UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MED

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA HACIENDA LA CEIBA DEL CANTÓN ZAPOTILLO DE LA PROVINCIA DE LOJA"

Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniería Comercial.

AUTORA:

Viviana Elizabeth Suing Granda

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Com. Edison Espinosa

LOJA – ECUADOR

2010 - 2011

CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Edison Espinosa

DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo de Tesis, previo a la obtención del Título de INGENIERIA COMERCIAL, *sobre el tema:*"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN LA HACIENDA LA CEIBA DE EL CANTÓN ZAPOTILLO DE LA PROVINCIA DE LOJA" *realizado por la estudiante: Viviana Elizabeth Suing Granda, ha sido orientado, dirigido y revisado bajo mi dirección; por lo tanto autorizo su presentación, sustentación y defensa de grado.*

Ing. Com. Edison Espinosa

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Los razonamientos, pensamientos, análisis, interpretaciones, selección de datos, conclusiones, recomendaciones, resultados e información vertida en presente Trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Viviana Elizabeth Suing Granda

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios , a mi maestro espiritual Sai Baba por ser mis guías y mi luz en todo este camino , a mi Madre Gladys Granda por haberme dado la vida y todo su amor; a mi Abuelita Luz Angélica Herrera por todas sus enseñanzas , consejos y cariño siempre incondicional ; a mi Tía Marieta Granda; mis hermanos y primos por todo su amor, comprensión, y apoyo incondicional,, a mi amor del alma por haber sido aquella persona que me impulso e incentivo cada día para la culminación de mi tesis;, a todas aquellas personas que de alguna manera me han ayudado a surgir y lograr grandes metas en la vida, como loes el presente título.

Viviana Elizabeth Suing Granda

AGRADECIMIENTO

Al concluir la elaboración del presente trabajo investigativo, quiero expresar mi eterna gratitud primeramente a Dios, que siempre me ilumina y guía.

Así mismo, mi inmenso agradecimiento a mi familia, que han sabido comprender y apoyar a mi formación profesional para que luego pueda servir a la sociedad.

Extiendo mi más sincero agradecimiento a todas las autoridades y personal docente, de la Carrera de Administración de Empresas del Área Social Jurídica y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, por haberme abierto sus puertas para que pueda cultivar mis conocimientos y por haberme brindado la oportunidad de obtener una profesión.

De igual manera agradecer a todas las personas que me dieron apoyo durante este trayecto, a la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica Social y Administrativa, Carrera de Administración de Empresas, a sus docentes quienes con su calidad humana y sabiduría académica han compartido sus conocimientos dándome la oportunidad de obtener un título profesional.

Un agradecimiento especial al Ing. Com. Edison Espinosa, por el apoyo que me ha dado en el desarrollo de la tesis.

Con inmensa y eterna gratitud.

La Autor

a) RESUMEN

RESUMEN EN ESPAÑOL E INGLES

RESUMEN

Esta investigación se centró en un estudio analítico y descriptivo referente al proyecto de factibilidad para la creación de una Hostería en la Hacienda la Ceiba del Cantón Zapotillo en la, Provincia de Loja, con el propósito de contribuir tanto al desarrollo empresarial como de Zapotillo y sus atractivos naturales que son dignos de ser parte del turismo del Ecuador.

Para comprobar la factibilidad del presente proyecto se realiza el estudio de mercado utilizando la investigación de campo, técnicas de investigación científica como: bibliográficas, de observación, encuestas y entrevistas, las mismas que permitieron obtener información fehaciente relacionada con la demanda insatisfecha que es de 105.258 y una oferta de 7.260.

Mediante el estudio técnico se determina el tamaño y la localización de la empresa, la misma que se ubicará en el sector La Ceiba del Cantón Zapotillo. Además se realiza la ingeniería del proyecto donde se determina la distribución de la planta, características del servicio, proceso del servicio, flujograma de procesos, materiales, equipos, mano de obra y otros implementos necesarios para que la Hostería funcione con normalidad.

En el estudio financiero se establece la inversión del proyecto que es de 69.794,72 dólares para su iniciación. Para financiar el 42.98% del proyecto existe un crédito al Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente; luego se determinan la estructura de los costos, el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja para los cinco años de vida útil del proyecto.

Con la finalidad de conocer la factibilidad del proyecto se realiza la evaluación financiera en la cual se calcula el Valor Actual Neto (VAN), que

asciende a $157.374,04; la Tasa Interna de Retorno (TIR), es de 89.14% mayor a la tasa de oportunidad; la Relación Beneficio Costo (RB/C), es de $1.84; el Periodo de Recuperación de Capital (PR/C) se logra en 1 año, 3 meses y 21 días; y en el análisis de sensibilidad, se reitera que el proyecto permite un incremento de hasta el 49% en los costos y una disminución del 26% en los Ingresos.

En la organización jurídica y administrativa se realizó aplicando los principios jurídicos de la ley de compañías; también se efectúo la razón social de la empresa que es “Hostería Hacienda La Ceiba” Cía. Ltda. y se elabora el manual de funciones para cada uno de los puestos de trabajo existentes en la empresa.

Finalmente tenemos las conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos en cada paso de la elaboración de la presente propuesta.

ABSTRAC

This research focused on analytical and descriptive study concerning the feasibility project for the establishment of an inn in the Ceiba´s farm of Zapotillo´s Canton of Province of Loja, in order to foster both the development of entrepreneurship such of Zapotillo and its natural attractions that are worthy of being part of tourism in Ecuador.

To verify the feasibility of this project is done the market study using field research, scientific investigation techniques such as bibliographic, observation, surveys and interviews, which allowed obtaining reliable information regarding the unmet demand which is of 204,237 and a supply of 6,000.

Through the technical study determines the size and location of the company, the same to will be located in the Ceiba´s sector of Zapotillo´s Canton. Also performed the engineering of the project which determines the distribution of the plant, characteristics of service, process of service, flow chart of processes, materials, equipment, manpower and other equipment necessary for that the inn will function normally.

In the financial study provides the investment of project that is $ 69,794.72 for his initiation. To finance the 42.98% of project there is a credit to the Savings and Credit Cooperative “Padre Julian Lorente”, then determining the cost structure, the profit and loss statement and cash flow for the five years of useful life of the project.

In order to ascertain the feasibility of the project is performed financial evaluation in which to calculate the Current Net Value (VAN), amounting to $ 157,374.04. The Internal Rate of Return (TIR) is 89.14% higher than the opportunity rate. The ratio of Benefit Cost (RB / C), is $ 1.84. The Capital Recovery Period (RP / C) is achieved at 1 year, 3 months and 21 days and in the sensitivity analysis, we reiterate that the project allows an increase of up to 49% in costs and a 26% decline in revenue.

The legal and administrative organization was conducted using the legal principles of the law of companies, also is made the name of the company that is "Hosteria Hacienda La Ceiba’s" Cia. Ltd. and is elaborate to the manual of functions for each of the existing jobs in the company.

Finally we have the conclusions and recommendations according to the results obtained in each step of the preparation of this present proposal.

b) INTRODUCCIÓN

Zapotillo es un cantón de la provincia de Loja que tiene una altitud de 325 m.s.n.m.; su temperatura promedio es de 26*C, su superficie es de 1.238 km2 cuadrados, se encuentra ubicada al Sur-occidente de la provincia de Loja. Su población actual es la de 11.718 hab.

Ante los maravillosos atractivos naturales que posee el cantón zapotillo podemos indicar que su variedad de cascadas y su rio con el mismo nombre; así como su clima subtropical seco y la variedad de platos típicos son los que en medio del entorno natural que posee nos han indicado que es indispensable la existencia de una Hostería de calidad en este sector por lo que se ha creído importante elaborar un proyecto.

El Cantón Zapotillo cuenta solamente con una Hostería de mediana calidad que no satisfacen las necesidades de los turistas y además los servicios como: hospedaje, alimentación, bar-cafetería, transporte, parqueadero, restaurante, piscina, sauna, turco e hidromasaje e internet.

Para la presentación de este trabajo de investigación, se toma en cuenta la Legislación Universitaria y las Normas Generales para la Graduación en la Universidad Nacional de Loja, por lo tanto la presente Tesis de Ingeniería Comercial contiene lo siguiente:

El estudio del mercado turístico, se realizo a través de la aplicación de las encuestas dirigidas evidentemente a los diferentes segmentos de la demanda por ejemplo a los habitantes de la provincia de Loja, dividiendo el total de tamaño de la muestra por el numero de cantones existentes y los resultados obtenidos permitió establecer la demanda y oferta para luego presentar la propuesta de una estrategia comercial, detallando servicio, precio, plaza y promoción.

En base al estudio de mercado se realizo el Estudio Técnico en el que se determinó el tamaño de la planta, la localización y la ingeniería del proyecto,

en el cual se especifico el componente tecnológico, infraestructura física, y el proceso del servicio.

El Estudio Financiero se efectuó con la finalidad de conocer la inversión requerida para la implantación de la Hostería y su fuente de financiamiento, los presupuestos de costos e ingresos y los estados proforma para la vida útil del proyecto. Con la Evaluación Financiera se pudo establecer la conveniencia económica del proyecto y su ejecución.

En el estudio financiero se establece la inversión del proyecto que es de 69.794,72 dólares para su iniciación. Para financiar el 42.98% del proyecto existe un crédito al Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente; luego se determinan la estructura de los costos, el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja para los cinco años de vida útil del proyecto.

Con la finalidad de conocer la factibilidad del proyecto se realiza la evaluación financiera en la cual se calcula el Valor Actual Neto (VAN), que asciende a $157.374,04; la Tasa Interna de Retorno (TIR), es de 89.14% mayor a la tasa de oportunidad; la Relación Beneficio Costo (RB/C), es de $1.84; el Periodo de Recuperación de Capital (PR/C) se logra en 1 año, 3 meses y 21 días; y en el análisis de sensibilidad, se reitera que el proyecto permite un incremento de hasta el 49% en los costos y una disminución del 26% en los Ingresos.

En el Estudio Organizacional se propone la respectiva organización legal, se define la estructura organizativa empresarial y manual de funciones, que servirán de base para un normal desenvolvimiento de las funciones en la Hostería.

Después de realizar los estudios necesarios para la elaboración del proyecto emito las conclusiones y recomendaciones sobre el estudio de factibilidad en cuanto a la Hostería “HACIENDA LA CEIBA

Con la creación de esta empresa se pretende incorporar la actividad turística, en el Cantón Zapotillo, como una de las alternativas para el desarrollo sustentable de este importante sector.

c) REVISIÓN DE LITERATURA

1. REVISIÓN DE LITERATURA

1.1. ASPECTOS REFERENCIALES AL TEMA

1.1.01 EL TURISMO

Es una actividad multisectorial que requiere la concurrencia de diversas áreas productivas, agricultura, construcción, fabricación y de los sectores públicos y privados para proporcionar los bienes y los servicios utilizados por los turistas. No tiene límites determinados con claridad ni un producto tangible, sino que es la producción de servicios que varía dependiendo de los países; por ejemplo, los atractivos naturales, el entretenimiento (teatro, cine, conciertos, museos y monumentos), una actividad turística son las compras las que generan entradas importantes para el sector del turismo.

Los atractivos naturales e históricos con que cuentan muchas regiones, han dado lugar al surgimiento de la Industria Turística, la misma que a partir de las décadas de los 80 ha tenido un gran impulso, constituyéndose hoy por hoy en una de las fuentes de ingresos de mayor importancia para los países en vías de desarrollo a ello ha contribuido el avance de la tecnología en la información y las telecomunicaciones otro componente es el recurso humano que con una capacitación adecuada hace frente a la demanda exigente del turismo.

1.1.02 CLASES DE TURISMO

Sobre este tema existen varios criterios al momento de clasificar al turismo, porque los destinos objeto de estudio presentan realidades muy distintas ya que los planteamientos metodológicos seguidos por los investigadores, no coinciden. De acuerdo con la intención que tenga el turista, o que se persiga al practicar el turismo, este puede clasificarse de miles de maneras.

Cualquiera que sean las causas turísticas por la que la persona se desplace va sugiriendo la clasificación del mismo.[1]
Por ejemplo:

- Turismo de descanso y esparcimiento.
- Turismo de negocios.
- Turismo cultural y científico.
- Turismo de museos
- Turismo estudiantil.
- Turismo de salud.
- Turismo interno.
- Ecoturismo.
- Turismo rural.
- Turismo natural.
- Turismo de aventura.

1.1.03 TIPOS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Se refiere a cualquier producto puesto a disposición del mercado, que es adquirido y consumido por un turista, teniendo en cuenta que la compra puede ser realizada a través de una empresa intermediaria, o directamente por el turista en la empresa productora, antes de la modalidad del autoconsumo, diferenciado generalmente dos grandes grupos de productos y servicios turísticos:

Generales

Forman parte del viaje de la mayor parte de las personas, independientemente de su motivo o destino turístico. Se diferencian 6 tipos:

- 1 ENCICLOPEDIA Microsoft Encarta; "DICCIONARIO."; Microsoft Corporation 2001.

- Intermediación y programación de viajes.
- Servicios de alojamiento.
- Servicios y productos de alimentación.
- Servicio de transporte.
- Servicio de animación.
- Los seguros.

Especiales

Adquieren los turistas para la realización de las actividades que son particulares a cada uno de ellos. Estos productos y servicios están relacionados con las motivaciones de los turistas, y son correspondientes con los tipos de viaje y con los atractivos de la zona de destino, sucediendo que en ocasiones carecen de coste económico. Se puede diferenciar 6 tipos de productos especializados:

- Productos naturales.
- Productos culturales.
- Productos de diversión o recreativo.
- Productos deportivos.
- Productos profesionales.
- Productos o artículos de manufacturas diversos.

1.1.04 EL TURISTA

Cuando los países utilicen esas nuevas definiciones aumentará la calidad y fiabilidad actual de las estadísticas turísticas, que no son fáciles de analizar debido a las inconsistencias en las definiciones y clasificaciones utilizadas. Teniendo en cuenta esas limitaciones, el turismo sigue siendo reconocido como una actividad de importancia económica global.

Todos los tipos de viajeros que hacen turismo son descritos como visitantes, un término que constituye el concepto básico de todo el sistema de estadísticas turísticas; el término “visitante” puede ser subdividido en visitantes de un día o excursionistas y en turistas, de la forma siguiente: los visitantes son quienes viajan a un país distinto de su país de residencia habitual, fuera de su medio ambiental usual, durante un periodo que no exceda los 12 meses y cuyo propósito principal de visita es cualquiera que no sea el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado, los visitantes de un día o excursionistas son aquellos que no pasan la noche en un alojamiento público o privado en el país visitado y los turistas son visitantes que permanecen una noche como mínimo en el país visitado.

1.1.05 TURISMO EN EL ECUADOR

Ecuador: un país estratégico para el turismo

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del Planeta. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado.

Asimismo, posee una amplia gama de culturas. En sus tres regiones continentales conviven 13 nacionalidades indígenas, que tienen su propia cosmovisión del mundo.

Anteriormente estas actividades no se las conocía como turismo, posteriormente mediante decreto número 228 del 23 de diciembre de 1930, por primera vez se dicta una Ley de Fomento Turístico en la cual se establece que las empresas de transporte trasladen a los turistas especialmente a las empresas de transporte aéreo y marítimo.

Posteriormente en 1936 se perfecciona la anterior ley mediante el decreto número 121, realizando una serie de codificaciones en el presupuesto del Estado asignando doscientos mil sucres cuya cantidad serviría para la creación de la promoción turística nacional, lo que serán distribuidos en el exterior. Para esto se crea la Oficina de Información Turística adscrita al Ministerio de Relaciones Exteriores; en esta Ley se decreta las rebajas de fletes, pasajes en los ferrocarriles del Estado, para facilitar y fomentar el turismo social y disponiendo este servicio para las personas que realicen giras dentro del país.[2]

En 1938, se ejecuta otra Ley de Fomento Turístico mediante decreto 130, la misma que no tuvo cambios como las anteriores. El desarrollo de esta Ley radica en la creación de la Dirección Nacional de Turismo, con la obligación de formar y organizar la actividad turística y proteger los recursos naturales, pero en el año 1964 se dicta otra Ley de Fomento Turístico más desarrollada, mediante decreto numero 1352 nace la Corporación Ecuatoriana de Turismo, CETUR, la cual se encargara de promover, legislar y regular las actividades turísticas, finalmente el 18 de abril de 1974 se concluye la Ley de Fomento Turístico, pero, mediante decreto 367 se organiza y se crea la Dirección Nacional de Turismo la que ayudo a establecer, planificar, organizar, fomentar y desarrollar la actividad turística en el Ecuador y cada uno de sus rincones con la ayuda de los Ministerios de Turismo ubicados en las distintas ciudades del país".

El turismo es un recurso con poca explotación y el país todavía no ha logrado alcanzar la meta del millón de visitantes al año que fue impuesta hace años. Según los expertos, falta apoyo estatal e intensas campañas de difusión que permitan dar a conocer al mundo las bellezas que hay en las cuatro regiones.

[2] Catálogo "El Turismo en el Ecuador, Casa de la Cultura Ecuatoriana, 1986

1.1.07 TURISMO EN LA PROVINCIA DE LOJA

En la provincia de Loja se explota el turismo en un mínimo porcentaje debido a la falta de iniciativa, inversión entre otros, en esta provincia los atractivos turísticos comprenden, áreas naturales además de una diversidad étnica y cultural, los mismos que adecuándolos y dándolos a conocer atraerían a turistas y por consiguiente se generarán ingresos económicos para la provincia.

Las características geológicas de la región han dado origen a una flora y fauna muy variada, además de sus distintos atractivos turísticos propios de cada uno de sus 16 cantones incluida su capital de provincia las cuales convierten a la Provincia de Loja en un lugar encantador para hacer turismo.

Tanto en la Provincia Loja como en sus Cantones el turismo es una muy buena alternativa para el desarrollo socioeconómico ya que cuentan riquezas naturales como: bosques petrificados, ríos de gran caudal, reservas ecológicas y naturales, cerros y elevaciones, cascadas, lagunas, petroglifos, su Basílica de la Virgen del Cisne tan reconocida a nivel Nacional e Internacional que deben sin lugar a duda ser aprovechadas.

1.1.08 DESCRIPCIÓN DEL MEDIO

Zapotillo, es un cantón en la provincia de Loja.

ASPECTOS BIOFÍSICOS

CLIMA: subtropical seco.

TEMPERATURA: $26^{o}C$

MEDIOS DE TRANSPORTE:
- Coop. de Transportes Unión Cariamanga
- Coop. de Transportes Loja
- Servicio de camionetas.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

HOTELES: El cantón Zapotillo cuenta con hoteles con muy buena infraestructura y servicio como son:

- Hotel Los Charanes
- Hotel Las Palmeras
- Hotel Sol de Plata.
- Hostal los Ángeles
- Hostal Verdes Tamarindos

1.1.09 ETNOGRAFÍA

La Provincia de Loja está poblada en su mayoría por colonos, los mismos que han emigrado de otras ciudades y provincias del país;.

La principal actividad económica en la provincia de Loja es la agricultura, ganadería, comercio tanto formal como informal y la mitad de la población que han tenido una preparación académica laboran en instituciones públicas y privadas.

1.1.10 PRINCIPALES ATRACCIONES TURÍSTICAS

Zapotillo es un pueblo ancestral turístico por excelencia, de hombres y mujeres luchadoras que trabajan día tras día y de una forma esmerada por el progreso del pueblo. Su clima es muy agradable lo que motiva a turistas efectuar recorridos por cada sector de la zona y no perderse ningún detalle.

Es un lugar de leyendas y tradiciones contadas de generación en generación;

algunas costumbres aún se practican. Zapotillo cuyo nombre se debe a la cantidad de árboles de zapote encontrados y a la colonización de un español, ha sufrido marcados sucesos que más de una vez han obligado a nativos dejar el valle encantado, como la terrible sequía azotada en el año 1885 y 1996, los conflictos limítrofes del Ecuador con su vecino país Perú y, el fenómeno de El Niño.

Pese a ello, este lugar de la frontera conserva la calma y presenta un paisaje rodeado de esbeltas palmeras, tamarindos, algarrobos y parajes naturales. Tiene al Catamayo- Chira que le da frescura al sitio y sobre todo encuentras a su gente siempre tan hospitalaria y sincera; amante de su Zapotillo hermoso, como lo escribiera en una bella canción el Padre Franco Aguirre uno de los principales gestores de la cantonización en el período del Ab. Jaime Roldós Aguilera, ex presidente Ecuatoriano. Hoy los párrafos del tan recordado Aguirre son como un himno para los zapotillanos, quienes los cantan en fiestas sobre todo cívicas.

Zapotillo se ubica a 240 km aproximadamente de la ciudad de Loja, limita al norte sur y Oeste con el Perú y este con los cantones: Macará, Célica, Pindal y Puyango. Su clima es subtropical oscila entre 25 y 30ºC

Su principal fuente de ingreso para los zapotillanos es la que obtienen mediante la producción pecuaria que incluye ganado caprino, vacuno y de carga, en menor cantidad está la agricultura. El proyecto de riego Zapotillo en ejecución aspira convertir varias hectáreas en productivas y generar empleo a los campesinos. A nivel de infraestructura el cantón posee vías carrozables en buen estado y servicios hoteleros, de transporte, salud, comerciales, financieros etc., de forma suficiente para cubrir con la demanda de turistas hasta los más exigentes.

Si hablamos de comida lo típico que encuentras en Zapotillo, es el famoso chivo al

hueco o seco de chivo, platos tan deliciosos y solicitados cuando alguien llega a este lugar de la frontera Ecuatoriana, al plato se lo acompaña con arroz, camote, yuca y ensalada.

Zapotillo es una tierra muy culta, con tradiciones muy enraizadas en la gente; el acervo cultural se manifiesta a través del idioma, la historia y arte en sus múltiples aspectos. En las festividades es común presenciar la exhibición de periódicos murales detallando acontecimientos de gran valor en la historia de este valle hermoso.

Zapotillo es uno de los lugares donde se admira a sus habitantes por la facilidad lingüística de arreglar coplas que llegan a los oídos en forma sencilla expresando el verso con cortesía. En cada barrio por lo menos existe un compositor arreglando versos para cada motivo.

Las lidias de gallos constituyen también otra de las actividades que a los zapotillanos les encanta, los aficionados se reúnen en gran cantidad para presenciar la pelea de las aves, y claro nunca faltan las apuestas.

Este rincón de la frontera ecuatoriana fue elevado a la categoría de cantón el 27 de Agosto de 1980. En la actualidad está compuesto por cinco parroquias, una urbana y cuatro rurales que son: Zapotillo la urbana, Limones, Garza real, Paletillas y Cazaderos las rurales.

Cuenta con un potencial turístico digno de explotar y de una gastronomía extraordinaria muy requerida por propios y extraños; los platos típicos de la zona son preparados por damas zapotillanas quienes se desenvuelven bastante bien en el arte culinario.

Si tu deseo es caminar un poco por la ciudad, lo puedes hacer. Las calles están debidamente adoquinadas unas y otras asfaltadas, si prefieres en cambio hacerlo en un medio de transporte hay uno que te lleva a tu destino y cómodos precios.

Zapotillo es un cantón muy progresista. A nivel de turismo ofrece una diversidad de sitios que te encantarán. Hay algunos balnearios, sitios naturales y el mismo río Catamayo- Chira que siempre permanece caudaloso y manso para invitarte a hacer

uso de sus playas. La protección del bosque seco la Ceiba ha sido una tarea de ONGs y claro gracias al apoyo de todos con el tiempo se convertirá en un gran potencial muy visitado.

Puedes recorrer los alrededores; las parroquias y pueblos rurales cada uno tiene su encanto y particularidad.

1.2. MARCO CONCEPTUAL

1.2.1. PROYECTOS DE INVERSIÓN

“Es un conjunto de informaciones que permiten tomar decisiones para la asignación de Recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor que la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), el Costo de Oportunidad de la Inversión (CO), o el Costo del Capital (CK)”. (MPM)”.

El proyecto debe ser delimitado en cuatro aspectos:

1. Los objetivos, que enmarcan y definen el conjunto de actividades que van a efectuarse; cuando se presenta más de un conjunto de actividades se convierten en alternativas que deben ser evaluadas y comparadas para seleccionar lo mejor.

2. Ubicación en el espacio, se debe especificar su ubicación MICRO y MACRO y el mercado o región que afectará, cuando se proponen dos o más lugares para la realización de actividades, debe considerarse a cada una como alternativa y evaluarse aisladamente.

3. Ubicación en el tiempo, debe indicarse claramente su movimiento inicial y final, se considera el ciclo de vida u horizonte del proyecto.

4. Los grupos beneficiarios afectados, debe indicarse claramente el rol de los diferentes grupos involucrados; quien cubrirá los costos, quienes enfrentarán las externalidades o efectos resultantes del nuevo proyecto.

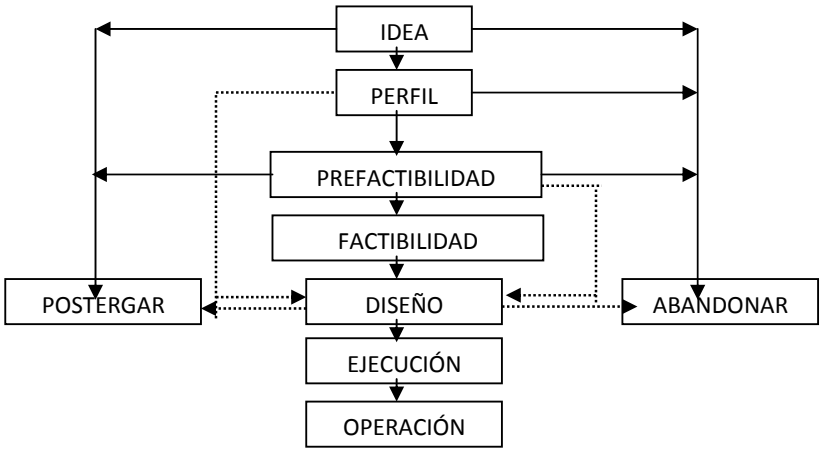
1.2.1.01 ¿QUÉ ES UN PROYECTO?

Es primordial conocer lo que es un proyecto, debido a que se producen sesgos profesionales, debido a que la labor que se puede desempeñar nos puede llevar a tener distinto puntos de vista en lo relacionado como por ejemplo a la aversión al riesgo o si se es proclive al riesgo, por lo que es importante reconocer dichos sesgos y conjugarlos en aras de conseguir un "equipo" de trabajo que logre mayores éxitos en la ejecución de proyectos de Inversión.

Razones porque falla un Proyecto:

1) Una mala Estimación de la Demanda. Usar Econometría.
2) Una incorrecta estimación del Capital de Trabajo del Proyecto.
3) Una incorrecta forma de satisfacer las necesidades de las personas, mala estimación de las necesidades que satisface el proyecto.

PROCESO INTELIGENTE PARA TOMAR LA DECISIÓN DE INVERTIR



1.2.2 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

En esta fase se realiza un análisis detallado de aquella alternativa seleccionada como la mejor en la etapa anterior. Se requiere una cuantificación más clara de los beneficios y costos que involucra ejecutarla. A la evaluación de la alternativa seleccionada debe adicionarse los aspectos relacionados con la obra física, tamaño localización y oportunidad de ejecución de la inversión, debe considerarse también las actividades que afectan la eficiencia de la ejecución del proyecto, como los cronogramas de desembolso, implementación y operación del proyecto.

El estudio de factibilidad es un trabajo inteligente en el que concurren talentos diferentes especializados en las más diversas áreas según su magnitud y complejidad, lo que supone altos costos y tiempo suficiente para su realización, por lo tanto, solo una de sus alternativas seleccionadas en el nivel anterior se somete a estudio de factibilidad.

1.2.3. EMPRESAS

La empresa es una unidad económica que produce bienes y servicios. Además de ser una célula económica, es una célula social. Está formada por hombres y para hombres, esta insertada en la sociedad a la que sirve y no puede permanecer ajena de ella. La sociedad le proporciona la paz y el orden garantizados por la ley y el poder público; la fuerza de trabajo y el mercado de consumidores; la educación de sus obreros, técnicos y directivos; los medios de comunicación y a la llamada infraestructura económica. La empresa recibe mucho de la sociedad y existe entre ambas una interdependencia inevitable. Por eso no puede decirse que las finalidades económicas de la empresa estén por encima de sus finalidades sociales. Ambas están también indisolublemente ligadas entre sí y se debe tratar de alcanzar unas, sin detrimento o aplazamiento de otras.

1.2.3.01 CLASES DE EMPRESAS

Las empresas se clasifican según:

La actividad que realizan: Industriales
Comerciales
Servicios

Por su magnitud o tamaño: Grandes
Medianas
Pequeñas

Por su origen de capital: Públicas
Privadas
Mixtas

1.2.3.02 FUNCIONES

En toda empresa pueden reunir tres grandes funciones que determinan su actividad, eficacia y su papel social.

En la función económica la empresa es el instrumento económico de la sociedad industrial, los factores importantes de la empresa son la determinación de los costes y lucros. Conocer todo lo que aportan los que la integran y las ganancias que se obtienen de la actividad empresarial.

En la función de dirección comprende el análisis de la cual debe ser su función, su organización, sus calificaciones, la formación de su personal y la preparación de sus sucesores.

En la función social para que ésta funcione todos deben tener una idea clara de su papel que desempeñan en la misma, será productiva y eficiente; la empresa necesita de la iniciativas, capacidades y de la cooperación de todos los que la integran. Los recursos humanos y su organización representan su activo más importante y eficiente.

1.2.3.03 LOS 10 PRIMEROS PASOS PARA HACER UNA EMPRESA

1. DEFINIR EL PRODUCTO
2. ELEGIR A SU CLIENTE
3. ESTABLECER LA UBICACIÓN
4. LA FORMALIZACIÓN
5. EQUIPOS Y MOBILIARIO
6. UBICAR A LOS PROVEEDORES
7. CONTRATAR PERSONAL
8. CAPACITACION DEL PERSONAL

9. LANZAMIENTO Y PROMOCIÓN
10. AJUSTES

1.2.3.04 PRESUPUESTOS

El presupuesto es la programación programada de manera sistemática de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo dado.

Según Jean Meyer el presupuesto es un conjunto coordinado de previsiones que permiten conocer con anticipación algunos resultados considerados básicos para el Jefe de le Empresa.

1.2.4. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un aspecto clave para el proyecto de inversión, ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por la comunidad. Por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto. El estudio obliga por tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: cuánto, a quién, cómo y dónde se venderá el producto o servicio.

“Puede considerarse como un estudio de oferta, demanda, calidad, mercado y precios, tanto de los productos como de los insumos de un proyecto”[3]

Esqueleto para un estudio de mercado:

[3] http://www.estudiomercado/mercado.shtml

1.2.4.01 EL PRODUCTO

En esta parte se deben definir las características específicas del bien o servicio objeto de análisis.

1. **Producto principal.** Se deben reunir los datos que permitan identificar al producto principal Se deben señalar sus características físicas, químicas o de cualquier otra índole. Tiene que haber coherencia con los datos del estudio técnico. Es necesario aclarar si se trata de productos para exportación, tradicionales, o un nuevo producto.
2. **Subproductos.** Señale si se originan subproductos en la fabricación del producto principal y el uso que se les dará.
3. **Productos sustitutivos.** Se debe señalar la existencia y características de productos similares en el mercado, y que puedan competir con ellos en el mercado, indicando en qué condiciones pueden favorecer o no al producto objeto de estudio.
4. **Productos complementarios.** Indique si el uso o consumo del producto está condicionado por la disponibilidad de otros bienes y servicios. Identifique esos productos complementarios destacando sus relaciones con el producto, para que sean incluidos en el estudio de mercado.

1.2.4.02 SERVICIOS

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente. Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas. Es el equivalente no material de un bien. La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico.

Al proveer algún nivel de habilidad, ingenio y experiencia, los proveedores de un servicio participan en una economía sin las restricciones de llevar

inventario pesado o preocuparse por voluminosas materias primas. Por otro lado, su inversión en experiencia requiere constante inversión en mercadotecnia y actualización de cara a la competencia, la cual tiene igualmente pocas restricciones físicas. Los proveedores de servicios componen el sector terciario de la industria.

1.2.403 COSTOS

CONCEPTO: el costo es un recurso que se sacrifica o al que se renuncia para alcanzar un objetivo específico.

El costo de producción es el valor del conjunto de bienes y esfuerzos en que se ha incurrido o se va a incurrir, que deben consumir los centros fabriles para obtener un producto terminado, en condiciones de ser entregado al sector comercial.

1.2.4.04 PRECIO

El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio.

Las características de los servicios pueden influir en la fijación de precios en los mercados de servicios. La influencia de estas características varía de acuerdo con el tipo de servicio y la situación del mercado que se esté considerando. Sin embargo, constituyen un factor adicional cuando se examinan las principales fuerzas tradicionales que influyen en los precios: costos, competencia y demanda.

1.2.4.05 PROMOCIÓN

La promoción en los servicios puede ser realizada a través de cuatro formas tradicionales, de tal manera de poder influir en las ventas de los servicios como productos. Estas formas son:

a. **Publicidad**: definida como cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de servicios a través de un individuo u organización determinados.
b. **Venta personal**: definida como la presentación personal de los servicios en una conversación con uno o más futuros compradores con el propósito de hacer ventas.
c. **Relaciones Públicas**: definida como la estimulación no personal de demanda para un servicio obteniendo noticias comercialmente importantes acerca de éste, en cualquier medio u obteniendo su presentación favorable en algún medio que no esté pagado por el patrocinador del servicio.
d. **Promoción de ventas**: actividades de marketing distintas a la publicidad, venta personal y relaciones públicas que estimulan las compras de los clientes y el uso y mejora de efectividad del distribuidor.

Estos tipos de promoción pueden constituir una de las herramientas más efectivos de influencia y comunicación con los clientes. Sin embargo, existen evidencias en las investigaciones de que en algunas clases de mercados de servicios estas formas pueden no ser las más efectivas dado que pueden no utilizarse en forma correcta.

1.2.4.06 PROMOCIÓN DE VENTAS

El aumento de la actividad de promoción de ventas en muchos mercados de servicios, en los últimos diez o quince años, ha sido uno de los cambios

principales que ha tenido lugar en marketing. Formas particulares de actividad han recibido mayor atención que otras; pero ante todo es un campo del marketing que espera más atención detallada. Finalmente la promoción de ventas es un elemento de la combinación de promoción en una organización de servicios. Los programas promociónales más efectivos son aquellos que se ajustan a toda la estrategia promocional y se consideran a su vez como un elemento en la estrategia general de marketing.

1.2.4.07 PLAZA

Es el lugar en donde está disponible un producto o servicio, el método de distribución, igual que el precio, ha de ser compatible con la imagen de la marca, la distribución designa la forma en que el producto se pone a disposición del consumidor: dónde se distribuye, cómo se compra y cómo se vende. Con frecuencia existe una cadena de intermediarios, en la que cada uno pasa el producto al siguiente eslabón, hasta que finalmente alcanza al consumidor o usuario final. Este proceso se conoce como canal de distribución o cadena. Cada uno de los elementos del canal tiene sus propias necesidades, que el productor debe considerar junto con las del usuario final.[4]

1.2.4.08 EL CONSUMIDOR

1. **Población.** Estime la extensión de los probables consumidores o usuarios, y determine el segmento de la población será la que adquiera el producto en el mercado.

   - Consumidores actuales y tasa de crecimiento.
   - Distribución espacial de la misma, por grupos de edad, sexo y otros cuyas especificaciones afecten al producto.

[4] erikag19[arroba]terramail.com.pe

2. **Ingreso.** Se debe caracterizar la capacidad potencial de compra de los consumidores, con los siguientes datos.

- Nivel de ingreso y tasa de crecimiento.
- Estratos actuales de ingresos y cambios en su distribución.
- Factores limitativos de la comercialización.

1.2.4.09 DEMANDA DEL PRODUCTO

Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se debe cuantificar la necesidad real o sicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro.

1.2.4.10 OFERTA DEL PRODUCTO

Estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. Analiza las condiciones de producción de las empresas productoras más importantes. Se referirá a la situación actual y futura, y deberá proporcionar las bases para prever las posibilidades del proyecto en las condiciones de competencia existentes.

1. **Situación actual.** Se presenta y analiza datos estadísticos suficientes para caracterizar la evolución de la oferta. Para ello se sigue el siguiente esquema:

a) Series estadísticas de producción e importación.

b) Cuantifique el volumen del producto ofrecido actualmente en el mercado.

c) Haga un inventario crítico de los principales oferentes, señalando las condiciones en que realizan la producción las principales empresas del ramo. Debe señalar los siguientes aspectos.

- Volumen producido.
- Participación en el mercado.
- Capacidad instalada y utilizada.
- Capacidad técnica y administrativa.
- Localización con respecto al área de consumo.
- Precios, estructura de costos.
- Calidad y presentación del producto.
- Sistemas de Comercialización, crédito, red de distribución.
- Publicidad, asistencia al cliente.
- Regímenes especiales de protección.

1.2.4.11 LA COMPETENCIA

Se conoce como competencia al conjunto de empresas que ofrecen productos iguales (o similares) a los de nuestra empresa o producen bienes "sustituyes"(que sustituyen en el consumo a nuestros productos).

Es usual que cuando hablamos de competencia nos venga a la mente empresas que son nuestra directa competencia: aquellas que producen o comercializan los mismos productos. Pero la competencia no se limita al caso de las empresas que compiten con la nuestra directamente (con los mismos productos). También se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los nuestros.

Para conocer más acerca de los competidores presentamos las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes y cuántos competidores tenemos?

- ¿Quién es el líder y porque?
- ¿Qué participación tienen nuestros competidores en el mercado?
- ¿Cuáles son sus niveles de ventas, producción, empleo, capital?
- ¿Cómo han evolucionado y en qué tiempo?
- ¿Quiénes son sus proveedores?
- ¿Quiénes son sus principales clientes?
- ¿Existe una integración entre los competidores y sus proveedores?
- ¿Cuáles son sus canales de distribución?
- ¿Cuáles son sus áreas de influencia?
- ¿Hay segmentación en el mercado?
- ¿Se utiliza mucho la publicidad y de qué tipo?
- ¿Trabajan mucho con financiamiento? ¿de qué tipo?
- ¿Qué estrategia de ventas tienen?
- ¿Qué política de ventas usan más? ¿Al contado o al crédito?
- ¿Trabajan con el sector informal?
- ¿Cuáles son los principales productos de sus competidores?
- ¿Qué organización tienen?
- ¿Cuál es su nivel de calificación de sus directivos?
- ¿Los consumidores están satisfecho con nuestros competidores?

1.2.4.12 COMERCIALIZACIÓN

Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto.

1. Es necesario detallar la cadena de comercialización desde que el producto sale de la fábrica hasta que llega al usuario. Hay muchas modalidades, debe señalar si los productos fabricados por la empresa se van a vender :

- A puerta de fábrica.

- A nivel de mayorista.
- A nivel de minorista.
- A nivel de consumidores.

2. Determine si se va a utilizar publicidad, para la promoción del producto, empaques, servicio al cliente, transporte y otros y los costos que ocasionan al producto.

1.2.4.13 MARKETING

INTERNET Y MARKETING: "Internet es una verdadera paradoja comercial, inmensas oportunidades combinadas con una fuerte competencia," ha dicho John Audette, Presidente de Multimedia Marketing Group, Inc. una empresa dedicada al mercadeo por medio del Internet.[5]

Definitivamente los sitios Webs en Internet son un negocio paradójico. Por un lado hay inmensas oportunidades y el otro una intensa competencia. Muchos fracasan, otros malamente sobreviven y muy pocos consiguen éxitos espectaculares.

EL MARKETING TURÍSTICO Y LA NUEVA ECONOMÍA: Cada vez se hace más notorio el cambio de la economía mundial a causa de la revolución enmarcada dentro del proceso de globalización. Esta era, la cual puede ser catalogada como "era de la Inteligencia en" se caracteriza por una economía digital sin un flujo de información físico. Los siguientes hechos demuestran esta tendencia al cambio:

1. Cada vez está más limitado el uso de cheques, dinero en efectivo, facturas con múltiples copias, documentación de embarque, informes de

[5] http://mercadeo.com

gestión, reuniones de ejecutivos, comunicaciones por vía telefónica, uso de la radio y televisión y correo directo para publicidad comercial.

2. En la nueva economía toda forma de información es digital, representada por bits almacenados en computadoras, procesándose a la velocidad de la luz a través de las redes.
3. La nueva economía es también una economía de conocimiento de sobre la base del "saber- como" (know-how) de los seres humanos a todos los productos y como se elaboran.
4. En la nueva economía el cerebro aporta más que la fuerza física a la formación del valor agregado económico. Así, por ejemplo, muchas labores agrícolas e industriales se convierten en trabajo de conocimiento.
5. El contenido de conocimiento de los productos no inteligentes crece en muchas formas. En la economía digital, el futuro se construye agregando ideas a los productos y transformar las nuevas ideas en productos novedosos.
6. La estructura general de la economía muestra serios signos de transformación. La emergencia de un nuevo sector industrial, a consecuencia de la convergencia de tecnologías en la computación, comunicaciones, formas de entretenimiento y medios de información (contenido. La figura I.1 ilustra la convergencia de tecnologías en la nueva economía.[6]

1.2.4.14 EL SERVICIO AL CLIENTE

Precisamente el servicio al cliente, como parte de la comunicación y tras esta distinción, es aquel punto que nos interesa para delimitar el objeto de nuestro estudio. Sin embargo, a pesar de que son muchas las ocasiones en las que sí se toma importancia a la comunicación, y aunque el mundo está lleno de frases virtuosas sobre el servicio al cliente, como en: "El cliente es

[6] http://www.monografias.co/marketing-turistico-digital.shtml?monosearch#Cap1

el Rey". "El cliente siempre tiene la razón". "Lo primero son los clientes", etc. Hay algo de lo que el mundo sí está sobrado: de clientes descontentos. No sólo se trata de los clientes que se gastan su dinero individualmente, sino también en cuanto a las grandes empresas; no se trata de aquellos clientes que son víctimas de nimiedades y de falta de educación, sino también de aquellos clientes que tienen que soportar una tremenda incompetencia y una mala gestión de todo tipo, aspectos que indudablemente no se consideran como satisfactorios.

La palabra "Cliente" en el análisis, será utilizada para abarcar al individuo o empresa a través de toda esa secuencia desde la etapa de estar en perspectiva a la de ser Cliente habitual.

1.2.5. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos e determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.

El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que se venderá. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar como se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que maquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

“En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos”[7]

1.2.5.01 TAMAÑO

Hace relación a la capacidad de producción o servicio que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto que se trate, se refiere a la capacitación instalada y se mide en unidades producidas por año.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la necesidad de mano de obra, etc. el tamaño optimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto.

- **Capacidad instalada:** está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

- **Capacidad utilizada:** constituye el rendimiento o nivel de producción en que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. [8]

[7] http://www.monografias.com/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml
[8] BACA Gabriel, Evaluación de `Proyectos, Tercera Edición

1.2.5.02 LOCALIZACIÓN

Significa ubicar geográficamente el lugar en que se implementará la nueva empresa, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también los relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

- **Microlocalización:** en este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

- **Macrolocalización:** tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

- **Factores de localización:** constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de a la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables y fundamentalmente el mercado al cual está orientado el producto o servicio.

1.2.5.03 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Esta parte del estudio contiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de la empresa, tiene que ver fundamentalmente con la infraestructura, su equipamiento y las características del producto o servicio. El objeto de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de la planta.

- **Componente tecnológico:** establece la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que este acorde a los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer.

- **Estructura física:** se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

- **Distribución de la planta:** la distribución del área física debe ser la idónea y brindar la seguridad necesaria para el correcto cumplimiento de las funciones.

- **Proceso de Producción:** se refiere al proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases aunque no al detalle. Luego debe incluirse el flujo grama del proceso, es decir representar gráficamente el mismo, indicando los tiempos necesarios para cada fase; se debe incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, etc.

1.2.5. ESTUDIO FINANCIERO

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni

considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

El Estudio Financiero está en identificar, ordenar y sistematizar todos los ítems de inversión, costos e ingresos y toda la información de carácter monetario que puedan deducirse de los estudios previos, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la elaboración del proyecto, evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad.

1.2.6.01 CAPITAL DE TRABAJO

“Aunque este resultado no es propiamente un indicador, pues no se expresa como una razón, complementa la interpretación de la "razón corriente" al expresar en pesos lo que este representa como una relación”[9]

Este resultado señala el exceso o déficit de la empresa, representado en activos corrientes, que se presentaría después de cancelarse todos los pasivos corrientes. Como puede observarse el capital de trabajo presenta las mismas limitaciones halladas para la razón corriente, por cuanto corresponde a la expresión absoluta de un resultado relativo.

1.2.6.02 NIVEL DE ENDEUDAMIENTO

Este indicador señala la proporción en la cual participan los acreedores sobre el valor total de la empresa. Así mismo, sirve para identificar el riesgo asumido por dichos acreedores, el riesgo de los propietarios del ente económico y la conveniencia o inconveniencia del nivel de endeudamiento presentado. Altos índices de endeudamiento sólo pueden ser admitidos

[9] http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml

cuando la tasa de rendimiento de los activos totales es superior al costo promedio de la financiación.[10]

1.2.6.03 MARGEN DE GANANCIAS

Expresa el monto de las utilidades que se obtienen por cada unidad monetaria de ventas. Este indicador mide la eficiencia operativa de la empresa, por cuanto todo incremento en su resultado señala la capacidad de la empresa para aumentar su rendimiento, dado un nivel estable de ventas. En períodos de inflación el volumen de ventas puede verse incrementado, aunque el volumen físico permanezca sin variación alguna. En consecuencia, el costo de la mercancía vendida también se incrementará, pero en menor proporción al aumento de las ventas, en razón a que dichos costos estarán valuados a precios antiguos (por su valor histórico de compra).

1.2.6.04 INVERSIÓN

La realización de un proyecto implica la asignación de una cantidad de varios recursos, propios y de terceros, para la obtención de determinados bienes y servicios, durante un cierto periodo de tiempo, con la expectativa de obtener un rendimiento en el futuro.

La inversión en determinado proyecto supone, por tanto, la existencia de inversionistas que están dispuestos a destinar recursos disponibles en ese momento con la expectativa incierta de obtener un rendimiento futuro. Es decir que la inversión lleva implícito un riesgo.

El dinero obtenido se destina a pagar los créditos que recibió la empresa, parte a retribuir el capital de los inversionistas y la parte restante se

[10] www.estudiosfinancieros.com

reincorpora al circuito, para reponer los bienes y servicios que permitan mantener en operación el proyecto.

Inversiones fijas:

- Terrenos y recursos naturales.
- Edificios y construcciones.
- Maquinaria y equipos.
- Otros equipos.
- Gastos de instalación.
- Vehículos.
- Muebles y equipos de oficina.
- Envases.
- Investigaciones previas y estudios.
- Organización y patentes.
- Capacitación personal
- Puesta en marcha.
- Intereses durante la construcción.
- Imprevistos.

1.2.6.05 FINANCIAMIENTO

Una vez determinados los montos correspondientes a las inversiones fijas y el capital de trabajo y, en consecuencia, el costo total del proyecto, se requiere analizar la manera de financiamiento.

En esencia, el estudio del financiamiento del proyecto debe indicar las fuentes de recursos financieros necesarios para su ejecución y funcionamiento, y describir los mecanismos mediante los cuales se canalizarán estos recursos hacia los usos específicos del proyecto.

De acuerdo a su origen existen dos formas básicas de clasificar los recursos para el proyecto:

Primera forma:

- **Fuentes Internas:** son aquellos fondos originados en la operación misma de la empresa.
- **Fuentes Externas:** vienen de afuera de la empresa o no se originan en sus operaciones. Estas fuentes provienen básica del Mercado de Capitales, del Sistema Bancario y de los Proveedores.

Segunda forma:

- **Recursos propios:** son los que provienen de la emisión y venta de acciones, de aportes en efectivo o en especie de los socios y de las utilidades y reservas de la empresa.
- **Créditos:** son las que se obtienen del banco y financieras privadas o de fomento, de proveedores o a través de la emisión de obligaciones propias de la empresa.

1.2.6.06 ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

Como ya sabemos el control de los costos es de vital para cualquier empresa que se dedica a la fabricación de cualquier tipo de producto ya que esto nos servirá para determinar tanto el precio de venta como la utilidad que deseamos obtener. Es conveniente destacar que el llevar un control de costos bajo principios perfectamente identificados no es exclusivo de las grandes empresas. Existen varias formas de clasificar los costos, a continuación mencionaremos algunos de los principales sistemas de agrupación de costos.

Punto de Equilibrio (PE)

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay pérdida ni ganancias.

El punto de equilibrio sirve para determinar el volumen mínimo de ventas que la empresa debe realizar para no perder, ni ganar.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Valor Actual Neto (VAN)

El método del VAN, consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Si el VAN es igual o mayor que cero, el proyecto o inversión es conveniente, caso contrario no es conveniente.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es un indicador financiero que expresa en forma porcentual, la capacidad máxima de rentabilidad de un proyecto de inversión. En términos relativos es la capacidad de recuperar la inversión a través de la ganancia, por lo cual un buen criterio de proyecto se tendrá cuando dicha tasa sea superior al costo de capital en el mercado.

La TIR se define como una tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos netos que genera el proyecto, sea igual a la inversión es realizada.

La TIR, utiliza como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el capital debe rechazarse el proyecto.

Periodo de Recuperación del Capital

Es el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas. El periodo de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad, se efectúa para conocer el grado de soporte del proyecto ante posibles y eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro.

Se utiliza en proyectos de inversión para determinar las variaciones de rentabilidad del proyecto, ante las alteraciones futuras de las variables de mayor incidencia como son el aumento en los costos como consecuencia en la escala de los precios y la disminución de los ingresos por una disminución en las ventas.

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

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

1.2.6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

1.2.6.01 BASE LEGAL

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos tenemos:

- **Acta constitutiva:** es el documento certificatorio de la conformación legal de la empresa.
- **Razón social o denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa operará.

- **Domicilio:** La empresa debe indicar claramente la dirección en donde se ubicará.
- **Objetivo de la sociedad:** al constituir una empresa se debe definir lo que se va a producir o generar o comercializar bienes o servicios.
- **Capital social:** debe indicarse cual es el monto del capital con que se va a iniciar la empresa y la forma como este se ha conformado.
- **Tiempo de duración de la sociedad:** la actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre cual se evalúan posteriormente los resultados obtenidos.
- **Administradores:** ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración no es delegada a una persona o personas específicas.

1.2.7.02 ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Es fundamental en la etapa de funcionamiento de la empresa, es la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto permitirá que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con un manual de funciones, en ella se establecen los niveles jerárquicos de autoridad.

Los niveles jerárquicos de autoridad se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías, la empresa tendrán los siguientes niveles:

- **Nivel Legislativo – Directivo:** es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales se operará, está conformada por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de Junta general de Socios o Accionistas.

- **Nivel Ejecutivo:** está conformado por el Gerente – Administrador, el cual será nombrado por el nivel Legislativo – Directivo y será responsable de la gestión operativa, es decir, el éxito o fracaso dependerá de su capacidad.

- **Nivel Asesor:** generalmente toda empresa cuenta con un Asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.

- **Nivel de Apoyo:** se conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel Operativo:** está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

1.2.7.03 ORGANIGRAMAS

Son representaciones gráficas de la estructura organizativa; dan una visión rápida y resumida de la estructura de una organización o parte de ella. Un organigrama debe suministrar un cuadro donde puedan ver: la articulación de las distintas funciones dentro de la estructura, los puestos de trabajo y las unidades existentes y su posición estructural, las relaciones formales, las líneas de comunicación y las conexiones existentes entre los distintos puestos y unidades.

En una empresa se debe considerar los siguientes tipos de organigramas: estructural, funcional y posicional.

1.2.7.04 MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones debe contener información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica (relaciones de autoridad)
- Naturaleza del Trabajo
- Tareas principales
- Tareas secundarias
- Responsabilidades
- Requerimientos para el puesto

d) MATERIALES Y MÉTODOS

MATERIALES: Los materiales utilizados para el presente trabajo investigativo fueron:

- Una computadora portátil
- Internet
- Libros
- Folletos
- Materiales de oficina

MÉTODOS

Método Científico: Este método permitió buscar el conocimiento sobre procedimientos válidos y confiables, y de esta manera extender los conocimientos acerca del Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, y Estudio Organizacional, etc. para luego emitir los resultados.

Método Deductivo - Inductivo: Este método permitió en base a afirmaciones de carácter general hacia afirmaciones particulares, las cuales fueron comparadas con la realidad a través de las conclusiones que se plantearon en la presente investigación lo que ha servido para conocer el requerimiento de este servicio en el Cantón Zapotillo Provincia de Loja.

Método Analítico: Este método permitió analizar cada uno de los elementos internos, causas externas y la relación entre ellas lo que facilita el análisis de la información y datos obtenidos permitiendo conocer las ventajas y desventajas de llevar a cabo el presente proyecto.

Método Estadístico – Matemático: Facilita la interpretación y comprensión de datos estadísticos como: la aplicación y tabulación de la respectiva encuesta, proyecciones, indicadores financieros (TIR, VAN, PE), y de esta

manera permite conocer la realidad sobre la empresa durante los años de vida útil de la misma.

TÉCNICAS

Las técnicas que emplearé para el desarrollo del presente trabajo son:

Recopilación documental: Esta técnica me permitió recopilar información bibliográfica a través de documentos, gráficos, diccionarios, textos, tesis, revistas, entre otros, lo que sirvió para tener un conocimiento más amplio para de esta manera poder elaborar de una mejor manera el presente trabajo.

Observación directa: Esta técnica me permitió determinar la localización, la situación geográfica y ambiental del lugar donde se llevará a cabo el proyecto, permitiendo ubicar a la empresa en el lugar más conveniente tanto para el empresario como para el usuario del servicio.

La encuesta: Esta técnica me permitió recopilar información de manera indirecta mediante la elaboración de un cuestionario adecuado al tema para de esta manera obtener información de diversos problemas en la fase de encuesta, se realizará con el fin de obtener información que facilite el desarrollo y análisis del estudio de mercado, lo que sirvió para conocer los gustos y preferencias de los demandantes del servicio y por ende enfocar de la mejor manera el servicio que se ofrecerá.

La entrevista: Esta técnica me permitió recolectar información de campo, mediante la entrevista en forma verbal con las personas que se dedican a la prestación de servicios turísticos similares al proyecto propuesto que servirán como fuentes de información para el desarrollo del presente proyecto.

PROCEDIMIENTO

Para sacar la muestra de la población a la cual se realizará el presente estudio de mercado realicé de la siguiente manera:

FORMULA

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

Simbología:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de población

1 = constante

(e) = margen de error.

$$n = \frac{88.400}{1 + (0.05)^2 * 88.400}$$

$$n = \frac{88.400}{222} = 398.91$$

$n = 399$ Encuestas

Para efectos del presente proyecto se tomo en cuenta la población de la provincia de Loja según el último censo del INEC en el año 2001 que es de 404.835 que proyectado para el año 2010 es de 442.011 personas de los cuales se toma el tamaño de la muestra dividido para el número de

miembros de la familia que son 5 por familia y se obtiene que se aplicará 399 encuestas a las familias de la provincia de Loja, para saber cuántas encuestas se van aplicar por cantones se realizo el siguiente procedimiento

CUADRO Nro. 1

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

FUENTE: Datos de INEC año 2001

CANTONES	POBLACIÓN AÑO 2009	PORCENTAJE DE POBLACIÓN	NÚMERO DE ENCUESTAS
LOJA	38.195	43.21%	172
CALVAS	6.022	6.81%	27
CATAMAYO	5.890	6.66%	27
CÉLICA	2.914	3.30%	13
CHAHUARPAMBA	1.723	1.95%	8
ESPINDOLA	3.518	3.98%	16
GONZANAMÁ	3.269	3.70%	15
MACARA	4.003	4.53%	18
PALTAS	5.389	6.10%	24
PUYANGO	3.382	3.83%	15
SARAGURO	6.115	6.92%	27
SOZORANGA	1.744	1.97%	8
ZAPOTILLO	2.387	2.70%	11
PINDAL	1.604	1.81%	7
QUILANGA	1.000	1.13%	5
OLMEDO	1.245	1.40%	6
TOTAL	**88.400**	**100.00%**	**399**

ELABORACION: La autora

Los clientes potenciales para el presente proyecto serán: Las familias de la Provincia de Loja.

Así mismo, a los hoteles del cantón Zapotillo se los encuestará para determinar el flujo de turistas que visita esta región, su lugar de procedencia para conocer su destino de origen, y demás factores inherentes a la actividad hotelera y turística. Como parte del estudio de mercado del presente proyecto. Los hoteles que actualmente funcionan o prestan sus servicios en el cantón Zapotillo son:

- Las Palmeras.
- Los Charanes.
- Sol de Plata.
- Los Ángeles.
- Verdes Tamarindos (Hostal).

Con la colaboración de los dueños de los hoteles, hostería, restaurantes, entre otros, los mismos que registran a cada visitante, y el Municipio del cantón Zapotillo que posee datos de cuantos turistas extranjeros, nacionales y provinciales visitan el mismo.

e) RESULTADOS

RESULTADOS

ENCUESTA DIRIGIDA A FUTUROS USUARIOS O DEMANDANTES DE LA HOSTERÍA EN EL CANTÓN ZAPOTILLO

DATOS GENERALES

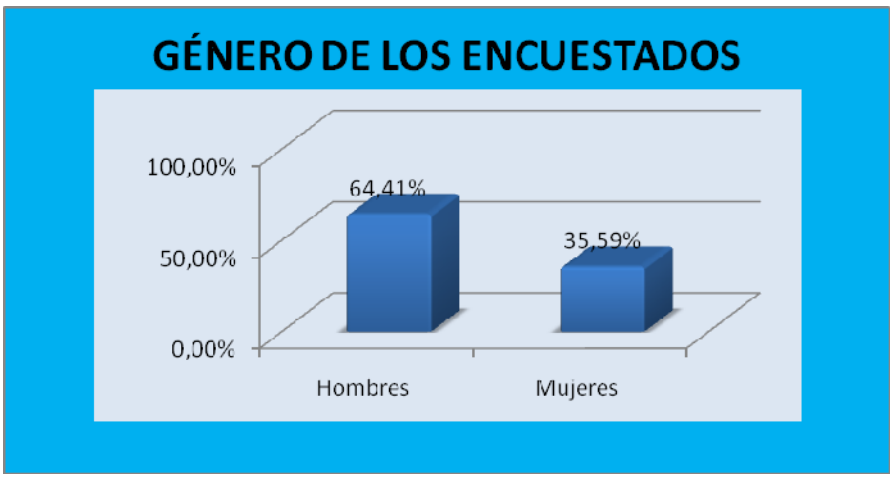
SEXO:

CUADRO Nº 2
GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS

Alternativa	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Hombres	257	64,41%
Mujeres	142	35,59%
TOTAL	**399**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 1



INTERPRETACIÓN: De las 399 personas encuestadas, 257 personas que corresponden en porcentaje a 64.41% que equivale a 257 personas que son hombres, y el porcentaje de 35.59% que corresponden a 142 personas son mujeres, lo que determina que por lo general quienes toman decisiones en la visita a las hosterías son los hombres.

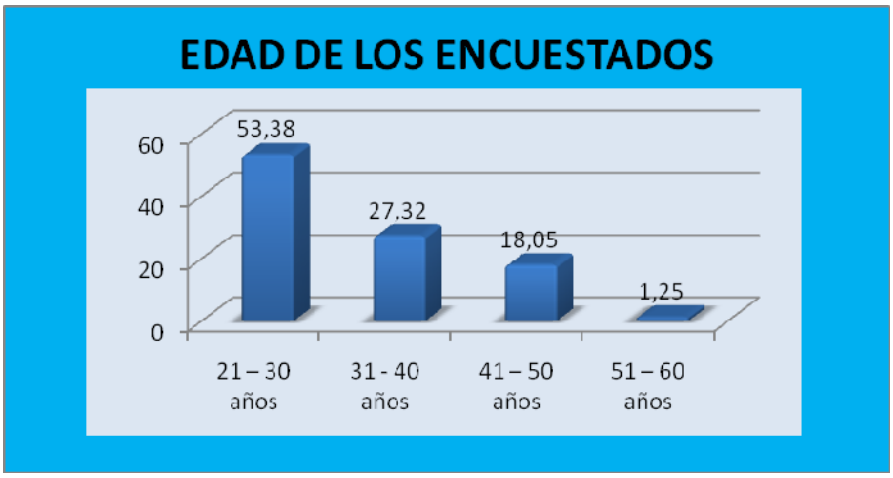
EDAD:

CUADRO Nº 3
EDAD DE LOS ENCUESTADOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
21 – 30 años	213	53,38
31 - 40 años	109	27,32
41 – 50 años	72	18,05
51 – 60 años	5	1,25
TOTAL	**399**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 2



INTERPRETACIÓN: La edad promedio de las personas encuestadas son en porcentaje el 53.38% que tienen una edad entre 21 y 30 años; el 27.32% oscilan entre 31 y 40 años; el 18.05% tiene una edad entre 41 y 50 años; y finalmente el 1.25% restante tiene una edad entre 51 y 60 años, lo que determina que la mayoría de encuestados fueron de 21 a 30 años de edad que son los que mayormente realizan turismo.

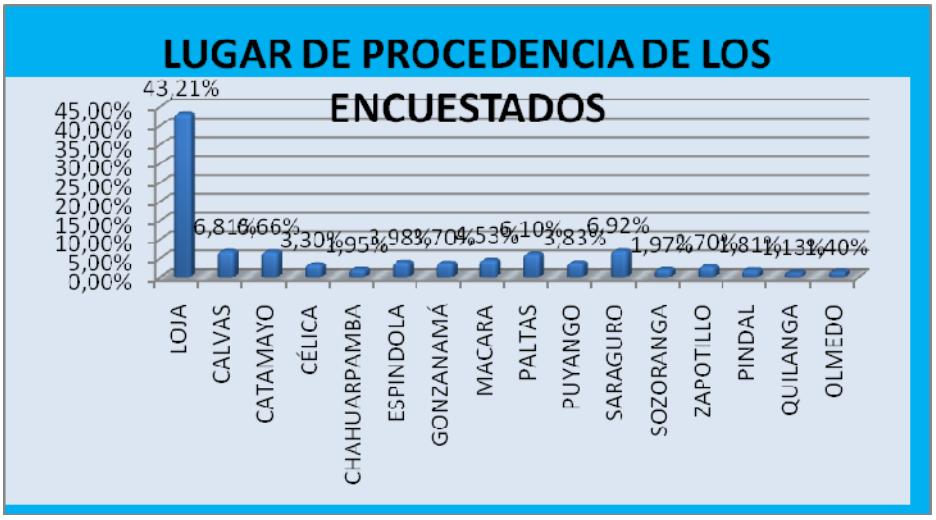
CIUDAD

CUADRO Nº 4
LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS ENCUESTADOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
LOJA	172	43.21%
CALVAS	27	6.81%
CATAMAYO	27	6.66%
CÉLICA	13	3.30%
CHAHUARPAMBA	8	1.95%
ESPINDOLA	16	3.98%
GONZANAMÁ	15	3.70%
MACARA	18	4.53%
PALTAS	24	6.10%
PUYANGO	15	3.83%
SARAGURO	27	6.92%
SOZORANGA	8	1.97%
ZAPOTILLO	11	2.70%
PINDAL	7	1.81%
QUILANGA	5	1.13%
OLMEDO	6	1.40%
TOTAL	**399**	**100.00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 3



INTERPRETACIÓN: Se ha divido el total de la muestra de 399 encuestados que representa el 100%; según la población de cada cantón para tomar el numero de entrevistas a cada uno según se indica en el cuadro No. 3.

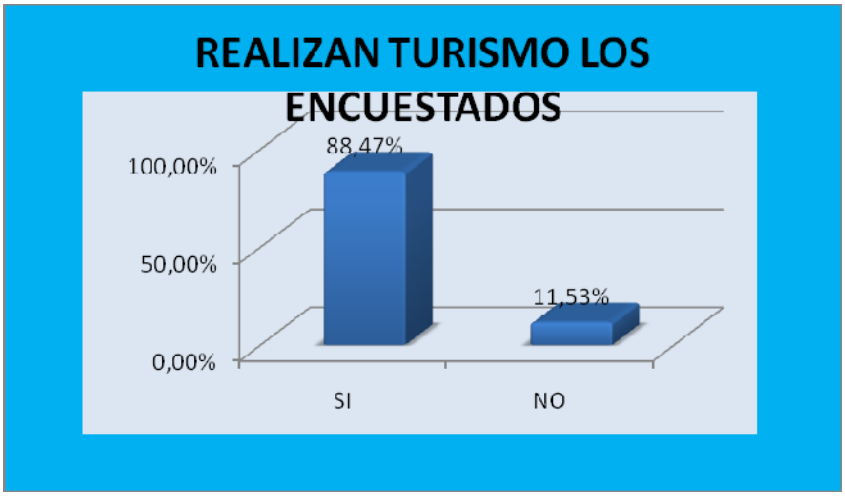
<u>TURISMO</u>

CUADRO Nº 5
REALIZAN TURISMO LOS ENCUESTADOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	353	88,47%
NO	46	11,53%
TOTAL	**399**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 4



INTERPRETACIÓN: De las 399 familias encuestadas, obtuve el resultado de que 353 familias que corresponden al 88.47% dicen que si realizan turismo en diferentes lugares y fechas del año, mientras que 46 familias que corresponden al 11.53% dicen que no realizan turismo fuera de la ciudad de Loja esto por la crisis económica que les afecta.

DATOS ESPECÍFICOS

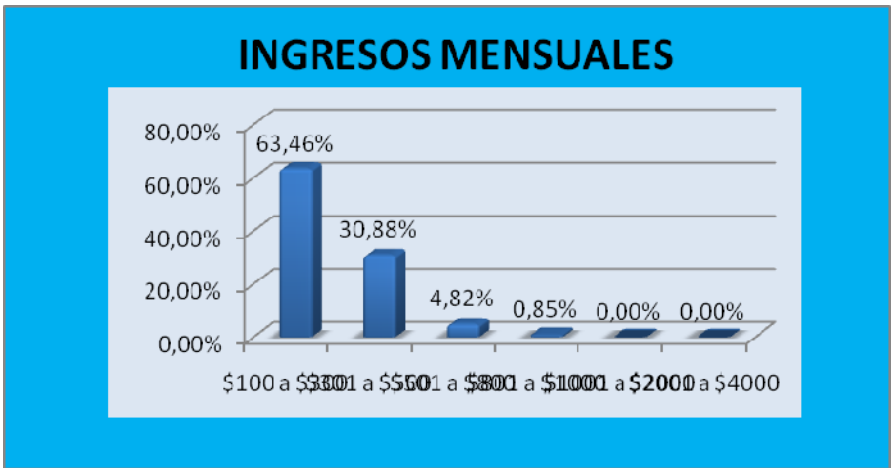
1. **¿Sus ingresos mensuales oscilan entre?**

CUADRO Nº 6
INGRESOS MENSUALES

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
$100 a $300	224	63,46%
$301 a $500	109	30,88%
$501 a $800	17	4.82%
$801 a $1000	3	0.85%
$1001 a $2000	0	0,00%
$2001 a $4000	0	0,00%
TOTAL	**353**	100.00%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 5



INTERPRETACIÓN: De las 353 personas encuestadas que nos indicaron que si realizan turismo pudimos obtener el resultado de sus ingresos indicándonos que los mismos oscilan mensualmente en: el 63.46% dice que tienen ingresos mensual entre $100 y $300 dólares; el 30.88% tienen un ingreso entre $301 y $500 dólares; el 4.82% tienen un ingreso entre $501 y $800 dólares; finalmente el 0.85% tiene un ingreso entre $801 y $1000 dólares.

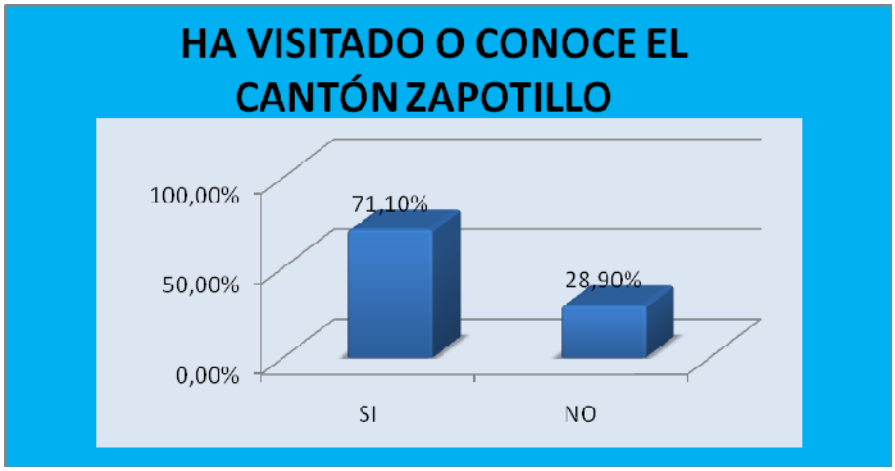
2. **¿Ha visitado Usted o conoce el cantón Zapotillo de la provincia de Loja?**

CUADRO Nº 7
HA VISITADO O CONOCE EL CANTÓN ZAPOTILLO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	251	71,10%
NO	102	28.90%
TOTAL	**353**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 6



INTERPRETACIÓN: En cuanto a la interrogante en la pregunta de si conocían el cantón Zapotillo un total de 251 familias que corresponden al 71.10% han visitado o conocen el Cantón Zapotillo; y finalmente 102 familias que corresponden al 28.90% nos pudieron indicar que no conocen Zapotillo pero que les gustaría conocerlo.

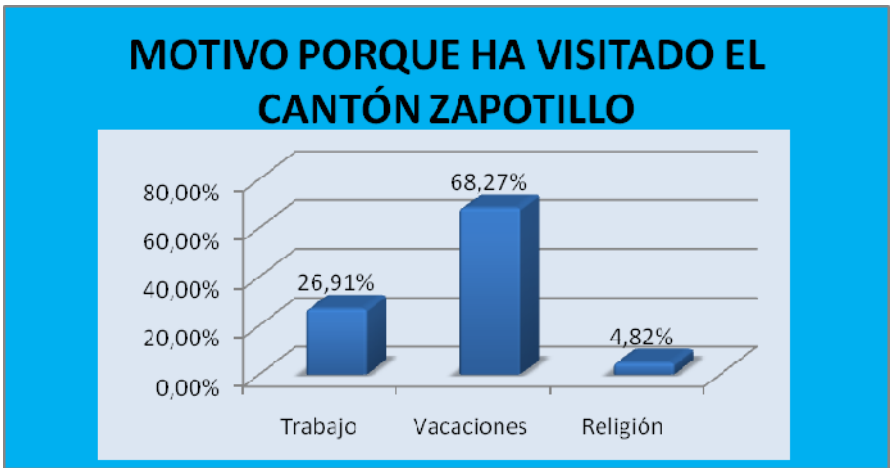
3. **¿Porque motivo ha visitado Usted el cantón Zapotillo?**

CUADRO Nº 8
MOTIVO PORQUE HA VISITADO EL CANTÓN ZAPOTILLO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo	68	26,91%
Vacaciones	171	68,27%
Religión	12	4,82%
TOTAL	**251**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 7



INTERPRETACIÓN: Al realizar las entrevistas nos hemos dado cuenta que un total de 171 personas que corresponde al 68.27% dicen que el motivo por el cual han visitado el cantón Zapotillo es por vacaciones; las 68 personas que corresponden al 26.91% dicen que es mas motivo de trabajo, y las 12 personas restantes que corresponden al 4.82% dicen que lo han visitado por motivo religioso.

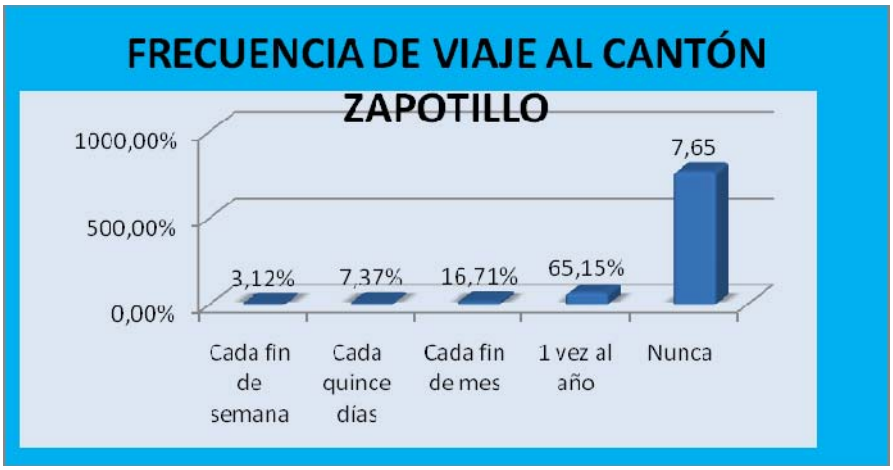
4. **¿Con que frecuencia viaja usted al cantón Zapotillo?**

CUADRO Nº 9
FRECUENCIA DE VIAJE AL CANTÓN ZAPOTILLO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cada fin de semana	8	3,12%
Cada quince días	18	7,37%
Cada fin de mes	42	16,71%
1 vez al año	164	65,15%
Nunca	19	7,65
TOTAL	**251**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 8



INTERPRETACIÓN: De acuerdo a la pregunta realizada a los encuestados supieron responder, el 65.15% dicen que la frecuencia con que viajan al cantón Zapotillo es de 1 vez al año; el 16.71% lo hace cada fin de mes, el 7.65% no viaja a Zapotillo, el 7.37% lo hace cada quince días, y el 3.12% visita el cantón Zapotillo cada fin de semana.

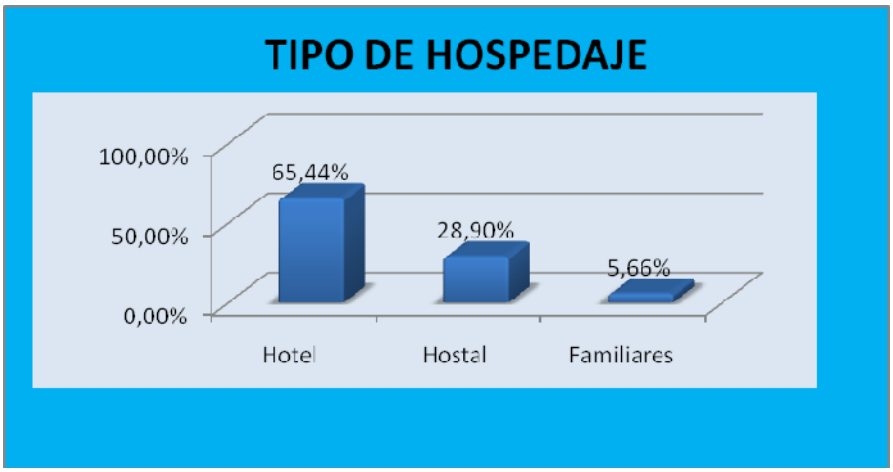
5. **¿Qué tipo de Hospedaje ha utilizado Usted?**

CUADRO Nº 10
TIPO DE HOSPEDAJE

Alternativa	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Hotel	164	65,44%
Hostal	73	28,90%
Familiares	14	5,66%
TOTAL	**251**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 9



INTERPRETACIÓN: En las encuestas realizadas a el 65,44% de las personas encuestadas que son 164 nos indicaron que el tipo de hospedaje que han utilizado cuando van a Zapotillo es un hotel, el 28.90% que son 78 personas que encueste han utilizado un hostal, y el 5.66% que son 14 personas dicen que son casa familiares. Cabe destacar que en el cantón Zapotillo no existe por el momento ninguna Hostería.

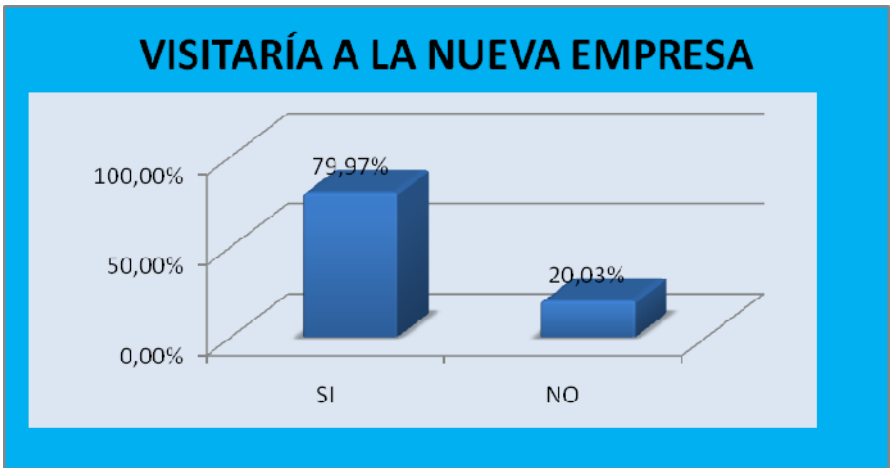
6. **¿Si se implementará en el cantón Zapotillo una hostería que brinde un servicio de calidad, con módicos precios, con un personal capacitado y sobre todo que cuente con un área verde donde pueda disfrutar de un sano esparcimiento. ¿Visitaría usted la nueva empresa?**

CUADRO Nº 11
VISITARÍA A LA NUEVA EMPRESA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	201	79,97%
NO	50	20,03%
TOTAL	**251**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 10



INTERPRETACIÓN: En esta pregunta se encuesto a 251 personas de las cuales 201 que corresponden al 79.97% respondieron que si visitarían la nueva hostería, y el 20.03% que corresponden a 50 personas dicen que no lo harían. Lo que nos da a entender que la nueva hostería tendrá una buena acogida por parte de las familias de la provincia de Loja

.

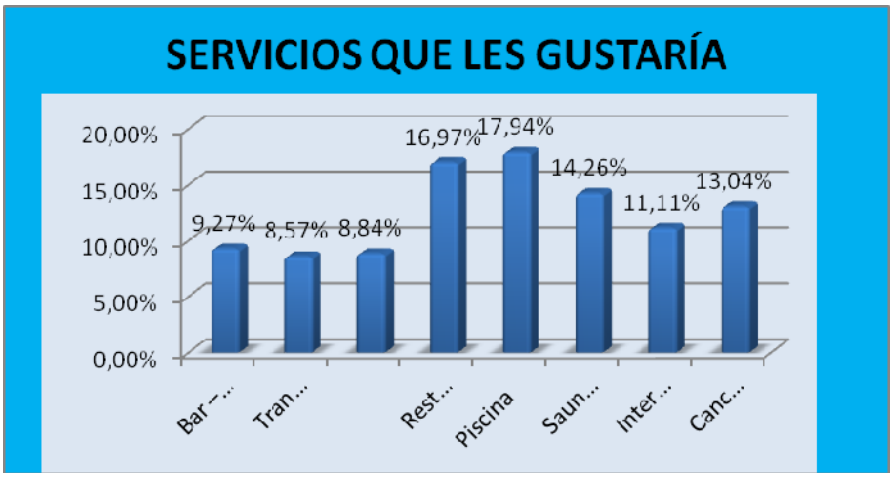
7. **Qué servicios le gustaría que se ofrezcan en la nueva Hostería?**

CUADRO Nº 12
SERVICIOS QUE LES GUSTARÍA

Alternativa	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Bar – Cafetería	106	9,27%
Transporte	98	8,57%
Parqueadero	101	8,84%
Restaurante	194	16,97%
Piscina	201	17,94%
Sauna, turco e hidromasaje	163	14,26%
Internet	127	11,11%
Canchas	149	13,04%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 11



INTERPRETACIÓN: El tiempo de visita a los diferentes cantones para la entrevista realizada en la siguiente pregunta me pudieron indicar con mucha emoción que los servicios que les gustaría que se ofrezcan en la hostería son: 201 personas la piscina, 194 personas el restaurante, 163 personas el sauna, turco e hidromasaje, 149 personas las canchas, 127 personas el internet, 106 personas el bar – cafetería, 101 personas el parqueadero, y 98 personas que tenga transporte.

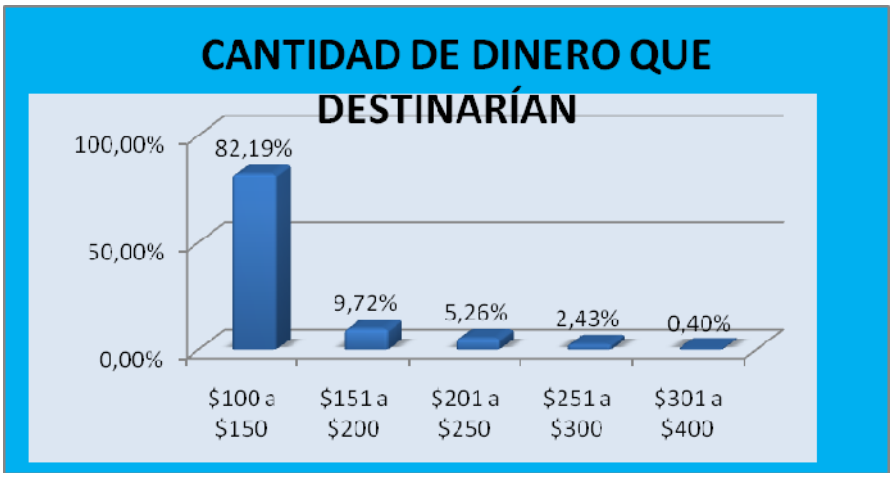
8. **¿Cuál sería la cantidad de dinero que estaría Usted en capacidad de pagar por un viaje de vacaciones, negocio o familiar al hospedarse en nuestra hostería?**

CUADRO Nº 13
CANTIDAD DE DINERO QUE DESTINARÍAN

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
$100 a $150	165	82,19%
$151 a $200	19	9,72%
$201 a $250	11	5,26%
$251 a $300	5	2,43%
$301 a $400	1	0,40%
TOTAL	**201**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 12



INTERPRETACIÓN: En la siguiente pregunta puedo indicar que el l 82.19% de la personas encuestadas destinarían para esta actividad de $100 a $150, el 9.72% destinaría de $151 a $200, el 5.26% destinaria de $201 a $250, el 2.43% destinaria de $251 a $300, y el 0.4% restante destinaria de $301 a $400.

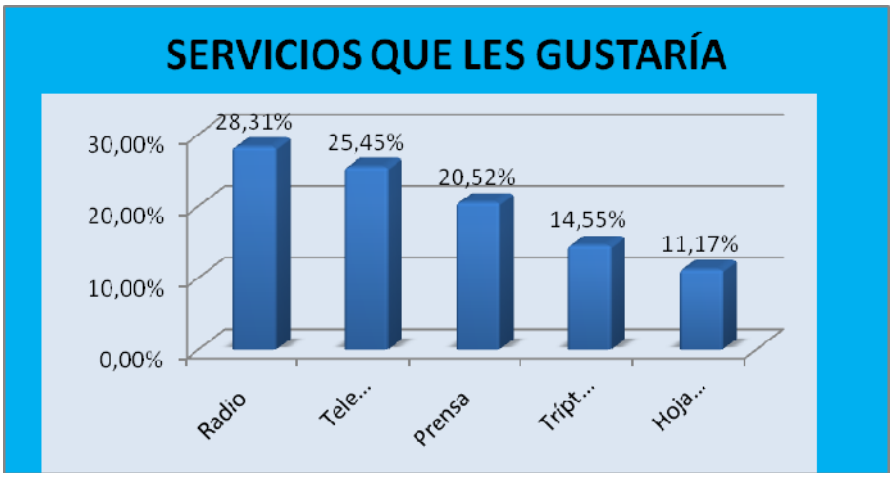
9. **¿Por qué medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer la Hostería y los servicios que ofrecería a sus usuarios?**

CUADRO Nº 14
SERVICIOS QUE LES GUSTARÍA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	109	28,31%
Televisión	98	25,45%
Prensa	79	20,52%
Trípticos	56	14,55%
Hojas volantes	43	11,17%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 13



INTERPRETACIÓN: Los medios de comunicación por el cual les gustaría que se den a conocer los servicios de la nueva hostería son: el 28.31% por la radio, el 25.45% por la televisión, el 20.52% por la prensa escrita, el 14.55% por medio de trípticos, y el 11.17% por medio de hojas volantes.

10. **¿Le gustaría que la hostería cuente con una página Web…donde le sería más fácil a usted revisar los costos, realizar su reservación e inclusive revisar la ubicación de la misma?**

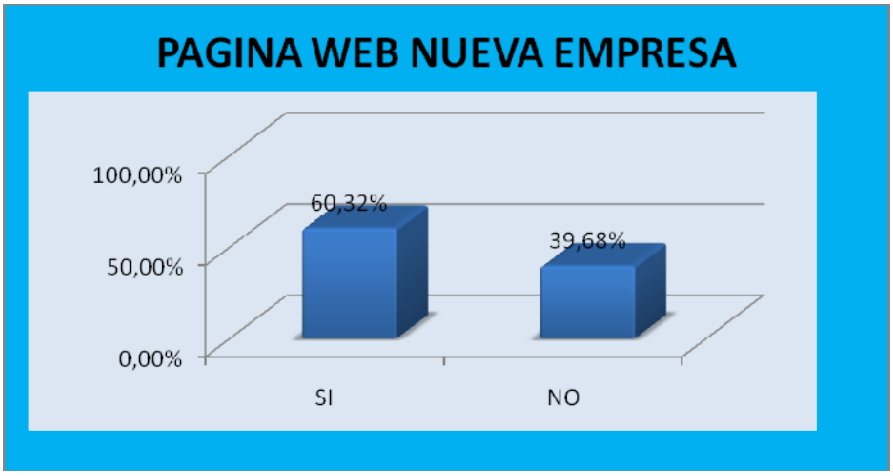
CUADRO Nº 15

PAGINA WEB NUEVA EMPRESA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	121	60,32%
NO	80	39,68%
TOTAL	**201**	**100,00%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 14



INTERPRETACIÓN: En cuanto a si le gustaría que se cree una página web de la empresa; el 60.32% indicar que si les gustaría ya que les permite conocer la ubicación, los servicios y sobre todo les permite hacer las reservaciones en la hostería; y el 39,68% restante dice que no les gustaría.

ENCUESTA DIRIGIDA A DUEÑOS DE HOTELES, HOSTALES, RESIDENCIALES O CASA DE ALOJAMIENTO EN EL CANTÓN ZAPOTILLO (OFERENTES)

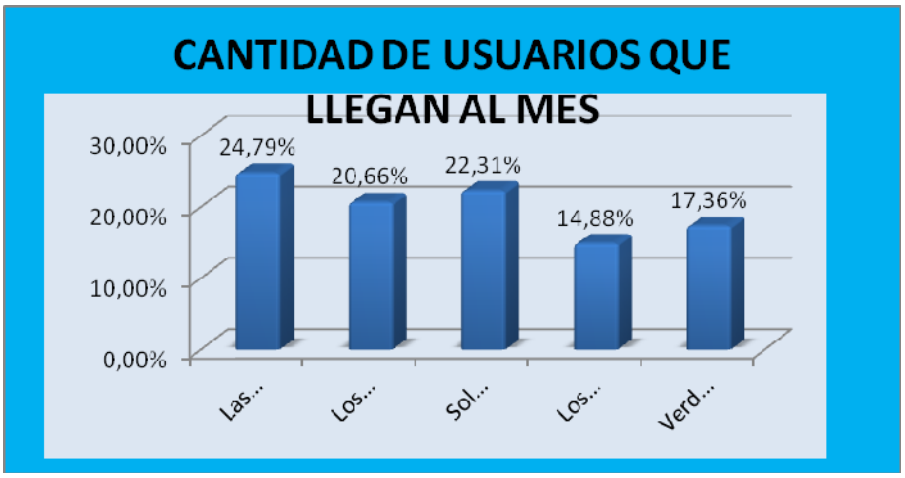
1. **¿Qué cantidad de usuarios visitan su hotel, hostal, residencia o casa de alojamiento mensualmente?**

CUADRO Nº 16
CANTIDAD DE USUARIOS QUE LLEGAN AL MES

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Las Palmeras	30	24,79%
Los Charanes.	25	20,66%
Sol de Plata	27	22,31%
Los Ángeles.	18	14,88%
Verdes Tamarindos (Hostal)	21	17,36%
TOTAL	121	100.00%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 15



INTERPRETACIÓN: De los 5 establecimientos encuestados en el cantón Zapotillo los dueños y propietarios (4 hoteles y 1 hostal) me indicaron lo siguiente: el 24.79% dicen que tienen una afluencia de 30 usuarios cada mes; el 22.31% tiene una afluencia de 27 usuarios; el 20.66% tiene una afluencia de 25 usuarios; el 17.36% tiene una afluencia de 21 usuarios, y finalmente el 14.88% tiene una afluencia de 18 usuarios al mes.

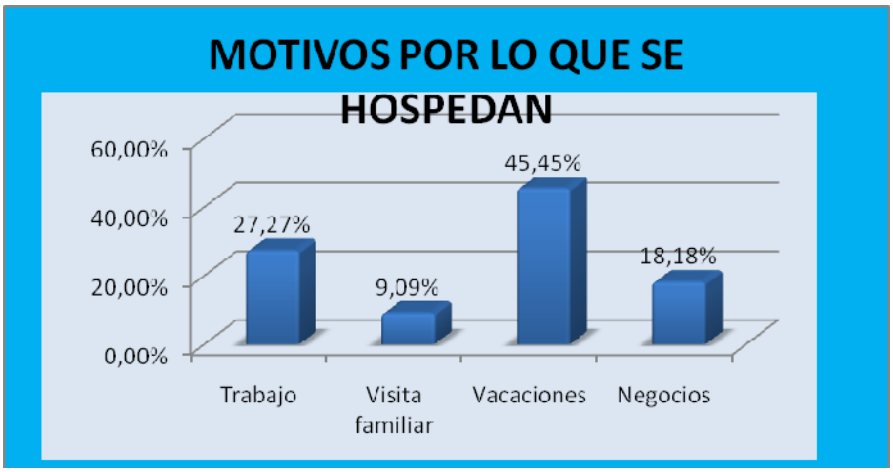
2. **¿Por qué motivo se hospedan en su hotel, hostal, residencia o casa de alojamiento :**

CUADRO Nº 17
MOTIVOS POR LO QUE SE HOSPEDAN

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo	3	27,27%
Visita familiar	1	9,09%
Vacaciones	5	45,45%
Negocios	2	18,18%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 16



INTERPRETACIÓN: Los dueños de los hoteles encuestados al formulares esta preguntan me pudieron indicar los siguientes motivos: el 45.45% de las personas encuestadas dicen que el motivo porque se hospedan es por vacaciones; el 27.27% lo hacen por trabajo; el 18.18% lo hacen por negocios; y el 9.09% restante lo hace por visitar a sus familias.

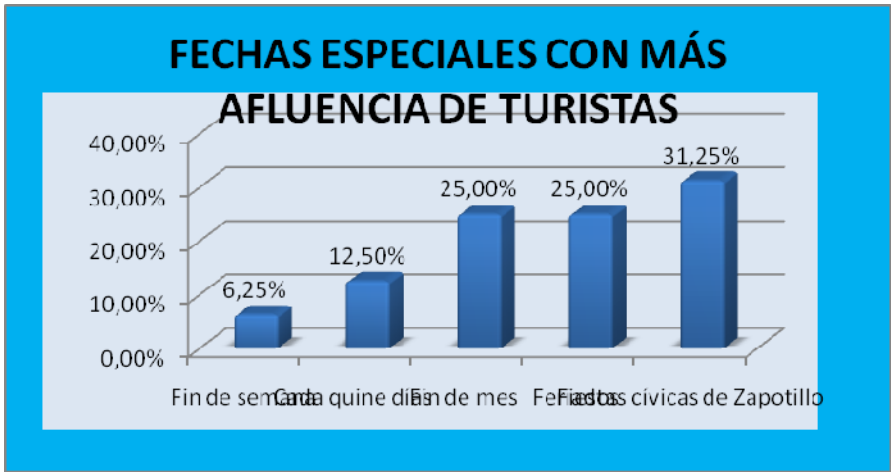
3. **¿En qué ocasiones o fechas especiales tiene usted más afluencia de turistas?**

CUADRO Nº 18
FECHAS ESPECIALES CON MÁS AFLUENCIA DE TURISTAS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fin de semana	1	6,25%
Cada quine días	2	12,50%
Fin de mes	4	25,00%
Feriados	4	25,00%
Fiestas cívicas de Zapotillo	5	31,25%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 17



INTERPRETACIÓN: Los dueños de los hoteles les en esta pregunta me indicaron el mayor número de usuarios que tienen en sus hoteles es en las fiestas cívicas de zapotillo según se detalla a continuación: el 31.25% dicen que tiene más afluencia de turistas en las fiestas cívicas de Zapotillo; el 25.00% dicen que cada fin de mes y feriados; el 12.50% tiene más afluencia de turistas cada quincena y el 6.25% restante dicen que tienen más afluencia de turistas cada fin de semana.

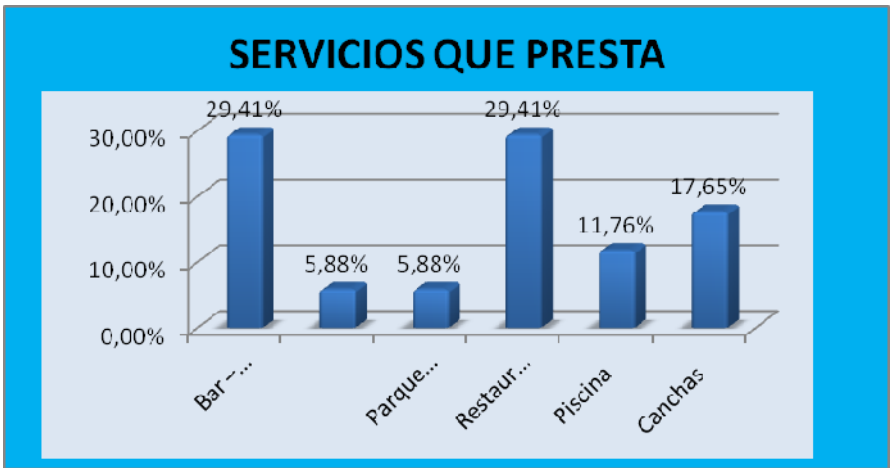
4. ¿Qué servicios presta su empresa hotelera?

CUADRO Nº 19
SERVICIOS QUE PRESTA

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Bar – Cafetería	5	29,41%
Transporte	1	5,88%
Parqueadero	1	5,88%
Restaurante	5	29,41%
Piscina	2	11,76%
Canchas	3	17,65%

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 18



INTERPRETACIÓN: En esta pregunta me pudieron indicar lo siguiente: 29.41% de las personas encuetadas dicen que los servicios que ofrecen son bar – cafetería y restaurante; el 17.65% ofrecen el servicio de canchas; el 11.76% ofrecen el servicio de piscinas; y el 5.88% restante ofrece transporte y parqueadero a los turistas respectivamente cuando deciden ocupar sus servicios.

5. **¿Realiza algún tipo de promoción por los servicios que presta?**

CUADRO Nº 20
REALIZA PROMOCIONES

Alternativa	**Frecuencia**	**Porcentaje**
SI	1	20%
NO	4	80%
TOTAL	**5**	**100%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 19

INTERPRETACIÓN: De las 5 empresas hoteleras encuestadas (4 hoteles y 1 hostal), el 80% dicen que no realizan ninguna promoción por los servicios que ofrecen; mientras que el 20% restante dicen que si ya que por el alquiler de una habitación podrían obtener como promoción el desayuno, el almuerzo o la merienda gratis.

6. **¿Realiza algún tipo de publicidad para dar a conocer los servicios que ofrece?**

CUADRO Nº 21
REALIZA PUBLICIDAD

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	5	100%
TOTAL	**5**	**100%**

FUENTE: ENCUESTA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

GRAFICO Nº 20

INTERPRETACIÓN: Del total de dueños o propietarios de las hosterías encuestados me indicaron en el 100% que ellos no realizan ningún tipo de publicidad, ya que esto amerita de gastos y ellos no cuentan con los suficientes recursos.

f) DISCUSIÓN

DISCUSIÓN

ENTORNO EMPRESARIAL

Para poder realizar un análisis del entorno empresarial de la Hostería, se ayuda de una herramienta principal del marketing, como es el diamante de Porter el mismo que nos permite identificar cuáles son nuestras fortalezas y debilidades dentro del proceso de segmentación de mercado lo que permitirá tomar las mejores decisiones.

COMPETIDORES: Los competidores son los que ofrecen servicios similares al nuestro. La Hostería "Hacienda LA CEIBA" no tiene competidores, porque ninguno de los hostales y hoteles; y una hostería existente en el cantón Zapotillo no poseen servicios de calidad, ni cuentan con todas las adecuaciones por lo no existe competencia, con la Información Turística proporcionada por el Municipio de Zapotillo sobre los hostales y hoteles más visitados: Los Charanes, Sol de Plata, Los Ángeles, Verdes Tamarindos (hostal).

PROVEEDORES: todos lo necesario tanto para el restaurante y bar se lo adquirirá en la ciudad de Loja ya que es lo más cercano y donde existe variedad de productos y los demás productos se los comprará en el mismo cantón a los comerciantes del sector.

CLIENTES: Existen dos tipos de clientes:

- **Clientes potenciales:** son todas aquellas personas que están dispuestas a asistir a ésta Hostería en un tiempo determinado.
- **Clientes reales:** son los que adquieren directamente el servicio.

Los clientes para este proyecto son los potenciales ya que son aquellas personas que están dispuestas a asistir a éste centro de diversión en un tiempo determinado.

SERVICIOS SUSTITUTOS: Los servicios sustitutos limitan el potencial de una empresa, consiste en buscar otros que tengan las mismas características. Dentro de los servicios sustitutos a la Hostería: están los hoteles, hostales, los restaurantes, los balnearios, se los considera de esta manera por lo que ofrecen los mismos servicios pero por separado y con ciertas excepciones.

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un elemento clave de un proyecto al cual se recurre para determinar la oferta y la demanda entre otros aspectos esta información permitirá conoce el comportamiento de una población determinada hacia cierto tipo de producto o servicio, el presente estudio de mercado permitirá diagnosticar la utilización de los servicios que preste la hostería, el cual se fundamenta en la metodología de la investigación con la finalidad de efectuar un análisis de los factores que intervienen en el mercado, así como las situación del mercado, a más de procurar una síntesis sobre la venta del servicio, lo primero que se ha planteado para conocer el mercado, ha sido definir cuáles son los objetivos de este estudio, es decir lo que se requiere averiguar, luego que población o aspecto principal es lo que se quiere averiguar y estudiar, posteriormente, cual es la muestra representativa para de esta manera conocer lo que esta opina, para así obtener el comportamiento hacia el servicio, sus necesidades y preferencia del mismo, además mediante este estudio se podrá determinar el posible mercado del proyecto y según los resultados obtenidos se determinará si el proyecto es o no factible.

OBJETIVOS

- Conocer lo que está sucediendo y que se espera que suceda en el sector de la economía al cual se pretende incursionar con el producto.
- Establecer las fortalezas y debilidades de los competidores para aprovechar oportunidades en cuanto a la satisfacción de los clientes.
- Verificar que los clientes previstos existen realmente.
- Medir la potencialidad de esta demanda.
- Determinar el precio del producto o servicio.
- Elegir los medios más rentables para realizar la cifra de negocios, venta, comunicación, distribución, etc.

Es preciso para la empresa aplicar encuestas, la primer encuesta está dirigida a las familias de la Provincia de Loja y otra los dueños de Hostales y Hoteles los cuales prestan servicios similares y son el mercado oferente.

CARACTERÍSTICAS DEL USUARIO

Para establecer la demanda del servicio de Hostería se tomó en cuenta los turistas y la población económicamente activa del Cantón Zapotillo, Provincia de Loja.

Lugar de procedencia

La población son las familias del cantón Zapotillo y los demás cantones de la provincia de Loja. Ver cuadro N**º 3**.

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Los servicios que la Hostería ofrecerá al mercado son muy variados entre estos serian hospedaje, recorrido dentro del cantón de lugares turísticos,

cancha deportiva, bar - cafetería con comida típica del sector, piscina, sauna turco e hidromasaje, transporte y parqueadero. Principalmente se brindara un ambiente acogedor y agradable para que el turista se sienta relajado ya que sus amplios espacios verdes permitirán realizar actividades al aire libre y en contacto con la naturaleza.

Para el hospedaje se construirá 4 amplias cabañas que brindaran comodidad y privacidad a los usuarios.

En cuanto a la alimentación, el turista podrá degustar una comida típica de la zona como lo es el seco de chico, pescado frito de mar o de rio, estofado de gallina y el famoso chivo al hueco.

El bar - cafetería será decorado con estilo propio del lugar con aire acondicionado para brindar comodidad y un buen servicio a nuestros turistas; por otro lado las camas, colchones, sabanas, cristalería, la música, TV, etc. serán de la mejor calidad y se las adquirirá en la ciudad de Loja. Los diferentes licores, el agua, cerveza y otras bebidas se las adquirirá a las distribuidoras locales y se contará con personal calificado e idóneo para atención a los clientes.

La publicidad se realizará utilizando los medios de comunicación más adecuados para la Hostería, se ofrecerá un servicio de atención al cliente, colocando un número de teléfono, página web, e-mail, el cual es colaboración de la municipalidad del cantón para que los usuarios de los servicios de la Hostería hagan llegar sus sugerencias y reclamos. El nombre que llevará la hostería será "HOSTERÍA HACIENDA LA CEIBA".

DETERMINACIÓN DE LAS VISITAS PER CÁPITA

Se refiere al uso del servicio que se realiza en forma anual, nos sirve para proyectar la demanda. Para obtener el uso promedio per cápita, se toma como referencia el cuadro número ocho, que nos detalla la frecuencia con que viajan al cantón Zapotillo.

CUADRO Nº 22

VISITAS PER CÁPITA

Alternativa	**Frecuencia**	**Asistencia anual**	**XY**
Cada fin de semana	8	52	416
Cada quince días	18	24	432
Cada fin de mes	42	12	504
1 vez al año	164	1	164
TOTAL	232		**1516**

FUENTE: CUADRO Nº 9
ELABORACIÓN: LA AUTORA

UP = XY/F

Donde:

F= muestra

XY = Sumatoria Total

UP= uso promedio per cápita anual

UP = 1516/232 = 6.5 = 7

En total una familia visitaría 7 veces en el año a la nueva hostería en la hacienda la ceiba del cantón Zapotillo.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para analizar la demanda se encuesto a los turistas en este caso familias que visitan el cantón Zapotillo, Provincia de Loja (segmentación INEC) siendo la muestra de 399 encuestas para la demanda total.

La demanda está representada por los turistas y familias interesadas en hacer uso de este servicio, basándose en tres segmentaciones se obtuvo la demanda actual, demanda potencial y demanda real o efectiva.

DEMANDA ACTUAL

Para determinar la demanda actual del presente proyecto, se realizaron 399 encuestas a las familias de la provincia de Loja, a las cuales se les pregunto si realizan turismo, el 88.47% respondieron que si y el 11.53% respondieron que no. Lo que lo podemos constatar en el Cuadro Nº 4.

CUADRO Nº 23

DETERMINACIÓN DE DEMANDA ACTUAL

TOTAL ENCUESTAS	REALIZAN TURISMO	PORCETAJE	DEMANDA ACTUAL
399	353	88.47%	353

FUENTE: CUADRO Nº 5
ELABORACIÓN: LA AUTORA

DEMANDA POTENCIAL

Para determinar la demanda potencial se realizo la siguiente pregunta, ¿Ha visitado Usted o conoce el cantón Zapotillo? Ver resultado en cuadro N° 6

CUADRO Nº 24

DETERMINACIÓN DE DEMANDA POTENCIAL

DEMANDA ACTUAL	NO HAN VISITADO O NO CONOCE	PORCENTAJE	DEMANDANTES POTENCIAL
353	102	71.10%	251

FUENTE: CUADRO Nº 7
ELABORACIÓN: LA AUTORA

DEMANDA REAL O EFECTIVA

Para su determinación se utiliza la respuesta sobre la disposición a adquirir el servicio en el caso que se instale la hostería en la hacienda la Ceiba del cantón Zapotillo, obteniéndose que el 79.97% están dispuestos a asistir. Lo que lo podemos evidenciar en el Cuadro Nº 10.

CUADRO Nº 25

DETERMINACIÓN DE DEMANDA REAL O EFECTIVA

DEMANDA POTENCIAL	N° DE PERSONAS QUE NO ASISTEN	PORCENTAJE	DEMANDA REAL O EFECTIVA
251	50	79.97%	201

FUENTE: CUADRO Nº 11

ELABORACIÓN: LA AUTORA

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección de la demanda de la hostería se ha tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Loja que es de 0.5%, según el INEC. A continuación presentamos la proyección de la demanda efectiva para los cinco años de vida útil:

CUADRO Nº 26

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	VISITAS PER CÁPITA	DEMANDA PROYECTADA (visitas)
1	16.074	7	112.518
2	16.154	7	113.081
3	16.235	7	113.646
4	16.316	7	114.214
5	16.398	7	114.785

FUENTE: CUADROS Nº 22 Y 25

ELABORACIÓN: LA AUTORA

En el primer año de proyección de la demanda tenemos 112.518 (visitas a la hostería anuales), en el tercer año 113.646 (visitas), en tanto que en el último año alcanza la cantidad de 114.785 (visitas anuales).

ANÁLISIS DE LA OFERTA

En la oferta se considera la cantidad de productos o servicios que se ofrece en el mercado consumidor. Para determinar la oferta de la empresa, se aplico la técnica de la observación directa y la encuesta, donde se pudo determinar que en el cantón Zapotillo no existen hosterías, solo 4 hoteles y 1 hostal. Es por ello que se tomo en consideración estos 5 establecimientos hoteleros para determinar la cantidad de usuarios que existen en el mes, y poder determinar la demanda insatisfecha.

OFERTA ACTUAL

Para determinar las vistas promedio mensuales en estas empresas hoteleras se realizó el siguiente procedimiento:

CUADRO Nº 27

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Alternativa	Frecuencia	Tiempo	Xy
Las Palmeras	30	12	360
Los Charanes.	25	12	300
Sol de Plata	27	12	324
Los Ángeles.	18	12	216
Verdes Tamarindos (Hostal)	21	12	252
Total			**1452**

FUENTE: CUADRO Nº 16
ELABORACIÓN: LA AUTORA

CUADRO Nº 28

AÑO	OFERTA		
	Nº DE EMPRESAS HOTELERAS	Nº PERSONAS	OFERTA
2009	5	1452	7260

FUENTE: CUADRO Nº 27
ELABORACIÓN: LA AUTORA

La oferta total existente en el cantón Zapotillo es de 7260 visitas, para la proyección de la oferta se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la provincia de Loja que es de 0.5%.

CUADRO Nº 29

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA PROYECTADA PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA ÚTIL
1	7260
2	7.296
3	7.333
4	7.369
5	7.406

FUENTE: CUADRO Nº 28
ELABORACIÓN: LA AUTORA

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la demanda y la oferta actual, tomando en cuenta los resultados de las encuestas aplicadas a las familias y oferentes. En el siguiente cuadro encontramos el balance entre la demanda y oferta de la hostería en el cantón Zapotillo.

CUADRO Nº 30

CALCULO DE LA DEMANDA INSATISFECHA

DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
112.518	7.260	105.258
113.081	7.296	105.785
113.646	7.333	106.313
114.214	7.369	106.845
114.785	7.406	107.379

FUENTE: CUADROS Nº 26 Y 29
ELABORACIÓN: LA AUTORA

Tenemos una demanda insatisfecha de 105.258 visitas para el primer año; para el tercer año tenemos 106.313 visitas; y para el quinto año tenemos 107.379 visitas.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Para diseñar las estrategias del mercado se recopilo información de las encuestas, con respecto al servicio, precio, promoción, publicidad, etc.

Son el conjunto de técnicas de Marketing, planificadas y diseñadas, para permitir que el servicio satisfaga las necesidades del mercado y a la vez permitan cumplir objetivos establecidos por los dirigentes de la empresa en cuestión.

Las estrategias serán planificadas de acuerdo a la demanda insatisfecha, y a las fortalezas, debilidades y amenazas que presente la implementación de la hostería hacienda turística en el mercado.

PRECIO

Es el valor de mercado de los bienes o servicios, medido en términos de lo que un comprador está dispuesto a dar para obtenerlos, los dos determinantes principales del precio son los costos y la competencia.

Por lo tanto, la fijación del precio se establecerá de acuerdo a los precios de la competencia tomando en cuenta los costos del servicio más un margen de utilidad.

El precio del producto y/o servicio proporciona al vendedor su necesaria ganancia y refleja la satisfacción, utilidad del comprador o usuario por la compra realizada. Los precios que un empresario asigna a sus bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. Además, en la mayoría de las empresas, el precio determina el volumen de ventas.

El precio establecido por el servicio a las familias que asistan al complejo turístico será establecido acorde a la oferta y la demanda existente el sector por los usuarios, considerando que estos harán uso de todos los servicios que se ofrecerán, incluyendo la comida que dispondrá la empresa.

ESTRATEGIA

Naturalmente todas las personas buscan el mejor precio de un determinado producto o servicio, pero la psicología del usuario es muy diferente de acuerdo a los grupos sociales, de preferencia, económicos y otros.

La empresa del proyecto se concentrará en la relación precio-calidad, ya que la toma de decisión de adquisición del servicio del usuario siempre confía

mucho en el precio como un indicador de calidad del servicio. La estrategia en cuanto al precio es dar un valor agregado a la prestación del servicio.

PROMOCIÓN

Es el conjunto de actividades encaminadas a lograr un mayor volumen de ventas a costa de crear y satisfacer una necesidad.

ESTRATEGIAS PROMOCION.

1. El precio disminuirá en las temporadas de mayor demanda
2. Se establecerán descuentos a grupos estudiantiles u otros visitantes en equipo
3. Por la estadía de 2 días en adelante se obsequiará un recuerdo (artesanías, postales, entre otros)
4. Por el ingreso de más de 10 personas se dará un paquete gratis.

PUBLICIDAD

La publicidad está compuesta por todas las actividades que comprende la presentación de un anuncio, que puede ser verbal y/o visual que se difunde a través de uno o más medios en que se identifica con el patrocinador, sobre un producto o servicio. Además, es un instrumento que forma parte del marketing el cual sirve para hacer conocer los servicios que ofrece la empresa a los turistas.

De acuerdo a la información recopilada en las encuestas las preferencias de los medios de comunicación para la publicidad son variadas. Para la publicidad se seleccionará la radio más sintonizada en la provincia de Loja para dar a conocer los servicios de la nueva hostería.

SERVICIO

Un servicio es una actividad económica o no económica dirigido a satisfacer una o varias necesidades y deseos, es un satisfactor.

- Los servicios que la empresa pretende ofertar, tienen el objetivo de entregar al cliente momentos de esparcimiento, recreación e inclusive alimentación especializada con la finalidad de que este se sienta satisfecho, por ello se estregara servicios de: hospedaje, restaurante, sauna, turco, lanchas, espacio deportivo, telefónico, de garaje, etc.

PLAZA

Es un conjunto de personas que tienen una necesidad o deseo de un producto, bien o servicio que tienen la capacidad económica y legal para comprarlo y hacer uso de él.

PUBLICIDAD

Publicidad significa “decir y vender”. Publicidad es toda forma de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes y servicios, pagada por un patrocinador. La publicidad es impersonal porque el vendedor no ve al cliente.

La empresa pretende ingresar al mercado, enfrentando la competencia, haciendo conocer los servicios y ventajas que prestar, con respecto a otras empresas similares, en torno a ello, ha estructurado las siguientes estrategias:

- Se anunciará la categoría con que contara el complejo.

- Se dará a conocer la gama de los servicios que ofrece.
- Se publicara el número de Registro legal correspondiente.
- Se dará a conocer a través de vallas y pancartas ubicadas en sitios estratégicos, la razón social y ubicación de la empresa.

PAQUETES TURISTICOS

El objetivo nuestro es dar a conocer al turista un plan emotivo de las actividades, para ello nos basamos en los gustos y preferencias de estos sobre todo cuando van a disfrutar de sus vacaciones. Pensando en la satisfacción única del usuario se propone lo siguiente.

PAQUETE TURISTICO

PRIMER DIA.- Hacer que disfrute en interno la variedad de servicios con las características del estilo amazónico.

SEGUNDO DIA.- Se dispondrá de un equipo exclusivo para la realización de una caminata por el sendero, a primera hora de la mañana, y así puedan disfrutar de la diversidad del ambiente con sabor a paz y tranquilidad.

PAGINA WEB

Fue creada para tener mayor cobertura de información, la web nos ofrece un espacio que los usuarios del servicio pueden publicar textos, proyectos, comentarios, fotografías y otros materiales digitales de propia producción personal, para que la empresa se haga conocer.

Su dirección es: www.hosteriahaciendalaceiba.com

Tipo de web elegida: BLOG

Dirección web: www.hosteriahaciendalaceiba.com

Titulo y descripción: www.hosteriahaciendalaceiba.com

www.hosteriahaciendalaceiba.com

Categoría: Empresa.

POLITICAS DE VENTAS DE LOS SERVICIOS

- El precio de los servicios a ofertarse estarán en relación con la competencia, siempre y cuando los costos de producción y en base a esto tratar de reducir al máximo los precios para tomar ventajas sobre la misma.

- La información sobre los servicios llegara a los usuarios finales a través de los medios de comunicación y de agencias intermediarias.

- La venta del servicio será en forma directa a los clientes y según el acuerdo al que se haya llegado con las agencias de viajes.

- Existirá promociones para numerosos grupos de personas de una misma entidad u organización.

ESTUDIO TÉCNICO

Mediante el estudio técnico se determinará los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción del servicio, con el objeto de determinar la tecnología, el espacio físico y el recurso humano más adecuado. El objeto de este estudio técnico, es definir un tamaño óptimo de la empresa, obedeciendo las necesidades del mercado entrando así a un nuevo campo competitivo, obteniendo la información necesaria que permita cuantificar el monto de las inversiones, costos de producción y operación.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

TAMAÑO DE LA EMPRESA

El tamaño del proyecto se lo considera como la capacidad de producción de un bien o servicio con la que la empresa contará durante un periodo de tiempo determinado.

El tamaño del presente proyecto se lo determinará en función a la demanda insatisfecha proyectada para los 5 años de vida útil del proyecto, sin dejar de lado la magnitud del espacio físico necesario para el funcionamiento adecuado de la Hostería.

Para el funcionamiento de la Hostería se requiere de un área de 1105 m^2, en donde se ubicará toda la infraestructura de la empresa.

La capacidad de producción está determinada por el componente tecnológico a utilizarse, en el presente caso, la prestación del servicio de Hostería, está en función de la capacidad total que tiene la empresa para la concurrencia de los clientes, es decir, la capacidad de servicio se la medirá en función al número de personas que asistan durante los días viernes, sábado y domingo.

Capacidad instalada del servicio

La capacidad instalada de la hostería para la prestación del servicio está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir durante un periodo de vida útil de la empresa.

Para establecer la capacidad instalada del presente proyecto determinamos el resultado de la demanda insatisfecha para el primer año de vida útil que es de 105.258 personas, que corresponden al 100%. Por lo tanto este porcentaje es muy difícil de lograrlo, ya que existen varías limitaciones como falta de especialización, falta de tecnología, dificultad para la obtención del financiamiento, etc.

Tomando en consideración los factores antes mencionados se procede a determinar que la empresa está en capacidad de alojar a 7368 visitas por año, 7368/ semanas del año (52)= 142 y 142/7 días que se trabajará en la semana=20 personas por día, cantidad que la empresa estará en capacidad de atender durante los 5 años de vida útil.

Capacidad utilizada

Para el funcionamiento de la empresa se debe dejar un margen confiable que permita superar diversos factores como: introducción del producto o servicio al mercado, inexperiencia en la contratación de mano de obra, entre otros imprevistos. Para que la empresa aproveche la capacidad que posee y aproveche eficientemente la inversión de los activos fijos, estará en relación directa con el mercado. Por lo que para la determinación de la capacidad utilizada se considera que se va a laborar los días viernes, sábado y domingo. Considerando ciertos factores que limitantes se cree conveniente participar para el primer año con un 90% de la capacidad instalada, para el segundo año con un 95% y para el tercer año en adelante con un 100% de la capacidad instalada de la Hostería.

CUADRO Nº 30

CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA (visitas)	PORCENTAJE	CAPACIDAD UTILIZADA (visitas)
1	7368	90%	6631
2	7368	95%	
3	7368	100%	7368
4	7368	100%	7368
5	7368	100%	7368

FUENTE: CUADRO Nº 29
ELABORACIÓN: LA AUTORA

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Para la toma de decisiones de la localización del Proyecto influyen factores relevantes los cuales están relacionados con el mercado, los costos, ubicación e insumos, entre otros como por ejemplo: la naturaleza, disponibilidad de terrenos, disponibilidad de mano de obra, factores ambientales, demanda, transporte, competencia, confiabilidad de los sistemas de apoyo (servicios públicos de electricidad y agua, comunicación, otros), las condiciones sociales y culturales (tradiciones y costumbres), etc.

Factores determinantes para la localización.

1. **Transporte:** Está relacionado con los costos del transporte hacia la empresa, como de insumos que se emplean para el restaurante y el bar.
2. **Mano de Obra:** Concerniente a la disponibilidad de mano de obra calificada; necesaria para la empresa, la encontramos disponible y con mucha facilidad.
3. **Servicios Básicos:** La Provincia de Loja posee todos los servicios básicos que son indispensables para el desenvolvimiento de cualquier actividad cotidiana y comercial, esto permite ubicarla en este sector por tener: luz eléctrica, indispensable para el funcionamiento de equipos y herramientas, teléfono que es necesario para la comunicación, agua

potable que satisfaga las necesidades del recurso humano de la empresa y los clientes, además de la utilización de la misma en ciertas actividades operativas.

JUSTIFICACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN.

El ubicar el proyecto en el sector turístico como es la Provincia de Loja se fundamenta básicamente en la situación estratégica y sobre todo por el aprovechamiento de los atractivos naturales, los recursos ambientales y de terrenos que se posee en este sector de la Provincia de Loja, por otro lado el mercado a satisfacer con el servicio ofrece mayor cuota, ya que su requerimiento es significativo, además que el sector donde se ubicará la empresa aun no sea explotado adecuadamente los recursos naturales existentes.

El objetivo principal es determinar el sitio donde se instalará la Hostería, por lo que mediante un análisis a lo largo del proyecto ha permitido visualizar su localización en la Provincia de Loja, Cantón Zapotillo, Sector La Ceiba, para lo cual se definirá la micro y macro localización del mismo cumpliendo con ciertos requerimientos para que los turistas disfruten de una mejor servicio tanto en estadía, gastronomía, guías turísticos, entre otros servicios que se ofrecerá para la total satisfacción del turista.

Macrolocalización

La Hostería “Hacienda La Ceiba” se ubicará en la región Sur Occidental del Ecuador, debido a que de acuerdo a los estudios realizados, éstos reflejan una gran demanda de este servicio. El sector sur del país se caracteriza por ser una zona turística por excelencia, donde los turistas tanto nacionales como extranjeros visitan para conocer los diferentes atractivos naturales existentes los cuales son únicos y son la razón por lo que los turistas visitan Zapotillo.

PROVINCIA: LOJA

CANTÓN: ZAPOTILLO

PARROQUIA:

MAPA N

SECTOR: LA CEIBA

º 1

MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

MAPA LA PROVINCIA DE LOJA

Microlocalización

Se refiere al lugar específico donde estará ubicada la empresa, los factores que inciden en la localización del proyecto son: paisajes naturales, clima, riqueza hídrica, abundante flora y fauna y una gran biodiversidad, entre otros.

De acuerdo a los factores antes mencionados la micro localización de la Hostería es en el Sector “La Ceiba” del Cantón Zapotillo en una reserva natural de 10 hectáreas de las cuales el 80% es una zona semiplana, el 20% de cultivo de productos agrícolas.

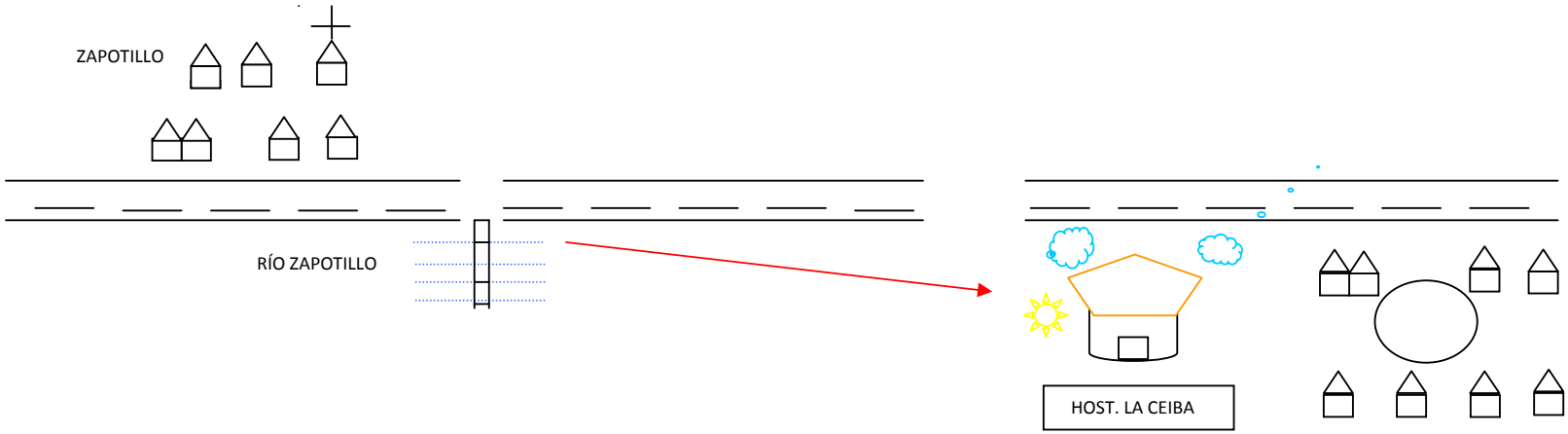
El presente proyecto de inversión reviste características especiales, y por lo tanto para determinar su ubicación geográfica, se realizó un minucioso

análisis sobre cada uno de los factores que inciden en su fase de operación. Por lo tanto se llega a determinar que el lugar para ubicar la Hostería es el siguiente:

GRÁFICO Nº 28

MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

CANTÓN ZAPOTILLO



INGENIERÍA DE LA EMPRESA

En el estudio de la ingeniería del proyecto se busca los elementos adecuados en lo que tiene que ver con la tecnología idónea a los requerimientos, así como el diseño de la infraestructura física que esté de acuerdo con el tamaño establecido para la planta y permita poder cubrir las expectativas del mercado.

Los equipos a utilizarse se los describirá más adelante en los literales correspondientes, con la representación gráfica de cada uno de ellos.

NECESIDADES – MERCADO – DISEÑO

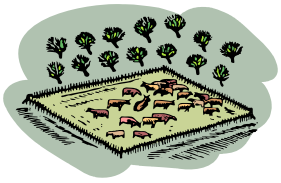
Para el diseño del servicio elaboramos el logotipo, nombre, horarios de atención, promociones, etc.

- **NOMBRE**

"HOSTERIA HACIENDA LA CEIBA"

- **LOGOTIPO**

HOSTERIA HACIENDA "LA CEIBA"
Sr. Jonathan Granda-Propietario



TELF: CEL 099323736
ZAPOTILLO-LOJA-ECUADOR

HORARIOS DE ATENCIÓN

El horario de atención será a partir de las 10h00 hasta las 18h00 los días viernes, sábado y domingo, también se ajustara de acuerdo a los feriados o grupos que visiten la Hostería y en la noche si se lo requiere.

SERVICIOS

Después de realizar el correspondiente estudio de mercado se determina que específicamente en el Cantón Zapotillo, no existen Hosterías por lo que los atractivos naturales existentes que existen en la zona no son aprovechados. Frente a estas expectativas se pretende crear una Hostería que brinde servicios de calidad y de esta manera satisfacer las necesidades del turista.

Estos servicios permitirán al turista conocer una extraordinaria variedad de sus comidas típicas y agradable clima, la riqueza natural del entorno como: cascadas, cuevas, lagunas, entre otros, diversidad cultural.

SERVICIOS QUE OFRECE

- HABITACIONES
- BAR - CAFETERIA
- PARQUEADERO
- PISCINA
- SAUNA, TURCO E HIDROMASAJE
- CANCHAS DEPORTIVAS
- INTERNET
- TRANSPORTE

CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

- Existirá personal capacitado en todas las áreas para una mejor atención de los visitantes.
- Se elaborará material publicitario como: trípticos, postales, afiches y otros que resaltan los distintos atractivos naturales los mismos que permitirán hacer conocer los servicios que se ofrecen en la Hostería.
- Los servicios que se ofrecerán serán propios de la zona y el medio; y al igual se ofrecerá todas sus comidas típicas.

La Hostería Hacienda “LA CEIBA” pondrá a disposición sus servicios a la población de la Provincia de Loja y a los turistas nacionales y extranjeros que deseen hacer turismo en un lugar rodeados por la naturaleza y los atractivos que posee.

REGLAS BÁSICAS

Los visitantes deben conocer y cumplir algunas reglas básicas para que su estadía sea segura y placentera.

- Perturbar lo menos posible el medio por el que se transita, es decir, no dejar basura ni destrozos.
- Respetar a todos los seres que habitan en el entorno, ya sea personas, animales y plantas, etc. y todo el medio ambiente en general.
- Procurar la armonía entre el turista y la naturaleza así como entre sus compañeros de viaje.
- Observar las normas de seguridad, es una regla indispensable, para que el visitante este fuera de peligro.
- Llevar ropa adecuada al clima, al lugar y la actividad a realizar tales como: gorra o sombrero, terno de baño entre otros.

PRESENTACIÓN

La presentación del servicio que la Hostería ofrecerá se realizará mediante trípticos, en el cual se especificará los servicios a ofrecerse, las actividades a realizarse, normas de conducta y seguridad, información de atractivos naturales del lugar, entre otras.

FOTO Nº 1

HOSTERÍA HACIENDA "LA CEIBA"

ZAPOTILLO – CIUDAD

En la Provincia de Loja a 5 km. del Cantón Zapotillo se encuentra la Reserva Natural "La Ceiba", sitio donde se ubicará la Hostería, en este lugar la selva, sus enormes arboles y sus atractivos son lo necesario para que este sea un paraíso natural.

FOTO Nº 2

Típico atardecer Zapotillano, es por ello que las personas que visiten la Hostería podrán deleitarse con un maravilloso atardecer.

FOTO Nº 3

RÍO ZAPOTILLO

Es la vitalidad y pureza del agua cuyos factores como la orografía irregular y su alta plusvalía han originado condiciones especiales para la existencia de

una gran diversidad de cascadas, flora y fauna, además de la biodiversidad y culturas existentes en la zona donde el turista podrá conocer al visitar la Hostería Hacienda "LA CEIBA"

NORMAS DE CONDUCTA PARA LOS VISITANTES

- Tome precauciones acorde al clima.
- Prohibido portar armas.
- Respetar la vida de todos los seres que habitan en el área.
- No dañe árboles, troncos, piedras, etc.
- Prohibido llevar mascotas.
- Coloque la basura en sitios destinados para ello.

PROCESO DEL SERVICIO

El proceso que se realizará en los diferentes servicios que pondrá a disposición de la colectividad la Hostería depende del tipo de servicio que elija el cliente.

SERVICIO DE HOSPEDAJE

1. **Bienvenida del cliente:** Tiene que ver con la tención al cliente en primera instancia, en donde es recibido por la recepcionista.
2. **Recepción del cliente:** El cliente realiza su respectiva recepción, donde se le entrega un ticket para que pueda hacer uso de los diferentes servicios que ofrece la Hostería.
3. **Control de calidad:** Se revisa antes que el cliente vaya hacer uso de las instalaciones, con la finalidad de verificar si todo está de acuerdo a las políticas de atención y servicio al cliente que tiene la empresa.
4. **entrega del servicio:** Se guía al cliente hacia su respectiva habitación, seguidamente se le brinda un coctail de bienvenida, así el cliente hace uso de los servicios.

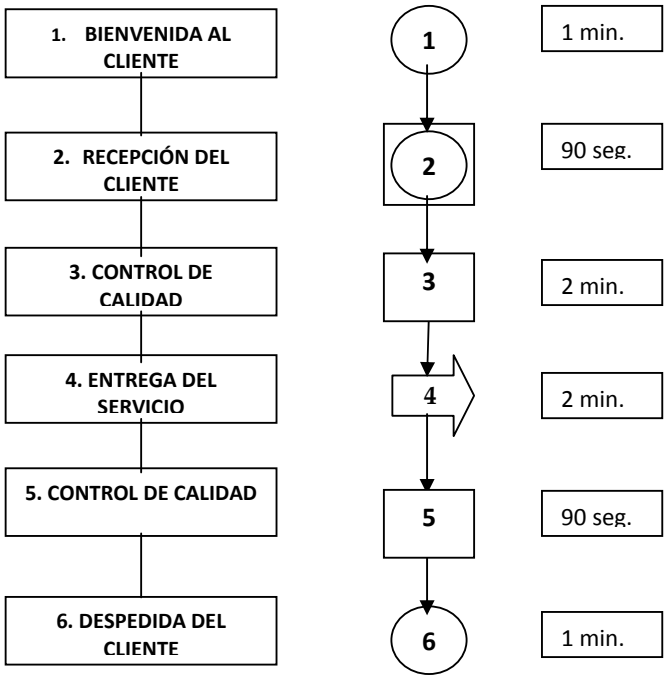
5. **Control de calidad:** Medimos la calidad del servicio mediante un buzón para comentarios y sugerencias.
6. **Despedida del cliente:** La parte final de este proceso y con el fin de medir el grado de satisfacción del cliente, se despide al cliente.

SERVICIO DE RESTAURANTE

1. **Bienvenida del cliente y recepción del pedido:** Se recibe la orden del cliente para preparar su pedido, previamente comunicado el menú.
2. **Control de calidad:** Se realiza la verificación respectiva en cuanto a las condiciones en que se encuentra la mesa, la misma que debe contar con los utensilios y cubiertos de mesa respectivos, también debe estar en excelentes condiciones y lista para poder brindar el servicio adecuado.
3. **Selección de los ingredientes:** Cada plato necesita sus ingredientes específicos, para ello de deben seleccionar adecuadamente y en las porción necesaria.
4. **Control de calidad de los ingredientes:** Para cumplir a cabalidad este paso el chef no debe descuidar el tiempo ni el procedimiento distinto para la cocción de los ingredientes y de esta manera todo este conforme a las exigencias del cliente.
5. **Decoración del plato:** Obtenidos los ingredientes respectivos se procede a servir, colocando en forma decorativa en la bajilla destinada, existen una infinidad de maneras para l decoración, se usaran las más llamativas que encante a la vista del cliente.
6. **Entrega del pedido:** Con toda la decoración realizada, siguiente paso consiste en la entrega al cliente respectivo, con todos los utensilios ya en la mesa debe hacerse de la mejor forma , siguiendo los protocolos de gastronomía establecidos para ello.

GRÁFICO Nº 29

PROCESO DE GENERACIÓN DEL SERVICIO DE HOSPEDAJE Y DIAGRAMA DE FLUJO DE LAS OPERACIONES



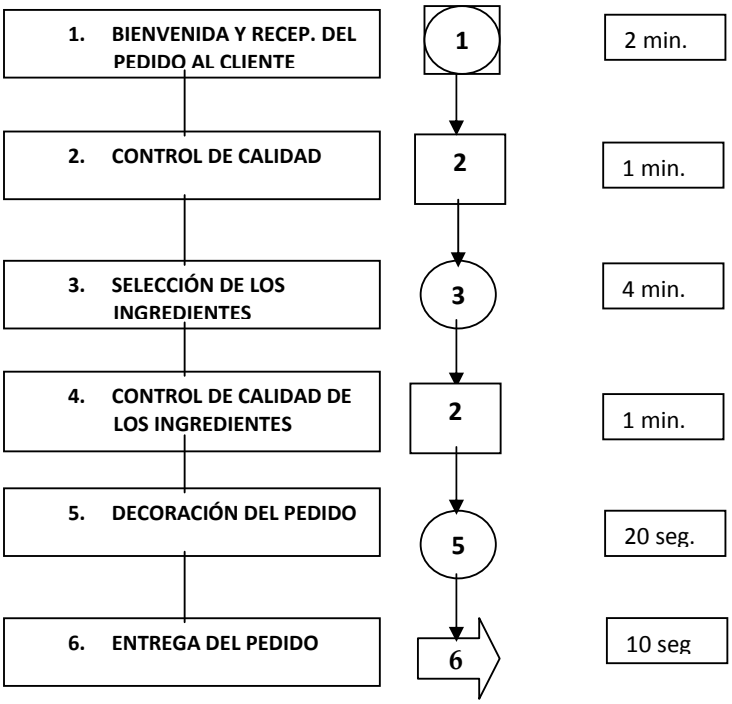
Simbología: ○ Operación ⇨ Transporte

▭ Inspección D Demora

Tiempo estimado en entrega: 9 min.

GRÁFICO Nº 30

PROCESO DE GENERACIÓN DEL SERVICIO DE RESTAURANTE-BAR Y DIAGRAMA DE FLUJO DE LAS OPERACIONES



DISTRIBUCIÓN FISICA DE LA PLANTA

Simbología: ◯ Operación ⇨ Transporte

▭ Inspección ◗ Demora

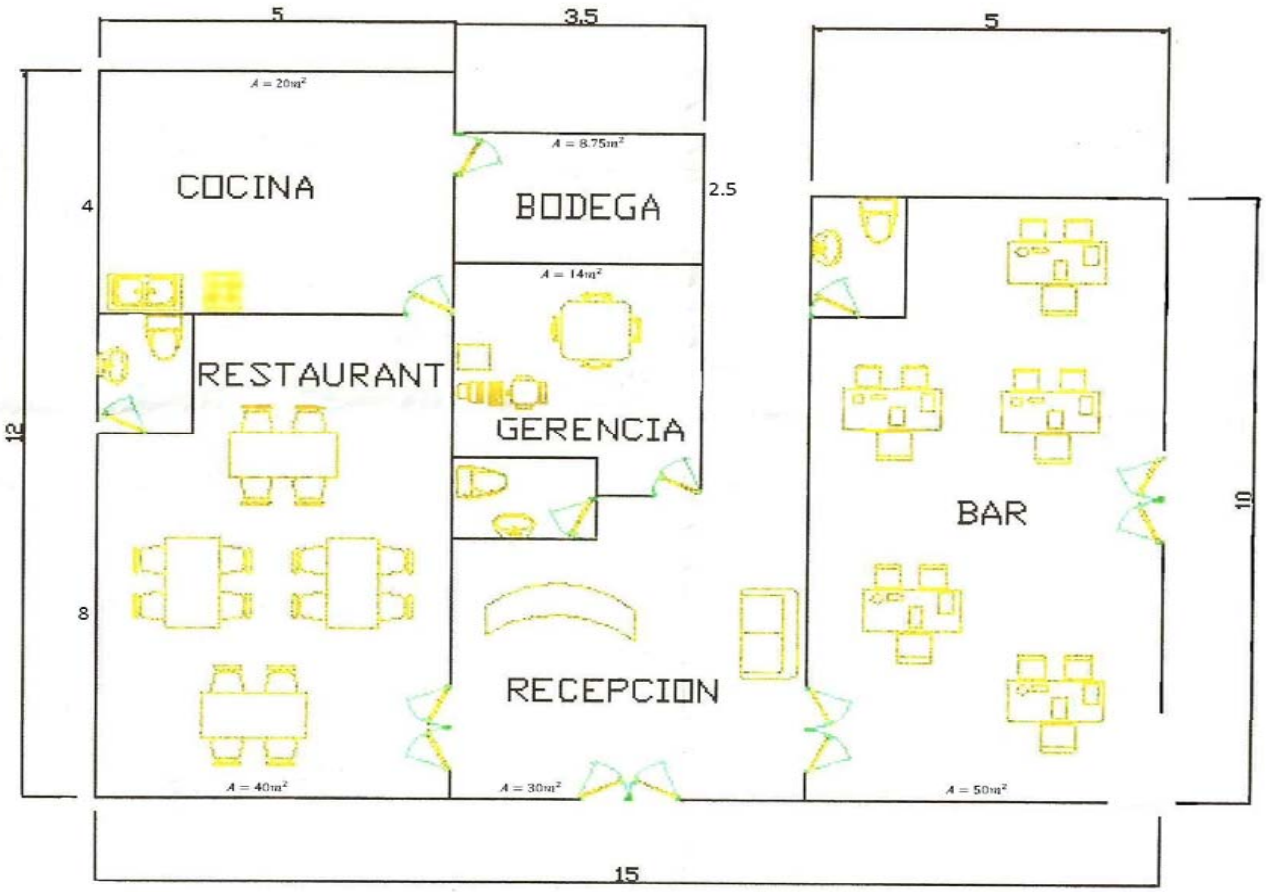
Tiempo estimado en entrega: 8.5 min.

Con la finalidad de ilustrar de una mejor manera la ubicación en la que se encuentra la Hostería, se detallará a continuación el aspecto físico de la misma. Donde el área total del terreno es de 10 hectáreas, del cual 1 hectárea estará destinada a construcciones, en la que se edificará cabañas con estilos tradicionales, distribuidos de la siguiente manera:

- Una cabaña para las oficinas administrativas: gerencia, secretaria, para el área de producción: cocina, restaurante, bar, bodega, recepción, etc. = (163m^2)
- Área de piscina, sauna y turco (286m^2)
- 4 cabañas para descansar (8m x 8m) c/u = 256m^2.
- 1 cancha de arena (15 x 12m) c/u = 180m^2
- Parqueadero = (220 m^2)

GÁFICO N.- 35

PLANO DE RECEPCION



MAQUINARÍA Y EQUIPO DE LA HOSTERIA

La maquinaria y equipo que servirán para el desarrollo las actividades de la Hostería, serán adquiridos en la ciudad de Loja y lo que se detalla a continuación:

CUADRO Nº 31

EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD
Computadora	1
Impresora Epson	1
Teléfono celular	1

FUENTE: ALMACÉNES"LASER CENTER"
ELABORACIÓN: LA AUTORA

CUADRO Nº 32

MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD
Cocina industrial 6 QM.	1
Refrigeradora Mabe	2
Televisor LG 42 PG.	2
Equipo de sonido LG	1
DVD LG	2
Calculadora	1
Microondas LG	1
Extintores y Accesorios	2
Botiquín de Primeros Auxilios	1
Balón Gr.	2
Lavadora	1

FUENTE: ALMACENES "LASER CENTER"
ELABORACIÓN: LA AUTORA

CUADRO Nº 33

MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD
Escritorio de madera	2
Sillones giratorios	2
Archivadores	3
Mostrador	1
Basureros de madera	10
Mesas de madera	5
Sillas de madera	20
Mesas de plástico	10
Sillas de plástico	40
Camas 1 ½ plazas	10
Camas 2 plazas	5
Veladores	8
Lámparas	12
Sillones	5

FUENTE: MUEBLERIA "ANDREITA"
ELABORACIÓN: LA AUTORA

CUADRO Nº 34

HERRAMIENTAS

DETALLE	CANTIDAD
Licuadora	2
Batidora	1
Set de ollas (10 piezas)	2
Olla de presión	2
Paila grande	2
Vajilla (34 Piezas)	3
Cristalería (30 piezas)	2
Utensilios de mesa (30	2
Prensador	1
Set de cuchillos (10 piezas)	1
Vajilla de madera (30 piezas)	2
Colchones 1 ½ plazas	5
Colchones 2 plazas	5
Sábanas 1 ½ plazas	20
Sábanas 2 plazas	10
Edredones 1 ½ plazas	15
Edredones 2 plazas	8
Cortinas	10
Cobijas 1 ½ plazas	15
Cobijas 2 plazas	8
Almohadas	20
Juego de herramientas	1

FUENTE: COMERCIAL"CELI "
ELABORACIÓN: LA AUTORA

MATERIA PRIMA

Como una de las principales actividades de la Hostería es la gastronomía y las bebidas, por lo que se adquirirán los siguientes productos entre los cuales están los que se adquirirán directamente a los nativos del sector.

CUADRO Nº 35

MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD
Carnes Silvestres	50 Lib.
Otras Carnes	50 Lib.
Pescado Tilapia	10 Lib.
Mariscos	20 Lib.
Verduras	30 Lib.
Legumbres	30 Lib.
Hortalizas	25 Lib.
Frutas	30 Kl.
Arroz	50 Lib.
Leche	20 Lit.
Panes y Cereales	25 Unid.
Especerías	2 Lib.
Vinos	10 Unid.
Agua mineral	100 Lit.
Licor	120 Unid.
Hielo	30 Unid.
Bebidas	150 Unid.
Otros	
TOTAL	

FUENTE: COMERCIOS DE ZAPOTILLO
ELABORACIÓN: LA AUTORA

REQUERIMIENTO DE RECURSOS HUMANOS PARA EL SECTOR ADMINISTRATIVO Y OPERATIVO

La mano de obra para la Hostería es la siguiente:

- 1 Recepcionista – cajera
- 2 Camareros
- Conserje – Guardián
- 1 Cocinera
- 1 Mesero
- Guía turístico
- Gerente
- 1 Secretaria – Contadora
- Asesor Jurídico (Ocasional).

Debido a que cada persona es diferente de otra, tanto en capacidades, actitudes, aptitudes, habilidades, destrezas, carácter, etc. esto hace que su accionar diario y principalmente en el desarrollo de actividades especificas, por lo tanto, se debe contratar personas adecuadas para el puesto adecuado, ya que el balance correcto de comparación son las características del puesto y los requisito con los que presenta el candidato o aspirante al puesto. De esta manera se lograrán mejores resultados en la prestación del servicio tanto en calidad como en presentación.

En el caso de la Hostería se deberá tener una recepcionista que tenga conocimientos principalmente en atención y servicio al cliente, así como llevar el registro de todas las personas que hagan uso del alojamiento.

Los conocimientos del chef deberán ser tanto en comida nacional y típica de la zona que es la que se ofrecerá; el camarero y el botones deben prestar una atención de calidad, mediante el manejo de protocolos lo que refleje el buen servicio de la empresa.

El conserje – guardián debe ser una persona que permanezca en la Hostería para cuidar de los bienes y las personas que se hospedan allí, el mismo que debe ser muy responsable.

El tomar una buena decisión al momento de llenar un puesto sin duda es parte del éxito o fracaso de la empresa, este se soluciona sencillamente asignando al empleado la tarea apropiada a sus actitudes y requerimientos de la empresa. Por estos antecedentes se cree conveniente designar un gerente, una secretaría-contadora y un asesor jurídico cuyos servicios se los requerirá ocasionalmente.

SERVICIOS BÁSICOS

Para la Hostería es indispensable contar con los servicios básicos necesarios para el funcionamiento de equipos y maquinarias además del uso propio de iluminación, aseo, entre otros.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIONES

La inversión está considerada como los desembolsos de dinero que se deben efectuar para la implementación, funcionamiento y puesta en marcha de una unidad productiva. La inversión consta de bienes tangibles e intangibles que son necesarios para el desarrollo de las actividades empresariales.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Son aquellas inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el servicio que prestará la empresa, los que tendrán una permanencia prolongada de vida útil, los cuales están integrados por el terreno, la planta y equipos; y son los siguientes:

- **TERRENOS:** la empresa contará con un terreno de 10 hectáreas, con un costo de 6.000 dólares. Ver anexo Nº 2.

- **CONSTRUCCIONES:** el área de construcción es de 1000m^2, distribuidos adecuadamente para brindar un servicio de excelente calidad con instalaciones que serán edificadas con materiales rústicos y accesorios complementarios. Lo que tiene un costo de 16.900,00. Ver anexo Nº3.

- **VEHÍCULO:** se considera necesario la adquisición de un vehículo, tanto para la transportación de los turistas como para atender el abastecimiento de los insumos y todos los productos que se necesita para la empresa, para lo cual es necesario adquirir un vehículo tipo furgón cuyo valor es de 20.000,00 dólares. Ver anexo Nº 4.

- **EQUIPO DE OFICINA:** es la inversión en componentes de oficina para el desempeño de las actividades de la empresa, con un costo de 1.345,00. Ver anexo Nº 5

- **MAQUINARIA Y EQUIPO:** las inversiones que realizará la empresa en cuanto a maquinaria y equipo para la prestación del servicio en la Hostería que se detallan a continuación ascienden a la cantidad de 3.760,00 dólares. Ver anexo Nº6

- **MUEBLES Y ENSERES:** se refiere a muebles y enseres que se requieren para el funcionamiento de la empresa, con un costo de 5.880,00. Ver anexo Nº 7.

- **HERRAMIENTAS:** son las herramientas que se utilizarán en el proceso de producción y operación del presente proyecto, los que se tienen un costo de 4.986,00. Ver anexo Nº 8.

- **IMPREVISTOS:** es necesario contar con un valor para los imprevistos que puedan presentarse, en este caso se proveerá el 5% para imprevistos.

TOTAL DE LAS INVERSIONES FIJAS

A continuación se resumen los Costos Fijos, los cuales tienen un valor de **61.814,55** Dólares.

CUADRO Nº 36

VALOR DE LAS INVERSIONES FIJAS

DETALLE	V. TOTAL (USD)	Nº ANEXOS
Terreno	6.000,00	2
Construcción	16.900,00	3
Vehículo	20.000,00	4
Equipo de Oficina	1.345,00	5
Maquinaria y Equipo	3.760,00	6
Muebles y Enseres	5.880,00	7
Herramientas	4.986,00	8
Imprevistos 5%	2.943,55	9
TOTAL	**61.814,55**	

FUENTE: CUADROS DE INVERSIÓN
ELABORACIÓN: LA AUTORA

INVERSIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

Se denominan también activos intangibles, son aquellos gastos que se realizan para la puesta en marcha del proyecto como: estudios e investigación, estudios de ingeniería, gastos de constitución, permisos de funcionamiento y operación.

CUADRO Nº 37

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

DETALLE	V. TOTAL (USD)
Estudios de investigación	500,00
Estudios de ingeniería	200,00
Gastos de constitución	500,00
Permisos de funcionamiento y operación	300,00
Imprevistos 5%	75,00
TOTAL	**1.575,00**

FUENTE: INSTITUCIONES Y PROFECIONALES PERTINENTES
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ACTIVO CORRIENTE O CAPITAL DE TRABAJO

El activo El activo circulante o capital de trabajo por cuanto no existe pasivo corriente en la constitución de una empresa nueva, está constituido por recursos necesarios para la operación normal del proyecto.

Estos rubros son calculados para un mes con lo que se determinará la inversión inicial, ya que después de transcurrido este tiempo se generan ingresos propios producidos por las ventas, a continuación se demuestran los rubros de este activo.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

Es parte importante para determinar la rentabilidad del proyecto, para calcular y mostrar los costos de producción y operación del proyecto, se procede a desglosar los rubros principales agrupándoles en función de su evaluación, la técnica a utilizarse es trabajar a lo largo de los años de vida útil del proyecto, en cuanto a costos se toma en cuenta el 8.3% como tasa de inflación del INEC correspondiente al año 2008. Para obtener la tasa de crecimiento de sueldos y salarios se utilizó la siguiente Fórmula.

FÓRMULA:

$$r = (\frac{m^{\frac{1}{n}}}{c}) - 1*100$$

$$r = (\frac{218^{\frac{1}{5}}}{150}) - 1*100$$

r = 7.76% tasa de crecimiento

- **MATERIA PRIMA:** se calcula de acuerdo al producto que se va a elaborar, en este caso como se trata de la prestación de varios servicios para satisfacer la demanda determinada en el tamaño del proyecto, se

toma en consideración los requerimientos para un mes de provisiones para el Restaurante y el Bar de la Hostería, lo que da un total de 3.281,50 USD. Ver anexo Nº 9.

- **MANO DE OBRA DIRECTA:** se necesita de cuatro empleados: un guía, una cocinera, un mesero, un camarero y, sus remuneraciones se fijarán de acuerdo a las leyes vigentes. Ver anexo Nº 10.

GASTOS DE FABRICACIÓN

- **MANTENIMIENTO:** para mantener los activos fijos en óptimas condiciones de funcionamiento es necesario darles mantenimiento para lo cual se considera el 5% de las inversiones por cuanto son inversiones nuevas con un valor de 2.100,25 USD anual. Ver anexo Nº 11.

- **COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES:** son valores de las compras de combustibles y lubricantes para el uso y mantenimiento del vehículo, las que suman un valor de 720,00 USD anual. Ver anexo Nº 12.

- **SUMINISTROS Y MATERIALES INDIRECTOS:** son los costos que tienen que ver con la energía eléctrica, agua potable, útiles de oficina de la recepcionista, el gas, mandiles de trabajo para los empleados y demás materiales indirectos, con un valor de 1.683,00 USD anual. Ver anexo Nº 13.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Comprende los gastos necesarios para las actividades administrativas de la empresa tales como: salarios, útiles de oficina, los gastos generales de administración; luz, agua potable, teléfono, útiles de oficina, útiles de aseo, depreciaciones de los activos fijos que se usan en el área administrativa y amortizaciones de los activos diferidos. En lo que respecta a sueldos, se ha

calculado las remuneraciones para el personal como es el Gerente, Secretaria-Contadora, Conserje-Guardián y el Asesor Jurídico cuyos servicios son ocasionales, para todos se calcula el sueldo de acuerdo a la ley vigente.

- **SUELDOS ADMINISTRATIVOS:** son los sueldos al Gerente, Secretaria-Contadora, recepcionista, conserje y el Asesor Jurídico los que prestan sus servicios ocasionalmente, las remuneraciones serán de acuerdo a la ley vigente. Ver anexo Nº 14.

- **GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN:** los rubros que forman parte del de los gastos generales administrativos son: útiles de aseo y limpieza, útiles de oficina, luz eléctrica, agua potable, teléfono los mismos que serán utilizados por la empresa, lo tiene un costo de 991,00 USD anuales. Ver anexo Nº 15.

GASTOS DE VENTAS

- **GASTOS DE PUBLICIDAD:** son gastos que se emplearán en la promoción del servicio; se considera efectuar la publicidad mediante diferentes medios de comunicación, además se elaborarán trípticos para hacer conocer de mejor manera la Hostería. Con un valor de 480,00 anuales. Ver anexo Nº 16.

- **IMPREVISTOS:** se considera un 5% de los costos con la finalidad de cubrir determinados incrementos en los precios presupuestados.

CUADRO Nº 38

VALOR DE LA INVERSIÓN CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

DENOMINACIÓN	VALOR ANUAL	VALOR TOTAL MENSUAL	Nº ANEXOS
Mat. Prima y Mat. Directos	39.378,00	3.281,50	9
Mano de Obra Directa	13.569,60	1.130,80	10
Mantenimiento A. F.	2.100,24	175,02	11
Combustibles y Lub.	720,00	60,00	12
Sum. Y Mat. Indirectos	1.683,00	140,25	13
*Personal Administrativos	12.436,00	1.028,00	15
Gastos Administrativos	991,20	82,60	15
Gastos de Publicidad	2.100,00	175,00	16
Imprevistos	3.984,00	332,00	
TOTAL	**76.962,04**	**6.405,17**	

FUENTE: CUADROS DE INVERSIÓN
ELABORACIÓN: LA AUTORA
*** INCLUYE VALOR DEL ASESOR JURÍDICO**

Las depreciaciones y amortizaciones para los activos fijos y diferidos no se consideran en el cálculo del capital de operación, debido a que no constituyen egresos efectivos. Posteriormente se detalla la inversión que se necesita para implementar el presente proyecto destinado a la prestación de servicios.

CUADRO Nº 39

INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO

DETALLE	PARCIAL	TOTAL
1. ACTIVOS FIJOS		
Terreno	6.000,00	
Construcción	16.900,00	
Vehículo	20.000,00	
Equipo de Oficina	1.345,00	
Maquinaria y Equipo	3.760,00	
Muebles y Enceres	5.880,00	
Herramientas	4.986,00	
Imprevistos 5%	2.943,55	
TOTAL		**61.814,55**
2. ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudios de investigación	500,00	
Estudios de ingeniería	200,00	
Gastos de constitución	500,00	
Permisos de fun. y operación	300,00	
Imprevistos 5%	75,00	
TOTAL		**1.575,00**
3. ACTIVOS CORRIENTES		
Mat. Prima y Mat. Directos	3.281,50	
Mano de Obra Directa	1.130,80	
Mantenimiento A. F.	175,02	
Combustibles y Lub.	60,00	
Sum. Y Mat. Indirectos	140,25	
Personal Administrativos	*1.128,00	
Gastos Administrativos	82,60	
Gastos de Publicidad	175,00	
Imprevistos	332,00	
TOTAL		**6.405,17**
TOTAL DE INVERSIÓN		**69.794,72**

FUENTE: CUADRO Nº 36, 37 Y 38
ELABORACIÓN: LA AUTORA
*** INCLUYE VALOR DEL ASESOR JURÍDICO**

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El presente proyecto hará uso de las fuentes de financiamiento internas y externas, debido a que se trata de inversiones muy elevadas.

CUADRO Nº 40

FINANCIAMIENTO

FINANCIAMIENTO	VALOR	%
Fuente Interna	39.794,72	57.02%
Fuente Externa	30.000,00	42.98%
TOTAL	69.794,72	**100%**

FUENTE: CUADRO Nº 39
ELABORACIÓN: LA AUTORA

FINANCIAMIENTO INTERNO O PROPIO

Están constituidas por las acciones que se emiten y se presentan a disposición de los proponentes. El monto del capital propio de la empresa será de 39.794,72 USD, lo que representa el 57,02% de la inversión total.

FINANCIAMIENTO EXTERNO O POR ENDEUDAMIENTO

Para poder adquirir el financiamiento externo, de requiere acudir a los créditos de entidades financieras particulares, en este caso se solicitará el crédito a la Corporación Financiera Nacional (CFN) el cual ofrece la tasa de interés más conveniente, por lo tanto se accede al préstamo bancario por el monto de 30.000,00 USD, lo que representa el 42.98% del total de la inversión.

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

Cálculo Matemático

Datos:

C= 30.000,00

T= 5 años

N= 10 cuotas

i= 10.70%

r= 10.70/2= 5.35/100= 0.0535

Cálculo:

Fórmula:

D= C $\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$

D= $30000 \frac{0.0535(1+0.0535)^{10}}{(1+0.0535)^{10} - 1}$

D= $30000 \frac{0.0535(1.684012844)}{1.684012844 - 1}$

D= $30000 \frac{0,09009469}{0.684012844}$

D= 3.951,45

CUADRO Nº 41
AMORTIZACIÓN

Monto: $30.000,00
Interés: 10.70% anual
Amortización: semestral
Número de pagos: 10
Interés del periodo: 0.0535
Pagos anuales: 2

PERIODO	SALDO ANTERIOR	INTERES	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDO SEMESTRAL	SALDO ACTUAL
0	-	-	-	-	30.000,00
1	30.000,00	1.605,00	3.951,45	2.346,45	27.653,55
2	27.653,55	1.479,46	3.951,45	2.471,99	25.181,56
3	25.181,56	1.347,21	3.951,45	2.604,24	22.577,33
4	22.577,33	1.207,89	3.951,45	2.743,56	19.833,77
5	19.833,77	1.061,11	3.951,45	2.890,34	16.943,42
6	16.943,42	906,47	3.951,45	3.044,98	13.898,45
7	13.898,45	743,57	3.951,45	3.207,88	10.690,56
8	10.690,56	571,95	3.951,45	3.379,50	7.311,06
9	7.311,06	391,14	3.951,45	3.560,31	3.750,75
10	3.750,75	200,67	3.951,45	3.750,78	0,00

FUENTE: CUADRO Nº 40
ELABORACIÓN: LA AUTORA

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

Es el valor que se carga al costo de producción por el uso o desgaste de la maquinaria e instalaciones.

Para la depreciación de los activos fijos se utilizará el método línea recta en el cual se supone que el activo se desgasta por igual durante la vida útil, consiste en restar al costo, el valor residual o valor d desecho y dividir para el número de años de vida útil del bien, así:

FÓRMULA:

$$\textbf{DEP. ANUAL} = \frac{\text{Valor Total - Valor de Desecho}}{\text{Número de años}}$$

CUADRO Nº 42

RESUMEN DE DEPRECIACIONES

DESCRIPCIÓN	VALOR DEL BIEN	% DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Construcción	16.900,00	10%	1.690,00	5	3.042,00
Vehículo	20.000,00	20%	4.000,00	5	3.200,00
Equipo de Oficina	1.345,00	10%	134,50	5	242,10
Equipo de computación	1.230,00	33,33	409,96	3	273,35
Maquinaria y Equipo	3.760,00	10%	376,00	5	676,80
Muebles y Enceres	5.880,00	10%	588,00	5	1.058,40
Herramientas	4.986,00	10%	498,60	5	897,48
TOTAL	**52.871,00**		**7.287,10**	**5**	**9.116,78**

FUENTE: SRI – CUADRO Nº 39
ELABORACIÓN: LA AUTORA

AMORTIZACIÓN, de los activos diferidos, las mismas que se las han obtenido realizando la división del monto total de estos activos para el número de años de vida útil del proyecto, siendo así:

CUADRO Nº 43

AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

DENOMINACIÓN	VIDA ÚTIL	VALOR ACTIVO	MONTO AMORTIZAR	VALOR AMORTIZADO ANUAL
Activos Diferido	5	1.575,00	1.575,00	315,00
			TOTAL	**315,00**

FUENTE: CUADRO Nº 39
ELABORACIÓN: LA AUTORA

PRESUPUESTO DE COSTOS

ESTRUCTURA DE COSTOS

Constituye un sistema que permite determinar el costo de producción y de esta manera calcular el costo real de producir o generar un bien o servicio, para con estos datos fijar el precio de venta con el cual se pondrá al mercado este servicio.

CUADRO Nº 44

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL

RUBROS	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
COSTO DEL SERVICIO			
COSTO PRIMO		54.919,60	79.385,53
Materia Prima y Materiales Directos	39.378,00		
Mano de Obra Directa	15.541,60		
GASTOS DE FABRICACIÓN		24.465,93	
Mano de Obra Indirecta	7.104,00		
Mantenimiento	2.100,25		
Suministros y Materiales Indirectos	1.683,00		
Combustibles y Lubricantes	720,00		
Depreciaciones Construcción	3.042,00		
Depreciaciones Vehículo	3.200,00		
Depreciaciones Muebles y Enceres	1.058,40		
Depreciaciones Maquinaria y Equipo	676,80		
Depreciaciones Herramientas	897,48		
Imprevistos 5%	3.984,00		
COSTO DE OPERACIÓN			
GASTOS ADMINISTRATIVOS		8.437,30	
Sueldos Administrativos	14.308,00		
Gastos Generales Adm.	991,20		
Depreciaciones Equipo de Oficina	242,10		
GASTOS DE PUBLICIDAD		2.100,00	
Publicidad	2.100,00		
GATOS FINANCIEROS		315,00	
Intereses del préstamo	3.084,46		
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN			13.936,76
TOTAL	**93.322,29**	**93.322,29**	**93.322,29**

FUENTE: CUADRO Nº 39
ELABORACIÓN: LA AUTORA

PRESUPUESTO PROYECTADO PARA LA VIDA ÚTIL DEL PROYECTO

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones, en el cual se estima los ingresos y egresos que se obtendrá en el proyecto, el presupuesto proyectado se lo elabora tomando con un incremento de 8.3% en los costos de inflación y el 7.76% en los sueldos.

CUADRO Nº 45

PRESUPUESTO PROYECTADO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DEL SERVICIO	72.281,53	77.460,37	83.062,54	89.122,68	95.678,25
COSTO PRIMO	54.919,60	59.394,00	64.233,26	69.467,17	75.127,93
Mat. Prima y Materiales	39.378,00	42.646,37	46.186,02	50.019,46	54.171,08
Mano de Obra Directa	15.541,60	16.747,63	18.047,24	19.447,71	20.956,85
GASTOS DE FABRIC.	17.361,93	18.066,37	18.829,28	19.655,51	20.550,32
Mantenimiento	2.100,25	2.274,57	2.463,36	2.667,82	2.889,25
Suministros y	1.683,00	1.822,69	1.973,97	2.137,81	2.315,25
Combustibles y Lub.	720	779,76	844,48	914,57	990,48
Depreciaciones	3.042,00	3.042,00	3.042,00	3.042,00	3.042,00
Depreciaciones	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
Depreciaciones	1.058,40	1.058,40	1.058,40	1.058,40	1.058,40
Depreciaciones	676,80	676,80	676,80	676,80	676,80
Depreciaciones	897,48	897,48	897,48	897,48	897,48
Imprevistos 5%	3.984,00	4.314,67	4.672,79	5.060,63	5.480,66
COSTOS DE	21.040,76	21.878,27	22.765,08	23.703,25	24.694,79
GASTOS ADMINIST.	15.541,30	16.733,87	18.019,43	19.405,23	20.899,08
Sueldos Administrativo.	14.308,00	15.418,30	16.614,76	17.904,07	19.293,42
Gastos Generales Adm.	991,20	1.073,47	1.162,57	1.259,06	1.363,56
Depreciaciones Equipo	242,10	242,10	242,10	242,10	242,10
GASTOS DE PUBLICID.	2.100,00	2274,30	2.463,07	2.667,50	2.888,90
Publicidad	2.100,00	2274,30	2.463,07	2.667,50	2.888,90
GATOS FINANCIEROS	315,00	315,00	315,00	315,00	315,00
Intereses del préstamo	3.084,46	2.555,10	1.967,58	1315,52	591,810
TOTAL	**93.322,29**	**99.338,64**	**105.827,62**	**112.825,93**	**120.373,04**

FUENTE: CUADRO Nº 44
ELABORACIÓN: LA AUTORA

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS.

Los costos se distribuyen en costos fijos y variable, de conformidad con la relación que tienen con la capacidad productiva de la empresa.

COSTOS FIJOS

Son los gastos en los que incurre la empresa por el solo hecho de existir, es un gasto que se incide así no produzca la empresa, normalmente dentro de estos gastos están los administrativos entre otros que generalmente sirven para realizar las operaciones no productivas.

COSTOS VARIABLES

Son los componentes del costo total a excepción del costo fijo, por ejemplo materia prima y materiales directos entre otros, los costos están relacionados directamente con la capacidad productiva.

CUADRO Nº 46

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima y Materiales	39.378,00	42.646,37	46.186,02	50.019,46	54.171,08
Gastos Generales Adm.	991,20	1.073,47	1.162,57	1.259,06	1.363,56
Combustibles y Lubricantes	720,00	779,76	844,48	914,57	990,48
Imprevistos 5%	3.984,00	4.314,67	4.672,79	5.060,63	5.480,66
TOTAL COSTOS VARIAB.	**45.073,20**	**48.814,27**	**52.865,86**	**57.253,72**	**62.005,78**
COSTOS FIJOS					
Mano de Obra Directa	15.541,60	16.747,63	18.047,24	19.447,71	20.956,85
Mantenimiento	2.100,25	2.274,57	2.463,36	2.667,82	2.889,25
Suministros y Materiales	1.683,00	1.822,69	1.973,97	2.137,81	2.315,25
Depreciaciones Construcción	3.042,00	3.042,00	3.042,00	3.042,00	3.042,00
Depreciaciones Vehículo	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00	3.200,00
Depreciaciones M. y Enceres	1.058,40	1.058,40	1.058,40	1.058,40	1.058,40
Depreciaciones Maq. Y Eq.	676,80	676,80	676,80	676,80	676,80
Depreciaciones	897,48	897,48	897,48	897,48	897,48
Sueldos Administrativos	14.308,00	15.418,30	16.614,76	17.904,07	19.293,42
Depreciaciones Eq. Oficina	242,10	242,10	242,10	242,10	242,10
Publicidad	2.100,00	2274,30	2.463,07	2.667,50	2.888,90
Intereses	3.084,46	2.555,10	1.967,58	1315,52	591,81
TOTAL COSTOS FIJOS	**48.249,09**	**50.524,37**	**52.961,76**	**55.572,21**	**58.367,26**
COSTO TOTAL DEL	**93.322,29**	**99.338,64**	**105.827,62**	**112.825,93**	**120.373,04**

FUENTE: CUADRO Nº 45
ELABORACIÓN: LA AUTORA

PRESUPUESTO DE INGRESOS

La Hostería prestará varios servicios como son; alimentación, hospedaje de los cuales su costo será tomando en cuenta la precios de los oferentes. Los ingresos que se obtendrán por estos servicios se calculan para cada año de vida útil del proyecto; en la proyección tenemos que los precios se mantendrán.

- **INGRESOS POR ENTRADA:** al pagar el costo de la entrada el visitante puede realizar la pesca deportiva y a la utilización de las canchas, parqueadero, el valor estimado para la entrada a la Hostería es de 1,00 dólar.

CUADRO Nº 47

INGRESOS POR ENTRADA

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	VALOR DE ENTRADA ($1,00)
1	6631	6631,00
2	6700	6700,00
3	7368	7368,00
4	7368	7368,00
5	7368	7368,00

FUENTE: CUADRO Nº 30
ELABORACIÓN: LA AUTORA

- **INGRESOS POR ALIMENTACIÓN:** la alimentación será variada, para el cálculo se tomara en cuenta una sola comida al día. Para tener un precio referencial se ha tomado en cuenta el costo que representa prestar el servicio, más la mat. Prima y más un margen de utilidad, también se toma en cuenta el precio al que ofrecen este servicio los oferentes, quedando en un valor promedio de 5,00 dólares.

CUADRO Nº 48

INGRESOS POR ALIMENTACIÓN

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA	100 % SI CONSUMIRIA	VALOR POR ALIMENTACIÓN ($5,00)
1	6631	6631	33.155
2	6700	6700	33.500
3	7368	7368	36.840
4	7368	7368	36.840
5	7368	7368	36.840

FUENTE: CUADRO Nº 11 y 22
ELABORACIÓN: LA AUTORA

- **INGRESOS POR HOSPEDAJE:** para tener un precio referencial se ha tomado en cuenta el costo que representa prestar el servicio más un margen de utilidad, además se toma en cuenta el precio al que ofrecen este servicio los oferentes, quedando en un valor de 5,00 dólares al día (24 horas).

CUADRO Nº 49

INGRESOS POR HOSPEDAJE

AÑOS	CAPACIDAD UTILIZADA (PERSONAS)	61 % SI HOSPEDARÍA	VALOR POR HOSPEDAJE ($5,00)
1	6631	7.618	38.091,45
2	6700	8.042	40.208,15
3	7368	8.465	42.324,85
4	7368	8.465	42.324,85
5	7368	8.465	42.324,85

FUENTE: CUADRO Nº 12 y 23
ELABORACIÓN: LA AUTORA

- **INGRESOS POR CONSUMO PROMEDIO POR VISITA:** el consumo promedio por visita se calcula sin tomar en cuenta los servicios principales que la Hostería ofrece y que los encuestados señalan anteriormente, el consumo puede ser en cerveza, bebidas gaseosas, golosinas, jugos, entre otros, lo que se indica en el siguiente cuadro.

CUADRO Nº 50

CONSUMO PROMEDIO POR DÍA (TURISTAS)

INDICADORES	MEDIA DE CLASE	TOTAL %	AÑO 1 12.489	AÑO 2 13.183	AÑO 3 13.877	AÑO 4 13.877	AÑO 5 13.877
PORCENTAJE DE TURISTAS		**63%**	**7868,07**	**8305,29**	**8742,51**	**8742,51**	**8742,51**
0 – 2,00	0 + 2,00/2=1,00	4%	314,72	332,21	349,70	349,70	349,70
2,01 – 4,00	2,01 + 4,00/2=3,00	45%	3540,63	3737,38	3934,13	3934,13	3934,13
4,01 – 6,00	4,01 + 6,00/2=5,00	29%	2281,74	2408,53	2535,33	2535,33	2535,33
6,01 – 8,00	6,01 + 8,00/2=7,00	15%	1180,21	1245,79	1311,38	1311,38	1311,38
8,01 – 10,00	8,01 + 10,00/2=9,00	7%	550,76	581,37	611,98	611,98	611,98
TOTAL		**100%**	**7868,07**	**8305,29**	**8742,51**	**8742,51**	**8742,51**

FUENTE: CUADRO Nº 13
ELABORACIÓN: LA AUTORA

CUADRO Nº 51

CONSUMO PROMEDIO POR DÍA (FAMILIAS)

INDICADORES	MEDIA DE CLASE	TOTAL %	AÑO 1 12.489	AÑO 2 13.183	AÑO 3 13.877	AÑO 4 13.877	AÑO 5 13.877
PORCENTAJE DE FAMILIAS		**37%**	**4620,93**	**4877,71**	**5134,49**	**5134,49**	**5134,49**
0 – 2,00	0 + 2,00/2=1,00	85%	3927,79	4146,05	4364,32	4364,32	4364,32
2,01 – 4,00	2,01 + 4,00/2=3,00	15%	693,14	731,66	770,17	770,17	770,17
4,01 – 6,00	4,01 + 6,00/2=5,00	8%					
6,01 – 8,00	6,01 + 8,00/2=7,00	0%					
8,01 – 10,00	8,01 + 10,00/2=9,00	0%					
TOTAL		**100%**	4620,93	4877,71	5134,49	5134,49	5134,49

FUENTE: CUADRO Nº 24
ELABORACIÓN: LA AUTORA

CUADRO Nº 52

CONSUMO PROMEDIO POR AÑO

INDICADORES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	4242,51	4478,27	4714,02	4714,02	4714,02
$ 1,00	**4242,51**	**4478,27**	**4714,02**	**4714,02**	**4714,02**
	4233,77	4469,04	4704,30	4704,30	4704,30
$ 3,00	**12701,31**	**13407,11**	**14112,91**	**14112,91**	**14112,91**
	2281,74	2408,53	2535,33	2535,33	2535,33
$ 5,00	**11408,70**	**12042,67**	**12676,64**	**12676,64**	**12676,64**
	118,02	124,58	131,14	131,14	131,14
$ 7,00	**826,15**	**872,06**	**917,96**	**917,96**	**917,96**
	550,76	581,37	611,98	611,98	611,98
$ 9,00	**4956,88**	**5232,33**	**5507,78**	**5507,78**	**5507,78**
TOTAL INGRESOS	**34135,56**	**36032,43**	**37929,31**	**37929,31**	**37929,31**

FUENTE: CUADRO Nº 38 Y 39
ELABORACIÓN: LA AUTORA

Los ingresos para el presente proyecto se realizan mediante la suma de los servicios de hospedaje, alimentación, costo de la entrada y otros consumos.

CUADRO Nº 53

INGRESOS POR LOS SERVICIOS PARA LOS 5 AÑOS DE VIDA UTIL

AÑOS	INGRESOS POR ENTRADA	INGRESOS POR ALIMENTACIÓN	VALOR DE HOSPEDAJE	CONSUMO POR VISITA	TOTAL
1	6.631,00	33.155	38.091,45	34.135,56	112.013
2	6.700,00	33.500	40.208,15	36.032,43	116.440
3	7.368,00	36.840	42.324,85	37.929,31	124.462
4	7.368,00	36.840	42.324,85	37.929,31	124.462
5	7.368,00	36.840	42.324,85	37.929,31	124.462

FUENTE: CUADROS Nº 47,48, 49, 50 Y 53
ELABORACIÓN: LA AUTORA

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio es el punto de balance entre ingresos y costos; teóricamente es el momento en que los ingresos se igualan con los gastos y por lo tanto la inversión no genera ganancias ni tampoco pérdidas; para ellos el costo total se divide en costos fijos, que es aquel que no varía cuando aumenta o disminuye el nivel de generación de los servicios; y el variable, cuyo valor se modifica para los distintos niveles de producción.

Para el análisis del presente proyecto el punto de equilibrio se ha calculado matemáticamente en base a los siguientes métodos:

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

- **En función de las ventas**

Se basa en el volumen de ventas de los servicios y los ingresos monetarios que generen; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

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

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

PE= $\frac{48.249,09}{1-\frac{45.073,20}{180.256,01}}$

PE= $\frac{48.249,09}{0,7499489754}$

PE= 64.336,50 USD

- **En función de la capacidad instalada**

Se basa en la capacidad de generación de servicios. Determina el porcentaje de capacidad que se debe utilizar con la finalidad de cubrir los costos ocasionados; para su cálculo se aplica la siguiente fórmula.

FÓRMULA:

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

En donde:

PE= Punto de Equilibrio

CF= Costos Fijos

CV= Costos Variables

VT= Ventas Totales (Ingresos)

PE= $\frac{48.249,09}{180.256,01 - 45.073,20} \times 100$

PE= $\frac{48.249,09}{135.182,81} \times 100$

PE= 0.3569173477 $\times$ 100

PE= 35.69%

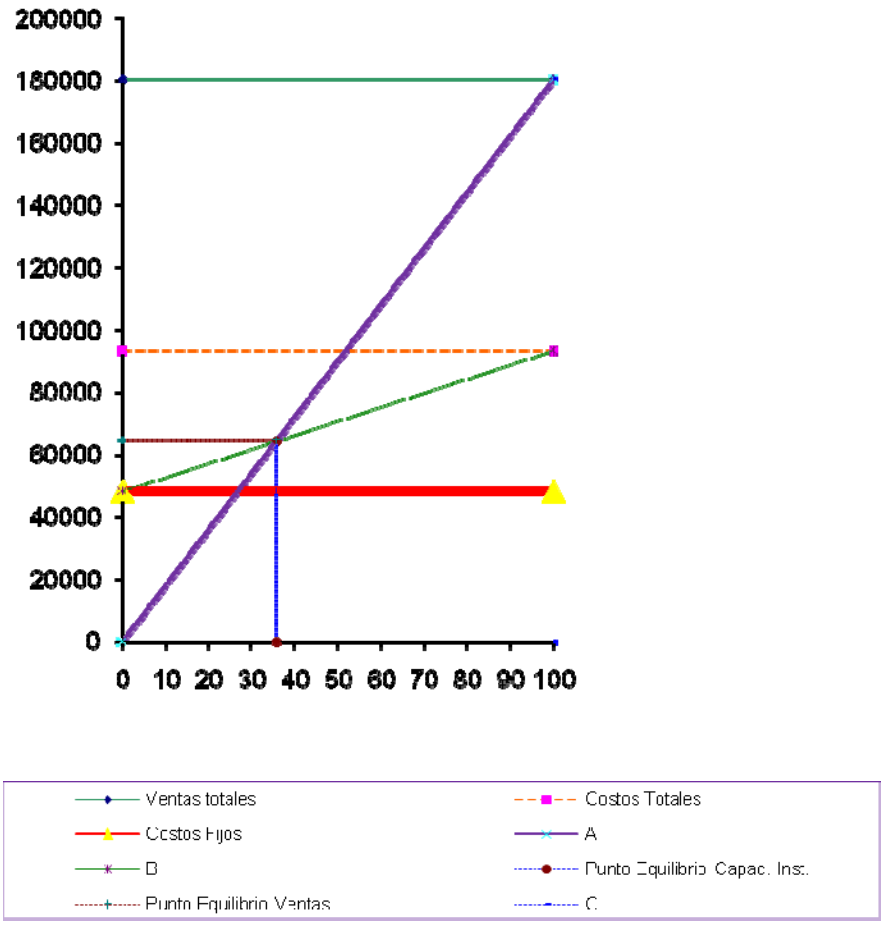
GRÁFICO Nº 32

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO (PRIMER AÑO)

CF= 48.249,09

VT= 180.256,01

CV= 45.073,20



ANÁLISIS: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 35.69% y con un ingreso en las ventas de 64.336.50 dólares, en éste punto la empresa no gana ni pierde.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias presenta en forma resumida el comportamiento de los ingresos y egresos durante un ejercicio económico, en este caso anual y durante la vida útil de la empresa, y permite a la vez determinar relaciones que conducen al conocimiento de la rentabilidad en algunas formas que serán indicadas a continuación, por otro lado permite determinar la utilidad que se obtendrá cada año.

Para el presente proyecto se realizará anualmente: es decir, para cinco años de vida útil, para lo cual se basará en los datos del presupuesto proyectado.

CUADRO Nº 54

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
INGRESOS POR	180.256,01	190.273,58	200.291,16	200.291,16	200.291,16
EGRESOS					
TOTAL EGRESOS	93.322,29	99.338,64	105.827,62	112.825,93	120.373,04
UTILIDAD GRAVABLE	86933,72	90934,94	94463,54	87465,23	79918,12
(-)15% PART.	13040,06	13640,24	14169,53	13119,78	11987,72
(=)UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA	73893,66	77294,70	80294,01	74345,45	67930,40
(-)25% IMPUESTO A LA RENTA	18473,42	19323,68	20073,50	18586,36	16982,60
(=)UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	55420,25	57971,03	60220,51	55759,08	50947,80
(-)5% RESERVA LEGAL	2771,01	2898,55	3011,03	2787,95	2547,39
(=)UTILIDAD LIQUIDA	**52649,23**	**55072,48**	**57209,48**	**52971,13**	**48400,41**

FUENTE: CUADRO Nº 45 y 54
ELABORACIÓN: LA AUTORA

EVALUACIÓN FINANCIERA.

"La evaluación financiera busca determinar los ingresos y egresos asociados a la ejecución de un proyecto y en función de ellos la rentabilidad que se generará. Se basa en la rentabilidad financiera, su clave es el flujo de fondos esperado. Se trabaja con precios de mercado"[11]

La evaluación financiera de un proyecto da la oportunidad de cuantificar los costos y beneficios que se podrán obtener como rentabilidad en períodos determinados de actividades. Para obtener la rentabilidad se estructuró el flujo de caja y el estado de pérdidas y ganancias, para lo cual se aplicó indicadores financieros y económicos para conocer los beneficios económicos que obtendrán los futuros inversionistas. Para evaluar la vialidad de un proyecto de inversión los indicadores más utilizados son: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Coeficiente Beneficio Costo, Periodo de Recuperación, entre otros.

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es la acumulación neta de los activos líquidos de un periodo determinado, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de la empresa.

En el siguiente cuadro del Flujo de Caja se demuestra e identifica los recursos financieros requeridos en cada año o ejercicio económico del proyecto, también se muestra el resultado neto en relación con los recursos que los socios aportarán. La interpretación es sin duda que en caso de tener flujo de caja negativo, el gerente de la empresa tendrá que recurrir a un crédito inmediato o sobre-giro para cubrir los gastos.

[11] PASACA MORA, Manuel, Elaboración y Evaluación de Proyectos

CUADRO Nº 55

FUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		180.256,01	190.273,58	200.291,16	200.291,16	200.291,16
Crédito CFN	30000,00					
Capital Propio	39794,72					
Valor de Residual				409,96		7.287,10
Total de Ingresos	69794,72	180256,01	190273,58	200701,12	200291,16	207578,26
EGRESOS						
Activo Fijo	61.814,55					
Activo Diferido	1.575,00					
Activo Circulante	6.405,17					
REINVERSIÓN					1.234,00	
Presupuesto de Operación		93322,29	99338,64	105827,62	111591,93	120373,04
- Depreciación y amortización		9431,78	9431,78	9431,78	9431,78	9431,78
+ 25% impuesto a la renta		18473,42	19323,68	20073,50	18586,36	16982,60
+ 15% distribución de utilidad		13040,06	13640,24	14169,53	13119,78	11987,72
+ Amortización del crédito		4.818,44	5.347,80	5.935,32	6.587,38	7.311,09
Total de Egresos	69794,72	120222,42	128218,58	136574,19	141687,68	147222,67
FLUJO DE CAJA	0,00	60033,59	62055,01	63716,97	58603,48	60355,59

FUENTE: PRESUPUESTOS Y ESTRUCTURAS DE INGRESOS
ELABORACIÓN: LA AUTORA

VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a una rentabilidad deseada después de recuperar la inversión.

Este indicador señala el saldo actualizado que queda luego de poner en ejecución el proyecto, es decir, los sobre beneficios, esto quiere decir el VAN que queda después de pagar los costos y ganar lo que el inversionista desea.

Criterios de Decisión:

- Si el VAN de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse.
- Si el VAN es igual a cero la inversión queda al criterio del inversionista, ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos del poder adquisitivo.
- Si el VAN es negativo debe rechazarse.

FACTOR DE ACTUALIZACIÓN= $\frac{1}{(1+i)^n}$

FA= $\frac{1}{(1+0.107)^1}$

FA= $\frac{1}{(1.107)^1}$

FA= 0.90334

CUADRO Nº 56

VALOR ACTUAL NETO

AÑO	FLUJO DE CAJA	F. ACTUALIZACIÓN 10.70 %	F. DE CAJA ACTUALIZADO
0	69794,72		
1	60033,59	0,90334	54230,88
2	62055,01	0,81603	50638,59
3	63716,97	0,73715	46969,10
4	58603,48	0,66590	39024,11
5	60355,59	0,60154	36306,08
			227168,76
			69794,72
		TOTAL	157374,04

FUENTE: CUADRO DE FLUJO NETO DE CAJA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

VAN= SUMATORIA FLUJO NETO – INVERSIÓN

VAN= 227168,76– 69.794,72

VAN= 157374,04

Siendo el van positivo quiere decir que el proyecto si es factible para la inversión.

TASA INTERNA DE RETORNO

Es un indicador financiero que expresa en forma porcentual, la capacidad máxima de rentabilidad de un proyecto de inversión. En términos relativos es la capacidad de recuperar la inversión a través de la ganancia, por lo cual un buen criterio de proyecto se tendrá cuando dicha tasa sea superior al costo de capital en el mercado.

La Tasa Interna de Retorno se define como la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos netos que genera el proyecto, sea igual a la inversión neta realizada.

Los criterios para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toman como referencia lo siguiente:

- Si la TIR, es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR, es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR, es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

CUADRO Nº 57

TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		83%		84%	
	69794,72				
1	60033,59	0,5464	32805,24	0,5435	32626,95
2	62055,01	0,2986	18529,97	0,2954	18329,10
3	63716,97	0,1632	10396,85	0,1605	10228,26
4	58603,48	0,0892	5225,39	0,0872	5112,72
5	60355,59	0,0487	2940,78	0,0474	2861,73
			69898,23		69158,76
			103,51		-635,96

FUENTE: CUADRO VALOR ACTUAL NETO
ELABORACIÓN: LA AUTORA

FÓRMULA:

TIR=Tm + Dt $\left(\frac{VAN_{\text{MENOR}}}{VAN_{\text{MENOR}} - VAN_{MAYOR}}\right)$

En donde:

Tm= Tasa menor

Dt= Diferencia de tasa

TIR= 89+1 $\left(\frac{103.51}{103.51-(-635.96)}\right)$

TIR= 89.14%

La TIR para el presente proyecto es de 89.14%, la misma que es mayor a la tasa de oportunidad en el mercado (10.70%), siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

Este indicador permite medir en función de las unidades monetarias, el beneficio que ofrece el proyecto, por la inversión de cada una de ellas, es decir, la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar a invertir.

Los criterios de decisión para este indicador son los siguientes:

- Si el resultado de la relación B/C, es mayor que 1, se puede realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es igual a 1, es indiferente realizar el proyecto.
- Si el resultado de la relación B/C, es menor que 1, se debe rechazar el proyecto.

La fórmula a utilizarse para este cálculo es la siguiente:

BC= $\frac{\Sigma IA}{\Sigma EA}$

En donde:

BC= Beneficio Costo
Σ **IA=** Sumatoria de Ingresos Actualizados
Σ **EA=** Sumatoria de Egresos Actualizados

CUADRO Nº 58

RELACIÓN BENEFICIO COSTO

INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACUALIZACIÓN 13,50%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
180256,01	93322,29	0,90334	162832,89	84301,98
190273,58	99338,64	0,81603	155268,46	81063,06
200291,16	105827,62	0,73715	147645,06	78011,06
200291,16	112825,93	0,66590	133374,04	75130,87
200291,16	120373,04	0,60154	120482,42	72408,76
			719602,87	390915,73

FUENTE: CUADRO VENTAS Y PRESUPUESTOS DE COSTOS
ELABORACIÓN: LA AUTORA

BC= $\frac{\Sigma\ IA}{\Sigma\ EA}$

BC= $\frac{719.602,87}{390915.73}$

BC= 1.84

El resultado de la Relación Beneficio Costo en el presente proyecto es de 1.84; esto significa que por cada dólar invertido se obtiene una utilidad de 0.84 centavos de dólar, por lo tanto, el proyecto es ejecutable.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Es el tiempo requerido para recuperar aquellos fondos invertidos al inicio del proyecto, es una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará la inversión inicial. Comúnmente los periodos de recuperación de la inversión o capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas, a través de este cálculo se puede establecer el número exacto de años, meses y días necesarios para recuperar la inversión inicial.

CUADRO Nº 59

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	FLUJO NETO	FA 10,70%	VAN
1	60033,59	0,90334	54230,88
2	62055,01	0,81603	50638,59
3	63716,97	0,73715	46969,10
4	58603,48	0,66590	39024,11
5	60355,59	0,60154	36306,08
TOTAL	304764,64		227168,76

FUENTE: CUADRO FLUJO DE CAJA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

FÓRMULA.

P.R.C. =Año que se recupera la inversión **+** $\frac{Inversión - \Pr imerosFlujos}{\text{Flujo Netodel año que supera la Inversión}}$

P.R.C. = 2 + $\frac{69794,72 - 104.869,47}{50.638,59}$

P.R.C. = 2 + (-0.692648653**)**

P.R.C. = 1.31

1 año	**3 meses**	**21 días**
0.31*12 = 3.72	0.72*30 = 21.60	

La inversión del presente proyecto se recuperará en 1 año, 3 meses, 21 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

El análisis de sensibilidad, se efectúa para conocer el grado de soporte del proyecto ante posibles o eventuales cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro.

- **Análisis de sensibilidad con el incremento en los Costos**

En el proyecto se ha considerado que las variaciones con mayor incertidumbre, son los costos y los ingresos, por lo tanto se ha considerado determinar hasta qué punto la empresa soporta un incremento en los costos, lo cual se puede apreciar en el siguiente cuadro. En este caso el proyecto está en capacidad de resistir hasta un 59% de incremento en los costos, por lo que es factible implementarlo.

- **Análisis de sensibilidad con disminución en los Ingresos**

Al igual que en el caso anterior se establecerá hasta qué punto la empresa es sensible ante una disminución en sus ingresos, para conocer el grado de sensibilidad en el proyecto. En este proyecto la sensibilidad soporta una disminución en sus ventas hasta 26% en los ingresos.

CUADRO Nº 60

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 49% EN LOS COSTOS

Años	Costo Total Original	Costo Total Original	Ingreso Total	Actualización				
				Flujo Neto	Fact. Act.	VAN menor	Fact. Act.	VAN mayor
		49%			48%		49%	
0	69794,72							
1	93322,29	139050,21	180256,01	41205,80	0,6757	27841,75	0,6711	27654,90
2	99338,64	148014,57	190273,58	42259,01	0,4565	19292,83	0,4504	19034,73
3	105827,62	157683,15	200291,16	42608,01	0,3085	13143,35	0,3023	12880,49
4	112825,93	168110,64	200291,16	32180,52	0,2084	6707,28	0,2029	6529,02
5	120373,04	179355,83	200291,16	20935,33	0,1408	2948,30	0,1362	2850,68
						69933,51		68949,82
						138,79		-844,90

1. NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor}$$

NTIR 48,14

2. DIFERENCIA DE TIR

$$Dif.TIR = TIRproy. - NuevaTIR$$

DIF.TIR 41,00

3. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%Var = (Dif.TIR / TIRproy.) * 100$$

%Var. 45,99

4. SENSIBILIDAD

$$Sensib. = \%Var. / NuevaTIR$$

0,955396789

CUADRO Nº 61

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMUNUCIÓN DEL 26% EN LOS INGRESOS

Años	Costo Total Original	Ingreso Total	Ingreso Actualizados	Actualización				
				Flujo Neto	Fact. Act.	VAN menor	Fact. Act.	VAN mayor
			26%		48%		49%	
0	69794,72							
1	93322,29	180256,01	133389,45	40067,16	0,6757	27072,40	0,6711	26890,71
2	99338,64	190273,58	140802,45	41463,81	0,4565	18929,79	0,4504	18676,55
3	105827,62	200291,16	148215,46	42387,84	0,3085	13075,43	0,3023	12813,93
4	112825,93	200291,16	148215,46	35389,53	0,2084	7376,12	0,2029	7180,09
5	120373,04	200291,16	148215,46	27842,42	0,1408	3921,01	0,1362	3791,19
						70374,76		69352,47
						580,04		-442,25

1. NUEVA TIR

$$NTIR = Tm + Dt \frac{VANmenor}{VANmenor - VANmayor}$$

NTIR 47,57

2. DIFERENCIA DE TIR

$$Dif.TIR = TIRproy. - NuevaTIR$$

DIF.TIR 41,57

3. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\%Var = (Dif.TIR / TIRproy.) * 100$$

%Var. 46,64

4. SENSIBILIDAD

$$Sensib. = \%Var. / NuevaTIR$$

0,980449553

ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

La organización es una parte importante para la ejecución del proyecto, de ello dependerá el correcto funcionamiento de la Hostería.

ORGANIZACIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA

Para la estructura de la empresa nos enmarcaremos en la Ley de compañías que establece: “la compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae con un mínimo de tres personas y un máximo de quince personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva a la que se añadirá, en todo caso las palabras Compañía Limitada o su abreviatura.

La empresa podrá disolverse y liquidarse conforme lo establece la Ley, o de acuerdo a lo que determine expresamente la escritura pública, los estatutos y reglamentos internos del centro de diversión.

La estructura organizacional y el manual de funciones constituyen herramientas importantes que contribuyen a la mejor administración del centro de diversión. Si bien es cierto, la estructura define niveles administrativos, con el fin de armonizar y coordinar acciones en virtud de un mismo objetivo.

RAZÓN SOCIAL

La razón social de la empresa será “HOSTERIA HACIENDA LA CEIBA Cía. Ltda.”.Para la legalización de la Compañía se realizará mediante escritura pública de acuerdo a los reglamentos de la Superintendencia de Compañías, la misma será inscrita en el registro mercantil.

DOMICILIO

El domicilio de la empresa estará ubicado en el Sector La Ceiba del Cantón Zapotillo de la Provincia de Loja.

NÚMERO DE SOCIOS

Para la constitución de la compañía se requiere un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios, los que deberán cumplir con los deberes y obligaciones que señale la Ley de Compañías.

DURACIÓN

El periodo de la empresa es de cinco años a partir de la fecha de inscripción en el Registro Mercantil, en este lapso de tiempo se podrá modificar o renovar según las decisiones de los socios.

OBJETO SOCIAL

El objeto social de la compañía se caracteriza por la prestación del servicio de Hospedaje, alimentación, transporte y otras actividades recreativas.

CAPITAL SOCIAL

El capital social de la empresa está conformado por el aporte de los socios, cuyo monto es **69.794.72 USD** el mismo que será aportado equitativamente por los socios.

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS

Derechos

- Intervenir mediante asambleas en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, puede ser personalmente o a través de un representante.
- La responsabilidad va de acuerdo al monto económico de sus participaciones sociales.
- Los socios no pueden ser obligados al aumento de su participación social.
- El socio debe tener preferencia si tiene más participaciones.
- Tiene derecho a solicitar a la Junta General de Socios la revocatoria de la designación de Administradores o Gerentes.

Obligaciones

- Pagar a la compañía la participación suscrita en el contrato, caso contrario la compañía podrá deducir las acciones establecidas de acuerdo a la Ley.
- Cumplir con los deberes que los socios impusieren en el contrato social.
- Cumplir con las prestaciones y aportaciones suplementarias previstas en el contrato. Queda prohibido, pactar prestaciones en trabajo o servicio personal de los socios.
- La responsabilidad de los socios va de acuerdo al monto de sus aportaciones y participaciones sociales.

Administración.

La Junta General de Socios estará conformada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el máximo organismo, no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar en la primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad. Y en segunda instancia

la Junta podrá reunirse con el número de socios presentes debiendo expresarse así en la referida convocatoria. Salvo disposición de la Ley del contrato, las resoluciones se tomaran por mayoría de socios presentes y los votos blancos y abstenciones se sumaran a la mayoría.

Atribuciones de la Junta General de Socios.

- Designar y remover a los administradores y gerentes.
- Aprobar los balances presentados por los Administradores y Gerentes.
- Dictaminar el procedimiento para reparto de utilidades y amortización de las partes sociales.
- Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato.
- Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía.
- Acordar la exclusión de socios por las causales previstas en el Art. 2 de esta ley.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL INTERNA

La organización administrativa de una empresa es de vital importancia en el proceso y desarrollo de las operaciones empresariales ya que permite asignar funciones y responsabilidades a cada una de las personas que conforman la empresa. Dentro de la estructura administrativa la empresa está constituida por niveles jerárquicos, organigramas y manual de funciones.

NÍVELES JERÁRQUICOS

Los niveles jerárquicos están integrados por niveles administrativos, con funciones y responsabilidades. “La Hostería Hacienda La Ceiba” está integrada por los siguientes niveles jerárquicos:

NIVEL LEGISLATIVO

Representa el primer nivel jerárquico y está constituida por la Junta General de Socios cuyas funciones básicas son las de normar y determinar las diferentes políticas a seguir por la empresa, normar mediante creación de reglamentos, resoluciones y acuerdos asuntos a su competencia; planificar, organizar, dirigir ejecutar y controlar planes de trabajo y acción que conlleven a obtener resultados favorables para la empresa a fin de alcanzar los objetivos y metas.

NIVEL EJECUTIVO

El nivel ejecutivo está representado por el Gerente, quien es nombrado por la Junta General de socios, sobre la base de requisitos previamente establecidos.

Este nivel es el encargado de la aplicación de los objetivos, políticas y metas sugeridas e impuestas por la Junta General de socios; toma decisiones basándose en las políticas generales, ejerce su autoridad como tal, permitiéndole garantizar fiel cumplimiento a lo planificado; así mismo se encarga de planificar, organizar, dirigir, controlar, ejecutar actividades, políticas, estrategias y objetivos de la empresa.

NIVEL ASESOR

Este nivel está representado por el Asesor Jurídico y cuya función es asesorar, informar, analizar temáticas en materia jurídica y resolver cualquier problema de orden legal en la cual esté relacionado a empresa. En este caso la contratación de un abogado será temporal.

NIVEL AUXILIAR

Este nivel es considerado como un apoyo a los otros niveles administrativos y directivos, su responsabilidad se limita cumplir órdenes de los niveles ejecutivos y su grado de autoridad es mínimo. En esta empresa el nivel auxiliar estará representado por la Secretaria – Contadora, recepcionista y el Conserje.

NIVEL OPERATIVO

Este nivel se encuentra conformado por las personas que directamente son los responsables de ejecutar, transformar, organizar y programar las actividades que se realizará en la empresa y está conformado por el personal que labora en el Departamento de Producción y Ventas, están bajo las ordenes de los niveles; Legislativo y Ejecutivo.

En caso de esta empresa el nivel operativo estará representado por el Camarero, Cocinera, Mesero, Guía Turístico.

ORGANIGRAMA

Son representaciones gráficas de la estructura organizativa; dan una visión rápida y resumida de la estructura de una organización o parte de ella. Un organigrama debe suministrar un cuadro donde se puedan ver: la

articulación de las distintas funciones dentro de la estructura, los puestos de trabajo y las unidades existentes y su posición estructural, las relaciones formales, las líneas de comunicación y las conexiones existentes entre los distintos puestos y unidades.

En esta empresa se ha considerado establecer tres tipos de organigramas: estructural, funcional y posicional.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural es una representación sistemática general de las empresas, el cual refleja los niveles jerárquicos, las líneas de autoridad. Los canales de coordinación y de comunicación y la naturaleza de cada departamento.

GRÁFICO Nº 33

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA HOSTERÍA

"HACIENDA LA CEIBA CIA. LTDA."

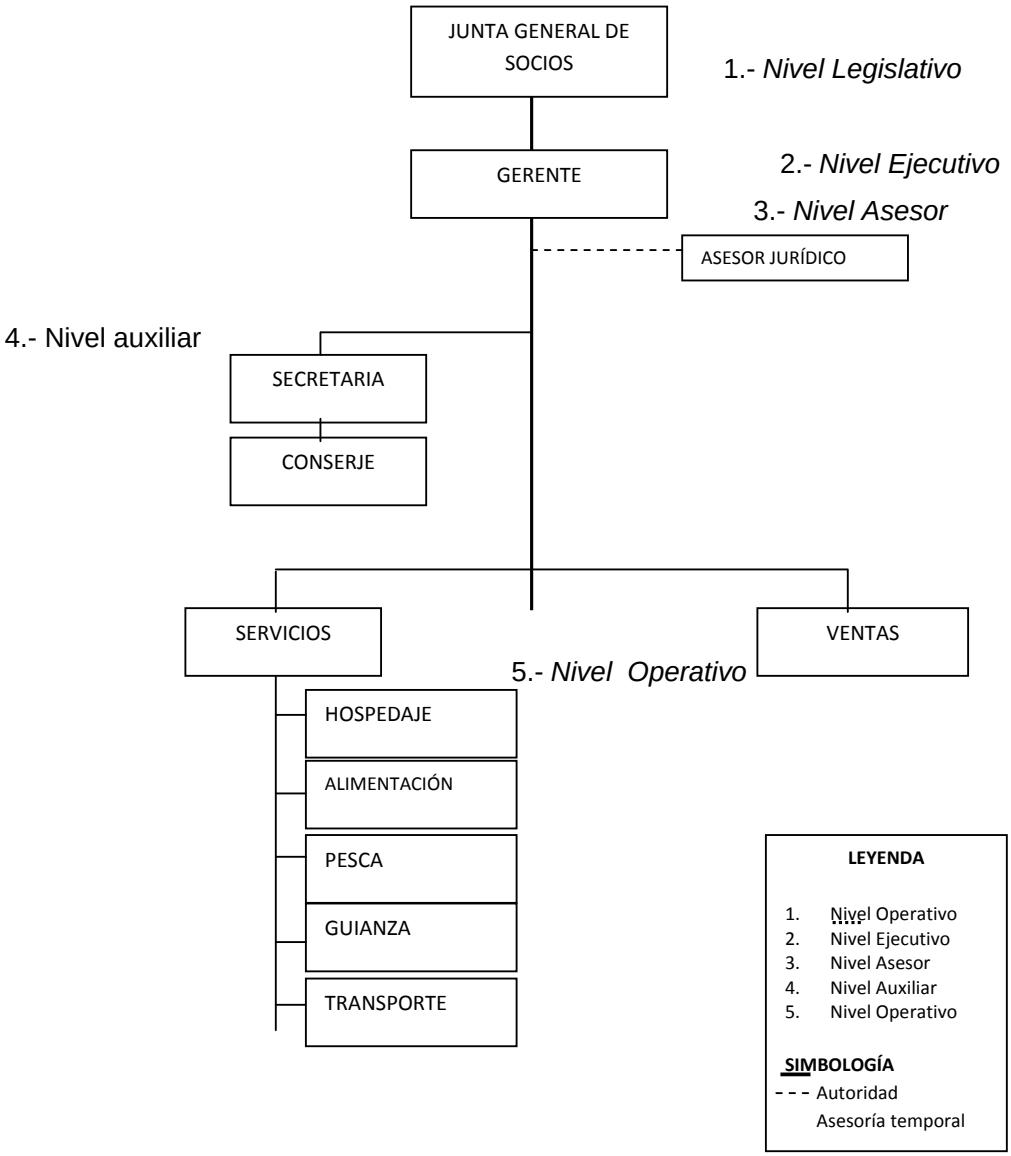
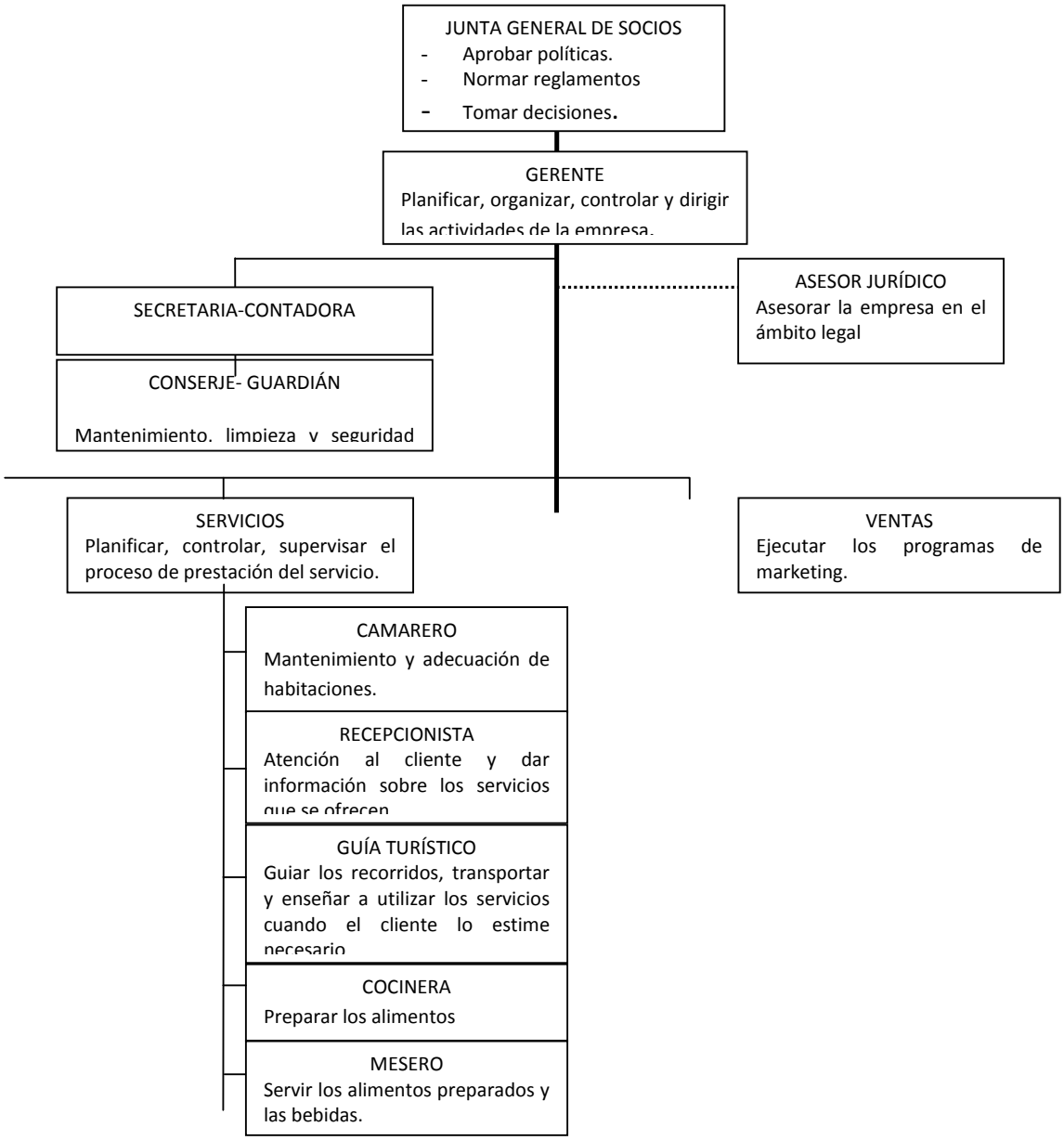


GRÁFICO Nº 34

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA HOSTERÍA HACIENDA LA CEIBA CIA. LTDA.



MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones una fuente de información donde se describe en forma específica tareas, deberes y responsabilidades de cada uno de los puestos de trabajo, la naturaleza de las funciones, características de la clase y los requisitos mínimos que deben cumplir para ocupar el puesto respectivo.

- **TÍTULO DEL PUESTO:** JUNTA GENERAL DE SOCIOS

NATURALEZA DEL TRABAJO

Legislar y definir políticas que beneficien los intereses de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Definir y aprobar las políticas que favorezcan el desarrollo económico y social de la empresa.
- Deliberar ya probar los montos de utilidad que corresponde a cada socio.
- Dictar reglamentos, resoluciones y acuerdos.
- Modificar los estatutos de acuerdo a las sugerencias de los socios.
- Aprobar o rechazar los presupuestos presentados por los directivos.
- Tomar decisiones y autorizar el aumento o disminución del capital social.
- Designar y remover al gerente y administradores de la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Responsabilidad en la toma de decisiones para el buen funcionamiento de la empresa en general.

REQUISITOS MÍNIMOS

Ser socio activo de la empresa

- **TÍTULO DEL PUESTO:** GERENTE GENERAL

NATURALEZA DEL TRABAJO

Planificar, organizar, dirigir, controlar y coordinar las actividades y recursos de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa.
- Contratar, manejar y supervisar al personal de cada uno de los departamentos cumpliendo con los requisitos del caso y/o renovar de acuerdo a las normas internas de la empresa.
- Establecer relaciones estratégicas con instituciones públicas o privadas para el progreso y desarrollo de la empresa.
- Organizar talleres y cursos de capacitación dirigidos al personal que labora en la misma.
- Aprobar los programas y presupuestos.
- Analizar ya aprobar los planes y proyectos planteados por los jefes departamentales.
- Cumplir y hacer cumplir la ley, estatutos, normas y reglamentos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Se requiere de responsabilidad en todas las actividades que se realicen en el ámbito interno y externo de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título en Administración de Empresas o carreras afines
Experiencia: Un año en funciones similares
Adicional: Cursos en gerencia empresarial, marketing, relaciones humanas, etc.

- **TÍTULO DEL PUESTO:** ASESOR JURÍDICO

NATURALEZA DEL TRABAJO

Asesorar a la empresa en todo lo relacionado al aspecto legal y colaborar en la revisión y actualización de políticas internas de la misma.

FUNCIONES BÁSICAS

- Realizar acciones relacionadas con el asesoramiento legal y jurídico a los funcionarios de la empresa.
- Participar en sesiones de la Junta de Accionistas.
- Asesorar e informar sobre proyectos en materia jurídica y otras actividades legales.
- Revisar temas relacionados con la compra-venta de derechos y acciones, bienes e inmuebles entre otros casos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Se caracteriza por mantener la responsabilidad con la empresa sobre asuntos legales y jurídicos.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título de Doctor en Jurisprudencia
Experiencia: Un año en asesoramiento

- **TÍTULO DEL PUESTO:** SECRETARIA - CONTADORA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar labores de secretaria y asuntos contables de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Redactar y digitar todo tipo de correspondencia.
- Atender al público que solicite información acerca de los paquetes turísticos que ofrece la empresa.
- Archivar en orden los libros de: actas de sesiones, oficios entregados y recibidos, otros.
- Mantener y controlar la contabilidad general de la empresa.
- Presentar informes de las actividades que se realiza tanto en el ámbito económico y financiero al Gerente de la empresa.
- Elaborar el rol de pagos.
- Asistir a reuniones ordinarias y extraordinarias para efectos de tomar notas de las resoluciones emitidas.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Se requiere de responsabilidad, eficiencia y agilidad en el manejo de información y desarrollo de sus funciones.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título en Contabilidad y auditoria
Experiencia: Un año en funciones similares
Adicional: Cursos en Contabilidad Computarizada, Secretariado, Relaciones Humanas, Liderazgo, computación.

- **TÍTULO DEL PUESTO:** CAMARERO

NATURALEZA DEL TRABAJO

Ejecución de labores de camarero y el mantenimiento respectivo.

FUNCIONES BÁSICAS

- Mantener el orden y el aseo de las habitaciones.
- Realizar la limpieza de: cobijas, sábanas, edredones, otros.
- Informar al gerente de las deficiencias de materiales de operación.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Requiere de responsabilidad y agilidad para su ejecución.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Básico
Experiencia: No indispensable

TÍTULO DEL PUESTO: COCINERA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar actividades correspondientes a los menús establecidos y planificados por la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Preparar diariamente los alimentos para los turistas.
- Realizar una lista de productos básicos para su preparación.
- Presentar informes de las actividades que realiza.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Responsabilidad, iniciativa y agilidad para la ejecución del trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Básica
Experiencia: Un año en labores similares

TÍTULO DEL PUESTO: MESERO

NATURALEZA DEL TRABAJO

Ejecución de labores de mesero y atención a los clientes.

FUNCIONES BÁSICAS

- Brindar atención a los clientes con una cultura y esmero.
- Realizar limpieza en el área correspondiente al restaurante.

- Mantener el orden de los muebles y materiales respectivos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Requiere responsabilidad, agilidad y formalidad en el cumplimiento de labores.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título de Bachiller
Experiencia: Un año en cargos similares

- **TÍTULO DEL PUESTO:** CONSERJE -GUARDIAN

NATURALEZA DEL TRABAJO

Ejecutar las labores de consejería y custodiar el área externa e interna de la empresa.

FUNCIONES BÁSICAS

- Velar por la seguridad y protección del mobiliario y equipos de la empresa.
- Realizar la limpieza y el mantenimiento respectivo de la Hostería.
- Colaborar ocasionalmente en la ejecución de labores secundarias de oficina.
- Cumplir con las disposiciones que se le ordene.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Responsabilidad y carácter para cumplir su labor.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Básica
Experiencia: No indispensable
Adicional: Haber pasado el servicio militar.

- **TÍTULO DEL PUESTO:** RECEPCIONISTA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar la recepción de los visitantes informando sobre todos los servicios que se ofrecen en la Hostería.

FUNCIONES BÁSICAS

- Atender al turista que necesite información acerca de los servicios paquetes turísticos que ofrece la empresa.
- Archivar en forma ordenada las fichas de ingreso a la Hostería.
- Brindar una atención de calidad al turista para que decida hospedarse.
- Presentar un informe semanal de cuantos turistas han visitado la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

Se requiere de responsabilidad, facilidad de palabra, excelentes relaciones interpersonales, eficiencia y agilidad en atención al cliente.

REQUISITOS MÍNIMOS

Educación: Título de bachiller o estudiante de turismo
Experiencia: Un año en funciones similares
Adicional: Cursos en, Relaciones Humanas, computación.

6.5.6 FASE DE CONTROL

El control es la última función del proceso administrativo y su fin consiste en verificar y corregir el desempeño con el fin de garantizar que los planes diseñados para alcanzar los objetivos, se hayan cumplido.

El Gerente debe estar consistente que no debe esperar el final del proceso para implantar los controles, si no que en el transcurso del mismo se tiene que vigilar las desviaciones que se originen y tomar las correcciones necesarias como:

- Verificar los resultados planteados a través de los presupuestos con los realmente obtenidos y que debe de estar evidenciados en la información financiera.

- Se recomienda el uso del análisis financiero ya que es conocido como una herramienta básica que proporciona un conocimiento completo de la Hostería “HACIENDA LA CEIBA”, por medio de la evaluación, la solvencia, la liquidez y la rentabilidad.

g) CONCLUSIONES Y RECOMENDACION

CONCLUSIONES

Después de haber realizado los estudios relacionados en la elaboración del proyecto de Factibilidad para la implementación de una Hostería en el Cantón Zapotillo, Provincia de Loja he llegado a concluir que:

- Al crear la Hostería se incorpora la actividad turística al Cantón Zapotillo como una de las alternativas reales de desarrollo sustentable y con seguridad de que es una buena inversión que logrará el éxito deseado.
- En el Cantón Zapotillo existen un ofertante, pero cabe recalcar que los servicios que prestan no cumplen con las expectativas de los usuarios, también existen otras empresas que ofrecen sus servicios en parte como: restaurantes, hoteles, balnearios.
- Existe una demanda insatisfecha, de 105.258 personas, para lo cual se cubrirá un porcentaje del 7% de la demanda insatisfecha, que es de 7368 personas por año, cantidad que la empresa está en capacidad de atender durante los años de vida útil.
- La capacidad utilizada para el primer año cubrirá el 90% de la capacidad instalada correspondiente a 6.631 personas y para el segundo año se incrementara al 95% que es 6.700 personas y para los años siguientes será al 100% que corresponde a 7368 personas.
- Para la ejecución del proyecto se requiere una inversión de 69.794.72 USD. El financiamiento será cubierto per el 42.98% correspondiente a 39.794.72 USD por el aporte de los socio, y el 57.02% correspondiente a 30.000,00 USD se solicitará un crédito a la Corporación Financiera Nacional, lo que permitirá cubrir el monto total de la inversión requerida.
- Los ingresos por ventas de los servicios serán de 180.256,01 USD durante el primer año.
- La evaluación financiera de los diferentes indicadores económicos, se obtuvo:
  - El VAN es de 157.374,04 por lo tanto el proyecto es conveniente.

- La Tasa Interna de Retorno es de 89.14%, por lo que el proyecto es factible ejecutarlo.
- En la Relación Costo - Beneficio se incluye que por cada dólar de inversión se obtendrá una utilidad de 0.84 centavos de dólar.
- El Periodo de Recuperación de Capital será en un año, tres meses, 21 días.
- El resultado del Análisis de Sensibilidad es de 49% de incremento de los costos.
- El resultado del Análisis de Sensibilidad es del 26% de disminución en los ingresos.
- El proyecto de factibilidad para crear una Hostería constituye como una herramienta de desarrollo personal, profesional, empresarial y comunitario.

RECOMENDACIONES

En base al desarrollo del proyecto se recomienda lo siguiente:

- Se recomiendo al ministerio de Educación y cultura que incluya temas turísticos para que la incentivar a la juventud a aprovechar los recursos existentes en el medio y de esta manera se conviertan en empresarios.
- Al Ministerio de Turismo que mejore los programas de turismo de la Provincia de Loja y dar a conocer los diferentes atractivos naturales existentes en el país.
- A los empresarios para que proyecten sus inversiones hacia el turismo cuidando en lo posible de ocasionar daños al ecosistema y de esta manera preservar la biodiversidad de la provincia.
- A las instituciones bancarias con el fin de créditos a bajas tasas de interés para la construcción de la infraestructura y de esta manera impulsar el desarrollo del turismo provincial.
- A la Universidad Nacional de Loja, ayudar a que los proyectos factibles realizados por los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas se ejecuten a través de convenios con entidades financieras y de esta manera contribuir al desarrollo empresarial y a fomentar empleo.

h) BIBLIOGRAFÍA

- AGUILAR MONTEVERDE, Alonso. Globalización y Capitalismo. México: Plaza & Janés, 2002, ISBN.
- BAUMAN, Zygmunt. La globalización: consecuencias humanas. Segunda edición en español. México: Fondo de Cultura Económica, 2002, ISBN-X.
- BRÜNNER, José Joaquín. Globalización cultural y posmodernidad. Primera reimpresión. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica, 1989, ISBN.
- CENTUR, COORPORACIÓN ECUATORIANA DE TURISMO, Boletín de empresas y establecimientos turísticos, Loja 1997
- COHEN, E. (1992). Evaluación De Proyectos Sociales. Siglo Veintiuno. México
- CIRCULO DE LECTORES. (1991).Curso Básico De Administración. Editorial Norma.
- COLOMA, F. (1991). Evaluación social de proyectos de inversión. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.
- INEC, INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS. "Fascículo Población, Censo Loja, año 2001"
- LEDESMA MARTÍNEZ, ZULEIMA. (1997). Análisis Económico Social de un Proyecto de Inversión.
- SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN Reinaldo. "Fundamentos de la Preparación y Evaluación de Proyectos" Editorial Presencia, Bogota Colombia, 1998.
- TÉCNICO EN HOTELERIA Y TURISMO. Varios Autores, Tomo I, Edición 2003
- Microsoft ® Encarta ® 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.
- www.google.com

- www.monografias.com
- www.gestiopolis.com
- www.wikipedia.com

i) ANEXOS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A FUTUROS USUARIOS O DEMANDANTES

Estimado Señor (a).

Como egresada de la Carrera de Administración de Empresas me encuentro decidida a elaborar un **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA HOSTERIA EN LA HACIENDA LA CEIBA DEL CANTON ZAPOTILLO DE LA PROVINCIA DE LOJA"**. Para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

Datos Generales:

- Sexo…….
- Edad…….
- Ciudad…….
- Realiza turismo:
  SI ( ) NO ( )

Preguntas:

1) **¿Sus ingresos mensuales oscilan entre?**

$100 a $300 ( ) $301 a $500 ( )

$501 a $800 ( ) $801 a $1000 ( )

$1001 a $2000 ( ) $2001 a $4000 ( )

2) **¿Ha visitado Usted o conoce el cantón Zapotillo de la provincia de Loja?**

SI ( ) NO ( )

3) **¿Porque motivo a visitado Usted el cantón Zapotillo?**

……
……
……
……
……

4) **¿Con que frecuencia viaja a usted al cantón Zapotillo?**

……
……
……
……
……

5) **¿Que tipo de Hospedaje a utilizado Usted?**

Hotel ( ) Hostería ( )

Familiares ( ) Otros…….

6) **¿Si se implementaría en el cantón Zapotillo una Hostería que brinde un servicio de calidad, con módicos precios, con un personal capacitado y sobre todo que cuente con un área verde donde pueda disfrutar de un sano esparcimiento?**
¿Visitaría Usted a nueva empresa?

SI ( ) NO ( )

7) **¿Que servicios le gustaría que se ofrezcan en la nueva Hostería?**

Bar – Cafetería ( ) Transporte ( )

Parqueadero ( ) Restaurante ( )

Piscina ( ) Sauna, turco e hidromasaje ( )

Internet ( ) Cancha ( )

Otros.....

8) **¿Cuál sería la cantidad de dinero que estaría Usted en capacidad de pagar por un viaje de vacaciones, negocio o familiar al hospedarse en nuestra hostería?**

$100 a $150 ( ) $151 a $200 ( )

$201 a $250 ( ) $251 a $300 ( )

$301 a más ( )

9) **¿Porque medios de comunicación le gustaría que se de a conocer la Hostería y los servicios que ofrecería a sus usuarios?**

Radio ( ) Televisión ( ) Prensa( )

Trípticos ( ) Hojas volantes ( )

Otros……

10) ¿Le gustaría que la hostería cuente con pagina Web…seria mas fácil para que usted revise los costos y realice su reservación e inclusivo revise la ubicación de la misma?

SI ( ) NO ( )

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A DUEÑOS DE HOTELES, HOSTALES, RESIDENCIALES O CASA DE ALOJAMIENTO EN EL CANTON ZAPOTILLO (OFERENTES)

Estimado Señor (a).

Como egresada de la Carrera de Administración de Empresas me encuentro decidida a elaborar un **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA HOSTERIA EN LA HACIENDA LA CEIBA DEL CANTON ZAPOTILLO DE LA PROVINCIA DE LOJA"**. Para lo cual le pido de la manera más comedida y respetuosa se digne contestar las siguientes preguntas:

1. **¿Qué cantidad de usuarios visitan su hotel, hostal, residencia o casa de alojamiento mensualmente?**

……
……
……
……
……

2. **¿Por qué motivo se hospedan en su hotel, hostal, residencia o casa de alojamiento:**

Negocios Ejecutivos	( )	Trabajo	( )
Vacaciones	( )	Turismo	( )

3. **¿En qué ocasiones o fechas especiales tiene usted más afluencia de turistas?**

Día de la madre	( )	San Valentín	( )
Navidad	( )	Vacaciones	( )

Otros……

4. **¿Qué servicios presta su empresa hotelera?**

Bar – Cafetería ( ) Transporte ( )

Parqueadero ( ) Restaurante ( )

Piscina ( ) Canchas ( )

Otros……
……..

5. **¿Realiza algún tipo de promoción por los servicios que presta?**

SI ( ) NO ( )

Cuales:

……
……
……
……

6. **¿Realiza algún tipo de publicidad para dar a conocer los servicios que ofrece?**

SI ( ) NO ( )

Cuales:

……
……
……
……

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO Nº 2

INVERSIÓN EN TERRENO

DETALLE	CANTIDAD	UNIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Terreno	10	Hectáreas	620,00	6.200,00
			TOTAL	**6.200,00**

FUENTE: DEPARTAMENTO DE AVALÚOS Y CATASTROS DEL MUNICIPIO DE ZAPOTILLO
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 3

INVERSIÓN EN CONSTRUCCIONES

DETALLE	ÁREA	CANTIDAD	V .UNITARIO (USD)	V. TOTAL (USD)
Cabañas descanso	8m x 8m	1	800,00	800,00
Cabañas restaurant , etc.	163m2	1	6.000,00	6.000,00
Cabañas hospedaje	22.5m2	1	8.000,00	8.000,00
Fosas sépticas	1m2	2	500,00	1.000,00
Parqueadero	100m2	1	200,00	200,00
		TOTAL		**16.900,00**

FUENTE: ING. GONZALO VEGA - CONSTRUCTOR
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 4

INVERSIÓN EN VEHÍCULO

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Furgoneta	1	20.000,00	20.000,00
		TOTAL	**20.000,00**

FUENTE: MIRASOL
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 5

INVERSIÓN EN EQUIPO DE OFICINA

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Computadora	1	1.200,00	1.200,00
Impresora Canon	1	65,00	65,00
Teléfono celular	1	80,00	80,00
		TOTAL	**1.345,00**

FUENTE: ALMACÉNES"LASER CENTER"
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 6

INVERSIÓN EN MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Cocina industrial 6 QM.	1	200,00	200,00
Refrigeradora Whirlpool	2	600,00	1200,00
Televisor LG 29 PG.	2	450,00	900,00
Equipo de sonido LG	1	350,00	350,00
DVD LG	2	125,00	250,00
Calculadora	1	20,00	20,00
Microondas LG	1	160,00	160,00
Extintores y Accesorios	2	50,00	100,00
Botiquín de Primeros Auxilios	1	50,00	50,00
Balón Gr.	2	25,00	50,00
Lavadora	1	480,00	480,00
		TOTAL	**3.760,00**

FUENTE: ALMACENES "LASER CENTER"
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 7

INVERSIÓN EN MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Escritorio de madera	2	90,00	180,00
Sillones giratorios	2	35,00	70,00
Archivadores	3	30,00	90,00
Mostrador	1	400,00	400,00
Basureros de madera	10	10,00	100,00
Mesas de madera	5	70,00	350,00
Sillas de madera	20	25,00	500,00
Mesas de plástico	10	20,00	200,00
Sillas de plástico	40	6,00	240,00
Camas 1 ½ plazas	10	120,00	1.200,00
Camas 2 plazas	5	200,00	1.000,00
Veladores	10	30,00	300,00
Lámparas	30	25,00	750,00
Sillones	5	100,00	500,00
		TOTAL	**5.880,00**

FUENTE: MUEBLERIA "ANDREITA"
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 8

INVERSIÓN EN HERRAMIENTAS

DETALLE	CANTIDAD	V. UNIT. (USD)	V. TOTAL (USD)
Licuadora	2	80,00	160,00
Batidora	1	40,00	40,00
Set de ollas (10 piezas)	2	70,00	140,00
Olla de presión	2	50,00	100,00
Paila grande	2	20,00	40,00
Vajilla (34 Piezas)	3	40,00	120,00
Cristalería (30 piezas)	2	30,00	60,00
Utensilios de mesa (30 piezas)	2	20,00	40,00
Prensador	1	25,00	25,00
Set de cuchillos (10 piezas)	2	35,00	70,00
Vajilla de madera (30 piezas)	2	30,00	60,00
Colchones 1 ½ plazas	10	110,00	1.100,00
Colchones 2 plazas	5	130,00	650,00
Sábanas 1 ½ plazas	20	18,00	360,00
Sábanas 2 plazas	10	20,00	200,00
Edredones 1 ½ plazas	15	40,00	600,00
Edredones 2 plazas	8	50,00	400,00
Cortinas	10	10,00	100,00
Cobijas 1 ½ plazas	15	14,00	210,00
Cobijas 2 plazas	8	17,00	136,00
Almohadas	20	5,00	100,00
Juego de herramientas	1	25,00	25,00
Cañas de pescar	5	50,00	250,00
		TOTAL	**4.986,00**

FUENTE: COMERCIAL"CELI"
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 9

COSTOS DE MATERIA PRIMA Y MATERIALES DIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT. (USD)	TOTAL MENSUAL (USD)	TOTAL ANUAL (USD)
Carnes Silvestres	100 Lib.	2,20	220,00	2.640,00
Otras Carnes	60 Lib.	1,80	108,00	1.296,00
Pescado Tilapia	100 Lib.	1,50	150,00	1.800,00
Mariscos	30 Lib.	2,80	84,00	1.008,00
Verduras	60 Lib.	1,10	66,00	792,00
Legumbres	70 Lib.	0,85	59,50	714,00
Hortalizas	35 Lib.	0,70	24,50	294,00
Frutas	120 Kl.	0,60	72,00	864,00
Arroz	50 Lib.	0,60	30,00	360,00
Leche	50 Lit.	0,70	35,00	420,00
Panes y Cereales	25 Unid.	0,50	12,50	150,00
Especerías	5 Lib.	3,00	15,00	180,00
Vinos	10 Unid.	11,00	110,00	1.320,00
Agua mineral	100 Lit.	0,80	80,00	960,00
Licor	120 Unid.	15,00	1.800,00	21.600,00
Hielo	30 Unid.	3,00	90,00	1.080,00
Bebidas	250 Unid.	0,90	225,00	2.700,00
Otros			100,00	1.200,00
TOTAL			**3.281,50**	**39.378,00**

FUENTE: COMERCIOS DE ZAPOTILLO Y ROMAR DISTRIBUIDORA
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 10

MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	Nº DE EMPLEADOS	SUELDO BÁSICO UNIFICADO	APORTE PATRONAL 12,15%	INGRESO	DEDUCCIONES		LIQUIDO A PAGAR	TOTAL	FIRMAS	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to
					AP. IND. 9,35%	T. DED.				UNA VEZ AL AÑO	
Guía	1	250,00	30.38	280,38	23,38	23,38	257,00	257,00		250,00	218,00
Cocinera	1	350,00	42.53	392,53	32,73	32,73	359,80	359,80		350,00	218,00
Mesero	1	250,00	30.38	280,38	23,38	23,38	257,00	257,00		250,00	218,00
Camarero	1	250,00	30.38	280,38	23,38	23,38	257,00	257,00		250,00	218,00
TOTAL MENSUAL							1.130,80	1.130,80			
TOTAL ANUAL								**13.569,60**		**1.100,00**	**872,00**

FUENTE: CÓDIGO DE TRABAJO
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 11
MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS

DENOMINACIÓN	VALOR	% MANTENIMIENTO	VALOR MENSUAL (USD)	VALOR ANUAL (USD)
Construcción	16.900,00	5%	70,42	845,00
Vehículo	20.000,00	5%	83,33	1.000,00
Equipo de Oficina	1.345,00	5%	5,60	67,25
Maquinaria y Eq.	3.760,00	5%	15,67	188,00
		TOTAL	**175,02**	**2.100,25**

FUENTE: CUADRO DE INVERSIÓN INICIAL
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 12
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VALOR MENSUAL (USD)	VALOR ANUAL (USD)
Combustible	20 galones	2,00	40,00	480,00
Lubricantes	2 unid.	10,00	20,00	240,00
		TOTAL	**60,00**	**720,00**

FUENTE: GASOLINERAS
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 13
SUMINISTROS Y MATERIALES INDIRECTOS

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNIT. (USD)	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	500 Kw.	0,08	40,00	480,00
Agua Potable	750 m^3	0,08	60,00	720,00
Mandiles de trabajo	10	1,50	15,00	180,00
Gas	3	2,00	6,00	72,00
Útiles de Oficina	1	19,25	19,25	231,00
		TOTAL	**140,25**	**1.683,00**

FUENTE: EERSSA, MUNICIPIO ZAPOTILLO, GRÁFICAS OFFSET
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 14
PERSONAL ADMINISTRATIVO

CARGO	Nº DE EMPLEADOS	SUELDO BÁSICO UNIFICADO	APORTE PATRONAL 12,15%	INGRESO	DEDUCCIONES		LIQUIDO A PAGAR	TOTAL	FIRMAS	DÉCIMO 3ro	DÉCIMO 4to
					AP. IND. 9,35%	T. DED.				UNA VEZ AL AÑO	
Gerente	1	250,00	30.38	280,38	23,38	23,38	257,00	257,00		250,00	218,00
Secretaria – cont.	1	250,00	30.38	280,38	23,38	23,38	257,00	257,00		250,00	218,00
Recepcionista	1	250,00	30.38	280,38	23,38	23,38	257,00	257,00		250,00	218,00
Conserje – guard.	1	250,00	30.38	280,38	23,38	23,38	257,00	257,00		250,00	218,00
Asesor jurídico	1	100,00					100,00				
TOTAL MENSUAL								**1.028,00**			
TOTAL ANUAL								**12.436,00**		**1000,00**	**872,00**

FUENTE: CÓDIGO DE TRABAJO
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 15
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

DETALLE	UNIDAD	V. UNIT. (USD)	CANTIDAD CONSUMIDA	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL (USD)
Energía Eléctrica	Kw.	0,12	100	12,00	144,00
Agua Potable	m^3	0,08	120	9,60	115,20
Teléfono cel.	minuto	0,15	100	15,00	180,00
Útiles de Oficina		31,00	1	31,00	372,00
Útiles de Aseo		15,00	1	15,00	180,00
			TOTAL	**82,60**	**991,20**

FUENTE: EMPRESA ELÉCTRICA- MUN. ZAPOTILLO-LA REFORMA-ROMAR
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ANEXO Nº 16
GASTOS DE PUBLICIDAD

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	V. MENSUAL (USD)	VALOR ANUAL (USD)
Cuñas Radiales	50 veces	1,00	50,00	600,00
Prensa Escrita	5 veces	8,00	40,00	480,00
Trípticos	100 ejemp.	0,40	40,00	480,00
Página Web	1 veces	540,00		540,00
		TOTAL	**175,00**	**2.100,00**

FUENTE: RADIO ZAPOTILLO-DIARIO LA HORA-IMPRENTA OFFSET-UVTV
ELABORACIÓN: LA AUTORA

ÍNDICE

ÍNDICE

	CERTIFICACIÓN	ii
	AUDITORIA	iii
	DEDICATORIA	iv
	AGRADECIMIENTO	v
a.	RESUMEN	vii
b.	INTRODUCCIÓN	1
c.	REVISIÓN LITERARIA	5
d.	MATERIALES Y MÉTODOS	44
e.	RESULTADOS	51
f.	DISCUCIÓN	73
	ESTUDIO DE MERCADO	75
	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	79
	ESTUDIO DE LA OFERTA	81
	DEMANDA INSATISFECHA	83
	ESTUDIO TÉCNICO	88
	TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN	89
	INGENIERIA DE LA EMPRESA	97
	ESTUDIO FINANCIERO	115
	INVERSIONES	115
	FINANCIAMIENTO	122
	DISTRIBUCIÓN DE COSTOS	127
	PRESUPUESTO DE INGRESOS	130
	PUNTO DE EQUILIBRIO	134
	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS	138
	EVALUACIÓN FINANCIERA	139
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	150
	ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO	150
g.	CONCLUSIONES	169
	RECOMENDACIONES	117
h.	BIBLIOGAFIA	172
i.	ANEXOS	175
	ÍNDICE	191