segundo año, la proyección de ingresos es de \$76.986,77, de manera similar, para el tercer año, se estima un valor de \$98.681,65, para el cuarto año, se prevé un ingreso de \$126.490,15, y para el quinto y último año, se proyecta un ingreso de \$162.135,05.

Proyección de costos/gastos

El desglose de costos y gastos en el presupuesto nos ayuda a identificar y especificar los costos asociados con la producción y la presentación de servicios, incluyendo gastos operativos, administrativos, de ventas, financieros y otros. Esto permite una visión completa de las operaciones del establecimiento durante el periodo de 5 años que se ha establecido. Para la proyección del presupuesto, se ha considerado una tasa de inflación de 1,93%. Además, para la proyección de los salarios, se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento porcentual de la variación de los salarios, que resulta ser del 2,22%

Tabla 59

Egresos proyectados

PROYECCIÓN PREFORMAS					
Tasa de proyección de sueldo	2,22%		Tasa de inflación Anual	1,93%	
COSTOS DE SERVICIO	1	2	3	4	5
Mano de obra directa	16.559,96	16.879,56	17.205,34	17.537,40	17.875,87
Energía eléctrica	480,00	489,26	498,71	508,33	518,14
Vajilla y menaje	207,00	211,00	215,07	219,22	223,45
Depreciación de maquinaria y equipo	298,08	298,08	298,08	298,08	298,08

Depreciación de construcción	2.850,00	2.850,00	2.850,00	2.850,00	2.850,00
Suministros de trabajo	210,00	214,05	218,18	222,40	226,69

TOTAL DE COSTOS DE SERVICIO \$20.605,04 \$20.941,96 \$21.285,38 \$21.635,43 \$21.992,23

GASTOS DE OPERACIÓN

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Útiles de oficina	165,40	168,59	171,85	175,16	178,54
Remuneraciones administrativas	14.241,24	14.557,40	14.880,57	15.210,92	15.548,60
Agua potable	1.200,00	1.223,16	1.246,77	1.270,83	1.295,36
Internet	300,00	305,79	311,69	317,71	323,84
Útiles de aseo	233,00	237,50	242,08	246,75	251,52
Depreciación de muebles y enseres	442,26	442,26	442,26	442,26	442,26
Depreciación de equipos de computo	168,39	168,39	168,39		
Honorarios profesionales	3.000,00	3.066,60	3.134,68	3.204,27	3.275,40
Servicio de seguridad	5.520,00	5.642,54	5.767,81	5.895,85	6.026,74
Servicio telefónico	60,00	61,16	62,34	63,54	64,77

TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS \$25.330,29 \$25.873,39 \$26.428,43 \$26.827,29 \$27.407,03

GASTOS DE VENTA

Publicidad	58,20	59,32	60,47	61,64	62,82
------------	-------	-------	-------	-------	-------

TOTAL GASTOS DE VENTA \$58,20 \$59,32 \$60,47 \$61,64 \$62,82

OTROS GASTOS

Amortización de Activos Diferidos	841,50	841,50	841,50	841,50	841,50
-----------------------------------	--------	--------	--------	--------	--------

TOTAL OTROS GASTOS 841,50 841,50 841,50 841,50 841,50

TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN \$26.229,99 \$26.774,21 \$27.330,40 \$27.730,43 \$28.311,35

TOTAL COSTO Y GASTO DE OPERACIÓN \$46.835,03 \$47.716,17 \$48.615,78 \$49.365,86 \$50.303,59

Nota: La tabla refleja los costos proyectados para los cinco años de vida que tiene el proyecto.

Clasificación de los Costos

La estructura de costos en cualquier negocio se puede categorizar en dos tipos principales como lo son Costos Fijo y Costos Variable. Esta distinción es crucial para determinar el punto de equilibrio del establecimiento.

A continuación, se presenta los Costos Fijos y Variables del establecimiento con

Tabla 60

Clasificación de los costos y gastos del hotel "Raíces y Caña"

HOTEL "Raíces y Caña"						
Clasificación de los Costos y Gastos						
Detalle	Año 1		Año 3		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTOS DE PRODUCCIÓN						
Mano de obra directa	16.559,96		17.205,34		17.875,87	
Energía eléctrica	480,00		498,71		518,14	
Vajilla y menaje		207,00		215,07		223,45
Depreciación de maquinaria y equipo	298,08		298,08		298,08	
Depreciación Construcción	2.850,00		2.850,00		2.850,00	
Suministros de trabajo	210,00		218,18		226,69	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	20.398,04	207,00	21.070,31	215,07	21.768,78	223,45
GASTOS DE OPERACIÓN						
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN						
Útiles de oficina		165,40		171,85		178,54
Remuneraciones	14.241,24		14.880,57		15.548,60	
Agua potable		1.200,00		1.246,77		1.295,36
Internet	300,00		311,69		323,84	
Útiles de aseo	233,00		242,08		251,52	
Depreciación de muebles y enseres	442,26		442,26		442,26	
Depreciación de equipos de computo	168,39		168,39		-	
Honorarios profesionales		3.000,00		3.134,68		3.275,40
Servicio de seguridad		5.520,00		5.767,81		6.026,74

Servicio telefónico	60,00		62,34		64,77	
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	15.444,89	9.885,40	16.107,33	10.321,10	16.630,98	10.776,04
GASTOS DE VENTA						
Publicidad	58,20		60,47		62,82	
TOTAL GASTOS DE VENTA	58,20		60,47		62,82	
OTROS GASTOS						
Amortización de Activos Diferidos	841,50		841,50		841,50	
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	36.742,63	10.092,40	38.079,61	10.536,17	39.304,09	10.999,49
TOTAL	46.835,03		48.615,78		50.303,59	

Nota: La tabla muestra la clasificación de los costos y de los gastos proyectados para los 5 años de vida del proyecto.

Estado de resultados

El estado de resultados nos proporciona una visión detallada de los rendimientos económicos del establecimiento generados durante un periodo específico. Además, no permitirá realizar proyecciones sobre los ingresos y gastos futuros, permitiendo evaluar la rentabilidad o viabilidad futura de la misma.

Según lo estipulado en el “Art. 9.1.- Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas”, literal F, de la Ley de Régimen Tributario Interno, el hotel se encuentra dentro de la exoneración del pago del Impuesto a la Renta durante 5 años.

Tabla 61

Estado de Pérdidas y Ganancias

Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado					
RUBRO	1	2	3	4	5
Ingreso de Ventas	60.061,46	76.986,77	98.681,65	126.490,15	162.135,05
(-) Costo de producción	20.605,04	20.941,96	21.285,38	21.635,43	21.992,23
(=) <i>Utilidad Bruta en Ventas</i>	39.456,42	56.044,81	77.396,27	104.854,72	140.142,82
Gastos Operativos (Gastos de administración y ventas)	25.388,49	25.932,71	26.488,90	26.888,93	27.469,85
(=) <i>Utilidad Operativa</i>	14.067,93	30.112,10	50.907,37	77.965,79	112.672,96
(=) <i>Utilidad antes de impuestos</i>	14.067,93	30.112,10	50.907,37	77.965,79	112.672,96

(-)15% Utilidad a trabajadores	2.110,19	4.516,82	7.636,11	11.694,87	16.900,94
(=) Utilidad liquida del ejercicio	11.957,74	25.595,29	43.271,27	66.270,92	95.772,02

Nota: La tabla muestra el estado de pérdidas y ganancias proyectado para los cinco años de vida del proyecto.

Flujo de caja

El flujo de caja encapsula todas las entradas y salidas de efectivo, lo que motiva la elaboración de un reporte financiero para prever escenarios futuros. Este reporte proporcionara una perspectiva general de la capacidad de pago frente a las deudas.

Tabla 62
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
Fujo de Caja Operativo	0	1	2	3	4	5
Ingresos		60.061,46	76.986,77	98.681,65	126.490,15	162.135,05
Valor Residual						3.000,00
(-) Egresos		-58.717,15	-59.598,29	-60.497,90	-61.365,86	-62.303,59
Depreciación de Construcción		-2.850,00	-2.850,00	-2.850,00	-2.850,00	-2.850,00
Depreciación de Maq. y Equipo		-298,08	-298,08	-298,08	-298,08	-298,08
Depreciación de Muebles y Enseres		-442,26	442,26	442,26	442,26	442,26
Depreciación de Equipo de Computo		-168,39	-168,39	-168,39	-	-
Utilidad		\$ -2.414,42	\$ 14.514,27	\$ 35.309,54	\$ 62.418,47	\$ 100.125,64
(-) 15% Utilidad a Trabajadores		362,16	-2.177,14	-5.296,43	-9.362,77	-15.018,85
Utilidad Neta		\$ -2.052,26	\$ 12.337,13	\$ 30.013,11	\$ 53.055,70	\$ 85.106,80
Depreciación de Construcción		2.850,00	2.850,00	2.850,00	2.850,00	2.850,00
Depreciación de equipos		298,08	298,08	298,08	298,08	298,08
Depreciación de Muebles y Enseres		442,26	442,26	442,26	442,26	442,26
Depreciación de Equipo de Computo		168,39	168,39	168,39	-	-
Amortización de Activo Diferido		841,50	841,50	841,50	841,50	841,50
Total de Flujo de Caja Operativo		\$ 2.547,97	\$16.937,36	\$34.613,34	\$57.487,54	\$ 89.538,64
Flujo de Caja Inversión						
Activo Fijo	-68.980,00					
Activo Diferido	-4.207,50					
Capital de Trabajo	-3.002,07					
Total Flujo de Caja Inversión	76.189,57					
Flujo de caja Financiamiento						
Aporte de capital personal	76.189,57					
Total Flujo de Caja Financiamiento	76.189,57					
FLUJO DE CAJA NETO	\$ -	\$ 2.547,97	\$16.937,36	\$34.613,34	\$57.487,54	\$ 89.538,64

Nota: La tabla muestra el flujo de caja proyectado para los 5 años de vida del proyecto

Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es una posición financiera en donde los ingresos y costos, tanto fijos como variables, se equilibran. Algunos autores también lo suelen denominar punto muerto o neutro, dicho esto se puede decir que es el punto en donde la empresa no experimenta ni pérdidas ni ganancias.

A continuación, se muestra el Punto de Equilibrio de los años *1, 3, 5* del hotel.

Punto de Equilibrio Año 1

Datos:

Tabla 63

Datos Punto de Equilibrio Año 1

DATOS	
<i>Detalle</i>	
Costo variable	10.092,40
Costo fijo	36.742,63
Ingresos totales	60.061,46

Nota: La tabla muestra los datos requeridos para el cálculo del punto de equilibrio del primer año.

Resultado:

Tabla 64

Resultados Punto de Equilibrio Año 1

DATOS	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
Costo Total	46.835,03
P.E Capacidad instalada	73,53%
P.E Ventas	44.163,65

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos para la aplicación de las fórmulas de punto de equilibrio correspondiente al primer año.

Desarrollo:

✓ **Costo total**

$$CT = CV + CF$$

$$CT = 10.092,40 + 36.742,63$$

$$CT = 46.835,03$$

✓ **Función en Ventas**

$$P.E = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$P.E = \frac{36.742,63}{1 - \frac{10.092,40}{60.061,46}}$$

$$P.E = \frac{36.742,63}{1 - 0,168034543}$$

$$P.E = \frac{36.742,63}{0,831965457}$$

$$P.E = 44.163,65$$

✓ **Capacidad Instalada**

$$P.E = \frac{CFT}{VT - CVT}$$

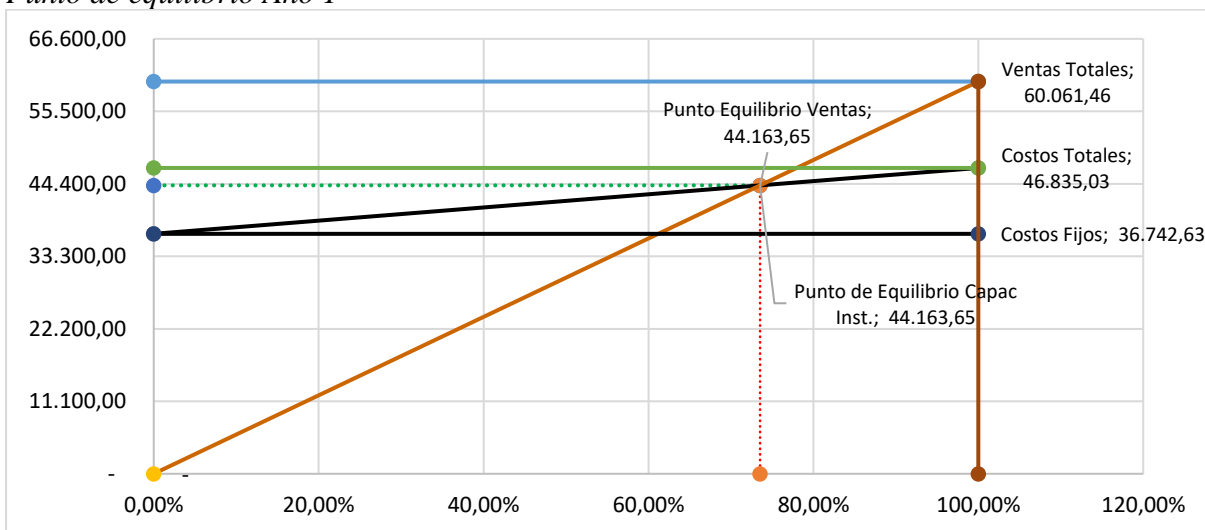
$$P.E = \frac{36.742,63}{60.061,46 - 10.092,40}$$

$$P.E = \frac{36.742,63}{49.969,06}$$

$$P.E = 73,53\%$$

Figura 26

Punto de equilibrio Año 1



Análisis: La identificación del punto de equilibrio, en donde los ingresos del hotel compensan los gastos, se logra cuando el establecimiento logra ventas de \$44.163,65, operando con una capacidad instalada del 73,33%. Es decir, el hotel iguala los costos con los ingresos, lo cual no se registra ni ganancia ni pérdida financiera.

Punto de Equilibrio Año 3

Datos:

Tabla 65

Datos Punto de Equilibrio Año 3

DATOS	
<i>Detalle</i>	
Costo variable	10.536,17
Costo fijo	38.079,61
Ingresos totales	98.681,65

Nota: La tabla muestra los datos requeridos para el cálculo del punto de equilibrio del tercer año.

Resultado:

Tabla 66

Resultados Punto de Equilibrio Año 3

DATOS	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
Costo Total	48.615,78
P.E Capacidad instalada	43,20%
P.E Ventas	42.631,32

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos para la aplicación de las fórmulas de punto de equilibrio correspondiente al tercer año.

Desarrollo:

✓ **Costo total**

$$CT = CV + CF$$

$$CT = 10.536,17 + 38.079,61$$

$$CT = 48.615,78$$

✓ **Función en Ventas**

$$P.E = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$P.E = \frac{38.079,61}{1 - \frac{10.536,17}{98.681,65}}$$

$$P.E = \frac{38.079,61}{1 - 0,106769266}$$

$$P.E = \frac{38.079,61}{0,893230734}$$

$$P.E = 42.631,32$$

✓ **Capacidad Instalada**

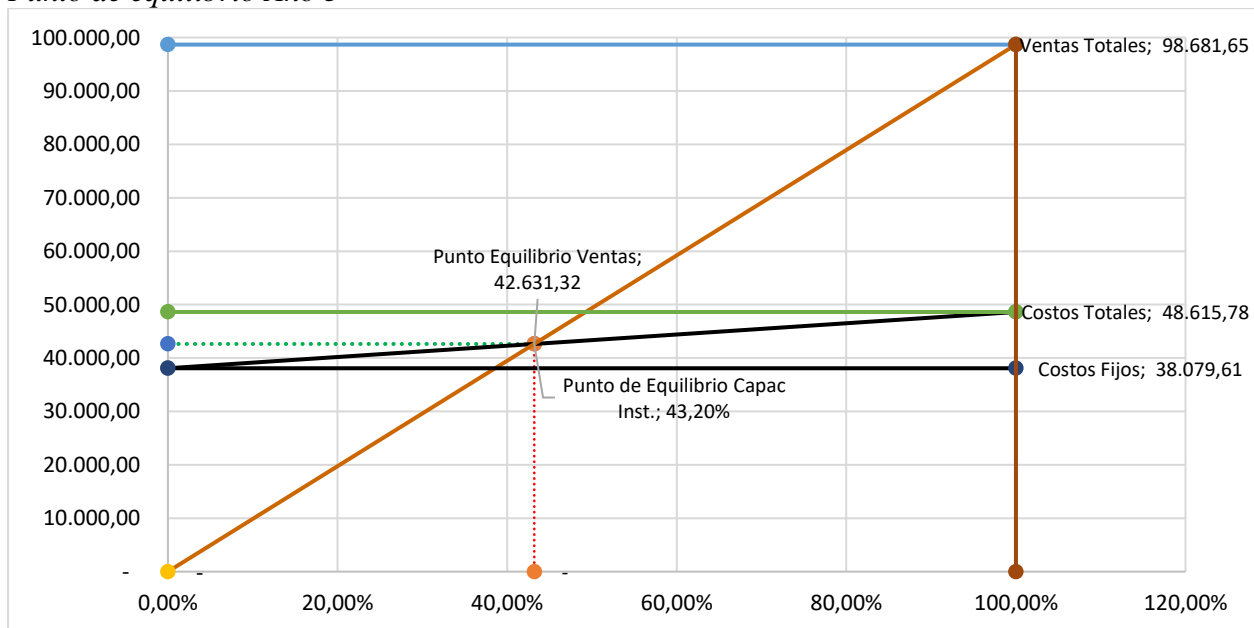
$$P.E = \frac{CFT}{VT - CVT}$$

$$P.E = \frac{38.079,61}{98.681,65 - 10.536,17}$$

$$P.E = \frac{38.079,61}{88.145,48}$$

$$P.E = 43,20\%$$

Figura 27
Punto de equilibrio Año 3



Análisis: La identificación del punto de equilibrio para el año 3 reflejada en la tabla N°.66, en donde los ingresos del hotel compensan los gastos, se logra cuando el establecimiento logra ventas de \$42.631,32 y se trabaja con una capacidad instalada del 43,20%. Es decir, el hotel iguala los costos con los ingresos, lo cual no se registra ni ganancia ni pérdida financiera.

Punto de Equilibrio Año 5

Datos:

Tabla 67

Datos Punto de Equilibrio Año 5

DATOS	
<i>Detalle</i>	
Costo variable	10.999,49
Costo fijo	39.304,09
Ingresos totales	162.135,05

Nota: La tabla muestra los datos requeridos para el cálculo del punto de equilibrio del quinto año.

Resultado:

Tabla 68

Resultados Punto de Equilibrio Año 5

DATOS	
<i>Detalle</i>	<i>Valor</i>
Costo Total	50.303,59
P.E Capacidad instalada	26,01%
P.E Ventas	42.164,60

Nota: La tabla muestra los resultados obtenidos para la aplicación de las fórmulas de punto de equilibrio correspondiente al quinto año.

Desarrollo:

✓ **Costo total**

$$CT = CV + CF$$

$$CT = 10.999,49 + 39.304,09$$

$$CT = 50.303,59$$

✓ **Función en Ventas**

$$P.E = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

$$P.E = \frac{39.304,09}{1 - \frac{10.999,49}{162.135,05}}$$

$$P.E = \frac{39.304,09}{1 - 0,067841555}$$

$$P.E = \frac{39.304,09}{0,932158445}$$

$$P.E = 42.164,60$$

✓ **Capacidad Instalada**

$$P.E = \frac{CFT}{VT - CVT}$$

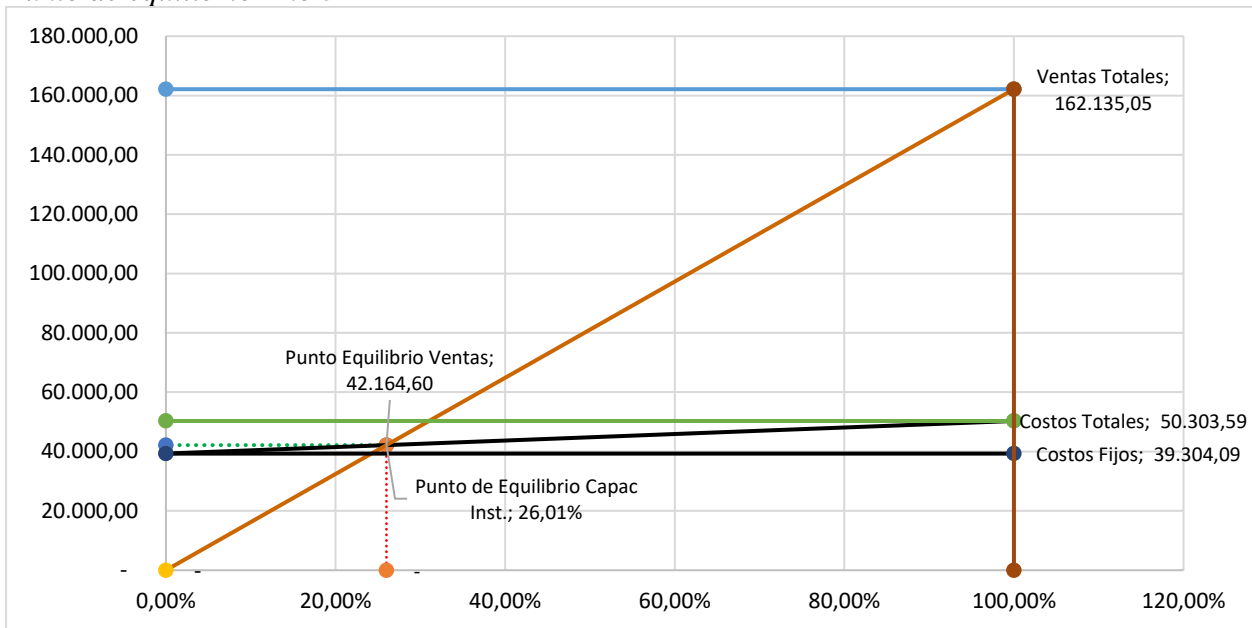
$$P.E = \frac{39.304,09}{162.135,05 - 10.999,49}$$

$$P.E = \frac{39.304,09}{151.135,56}$$

$$P.E = 26,01\%$$

Figura 28

Punto de equilibrio Año 5



Análisis: De acuerdo con la tabla N°.68 el punto de equilibrio para el año 5, en donde los ingresos del establecimiento compensan los gastos, se logra cuando el establecimiento logra ventas de \$42.164,60 y se trabaja con una capacidad instalada del 26,01%. Es decir, el hotel iguala los costos con los ingresos, lo cual no se registra ni ganancia ni pérdida financiera.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera posibilita la identificación de la capacidad de generación de beneficios de la inversión proyectada, con base a los resultados obtenidos mediante la evaluación financiera, se tomará la decisión de llevar o no a cabo la ejecución del proyecto, este proceso considera indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo

de Recuperación de la Inversión (PRC), relación Beneficio Costo (RBC), y la realización de una análisis de sensibilidad que incluye variaciones en los ingresos y aumento en los costos.

Costo Medio Ponderado de Capital (WACC)

El costo de oportunidad o también como WACC, posibilita la evaluación y comparación de diversas tasas proporcionadas por las oportunidades de inversión.

- ✓ Tasa pasiva referencial por plazo del Banco Central del Ecuador, 7,74%.
- ✓ Riesgo de inversión según el Banco Central del Ecuador (2024): 8,26%

Tabla 69

WACC

DATOS			
	Valor	Participación	Costo de Capital
CAPITAL PROPIO	76.189,57	100%	7,74%
TOTAL	76.189,57	100%	7,74%
	Riesgo de Inversión		8,26%
	Tasa de descuento		16,00%

Nota: La tabla muestra la tasa de interés de una simulación de inversión.

Valor Actual Neto (VAN)

Consiste en determinar el valor presente o actualizado de los flujos de costos e ingresos que se generen durante la duración completa del proyecto.

Tabla 70

Valor Actual Neto

Periodo	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Caja Actualizado
0	76.189,57	16%	
1	2.547,97	0,862069	2.196,53
2	16.937,36	0,743163	12.587,22
3	34.613,34	0,640658	22.175,30
4	57.487,54	0,552291	31.749,86

5	89.538,64	0,476113	42.630,51
Sumatoria de flujos actualizados			111.339,41
(=) Inversión			76.189,57
Valor Actual Neto			35.149,84

Nota: Elaborada por el autor con información obtenida de la tabla 62 y tabla 70.

Análisis: Al realizar el cálculo del Valor Actual Neto en el proyecto de inversión denominado “Raíces y Caña”, se reveló durante la fase operativa se logra una ganancia de \$35.149,84 con relación al total de la inversión de \$76.189,57. Basándonos en los resultados y de acuerdo con los estándares de evaluación del VAN este valor es positivo o mayor a cero demostrando que el proyecto es viable.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno cuantifica la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales, proporcionando información valiosa sobre el desempeño financiero esperado, permitiendo evaluar posibles ganancias o pérdidas asociadas con el establecimiento “Raíces y Caña”

- ✓ Si la TIR es mayor a la Tasa de Oportunidad, el proyecto se considera recomendable.
- ✓ Si la TIR es menor a la Tasa de Oportunidad, el proyecto no se considera recomendable.
- ✓ Si la TIR es igual a la Tasa de Oportunidad, el proyecto se considera neutro, ya que logra compensar el costo del capital invertido.

Tabla 71

Tasa Interna de Retorno

Periodo	Flujo Neto	Factor de Actualización	VAN Tasa Menor	Factor de Actualización	VAN Tasa Mayor
0	-76.189,57	28,00%	-76.189,57	29,00%	-76.189,57
1	2.547,97	0,7812500	1.990,60	0,775194	1.975,17
2	16.937,36	0,6103516	10.337,74	0,600925	10.178,09
3	34.613,34	0,4768372	16.504,92	0,465834	16.124,06
4	57.487,54	0,3725290	21.415,78	0,361111	20.759,40
5	89.538,64	0,2910383	26.059,17	0,279931	25.064,67
VANTTm =			118,65	VANTTM =	-2.088,18

Nota: Autoría propia

Fórmula:

$$\text{TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencias de tasas} \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right)$$

$$\text{TIR} = 28\% + 0,01 \left(\frac{118,65}{118,65 - (-2.088,18)} \right)$$

$$\text{TIR} = 28\% + 0,000538$$

$$\text{TIR} = 28,05\%$$

Análisis: La Tasa Interna de Retorno de 28,05% es mayor que el costo de oportunidad correspondiente al 16%, dando como resultado que el proyecto es aceptable.

Relación Beneficio Costo (RBC)

La evaluación de la relación entre los beneficios y costos desempeña un papel crucial al analizar el rendimiento derivado de cada dólar que invertimos, dicho esto, este análisis se fundamenta en la premisa de que dicha relación constituye una proyección de nuestras ganancias futuras.

Tabla 72*Relación Beneficio Costo*

Periodo	Ingresos originales	Egresos originales	Factor de actualización	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
0			16,00%		
1	60.061,46	58.717,15	0,862069	51.777,12	50.618,24
2	76.986,77	59.598,29	0,743163	57.213,72	44.291,25
3	98.681,65	60.497,90	0,640658	63.221,19	38.758,47
4	126.490,15	61.365,86	0,552291	69.859,37	33.891,81
5	162.135,05	62.303,59	0,476113	77.194,61	29.663,55
				319.266,01	197.223,31

Nota: La tabla muestra los ingresos y egresos actualizados para el cálculo RBC

Formula:

$$\text{RCB} = \frac{\sum \text{Ingresos actualizados}}{\sum \text{Egresos actualizados}}$$

$$\text{RBC} = \frac{319.266,01}{197.223,31}$$

$$\text{RBC} = 1,618804644$$

$$\text{RBC} = 1,62 \text{ centavos}$$

Análisis: Una vez realizado el cálculo de la Relación Beneficio Costo del proyecto, el resultado es de \$1,62, es decir, que por cada dólar invertido se tendrá \$0,62 centavos de rentabilidad, conforme a los criterios de evaluación el proyecto es rentable.

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Constituye una herramienta analítica crucial que refleja el periodo temporal necesario para que el proyecto recupere el capital invertido, de esta manera reembolsar tanto la inversión inicial como los gastos asociados con la financiación del proyecto.

Tabla 73

Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Periodo	Flujo Neto	Factor	Valor Actual	Flujo Acumulado
		16,00%		
0	76.189,57			
1	2.547,97	0,862069	2.196,53	2.196,53
2	16.937,36	0,743163	12.587,22	14.783,74
3	34.613,34	0,640658	22.175,30	36.959,04
4	57.487,54	0,552291	31.749,86	68.708,90
5	89.538,64	0,476113	42.630,51	111.339,41

Nota: La tabla muestra los ingresos proyectados para los 5 años de vida que tiene el proyecto.

Para calcular el indicador, se aplicó la siguiente fórmula:

$$\text{PRC} = \text{Año anterior a que se recupera la inv.} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{de los flujos de efectivo anterior}}{\text{Flujo neto de efectivo del año en que satisface la inversión}}$$

$$\text{PRC} = 4 + \frac{76.189,57 - 122.648,20}{111.339,41}$$

$$\text{PRC} = 4 + \frac{-46.458,63}{111.339,41}$$

$$\text{PRC} = 4 - 0,417270347$$

$$\text{PRC} = 3,58$$

Cálculo:

$$3,58 = 3 \text{ años}$$

$$0,58 * 12 = 7 \text{ meses}$$

$$0,92 * 30 = 28 \text{ días}$$

Análisis: El Periodo de Recuperación del Capital es de 3,58; según los resultados derivados del análisis, se concluye que el establecimiento “Raíces y Caña” será capaz de recuperar su inversión en el plazo de tres años, siete meses y veintiocho días.

Análisis de Sensibilidad

El propósito del análisis de sensibilidad radica en la mejora integra de la información que proporcione una herramienta suplementaria al inversionista que facilite la toma de decisiones respecto a la inversión en el proyecto.

Tabla 74*Análisis de sensibilidad con un incremento en los costos de 11,00%*

Periodo	Costo Original	Costo incrementado	Ingresos Original	Flujo Neto	Factor de Act.	Valor Actual	Factor de Act.	Valor Actual
		11,00%		-76.189,57	23,00%	-76.189,57	26,00%	-76.189,57
1	58.717,15	65.176,04	60.061,46	-5.114,58	0,813008	-4.158,20	0,793650794	-4.059,19
2	59.598,29	66.154,11	76.986,77	10.832,66	0,660982	7.160,20	0,629881582	6.823,30
3	60.497,90	67.152,67	98.681,65	31.528,98	0,537384	16.943,17	0,499906018	15.761,53
4	61.365,86	68.116,10	126.490,15	58.374,05	0,436897	25.503,48	0,396750808	23.159,95
5	62.303,59	69.156,98	162.135,05	92.978,07	0,355201	33.025,92	0,314881593	29.277,08
						2.285,00		-5.226,91

Nota: La tabla muestra los ingresos proyectados para los 5 años de vida que tiene el proyecto.

1. Nueva TIR

$$\text{Nueva TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencia de tasas} \frac{\text{VAN menor}}{\text{VAN menor} - \text{VAN mayor}}$$

$$\text{Nueva TIR} = 23,00 + 0,03 \frac{2.285,00}{2.285,00 - (-2.941,91)}$$

$$\text{Nueva TIR} = 23,01 + 0,78$$

$$\text{Nueva TIR} = 22,25$$

2. Diferencias de tasa

$$\text{DIF. TASAS} = \text{TIR Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{DIF. TASAS} = 28,05 - 22,25$$

$$\text{DIF. TASAS} = 5,80$$

3. Porcentaje de variación

$$\% \text{ DE VAR.} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}} * 100$$

$$\% \text{ DE VAR.} = \frac{5,80}{28,05} * 100$$

$$\% \text{ DE VAR.} = 20,67$$

4. Sensibilidad

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{20,67}{22,25}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = 0,93$$

Tabla 75*Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos de 9,00%*

Periodo	Costo Original	Ingreso Original	Disminución Ingresos	Flujo Neto	Factor de Act.	Valor Actual	Factor de Act.	Valor Actual
			9,00%	-76.189,57	21,00%	-76.189,57	22,00%	-76.189,57
1	58.717,15	60.061,46	54.656,93	-4.060,23	0,826446	-3.355,56	0,819672131	-3.328,05
2	59.598,29	76.986,77	70.058,96	10.460,67	0,683013	7.144,78	0,671862403	7.028,13
3	60.497,90	98.681,65	89.801,30	29.303,40	0,564474	16.541,00	0,550706887	16.137,58
4	61.365,86	126.490,15	115.107,04	53.741,18	0,466507	25.070,66	0,451399088	24.258,72
5	62.303,59	162.135,05	147.543,90	85.240,31	0,385543	32.863,83	0,369999252	31.538,85
						2.075,14		-554,34

Nota: La tabla muestra los ingresos proyectados para los 5 años de vida que tiene el proyecto.

3. Nueva TIR

$$\text{Nueva TIR} = \text{Tasa menor} + \text{diferencia de tasas} \frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}}$$

$$\text{Nueva TIR} = 21,00 + 0,01 \frac{2.075,14}{2.075,14 - (-554,34)}$$

$$\text{Nueva TIR} = 21,01 + 1,36$$

$$\text{Nueva TIR} = 22,37$$

4. Diferencias de tasa

$$\text{DIF. TASAS} = \text{TIR Proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{DIF. TASAS} = 28,05 - 22,37$$

$$\text{DIF. TASAS} = 5,68$$

5. Porcentaje de variación

$$\% \text{ DE VAR.} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR del proyecto}} * 100$$

$$\% \text{ DE VAR.} = \frac{5,68}{28,05} * 100$$

$$\% \text{ DE VAR.} = 20,23$$

6. Sensibilidad

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ de variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{20,23}{22,37}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = 0,90$$

7. Discusión

El propósito fundamental de esta investigación es la conceptualización y desarrollo de un establecimiento de servicios orientada al hospedaje, con la denominación de hotel, dirigido a turistas, de esta manera, la idea surge con la identificación de la carencia de este tipo de servicio en el sector, donde no se dispone de un establecimiento que atienda específicamente esta demanda de manera formal, por esta razón surge el interés de explorar nuevas oportunidades que resulten atractivas para la población de la parroquia El Ingenio, en este contexto, se consideran todos los procesos y análisis necesarios para establecer un nuevo negocio, a través de un proyecto de inversión bien estructurada. El estudio abarca una serie de estudios exhaustivos que incluyen el análisis de mercado, evaluación de la demanda y oferta, así mismo, estudio técnico, económico y evaluación financiera, es importante considerar que la falta de consideración de estos estudios económicos puede conllevar a dificultades y eventualmente al fracaso de la inversión. Así mismo, la ausencia de una comprensión clara del entorno puede dar como resultado una incertidumbre respecto a la rentabilidad esperada y las posibles pérdidas para los inversionistas, en consecuencia, es esencial desarrollar una planificación sólida y respaldada por evidencia técnica para garantizar el éxito del proyecto de inversión.

Seguidamente, se llevó a cabo un estudio de mercado con el propósito de determinar la demanda proyectada para el establecimiento, mediante la aplicación de encuestas a individuos residentes en la parroquia El Ingenio, por la cual se obtuvo una muestra representativa de 274 encuestas, los resultados revelaron un 100% de demanda potencial, una demanda real de 82,00%, una demanda efectiva de 95,00% y una demanda insatisfecha estimada de 12.056 clientes para el primer año de operación del proyecto, por consiguiente, se concluyó que existe viabilidad para su implementación, respaldada por el análisis de mercado realizado.

En cuanto al estudio técnico, se consideraron diversos factores para determinar la ubicación óptima del emprendimiento, tras evaluar estos criterios, se determinó que la macro localización adecuada sería en el cantón Espíndola, específicamente en la parroquia El Ingenio, mientras que la micro localización idónea sería en la Av. Amaluza, vía al estadio de la parroquia. Paralelamente, se desarrolló un marco legal para la empresa, que opera bajo la figura de persona natural no sujeta a contabilidad obligatoria, la denominación legal elegida es hotel

“Raíces y Caña” acompañada de un organigrama estructural y funcional diseñado para garantizar un desempeño eficiente del personal involucrado en la empresa.

Posteriormente, el análisis económico y los criterios de evaluación financiera exponen las inversiones fijas, diferidas y el capital de trabajo junto con sus respectivos presupuestos y proyecciones para los próximos 5 años de actividad del proyecto, en este sentido, se establece que la inversión inicial requerida para iniciar las operaciones del establecimiento asciende a \$76.189,57, de la cantidad el 100% será aportado como capital propio. Además, se proporciona información detallada sobre el Estado de Resultados y el Flujo de Caja, lo que permite evaluar la capacidad de empresa para cumplir sus obligaciones financieras.

Finalmente, la evaluación financiera se realiza considerando criterios técnicos específicos, de los cuales se destaca el Valor Actual Neto (VAN) de \$35.149,84, la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 28,05%, una Relación Beneficio/Costo (RBC) de 0,62 centavos por cada dólar invertido y el Periodo de Recuperación de Inversión (PRC) de 3 años, 7 meses y 28 días, conjuntamente se llevó a cabo un análisis de sensibilidad que demuestra que el proyecto puede soportar aumentos de costos hasta el 11,00% con una sensibilidad 0,93% y una disminuciones de ingresos hasta el 9,00% con una sensibilidad de 0,90%, por tanto, según los resultados obtenidos, se recomienda la implementación del proyecto.

8. Conclusiones

- ✓ El estudio de mercado revela una demanda notable que durante el primer año de operaciones se identifica un potencial de 23.064 clientes, asimismo, se determina que la demanda real asciende al 82,00%, mientras que la demanda efectiva alcanza el 95,00% representando aquellos individuos que efectivamente adquirirán los servicios ofrecidos por el hotel “Raíces y Caña”, por último se observa una demanda insatisfecha de 12.056 personas, cuya necesidad podrá ser insatisfecha con la implementación del proyecto.
- ✓ Se ha logrado determinar tanto la macro localización como la micro localización del establecimiento, se ha elegido ubicarla específicamente en la parroquia El Ingenio, en la Av. Amaluza, vía al estadio de la parroquia, esta elección se fundamenta en su conveniencia, siendo de fácil acceso para los potenciales clientes, además, se ha diseñado una estructura organizativa funcional que facilitara la ejecución adecuada y oportuna de las actividades por parte del personal contratado.
- ✓ En el análisis económico-financiero, se establece que el hotel “Raíces y Caña” una inversión inicial de \$76.189,57 para iniciar sus operaciones, esta inversión se financiará con el 100% de capital propio, la composición de esta inversión incluye \$68.980,00 en inversiones fijas, \$4,207.00 en activos diferidos y \$3.002,57 en capital de trabajo.
- ✓ El proyecto exhibe un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$35.149,84, también, se ha obtenido una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 28,05%, superando la tasa de oportunidad, mientras que la Relación Beneficio-Costo (RBC) se sitúa en 0,62 centavos por cada dolar invertido, posteriormente el Periodo de Recuperación de Capital (PRC) se estima en 3 años, 7 meses y 28 días. Además, el análisis de sensibilidad revela que el proyecto puede afrontar un aumento en los costos de 11,00% con un 0,93% de sensibilidad y una disminución de los ingresos de 9,00% con un 0,90% de sensibilidad, considerando estos indicadores, se concluye que el proyecto de inversión es rentable y cumple con los estándares establecidos.

9. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda llevar a cabo la ejecución del Proyecto de Inversión, los análisis han demostrado de manera incuestionable su viabilidad y potencial para generar beneficios significativos tanto para el inversionista como para la comunidad local, además, el proyecto contribuirá activamente a la creación de nuevas fuentes de empleo, lo que a su vez estimulará el crecimiento económico de la localidad.
- ✓ Implementar un sistema de seguimiento y control de los servicios de la empresa para evitar incrementos excesivos de costos, además, es importante cumplir con las condiciones establecidas por los organismos de control para de esta manera prevenir posibles multas o sanciones que puedan obstaculizar el avance del proyecto en cualquier etapa.
- ✓ Tener en cuenta los presupuestos y costos establecidos, dado que proporcionan una visión detallada de la inversión requerida, sin embargo, en una economía caracterizada por su volatilidad, es esencial considerar un margen de error que examine los cambios inflacionarios, así como las fluctuaciones en los precios claves para las operaciones de la empresa.
- ✓ Realizar un riguroso seguimiento de los costos e ingresos, garantizando la adhesión a los indicadores desarrollados en el proyecto, el mismo enfoque permitirá al inversionista evaluar la viabilidad del proyecto y estimar la rentabilidad potencial, el retorno de la inversión inicial, así como los beneficios generados.

10. Bibliografía

- Cabia López, D. (2020). Fuente de financiación. *economipedia* .
- Caridad de la Peña, D., Álvarez Garcia, B., y Vilabella Boedo, L. (2021). *LA INVERSIÓN EN RENTA FIJA. UNA CLARIFICACIÓN DEL RIESGO QUE SUPONE SU ADQUISICIÓN*. 3C Empresa.
- Castellanos Ccanto, H. (2018). *DEMANDA HISTORICA*. 3.
- Chávez Pérez, J., y Fol Olguín, R. (2021). *Prontuario Tributario Profesional*. Tax Editores.
- Diaz Viteri, J. E., Vela Reategui, S. J., y Rojas Viduarre, P. (2022). *Formulación y Evaluación de PROYECTOS DE INVERSIÓN*. <https://doi.org/https://doi.org/10.51252/4175>
- Equipo editorial, Etecé. (5 de Agosto de 2021). *Concepto* . Concepro: <https://concepto.de/demanda/>
- Estupiñan Gaitan, R. (2021, p.226). *CONTROL INTERNO Y FRAUDES*. Ecoe.
- EUROINNOVA. (19 de Agosto de 2023). *euroinnova.edu*. [euroinnova.edu: https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-el-estudio-tecnico-de-un-proyecto#:~:text=Un%20estudio%20t%C3%A9cnico%20permite%20proponer,de%20cada%20una%20de%20ellas](https://www.euroinnova.edu.es/blog/que-es-el-estudio-tecnico-de-un-proyecto#:~:text=Un%20estudio%20t%C3%A9cnico%20permite%20proponer,de%20cada%20una%20de%20ellas).
- Gamboa Suárez, R., y Jiménez Rodríguez, A. L. (2023). *CONTABILIDAD DE COSTOS*. Ecoe Ediciones S.A.S.
- Gerenci.com. (20 de 04 de 2023). Ingresos no operacionales. *Ingresos no operacionales*. <https://www.gerencie.com/ingresos-no-operacionales.html>
- Gerencie. (23 de 09 de 2022). Clasificación de los costos. *Gerencie.com*. <https://www.gerencie.com/clasificacion-de-los-costos.html>
- Gerencie. (2022). Clasificación del presupuesto. *Gerencie*.
- HLCSISTEMAS . (6 de Enero de 2020). *INGENIERIA Y CONSTRUCCIÓN*. *INGENIERIA Y CONSTRUCCIÓN*: <https://www.hlcsac.com/noticias/que-es-ingenieria-de-proyectos/>
- Icono, R. (2021). *ANÁLISIS FINANCIERO Y VALORACIÓN DE LA EMPRESA EN FUNCIONAMIENTO*. L.O.P.
- INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACIÓN PARA LA AGRICULTURA. (2018). *EL MERCADO Y LA COMERCIALIZACIÓN*.

- Llamas , J. (1 de Noviembre de 2020). *economipedia*. *economipedia*: <https://economipedia.com/definiciones/ingresos-operacionales.html>
- Llamas, J. (2020). Gastos. *economipedia*.
- Martins, J. (27 de junio de 2023). Cómo aplicar un estudio de viabilidad en la gestión de proyectos. *asana*. <https://asana.com/es/resources/feasibility-study>
- Méndez Lozano, R. (2020). *FORMULACIÓN Y EVALUACION DE PROYECTOS*. Ecoe ediciones.
- Moreno Monsalve, N. A., Sánchez Ayala, L. M., y Velosa Garcia, J. D. (2018). *Introducción a la Gerencia de Proyectos* . EAN. <https://doi.org/https://doi.org/10.21158/9789587564501>
- Ontiveros, E. (2021). TIPOS DE HOTELES Y CLASIFICACIÓN. *Academia.edu*, 42.
- Orellana Nirian , P. (2020). Proyecto de Inversión . *economipedia*.
- Pérez Sepulveda, S. (2018). *LA CONSOLIDACION DE LA TERCERIZACION A LA PROBLEMATICA DEFINICON DE EMPRESA CHILE*. Caderno CRH.
- Ratner, G. (2018). *Tecnicatura en Gestión Universitaria* . *Tecnicatura en Gestión Universitaria* : <https://feptgu.eco.catedras.unc.edu.ar/creditos/>
- Rus Arias, E. (2020). Punto de equilibrio. *economipedia*.
- Sánchez Galán , J., y Cool Morales , F. (2020). Presupuesto . *economipedia* .
- Sevilla Arias, A. (1 de Marzo de 2020). Tasa interna de retorno . *economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Urtecho Aguilar, A. (14 de Abril de 2019). *Tamaño del proyecto*. Tamaño del proyecto : <https://proyectoslean.wixsite.com/emprendimientolean/post/tama%C3%B1o-del-proyecto>
- Velayos Morales, V. (1 de Marzo de 2020). Valor actual neto. *economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Westreicher, G. (2020). Financiación o financiamiento. *economipedia*.

11. Anexos

Ilustración 1 *Diseño de encuesta*



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**ENTREVISTA A LOS OFERENTES DE LOS SECTORES ALEDAÑOS DE LA
PARROQUIA EL INGENIO**

1. ¿Qué servicios ofrece su establecimiento ofrece?
.....
2. ¿Cuál es la capacidad de personas con la que cuenta su establecimiento?
.....
3. ¿Cuáles son los días que labora su establecimiento?
.....
4. ¿Cuál es el gasto promedio de los clientes en su establecimiento?
.....
5. ¿Qué medios de publicidad utiliza?
.....
6. ¿Qué promociones ofrece a sus clientes?
.....
7. ¿Con que frecuencia ofrece promociones el establecimiento?
.....
8. ¿Cuánto personal tiene el establecimiento?
.....

Ilustración 2

Depreciaciones

Depreciación de activos fijos

Depreciación de Maquinaria y Equipo 10%

$$D = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$D = \frac{3.312,00 - 331,20}{10}$$

$$D = \frac{2.980,80}{10}$$

$$D = \mathbf{298,08} \text{ Depreciación anual}$$

Valor actual = 3.312,00

Valor residual = 10 % = 331,20

Años de vida útil = 10

Depreciación de activos fijos

Depreciación de Muebles y Enseres 10%

$$D = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$D = \frac{4.914,00 - 491,40}{10}$$

$$D = \frac{4.422,60}{10}$$

$$D = \mathbf{442,26} \text{ Depreciación anual}$$

Valor actual = 4.914,00

Valor residual = 10 % = 491,40

Años de vida útil = 10

Depreciación de activos fijos

Depreciación de Equipo de cómputo 33%

$$D = \frac{\text{Valor actual} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil}}$$

$$D = \frac{754 - 248,82}{10}$$

$$D = \frac{505,18}{10}$$

$$D = \mathbf{50,52} \text{ Depreciación anual}$$

Valor actual = 754,00

Valor residual = 10 % = 248,82

Años de vida útil = 10

Ilustración 3

Certificación de traducción a inglés

Loja, 2 de julio de 2024

Mgr.

Edgar M. Castillo C.

**MAGÍSTER EN PEDAGOGÍA PARA LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS
COMO LENGUA EXTRANJERA**

Certifica. -

Haber traducido de español a inglés el resumen del trabajo de integración curricular:

Estudio de factibilidad para la creación de un hotel en la parroquia el Ingenio del cantón

Espíndola, provincia de Loja. de la autoría del estudiante Juan Diego Belduma Calva, C.I.:

1150185641.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo el interesado hacer uso del presente documento cuando lo considere conveniente.



Forma digitalizada por
EDGAR MARIANO
CASTILLO CUESTA

Edgar M. Castillo C.
EFL TEACHER

Nro. Reg. Senescyt: 1031-07-785748