



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA HOSTERÍA EN LA PROVINCIA DE PASTAZA
PARROQUIA SHELL, CANTÓN MERA”**

SIRIA ELIANA RENTERÍA LANDIVAR

**TESIS PRESENTADA COMO REQUISITO PREVIA A LA
OBTENCIÓN DEL GRADO DE:**

INGENIERA COMERCIAL

2012

CERTIFICACIONES

Declaración de Responsabilidad

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
(DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO)

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Siria Eliana Rentería Landívar

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado (Proyecto de Factibilidad para la creación de una hostería en la Provincia de Pastaza, Parroquia Shell Cantón Mera), ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, 17 de Abril del 2012

Siria Eliana Rentería Landívar

Certificado de tutoría

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO

CERTIFICADO

ING. ALVARO CARRILLO
ING. ANGEL PÉREZ

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado *Proyecto de Factibilidad para la creación de una hostería en la Provincia de Pastaza, Parroquia Shell Cantón Mera* realizado por Siria Eliana Rentería Landívar, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Escuela Politécnica del Ejército.

Debido a que el trabajo cumple con todas las normas y parámetros establecidos, por lo cual se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de dos documentos empastados y dos discos compactos los cuales contienen los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a Siria Eliana Rentería que lo entregue al Ing. Álvaro Carrillo, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, 17 de Abril del 2012

ING. ALVARO CARRILLO

DIRECTOR

ING. ANGEL PEREZ

CODIRECTOR

ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
DE COMERCIO

AUTORIZACIÓN

Yo, Siria Eliana Rentería Landívar

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo Proyecto de Factibilidad para la creación de una hostería en la Provincia de Pastaza, Parroquia Shell Cantón Mera, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, 17 de Abril del 2012

Siria Eliana Rentería Landívar

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis Hijos Isabella y José Ignacio quienes han sido mi mayor inspiración para alcanzar este logro, a mi Esposo Raúl, quien con su amor y apoyo incondicional me ha permitido que pueda culminar este trabajo, a mis Padres Marco y Siria, quienes con paciencia, y comprensión han contribuido para que pueda alcanzar mi meta y llegar a ser una profesional.

Siria Eliana Rentería Landívar

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios, ya que siempre ha sido mi guía y me ha dado las fuerzas y sabiduría necesaria para culminar mi trabajo.

Agradezco a la Virgencita del Cisne ya que me ha iluminado siempre.

Agradezco a mis Hijos Isabella y José Ignacio, ya que con su infinito amor sincero y puro han sido mi mayor inspiración para llegar a cumplir mi meta.

Agradezco a mi esposo Raúl, ya que con su amor y apoyo incondicional ha contribuido con el éxito de este proyecto.

Agradezco a mis Padres Marco y Siria, ya que con su paciencia, amor y comprensión, me brindando el apoyo necesario para alcanzar este logro.

Agradezco a mis hermanas Isabel, Belén y José por estar siempre pendientes de mis actividades.

Agradezco a mis suegros Fabiola y Raúl quienes han estado siempre pendientes de mí y de la culminación de mi proyecto.

Agradezco al Ing. Alvaro Carrillo, quien con sus recomendaciones me supo guiar de una manera correcta este proyecto, y me ha brindado todo el apoyo para poder culminar con este trabajo.

Agradezco al Ing. Ángel Pérez, quien supo guiar de manera correcta este proyecto.

A todos muchas Gracias.

Siria Eliana Rentería Landívar

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIONES	i
DEDICATORIA	iv
RESUMEN	1
SUMMARY.....	2
CAPITULO I.....	3
LINEAMIENTOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	3
1.1 Fundamentos teóricos	3
1.1.1 Importancia del estudio de factibilidad	3
1.1.2 Componentes del estudio de factibilidad	4
1.1.3. Evolución del turismo en el Ecuador.....	6
1.1.4 Importancia del turismo en el Ecuador.....	7
1.1.5 Reseña histórica de la parroquia	8
1.1.6 Atractivos turísticos.....	10
1.2. Objetivos del estudio	11
1.2.1. Objetivo General.....	11
1.2.2. Objetivo Específico	11
1.3. Justificación del Tema.....	12
1.4. Metodología utilizada	13
1.4.1. Tipo de Estudio.....	13
1.4.3. Fuentes de Recolección de la Información	14
1.4.4. Proceso para la recolección de datos.....	15
CAPITULO II.....	17
ESTUDIO DEL MERCADO.....	17

2.1	Objetivos del estudio de mercado	17
2.2	Segmentación del mercado.....	18
2.2.1	Muestra.....	21
2.2.2.1	Diseño de la encuesta.....	23
2.2.2.2	Tabulación de datos de Fuentes Primarias	27
2.3	Análisis de la demanda	42
2.3.1	Comportamiento histórico de la demanda	43
2.3.2	Demanda Actual	44
2.3.3	Proyección de la demanda	44
2.4	Análisis de la oferta	46
2.4.1	Características de los principales competidores.....	46
2.4.2	Proyección de la oferta	50
2.5	Determinación de la Demanda Insatisfecha	53
2.6	Conclusiones generales y sobre las estadísticas del estudio de mercado	54
2.7	Marketing Mix	55
2.7.1	Definición del Producto.....	55
2.7.2	Análisis de precios.....	56
2.7.2.1	Determinación del precio promedio.....	57
2.7.3.2	Estrategias de precio.....	57
2.8	Plaza	58
2.9	Canales de comercialización	58
2.9.1	Descripción de los canales de distribución	58
2.9.1.1	Estrategias de comercialización	59
2.9.2	Estrategia de promoción	60
CAPITULO III		62

ESTUDIO TÉCNICO	62
3.1. Tamaño del Proyecto.	63
3.1.1. Factores determinantes del Tamaño	64
3.1.1.1. Condicionantes del Mercado.....	65
3.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros	65
3.1.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra.	66
3.1.1.4 Disponibilidad de Insumos	67
3.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología	68
3.2. Localización del proyecto	68
3.2.1. Macro localización	69
3.2.2. Micro localización	70
3.3. Ingeniería del Proyecto.....	73
3.3.1. Proceso de prestación del servicio	73
3.4. Capacidad Instalada.....	79
3.5. Requerimiento de Infraestructura	79
3.6. Requerimientos de equipos, insumos, materiales, servicios	82
3.7. Aspectos Ambientales.....	86
CAPÍTULO IV.....	87
LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN	87
4.1 Base legal.....	87
4.1.1 Nombre o razón social	87
4.1.2 Titularidad de propiedad de la empresa.....	88
4.2 Base filosófica de la empresa.....	95
4.2.1 Visión	95
4.2.2 Misión	96
4.2.3 Objetivos Estratégicos	96

4.2.4 Estrategia Empresarial.....	97
4.3 Organización administrativa	99
4.3.1 Estructura organizacional	99
4.3.2 Descripción de funciones.....	104
CAPÍTULO V.....	115
ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL	115
5.1 Como será la estrategia de implementación –Acciones.....	115
5.2 Puntos Estratégicos	115
5.2.1 La organización	115
5.5 Sistema de información de la estrategia	119
5.6 Guía para control.....	121
5.6.1 Sistemas de Coordinación y Control.....	121
5.7 Estrategia de incentivos para la gerencia.....	122
CAPITULO VI.....	126
ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO	126
6.1 Inversiones.....	126
6.2 Activos fijos	127
6.3 Activos Diferidos.....	127
6.4 Capital de Trabajo	128
6.5 Publicidad.....	129
6.6 Financiamiento del Proyecto	130
6.7 Ingresos y Costos.....	132
6.7.1 Ingresos.....	133
6.7.2 Costos.....	135
6.7.3 Costos no Operativos	138

6.8 Evaluación Financiera	139
6.8.1 Estados Financieros	140
6.8.1.1 Estado Inicial	140
6.8.1.2 Estado de Resultados	141
6.8.1.3 Flujo de Caja	142
6.8.2 Indicadores de Evaluación	143
6.8.2.1 Tasa de Descuento	143
6.8.2.2 Valor Actual Neto (VAN).....	144
6.8.2.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)	145
6.8.2.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)	146
6.8.2.5 Punto de Equilibrio	147
6.9 Análisis de Sensibilidad.....	149
CAPITULO VII.....	154
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	154
7.1. Conclusiones.....	154
7.2. Recomendaciones.....	156
BIBLIOGRAFÍA.....	157

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 2.1: Segmentación del mercado.....	18
Tabla N° 2.2 Determinación del Segmento del Mercado	20
Tabla N° 2.3: ¿En sus vacaciones, acostumbra visitar?	27
Tabla N° 2.4: ¿Qué lugares del Ecuador visita usualmente?.....	28
Tabla N° 2.5: ¿Qué lugares ecológicos visita usted con más frecuencia?30	
Tabla N° 2.6: ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?.....	31
Tabla N° 2.7: ¿Qué servicios requiere usted en su estadía por el sitio?..	32
Tabla N° 2.8: ¿A usted le gustaría alojarse en?.....	33
Tabla N° 2.9: ¿En qué lugar le gustaría a usted consumir sus alimentos?	34
Tabla N° 2.10: ¿Usted ha visitado Shell?.....	35
Tabla 2.11: ¿Le gustaría a usted visitar Shell?	36
Tabla 2.12: ¿Por qué razones ha visitado usted Shell?	37
Tabla 2.13: ¿Estaría de acuerdo que exista una hostería en Shell?.....	38
Tabla 2.14: ¿Qué servicios requiere usted que brinde la nueva hostería a los turistas?.....	39
Tabla 2.15: ¿Cuántos días permanecería usted en Shell?	40
Tabla 2.16: ¿Cuántas personas incluido usted viajan frecuentemente de vacaciones?	41
Tabla N° 2.17: Comportamiento Histórico de la Demanda.....	43
Tabla N° 2.18 Comportamiento Histórico de la Demanda.....	43
Tabla N° 2.19 Demanda.....	44
Tabla N° 2.20 Proyecciones de la demanda para los siguientes 5 años .	45
Tabla N° 2.21 Proyección de la oferta para los próximos 5 años.....	52
Tabla 2.22 Demanda Insatisfecha	53
Tabla N° 3.1: Capacidad de la planta	63
Tabla N° 3.2: Capacidad del Proyecto	64
Tabla N° 3.3: Personal Operativo	66

Tabla N° 3.4: Personal Administrativo	67
Tabla N° 3.5: Proveedores.....	67
Tabla N° 3.6: Matriz de Localización óptima del Proyecto	71
Tabla N° 3.7: Distribución de habitaciones	79
Tabla N° 3.8: Construcción e Instalaciones	80
Tabla N° 3.9: Maquinaria y Equipo	82
Tabla N° 3.10. Equipos de Oficina	83
Tabla N° 3.11: Equipos de Computación	83
Tabla N° 3.12: Muebles y Enceres.....	84
Tabla N° 3.13: Vehículo	84
Tabla N° 3.14: Equipos y Herramientas	85
Tabla N° 3.15: Equipos y Herramientas.....	86
Tabla 6.1: Inversión del Proyecto.....	126
Tabla 6.2: Activos fijos	127
Tabla 6.31: Activos Diferidos	128
Tabla 6.42: Gastos de Constitución	128
Tabla 6.5: Capital de Trabajo.....	129
Tabla 6.6: Publicidad	130
Tabla 6.7: Cuadro de Fuentes y Usos	131
Tabla 6.8: Amortización del Crédito	132
Tabla 6.9: Estimación de ingresos	134
Tabla 6.10: Proyección de los Ingresos	135
Tabla 6.11: Costos Variables.....	136
Tabla 6.12: Costos de Producción	137
Tabla 6.13: Depreciación	137
Tabla 6.14: Costos No Operativos	138
Tabla 6.15: Amortización	139
Tabla 6.16: Mantenimiento de Activos Fijos	139
Tabla 6.17: Estado de Situación Inicial	140
Tabla 6.18: Estado de Resultados	141
Tabla 6.19: Flujo de Caja	142

Tabla 6.203: Cálculo del VAN	145
Tabla 6.21: PRI del Proyecto	147
Tabla 6.22: Punto de Equilibrio Proyectado	149
Tabla N° 6.23: Variación de ventas.....	150
Tabla N° 6.24: Variación de sueldos	151
Tabla N° 6.25: Variación costo de insumos	152
Tabla N° 6.26: Límite de sensibilidad TIR=TMAR.....	152

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico N° 2.1: ¿En sus vacaciones, acostumbra visitar?.....	27
Gráfico N° 2.2: Qué lugares del Ecuador visita usualmente?	29
Gráfico N° 2.3: ¿Qué lugares ecológicos visita usted con más frecuencia?	30
Gráfico N° 2.4: ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?	31
Gráfico N° 2.5: ¿Qué servicios requiere usted en su estadía por el sitio? 32	
Gráfico N° 2.6: ¿A usted le gustaría alojarse en?	33
Gráfico N° 2.7: ¿En qué lugar le gustaría a usted consumir sus alimentos?	34
Gráfico N° 2.8: ¿Usted ha visitado Shell?	35
Gráfico 2.9: ¿Le gustaría a usted visitar Shell?	36
Gráfico 2.10: ¿Por qué razones ha visitado usted Shell?	37
Gráfico 2.11: ¿Estaría de acuerdo que exista una hostería en Shell?	38
Gráfico 2.12: ¿Qué servicios requiere usted que brinde la nueva hostería a los turistas?	39
Gráfico 2.13: ¿Cuántos días permanecería usted en Shell?	41
Gráfico 2.14: ¿Cuántas personas incluido usted viajan frecuentemente de vacaciones?	42
Gráfico 2.15 Curva de la Proyección de la Demanda	45
Gráfico N° 2.16 Habitación y servicios Hostería Shell	47
Gráfico N° 2.17: Servicio y Habitaciones Hostería Flor de Canela	49
Gráfico N° 2.18 Curva de la Oferta para los próximos 5 años	52
Gráfico N° 3.1: Provincia de Pastaza	69
Gráfico N° 3.2: Micro localización del proyecto	72
Gráfico 4.1: Organigrama Estructural	102
Gráfico 4.2: Organigrama Funcional	103
Gráfico 6.1: Punto de Equilibrio del primer año	148

RESUMEN

La presente tesis tiene como finalidad crear una hostería en la Parroquia de Shell Cantón Mera, con el propósito de promover el desarrollo turístico de la misma, para alcanzar dicho objetivo se ha realizado un estudio de factibilidad donde se analice si el proyecto será o no rentable. El estudio de factibilidad consta de un estudio de mercado que permitirá determinar la oferta, demanda que tendrá el proyecto, marketing mix para proponer estrategias que facilite penetrar en el mercado, Estudio Técnico donde se establezca las materias primas, materiales, mano de obra y herramientas necesarias para poner en marcha las actividades a realizarse, se puede establecer un estudio organizacional con el objetivo de plantear un organigrama con el que la empresa se representará, las responsabilidades y funciones que tendrán los colaboradores, y un estudio financiero que ayude a conocer la inversión que se deberá realizar para que el proyecto se ponga en marcha, determinar los costos necesarios de materia prima, mano de obra, gastos financieros, administrativos, los mismos que permitirán a la organización establecer un precio para ofrecer el servicio, evaluación financiera la misma que garantizará la factibilidad del proyecto, rentabilidad y viabilidad.

Palabras claves: Hostería en Shell/ factibilidad/rentabilidad/ misión/ visión/ marketing mix/ localización.

SUMMARY

This thesis aims to create an inn in the parish of Canton Shell Mera, in order to promote tourism development in the same, to achieve this objective has made a feasibility study which will analyze whether the project will be profitable or not . The feasibility study includes a market study that will determine the supply, demand to take the project to propose marketing mix strategies to facilitate market penetration, Technical Study which set the supplies, materials, labor and tools necessary to implement the activities to be performed, you can set an organizational study with the aim to propose an organization with which the company will be performed, responsibilities and functions that will employees, and a financial study to help meet the investment that should be done for the project to be launched to determine the necessary costs of raw materials, labor, expense, administrative, they will allow the organization to establish a price to offer the service, the same financial assessment ensure project feasibility, profitability and viability

Keywords: Shell Inn / feasibility / profitability / mission / vision / marketing mix / location.

CAPITULO I

LINEAMIENTOS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1.1 Fundamentos teóricos

Previo a la instauración de este proyecto, es necesario llevar a cabo todos los estudios pertinentes, para poder determinar su viabilidad. Es beneficioso realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de los turistas potenciales, así como también de la diversidad de servicios que estaríamos en capacidad de brindar cómo hostería.

1.1.1 Importancia del estudio de factibilidad

Es importante hacer un estudio de factibilidad antes de iniciar un producto o servicio ya que ayuda a evitar que se fracase, a conocer y disminuir los riesgos, y asegurar el valor del trabajo.

Los seis pasos para un estudio de factibilidad son:

1. Escoger un servicio o producto para vender.
2. Hacer un estudio del mercado: clientes, competencia, precio, plaza, lugar, promoción y otros

- (Determinar cómo operará el negocio: ¿Qué es lo que sabemos y no sobre el negocio?)
3. Calcular las inversiones y costos del negocio: costos de materiales, transporte, plaza, entrenamiento, personal, impuestos, permisos de funcionamiento, etc.
 4. Calcular el precio de nuestro producto: revisar precio de la competencia,
 5. Calcular la rentabilidad y decidir: ¿Es el negocio una Buena Idea?: cálculo de ganancias proyectadas para el negocio.
 6. Establecer el precio de acuerdo a los costos generados por el proyecto, con un margen de ganancia que le permita a la empresa cubrir los mismos.

1.1.2 Componentes del estudio de factibilidad

1. Análisis de Mercado: .- El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.
 - Como objetivos secundarios un estudio de mercado nos proporciona información externa acerca de nuestros competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado, hábitos de consumo de a quién va dirigido el producto y/o servicio. Así como también información interna

de las especificaciones de nuestro producto o servicio que permitan satisfacer las necesidades de nuestros clientes potenciales.¹

2. Análisis Técnico: tiene como propósito cuantificar el monto de las inversiones y las operaciones del proyecto.
3. Análisis Financiero: el propósito de esta etapa es ordenar y sistematizar la información de las anteriores etapas, en valores monetarios, elaborando cuadros analíticos para determinar la rentabilidad.

La factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos, los cuales permitirán llegar al éxito del proyecto:

1. Operativo: uso adecuado de los recursos.
2. Técnico: mejoras de sistemas y disponibilidad de tecnologías acorde a las necesidades.
3. Económico: costos y tiempos de desarrollo/adquisición.

Idea del Proyecto

La idea de crear una hostería en Pastaza, parroquia Shell, nace al ver la falta de un lugar donde se puedan hospedar los turistas nacionales como extranjeros, especialmente en temporadas altas, es decir cuando existen feriados y vacaciones. En la parroquia Shell no hay muchas hosterías ni

¹ (adaptado de wiki)

hoteles que le brinden al turista hospedaje y que el mismo satisfaga sus necesidades. , .

1.1.3. Evolución del turismo en el Ecuador

En 1930 se expide la “Ley que fomenta el turismo en el Ecuador” en el gobierno del Dr. Isidro Ayora, esta ley facilitaba el ingreso de viajeros al país, concedía exoneraciones tributarias a las empresas de transporte marítimo, facultaba a la administración pública otorgar subvenciones a empresas promotoras del turismo y permitía al Ministerio de Relaciones Exteriores realizar promoción e información turística del país a través de delegaciones diplomáticas.

En 1938 el gobierno del Gral. Alberto Enríquez Gallo derogó esta ley y expide la “Ley de Turismo” que creó la cédula de turismo para facilitar el ingreso al país, conservó las exoneraciones tributarias y las extendió para quienes establecían hoteles y posadas. Se creó la Dirección de turismo del Estado que dependía del Ministerio de Bienestar social y turismo.

En 1948 en el gobierno de Galo Plaza se reforma la ley anterior al crearse la tarjeta de turismo que permitía ingresar al país cualquier nacional de un país americano presentando su documento de identidad, y para el resto se conservó la cédula de turismo.

En 1964 la Junta Militar de Gobierno expidió la Ley de Fomento Turístico del país y creó el CETURIS a quien se le asignó un alto volumen de recursos para dinamizar y ampliar su labor, también se amplió a todos los extranjeros el régimen de la tarjeta de turismo que se podía obtener en los consulados, agencias de transporte y puertos de arribo. La creación

del CETURIS vigorizó la organización turística y provocó un rápido crecimiento del turismo receptivo con un incremento del 66%. El CETURIS se enrumbo al desarrollo de la infraestructura hotelera que recibió una inversión de 180 millones de sucres y activó las actividades de las nuevas empresas turísticas dotándolas de equipamiento, trámites y evaluación. Pero en 1972 la CETURIS perdió su personería jurídica y volvió a integrar la infraestructura del Ministerio de Turismo.

Actualmente el turismo es un factor importante dentro de la economía Ecuatoriana ya que ocupa el tercer lugar dentro de los ingresos nacionales.

1.1.4 Importancia del turismo en el Ecuador

- Genera fuentes de trabajo e identidad Nacional
- Eleva la autoestima de los residentes y naturales de un territorio.
- Moviliza mucho dinero en efectivo.
- Existe un beneficio para el sector donde se desarrolla el turismo.
- La economía se fortifica.

Al ser Shell una parroquia dotada de naturaleza, se puede ofrecer al turista un turismo ecológico, lleno de nuevas esperanzas de vida. La creación de una hostería en esta región ayudaría al desarrollo turístico de

la parroquia dado que se impulsaría al turista maneras innovadoras de conocer un sector.

1.1.5 Reseña histórica de la parroquia

Al finalizar la década de los años veinte, al sector donde se encuentra establecida la Industria Shell, llegan dos familias extranjeras provenientes de Checoslovaquia, Don Vilem Kubes Adameck y el brasileño Amaral Murthiño. Don Vilem Kubes y su familia sitúan la Hacienda denominada “Moravia” y por su parte Amaral Murthiño la hacienda “Zulay”, siendo la finalidad de ambas familias dedicar sus haciendas a la agroindustria; específicamente a la producción de aguardiente; por lo que las dos familias se constituyeron en embotelladoras de Licores. Sin embargo en el caso de la Hacienda “Zulay” a partir de 1968 decidió dedicarse a la industrialización de Té.

Algunos datos revisados sobre el tema coinciden que en el lugar donde hoy se asienta Shell, los indígenas lo llamaban “Cuchimondongo”, ya que era el lugar donde llegaban a la casería de puercos sahínos, puesto que estos acostumbraban a concentrarse y a veranear o descansar en grandes manadas, a tal punto que había un amplio sector escampado, en la parte alta de la Zulay que lo llamaban “Loma Pelada”.

Con la presencia de la compañía Shell, se instala el campamento principal y en calidad de trabajadores llega gente de todas partes. Se construye el campo de aviación que fue inaugurado en 1939, se agilitan los trabajos de la carretera desde Baños, que llega a Shell en 1945; se crea la escuela Doce de Octubre N° 48, para la educación de los hijos de los

trabajadores, la primera profesora fue la Srta. Rosa Heredia, luego esta escuela se hizo fiscal.

Con el campo de aviación, hoy Aeropuerto Río Amazonas, Shell se convierte en un sitio estratégico para la actividad militar, petrolera, transporte aéreo, misionero y comercial, de espera y descanso para los viajeros que ingresan por vía aérea.

Comienza este sector a ser llamado “Base Pastaza” y luego, “Base Shell-Mera”.

En 1949, la compañía petrolera Shell abandona el sector, causando mucho pesar en cientos de familias. Las instalaciones de la Shell son inicialmente ocupadas por la FAE, para luego, en 1945, ser entregadas al Ejército Ecuatoriano, que traslada su “Batallón 11 Quito, al mando del Coronel de Caballería Jaime Altamirano, que estaba antes asentado en el sector de Pindo Chico.

Con la creación del cantón Mera el 11 de Abril de 1967, la parroquia Shell pasa a ser parroquia rural del cantón Mera.

En la década de los cincuenta y hasta los mediados de los sesenta, este sector, hoy Shell, dependía de lo que el Municipio de Pastaza podía hacer, tenía permanentes problemas con la energía eléctrica y demás servicios básicos, por lo que poco a poco fue gestando la necesidad de erigirla como parroquia.

Según el libro de actas del Municipio de Pastaza, a pedido del Vicepresidente, Sr. Gonzalo Jácome, la Entidad Municipal aprueba y ordena al Procurador Síndico realice el estudio sobre la conveniencia o no de crear la parroquia Shell, esto en la sesión del 10 de enero de 1963 incluso antes de 1949 hubo un intento fallido de parroquialización.

Con este antecedente, el Concejo Municipal aprobó la parroquialización de Shell en las sesiones del 24 y 27 de agosto de 1966, para luego ser aprobada según Acuerdo Ministerial el 10 de octubre y publicado en el Registro Oficial No. 31 del 29 de diciembre de 1966.

Algunas familias antiguas que vivieron en Shell: Así poco a poco, venciendo obstáculos, contando con los aportes de petroleros, militares, misioneros evangélicos y católicos, indígenas, dirigentes populares, la empresa privada y pública de aviación, han hecho de Shell una de las ciudades más importantes de la Amazonía.

La Parroquialización es el 29 de diciembre de 1966.

Población

Según el último censo realizado, Shell tiene una población de 8.300 habitantes, con un crecimiento poblacional anual urbano de 3.5 y 2,5 en el rural. (fuente Junta Parroquial de Shell)²

1.1.6 Atractivos turísticos

- Puerto Santa Ana: Ubicado a orillas del río Pastaza este sitio es punto de encuentro y de transporte para las comunidades que viven al otro lado del río, ya que existe unta tarabita que facilita el

² <http://ec.lirondo.com/Pastaza/Shell/Fiestas/SHELL-PASTAZA/23817/1>

cruce de este río, esta tarabita es una de las más grandes del país con un ancho de 500 metros.

- Mirador de Jacalurco: Sitio ideal para realizar turismo de aventura, se puede montar a caballo, además de realizar una pesca deportiva y recorrer sembríos de frutas tropicales, muy cerca de este lugar se puede visitar un trapiche de caña de azúcar para la elaboración de panela.
 - Este lugar se caracteriza por estar la mayor parte de sus suelos cultivados. Tiene sembríos de maíz, yuca, plátano, papa china, naranjilla, limón. Existen árboles de guabas, pito y otras frutas exóticas que existen en estos bosques.

1.2. Objetivos del estudio

1.2.1. Objetivo General

Elaborar un Estudio de Factibilidad para la creación de una Hostería en la Parroquia de Shell, brindando un servicio de calidad, basándose en la constancia y el buen servicio.

1.2.2. Objetivo Específico

- Realizar un estudio de mercado que permita establecer los clientes potenciales y las características deseadas para el servicio.

- Elaborar un estudio técnico que permita establecer procesos, tecnología, tamaño y localización óptima del proyecto.
- Realizar un estudio financiero el mismo que respalde la factibilidad del proyecto, estableciendo un precio del servicio, con un margen de utilidad que el mismo ayude a cubrir los costos.
- Realizar un análisis completo del entorno externo y del servicio que brindaremos para diferenciarnos de la competencia.
- Determinar las variables que influyen al momento de ofrecer nuestro servicio y su grado de importancia.

1.3. Justificación del Tema

Tomándose en cuenta el limitado número de hosterías existentes en la parroquia Shell y el crecimiento turístico de la zona, se ha generado la necesidad de crear nuevas alternativas que le permitan al turista cubrir sus necesidades en el ámbito recreacional. Con esta finalidad el proyecto presenta la posibilidad de la creación de una hostería ubicada en esta zona, a fin de percibir réditos económicos rentables acorde a la inversión realizada y de esta manera contribuir a la formación turística que será capaz de satisfacer los requerimientos de todos aquellos que estén interesados en conocer este lugar, además favorecerá el progreso y a la mejora de la economía de los pobladores. También se presentarán nuevas plazas de trabajo para los habitantes de esta zona permitiéndolos tener una mejor calidad de vida.

Contribuir a la promoción turística tanto para personas nacionales como extranjeros dando a conocer la belleza natural que posee los bosques y reservas naturales, creando así una conciencia de conservación de los recursos que tiene la zona.

1.4. Metodología utilizada

1.4.1. Tipo de Estudio

El tipo de estudio que se escogerá radica de acuerdo al tema de la tesis y su estudio, se puede establecer el siguiente para el presente proyecto:

- **Investigación Exploratoria:** los cuáles se realizan cuando el estudio abarca lugares que la gente poco conoce; para el presente proyecto solo hay guías que no están investigadas o ideas vagamente relacionadas.
- **Investigación Cuantitativa o Descriptiva:** La investigación cuantitativa o descriptiva consiste en describir las características de una población: hábitos de compra, tamaño del mercado, acciones de competidores, etc.
- **Correlacional:** análisis en el cambio de las variables: demanda, precio, inventarios.
- **Investigación experimental:** en el análisis financiero se alteran y proyectan variables definidas.

1.4.2. Métodos

- **Analítico-sintético:** método que nos permite investigar y fragmentar nuestro proyecto dependiendo de los capítulos y segmentos que se presentan en el mismo; es decir nos da la pauta para investigar los temas de una manera específica de acuerdo a como avance la tesis.

- La aplicación de este método nos permitirá interpretar los resultados que se obtendrán en la investigación del presente estudio, para poder presentar una propuesta de marketing que satisfaga las necesidades del cliente.
- **Inductivo-deductivo** método que se utilizará para la interpretación de resultados que se obtendrán en el estudio que se realizará al proyecto. Además esta información será imprescindible para el planteamiento de estrategias y financieras del proyecto.
- **Subjetivo** porque a través de este estudio se podrá observar a la competencia, lo que permitirá diseñar estrategias para acaparar el mercado objetivo.

1.4.3. Fuentes de Recolección de la Información

Debido a la naturaleza de la investigación se recurrirá a las fuentes primarias como secundarias.

- **Las fuentes primarias** que constituyen las fuerzas básicas y de mayor uso en la recolección de la información a emplearse será:
 - ✓ Las encuestas
 - ✓ Las entrevistas
 - ✓ Investigación de campo

Estas fuentes servirán como medios para recolectar información fidedigna de su fuente misma y se documentarán en formatos previamente establecidos.

“**Encuestas** es una de las técnicas de recolección de la información más usadas, a pesar de cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas”³.

“**Entrevista** es una de las técnicas orientada a establecer contacto directo con las personas que se consideren fuente de información.”⁴

Observación Directa cada día cobra mayor credibilidad y su uso tiende a generalizarse, debido a que permite obtener información directa y confiable, siempre y cuando se haga mediante un procedimiento sistematizado y muy controlado; para lo cual se debe utilizar audiovisuales, cámaras entre otras.

- **Las fuentes secundarias** son datos recopilados por personas o instituciones que se utilizaran para el desarrollo de este estudio como son:
 - ✓ Datos estadísticos INEC.
 - ✓ Folletos
 - ✓ Enciclopedias
 - ✓ Internet.

Esta clase de recopilación documental será a través de documentos gráficos, formales e informales. Los materiales de consulta son de fuentes bibliográficas, iconográficas, fonográficas y algunos medios magnéticos, sin olvidar que cualquier fuente de consulta debe indicar la bibliografía referencial.

1.4.4. Proceso para la recolección de datos

³ BERNAL, César, “Metodología de la Investigación”, Prentice Hall, Pág. 172

⁴ BERNAL, César, “Metodología de la Investigación”, Prentice Hall, Pág. 173

La recopilación de la información es un proceso que implica una serie de pasos. Aquí se presenta un esquema general que puede usarse para la recolección de datos:

- Haber seleccionado la población o muestra objeto de estudio.
- Definir las técnicas de recolección de información
- Procesar la información obtenida para luego analizarla y generar conclusiones y discusión de los resultados obtenidos y relacionarla con lo que se plantea.

CAPITULO II

ESTUDIO DEL MERCADO

El estudio de mercado es un análisis diferente dependiendo del producto o servicio que vamos a ofrecer sobre el cual se basará y proporcionará datos importantes para la realización del proyecto, puesto que se analizarán los mercados, proveedores, competidores y distribuidores, e incluso cuando así se requiera, se analizarán las condiciones del mercado externo.

2.1 Objetivos del estudio de mercado

- Determinar el nicho de mercado para ofrecer el servicio de la hostería.
- Conocer la demanda insatisfecha para ver a quienes va dirigido el presente proyecto.
- Establecer la demanda real y futura de las personas que usan hosterías en la Parroquia de Shell.
- Conocer las necesidades y requerimientos de los potenciales consumidores.
- Determinar quiénes son la competencia para la nueva hostería y sus clientes potenciales.

- Definir los medios publicitarios a utilizar para dar a conocer la nueva hostería.
- Delimitar el porcentaje a cubrir de la demanda insatisfecha con el fin de establecer la capacidad instalada que tendrá la nueva hostería

2.2 Segmentación del mercado

Los elementos de cada submercado son similares en cuanto a preferencias necesidades y comportamiento.

Para realizar la segmentación del mercado para nuestro proyecto se ha tomado en cuenta una población que tengan necesidades y comportamientos con las mismas características y gustos.

Tabla N°. 2.1: Segmentación del mercado

VARIABLES	INDICADORES
GEOGRÁFICAS	
País	Ecuador
Regional	Amazonía
Provincia	Pastaza
Cantón	Mera
Parroquia	Shell

DEMOGRÁFICAS	
Nacionalidad	Nacional y Extranjeros
Edad	Población extranjera de 20 a 59 años, (871.113 pax) Población Nacional 9.7 % (gastan en restaurantes y hoteles) 1.403.080 pax Población Total 2.274.193 pax
PSICOGRÁFICAS	
Gustos y Preferencias	Visita zonas ecológicas

Fuente: Tabla 2.3, INEC

Elaborado por: Eliana Rentería

TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

La empresa debe prioritariamente identificar el mercado sobre el cual desea competir y, así, definir una estrategia de presencia.

Esta elección de mercado de preferencia implica la participación del mercado total en subconjuntos homogéneos en términos de necesidades y de motivaciones de compra, susceptibles de construir mercados potenciales distintos.

Tabla Nº 2.2 Determinación del Segmento del Mercado

Entrada de Extranjeros al Ecuador

AÑOS	GRUPOS DE EDAD							TOTAL
	MENORES DE 10 AÑOS	DE 10 A 19 AÑOS	DE 20 A 29 AÑOS	DE 30 A 39 AÑOS	DE 40 A 49 AÑOS	DE 50 A 59 AÑOS	DE 60 AÑOS Y MÁS	
2006	42.623	53.835	179.417	189.889	159.710	111.358	82.090	818.927
2007	48.290	58.043	181.790	192.083	168.165	121.905	89.486	859.888
2008	53.998	62.502	169.698	178.029	158.635	122.482	95.164	840.555
2009	58.212	72.531	183.145	195.673	176.457	139.107	112.321	937.487
2010	58.331	75.852	197.641	209.108	188.135	150.281	125.948	1.005.297

Fuente: www.turismo.gov.ec/estadística
 Elaborado por: Eliana Rentería

Se tomará como referencia a los turistas extranjeros comprendidos entre las edades de 20 a 59 años dado que cumplen con el perfil establecido, Total de turistas a tomar para el proyecto 871.113 habitantes.

Estructura de la Población en el Ecuador

0 -14 años: 34.9% (hombre 2.430.303; mujeres 2.351.166)

15 – 64 años 60.6% (hombres 4.116.289; mujeres 4.198.667)

64 años y más: 4.5% (hombres 284082; mujeres 329.727)

Total población Ecuador 14.464.739 habitantes

Si bien el total de personas es de 14.464.739 habitantes se estima que para cumplir con la segmentación previamente establecida es necesario reducir este número al 9.7% de total de personas ya que este porcentaje equivale al gasto que realizan los ecuatorianos en restaurantes y hoteles (Dato obtenido del INEN) por tal motivo cumplen con las características necesarias para el proyecto, el mercado objetivo interno es de: 1.403.080 habitantes.

Total de la población a tomar en cuenta es de 2.274.193 habitantes nacionales y extranjeros.

2.2.1 Muestra

El tamaño de la muestra debe ser representativo, es decir debe tener un 95 % de confianza con un grado de error del 5 %. P y Q se deberán calcular realizando una encuesta piloto,

Fórmula de la muestra:

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

Donde:

N: es el tamaño de la población o universo

Z= Valor Z crítico, correspondiente a un valor dado del nivel de confianza es del 95% por lo que Z será el 1.96.

p= Proporción de éxito de la población, dicha proporción es del 90%.

e= Error en la Proporción de la muestra, la misma será del 5%

n: es el tamaño de la muestra

Determinación de p y q

Para determinar la probabilidad de ocurrencia y de no ocurrencia, se debe plantear una pregunta filtro que permita obtener dichos valores. Para el presente proyecto se plantea la siguiente pregunta: - ¿Le gustaría que en la Parroquia Shell exista una nueva hostería?

La encuesta piloto se lo realizó a un número pequeño de personas (10 personas) donde 9 respondieron afirmativamente y 1 negativamente. Con dicha información se tiene que: P=90% y Q=10%

Aplicando la fórmula se obtiene una muestra de:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.90 * 0.10 * 2.274.193}{(0.05^2 * (2.274.193 - 1)) + 1.96^2 * 0.90 * 0.10}$$

$$n = 138 \text{ Encuestas}$$

2.2.2 Diseño y Tabulación de datos de fuentes primarias

2.2.2.1 Diseño de la encuesta

Encuesta

La presente encuesta tiene la finalidad de conocer los gustos, preferencias que tiene el consumidor. La utilización de los datos es con fines educativos.

Sexo:

Femenino

Masculino

1. ¿En sus vacaciones, acostumbra visitar?

Playas..... Reservas ecológicas.....

Balnearios..... Otros.....

2. ¿Qué lugares del Ecuador visita usualmente?

Pastaza..... Napo.....

El Oro..... Manabí.....

Guayas..... Esmeraldas.....

Otros (especifique) _____

3. ¿Qué lugares ecológicos visita usted con más frecuencia?

Parques..... Ríos.....

Cascadas..... Montañas.....

Aviarios..... Otros.....

4. ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?

Una vez al año

Dos veces al año.....

Más de dos veces.....

5. ¿Qué servicios requiere usted en su estadía por el sitio?

Alimentación.....

Deportes

Diversión

6. ¿A usted le gusta alojarse en?

Hoteles.....

Cabañas.....

Hosterías.....

Otros (especifique)

7. ¿Usted en que lugares prefiere consumir los alimentos?

En el restaurant del hotel.....

Restaurant particulares.....

Lugares ambulantes.....

8. ¿Usted ha visitado Shell?

SI.....

NO.....

9. ¿Le gustaría visitar Shell?

Si.....

No.....

(Si su respuesta es Si continúe con el cuestionario)

10. ¿Por qué razones ha visitado o visitaría usted Shell?

Negocios.....
Vacaciones.....
Visita Familiares.....
Amistad.....

11. ¿Estaría de acuerdo en que exista una nueva Hostería en Shell?

SI..... NO.....

12. ¿Qué servicios requiere usted que brinde la nueva hostería a los turistas?

Internet.....
Parqueadero.....
Canchas deportivas.....
Piscina.....
Otros (especifique).....

13. ¿Cuántos días permanecería usted en Shell?

Un día.....
Tres días.....
Un mes

Más de un mes

14. ¿Cuántas personas incluida usted viajan frecuentemente de vacaciones?

Tres personas.....
Cuatro personas.....

Cinco personas.....

Otras (especifique) _____

Gracias por su colaboración

2.2.2.2 Tabulación de datos de Fuentes Primarias

1. ¿En sus vacaciones, acostumbra visitar?

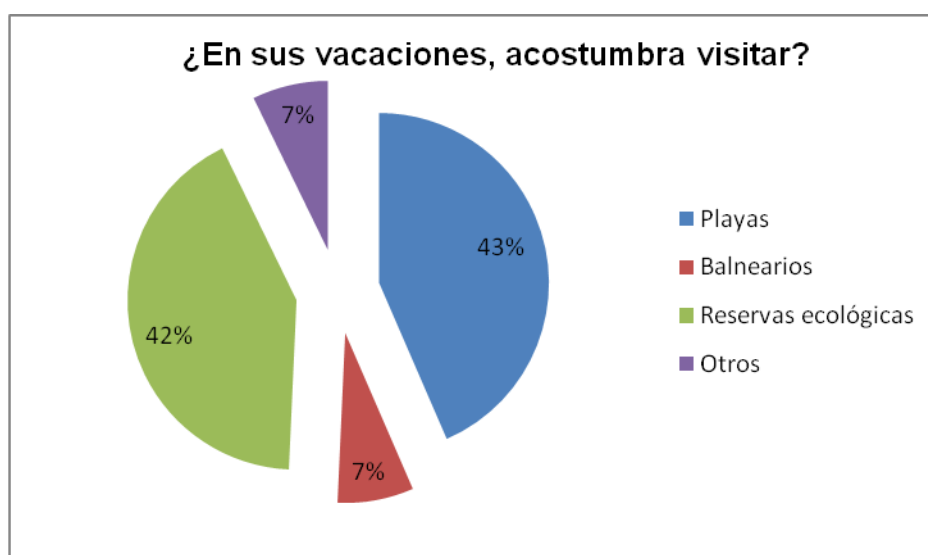
Tabla N° 2.3: ¿En sus vacaciones, acostumbra visitar?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Playas	60	43%
Balnearios	10	7%
Reservas ecológicas	58	42%
Otros	10	7%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico N° 2.1: ¿En sus vacaciones, acostumbra visitar?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

El 43% de las personas encuestadas dicen que en vacaciones visitan las playas de las distintas provincias del Ecuador, la otra opción que tienen mayor porcentaje son las reservas ecológicas con un 42% y se debe a que gran parte de los turistas quieren disfrutar de la naturaleza, balnearios y otros tienen un 7% de aceptación respectivamente; visitan los balnearios en gran parte por la cercanía a sus hogares y también por los recursos económicos con los que cuentan ya que pueden ser limitados.

2. ¿Qué lugares del Ecuador visita usualmente?

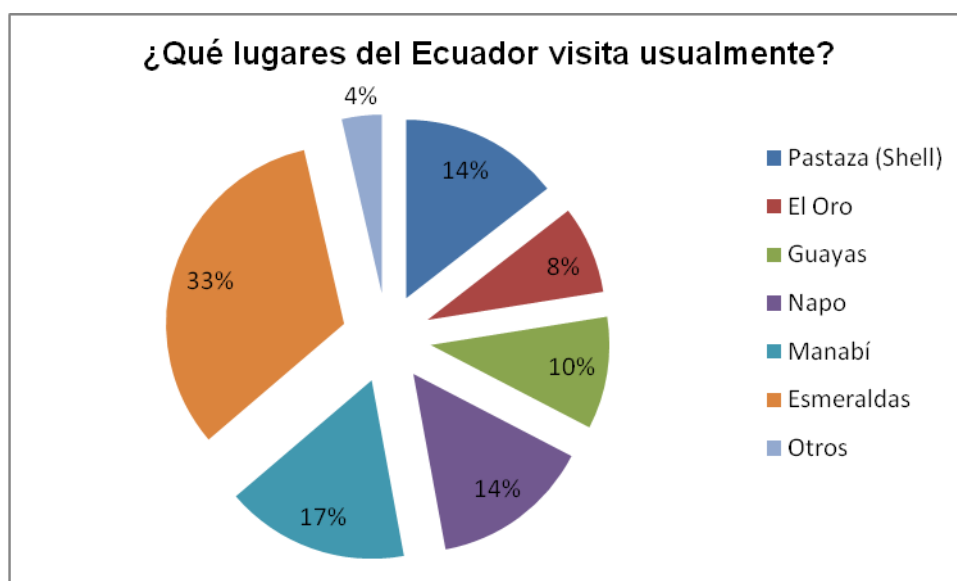
Tabla N° 2.4: ¿Qué lugares del Ecuador visita usualmente?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pastaza (Shell)	20	14%
El Oro	11	8%
Guayas	14	10%
Napo	20	33%
Manabí	23	17%
Esmeraldas	45	33%
Otros	5	4%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico N° 2.2: Qué lugares del Ecuador visita usualmente?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Un 14% de los encuestados dicen que visitan usualmente la provincia de Pastaza ya que se encuentra localizada en el centro de la amazonia ecuatoriana y pueden disfrutar de la flora y fauna de la localidad más que en las otras provincias, El Oro 8%, Guayas 10% estas provincias a pesar de tener muchos atractivos turísticos no son muy visitadas por la delincuencia que existe, Manabí 17% y Esmeraldas 33% son las provincias más visitadas de la costa ecuatoriana por sus maravillosas playas.

3. ¿Qué lugares ecológicos visita usted con más frecuencia?

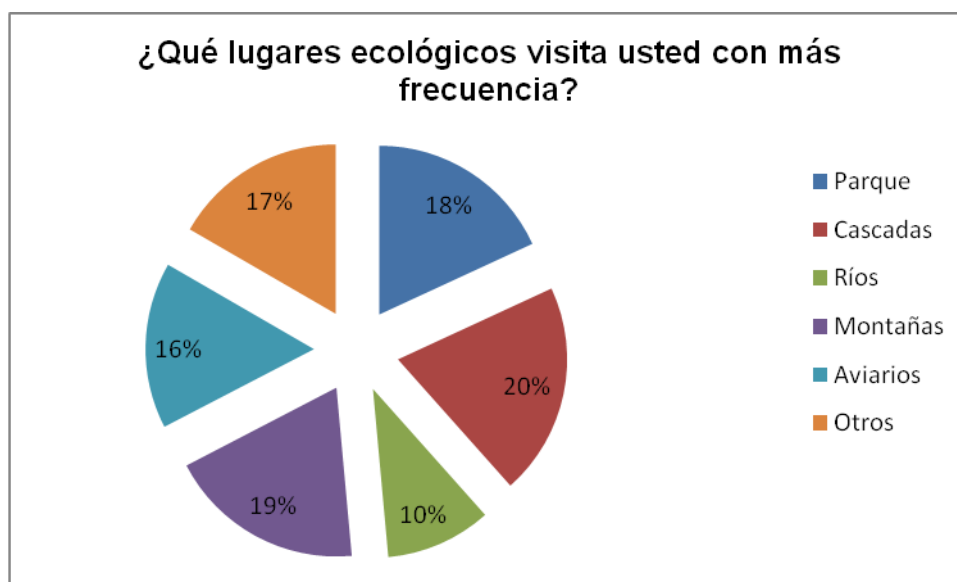
Tabla N° 2.5: ¿Qué lugares ecológicos visita usted con más frecuencia?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parque	25	18%
Cascadas	28	20%
Ríos	14	10%
Montañas	26	19%
Aviarios	22	16%
Otros	23	17%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico N° 2.3: ¿Qué lugares ecológicos visita usted con más frecuencia?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

En los lugares ecológicos visitados por las personas encuestadas el 20% disfruta de cascadas, un 18% de parques, el 19% ríos. En base a esta

pregunta se podrá determinar qué lugares atraen al turista con mayor frecuencia y ofrecer este servicio como estrategia y captar mayor participación en el mercado.

4 ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?

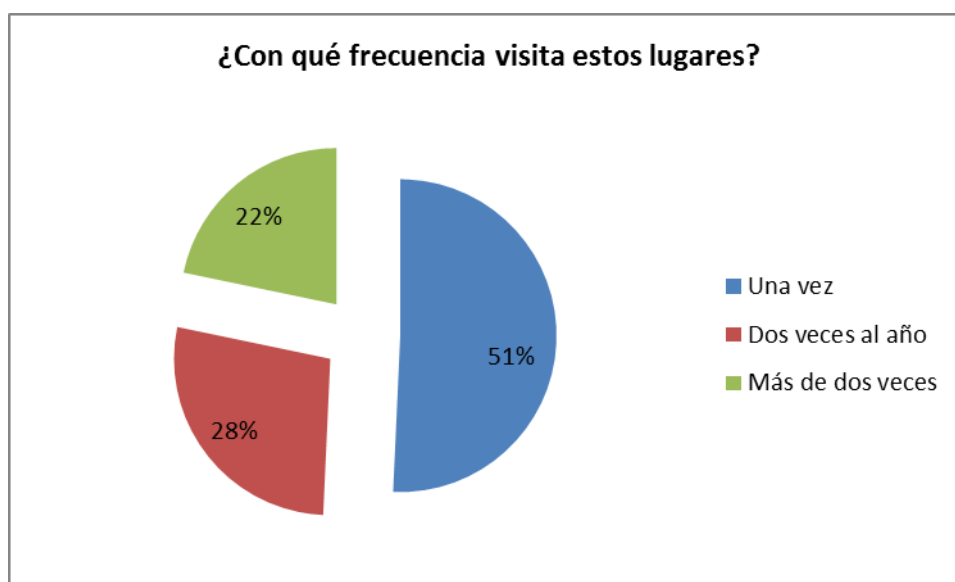
Tabla N° 2.6: ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez	70	51%
Dos veces al año	38	28%
Más de dos veces	30	22%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico N° 2.4: ¿Con qué frecuencia visita estos lugares?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

La mayoría de los encuestados respondieron que el 51% visita una vez al año, el 28% visita dos veces al año se puede deber que para realizar un viaje de verdadero descanso por lo menos se necesita de tres días, lo que implica un desembolso considerable de dinero.

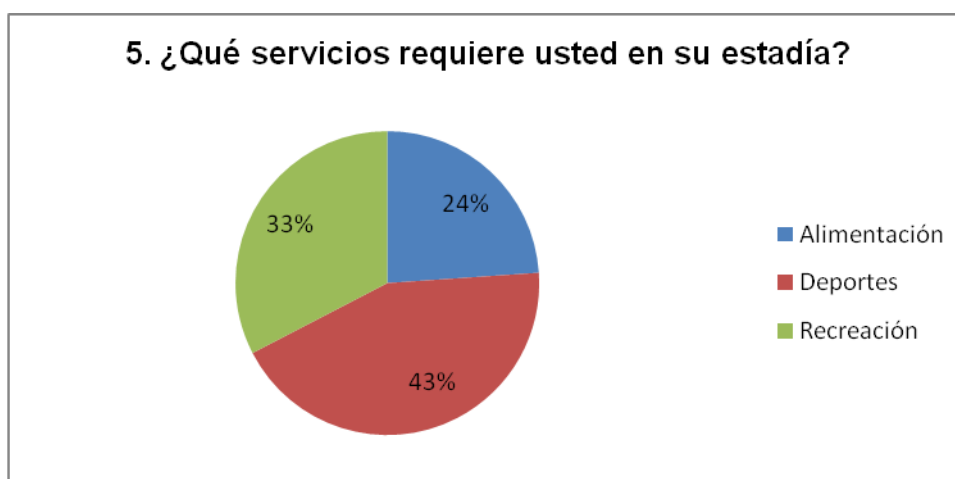
5. ¿Qué servicios requiere usted en su estadía por el sitio?

Tabla N° 2.7: ¿Qué servicios requiere usted en su estadía por el sitio?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alimentación	33	24%
Deportes	60	43%
Recreación	45	33%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico N° 2.5: ¿Qué servicios requiere usted en su estadía por el sitio?



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Eliana Rentería

Se determina que el 43% de los encuestados desearían la práctica de deportes, un 33% prefieren servicios de recreación y el 24% alimentación, es decir la degustación de los platos típicos de la zona.

6. ¿A usted le gustaría alojarse en?

Tabla N° 2.8: ¿A usted le gustaría alojarse en?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Hoteles	25	18%
Cabañas	35	25%
Hosterías	60	43%
Otros	18	13%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico N° 2.6: ¿A usted le gustaría alojarse en?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

El 43% de los encuestados prefiere hospedarse hosterías, mientras el resto de los encuestados les gusta otro tipo de alojamiento.

7. ¿En qué lugar le gustaría a usted consumir sus alimentos?

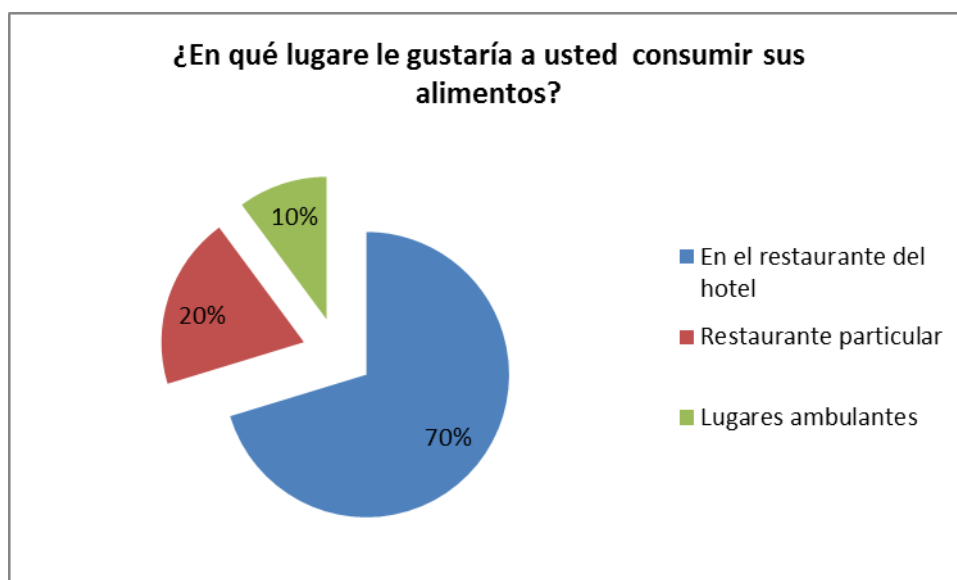
Tabla Nº 2.9: ¿En qué lugar le gustaría a usted consumir sus alimentos?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En el restaurante del hotel	97	70%
Restaurante particular	27	20%
Lugares ambulantes	14	10%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico Nº 2.7: ¿En qué lugar le gustaría a usted consumir sus alimentos?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

El 54% de los encuestados les gustaría consumir sus alimentos dentro de las instalaciones de la hostería, esta pregunta ayuda a que se implemente el servicio de alimentación dentro de la hostería.

8. ¿Usted ha visitado Shell?

Tabla N° 2.10: ¿Usted ha visitado Shell?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	100	72%
No	38	28%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico N° 2.8: ¿Usted ha visitado Shell?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Un 72% de los encuestados han visitado Pastaza, mientras que el 28% no ha visitado.

9. ¿Le gustaría a usted visitar Shell?

Tabla 2.11: ¿Le gustaría a usted visitar Shell?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	120	87%
No	18	13%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico 2.9: ¿Le gustaría a usted visitar Shell?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

El 87% de los encuestados si le gustaría visitar Shell, lo que permite determinar la intención de compra.

10. ¿Por qué razones ha visitado usted Shell?

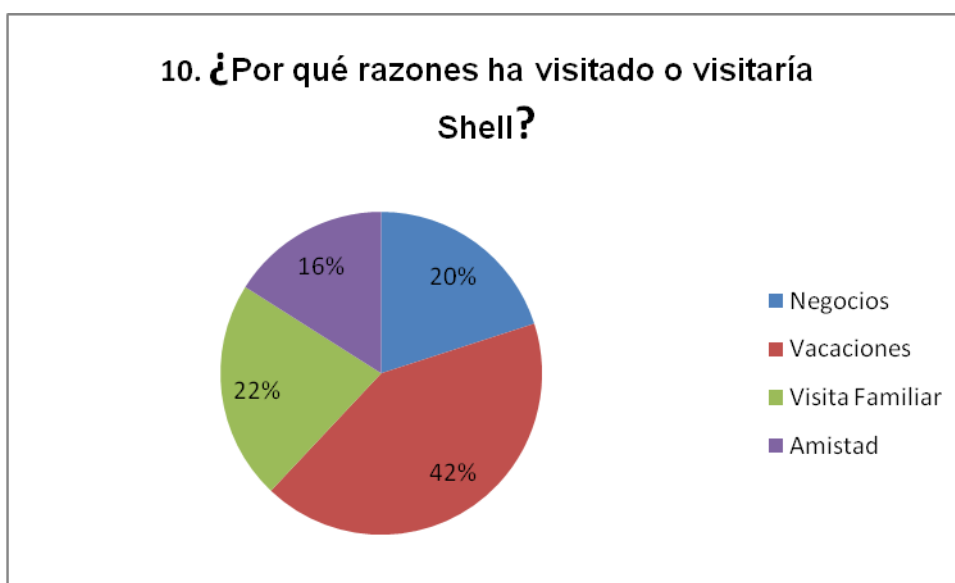
Tabla 2.12: ¿Por qué razones ha visitado usted Shell?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Negocios	28	20%
Vacaciones	58	42%
Visita Familiar	30	22%
Amistad	22	16%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico 2.10: ¿Por qué razones ha visitado usted Shell?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

El 42% de los encuestados visita Pastaza por vacaciones y el 22% va de paseo lo que constituye una ventaja para el nuevo hotel ya que se puede determinar que el 64% necesita hospedaje.

11. ¿Estaría de acuerdo que exista una hostería en Shell?

Tabla 2.13: ¿Estaría de acuerdo que exista una hostería en Shell?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	97	70%
No	41	30%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico 2.11: ¿Estaría de acuerdo que exista una hostería en Shell?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

El 70% de los encuestados están de acuerdo que en Pastaza haya un nuevo hotel. Esta pregunta nos ayudará a determinar la demanda del proyecto.

12. ¿Qué servicios requiere usted que brinde la nueva hostería a los turistas?

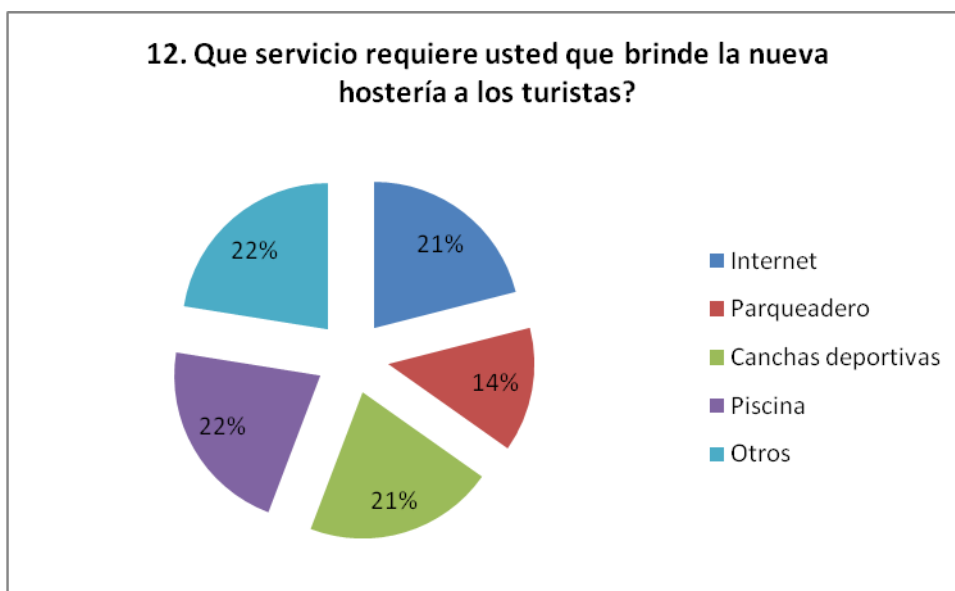
Tabla 2.14: ¿Qué servicios requiere usted que brinde la nueva hostería a los turistas?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Internet	29	21%
Parqueadero	19	14%
Canchas deportivas	29	21%
Piscina	30	22%
Otros	31	22%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico 2.12: ¿Qué servicios requiere usted que brinde la nueva hostería a los turistas?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Dentro de los servicios solicitados por los encuestados está la piscina con el 22% como recreación y los paseos ecológicos que se encuentra dentro del rango de otros con el 22%, el 21% canchas e internet y el 14% parqueadero. Estas sugerencias son importantes dado que si se pone en marcha son estrategias que podrían posicionar a la nueva hostería en el mercado más fácilmente.

13. ¿Cuántos días permanecería usted en Shell?

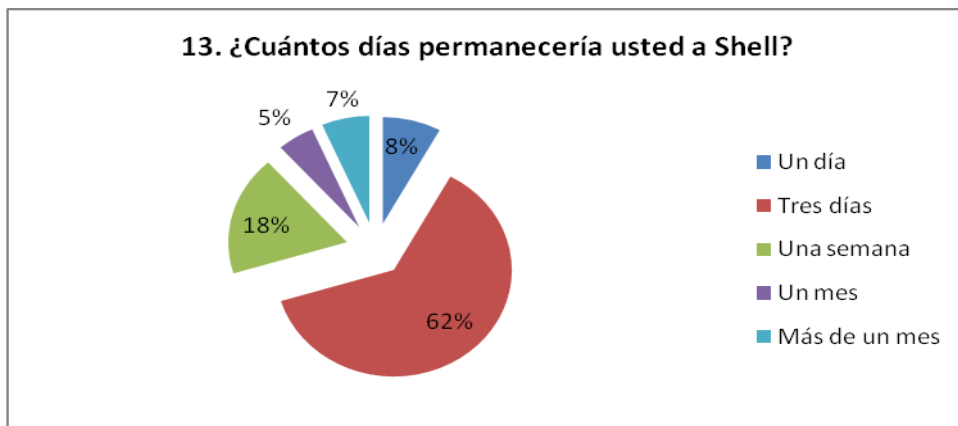
Tabla 2.15: ¿Cuántos días permanecería usted en Shell?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Un día	11	8%
Tres días	86	62%
Una semana	25	18%
Un mes	7	5%
Más de un mes	9	7%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico 2.13: ¿Cuántos días permanecería usted en Shell?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

El 62% de los encuestados respondieron que se quedarían en Pastaza tres días y el 18% una semana lo cual permite conocer que el nuevo hotel podría ofrecer paquetes turísticos para tres días.

14. ¿Cuántas personas incluido usted viajan frecuentemente de vacaciones?

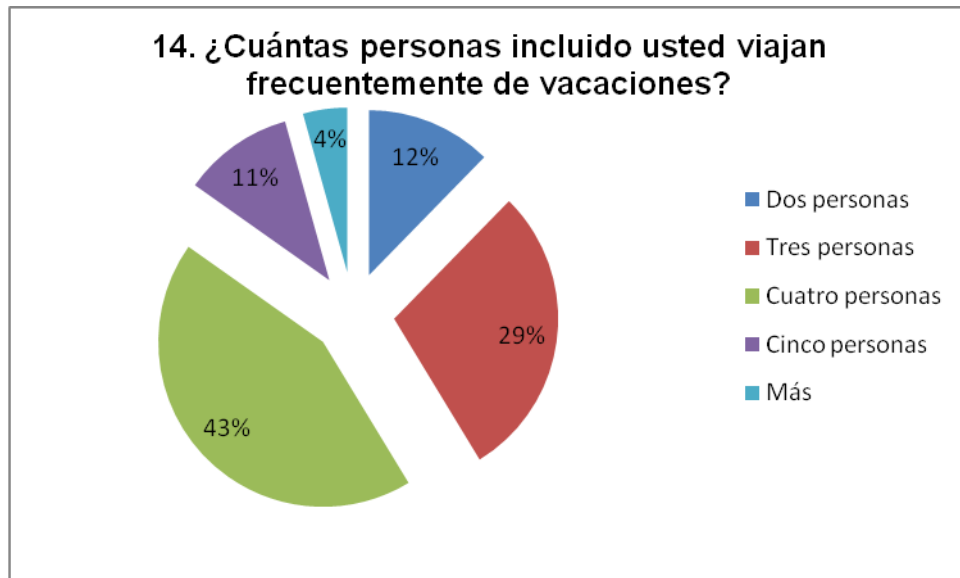
Tabla 2.16: ¿Cuántas personas incluido usted viajan frecuentemente de vacaciones?

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Dos personas	17	12%
Tres personas	40	29%
Cuatro personas	60	43%
Cinco personas	15	11%
Más	6	4%
Total	138	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico 2.14: ¿Cuántas personas incluido usted viajan frecuentemente de vacaciones?



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

El 43% de los encuestados viajan en vacaciones con 4 personas. Como estrategia se podría establecer descuento por cada 10 personas o más si se realizan convenios con instituciones.

2.3 Análisis de la demanda

Estimación razonada de las posibilidades cuantitativas de ventas de un producto o de un servicio para un periodo determinado y para una clientela definida.⁵

5

2.3.1 Comportamiento histórico de la demanda

Se refiere al turismo que realizan los residentes de un país dentro del mismo.

No se posee información histórica sobre el comportamiento de la demanda interna hacia este lugar ya que es relativamente “nuevo” como destino turístico de la provincia. Pero la tendencia de su crecimiento es muy importante, desde hace 5 años ha ido incrementándose paulatinamente gracias a la culminación de la construcción de la vía de acceso. En todo caso la información que se ha podido obtener ha sido con referencia a los dos establecimientos que presentan facilidades para hospedarse en este sector; es así que la hostería Flor de Canela y la hostería Shell que han podido proporcionar la siguiente información:

Tabla Nº 2.17: Comportamiento Histórico de la Demanda

HOSTERÍA FLOR DE CANELA			
2009		2010	
Mensual	Anual	Mensual	Anual
100	1200	120	1440

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Eliana Rentería

Tabla Nº 2.18 Comportamiento Histórico de la Demanda

HOSTERÍA SHELL			
2009		2010	
Mensual	Anual	Mensual	Anual
80	960	100	1200

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Eliana Rentería

2.3.2 Demanda Actual

Para establecer la demanda del servicio se toma como referencia los porcentajes obtenidos en la encuesta aplicada a turistas nacionales y extranjeros.

Tabla N° 2.19 Demanda

Total Segmento de Mercado	2.274.193
Personas que visitan reserva ecológica (Pregunta 1)	955.161
Personas que visitan Shell (pregunta 2)	133.723
Personas que si desean una nueva hostería (pregunta 11)	93.606

Fuente: Tabla 22.2 y Ecuatoriana

Elaborado por: Eliana Rentería

Para determinar el total de la demanda se toma el ingreso de turistas nacionales y extranjeros especificados en la tabla 2.2 y las referencias de las preguntas 1,2 y 11 de la encuesta, que determinan la intención de consumo del servicio.

2.3.3 Proyección de la demanda

El porcentaje de crecimiento de la población turística en el Ecuador según la OMT es de aproximadamente el 5% anual, así se procederá a realizar la proyección de la demanda para los próximos 5 años.

De la tabla 2.20 se toma las 93.606 personas para proyectar. Se toma esta cantidad dado que son el número de personas que desean que haya una nueva hostería en Shell y que desean el servicio que la misma ofrecerá.

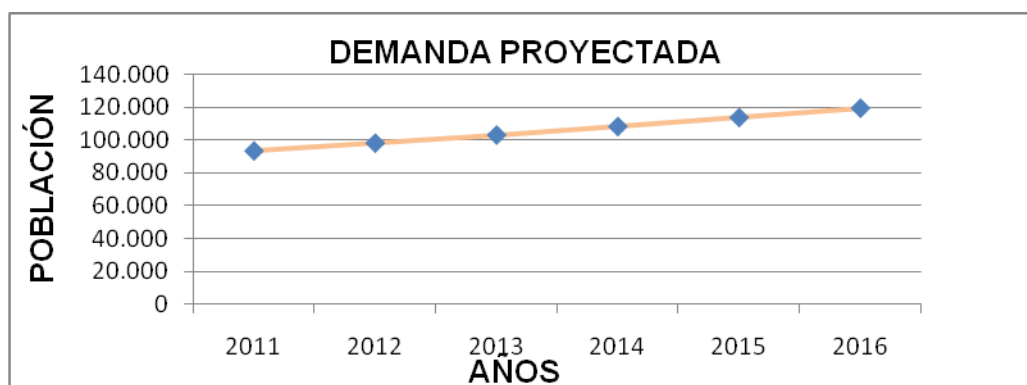
Tabla Nº 2.20 Proyecciones de la demanda para los siguientes 5 años

AÑOS	POBLACIÓN
2011	93.606
2012	98.286
2013	103.200
2014	108.360
2015	113.778
2016	119.467

Fuente: Tabla 2.6

Elaborado por: Eliana Rentería

Gráfico 2.15 Curva de la Proyección de la Demanda



Fuente: Tabla 2.20

Elaborado por: Eliana Rentería

2.4 Análisis de la oferta

Se entiende por oferta a la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores, están dispuestos a poner a disposición del mercado potencial para ser adquiridos.⁶

2.4.1 Características de los principales competidores

Hostería Shell

Está ubicada en el Barrio San Luis de la Parroquia Shell en la Provincia de Pastaza, la Hostería Shell es el lugar ideal para quienes buscan descansar, rodeados de un ambiente cálido y relajante, acoge a sus huéspedes en una amplia casona blanca que ha sido restaurada, dándole un toque familiar y distinguido, convirtiéndose en el punto de partida para quienes desean disfrutar de la naturaleza amazónica, y conocer los atractivos de la región.

Ofrece lo siguiente:

Habitaciones simples

Habitaciones dobles

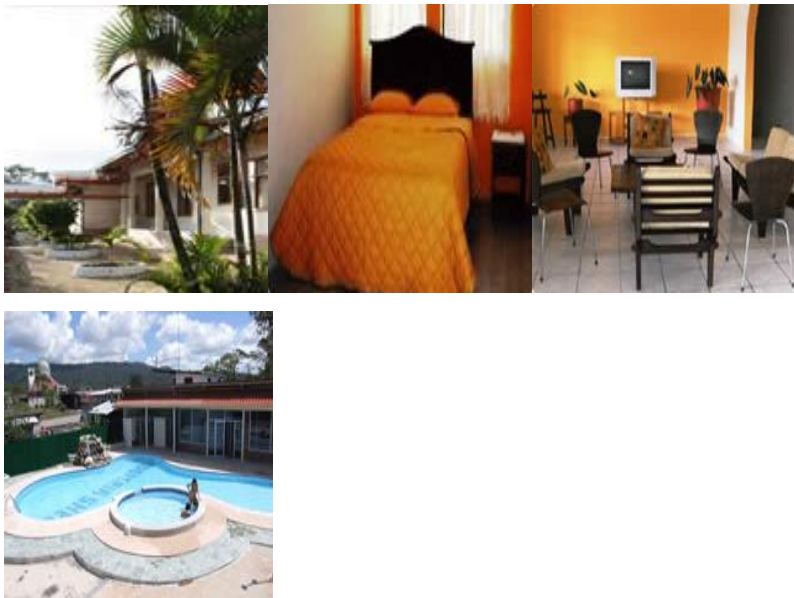
Habitaciones familiares

⁶ Enciclopedia Dirección de Marketing y Ventas, Editorial Cultura de ediciones, tomo 2

Servicios

- Internet
- TV cable
- Piscina, sauna, turco e hidromasajes.

Gráfico N° 2.16 Habitación y servicios Hostería Shell



Fuente: Imágenes <http://www.ecostravel.com/ecuador/hosterias/puyo/hosteria-shell.php>

Hostería Flor de Canela

Ubicada en la capital de Pastaza dentro del paseo turístico del Río Puyo a 15 minutos del terminal terrestre y 5 minutos del aeropuerto Shell, ofrece a sus clientes la oportunidad de disfrutar de un rincón amazónico muy rico tanto en flora, fauna y costumbres indígenas ancestrales. Su construcción es de madera con acabados rústicos, una

de las cabañas tiene una cascada, y sus aguas caen en un jacuzzi de piedra, varias tienen camas de canoas.

Ofrece lo siguiente:

Cabañas cómodas, amplias

- Simples
- Dobles
- Cuádruples
- Familiares

Servicios

- Agua caliente
- Baño privado
- Restaurante con platos a la carta (comida internacional)
- Bar coctelería.
- TV Cable
- Piscina

Gráfico N° 2.17: Servicio y Habitaciones Hostería Flor de Canela



Fuente: <http://www.guimun.com/ecuador/negocios/1608/hosteria-flor-de-canela>

FODA DE LA COMPETENCIA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Poseen clientes fieles Son conocidos en el mercado Poseen instalaciones amplias Tienen amplia trayectoria y conocimiento del mercado.	Aumento del turismo ecológico. Nueva tecnología. Infraestructura vial en buenas condiciones.
DEBILIDADES	AMENAZA
Capacidad instalada limitada. Precios altos. Inmuebles antiguos. No cuentan con nuevas remodelaciones.	Ingreso de competidores. Por su infraestructura no puede cubrir una demanda mayor. Incremento en el costo de transporte aéreo.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Eliana Rentería

2.4.2 Proyección de la oferta

Para determinar la oferta existente se tomará como referencia a los hoteles existentes cerca de la zona donde se desarrollará el presente proyecto, para el cálculo se tomará en cuenta el número de personas que pueden ingresar a los hoteles. Hostería Shell tiene una capacidad para 50

personas, hostería Flor de Canela, posee una capacidad para 70 personas. Lo que nos da un total de 120 personas que pueden pedir hospedaje. Tomando en cuenta que una persona puede pedir hospedaje por día tenemos un total de capacidad anual de $120 \cdot 365 = 43.800$ personas. Como esta cantidad es la capacidad no se puede ir incrementando la oferta a menos de que tengan en mente realizar alguna ampliación.

Oferta = Capacidad Instalada

Capacidad Instalada Hostería Shell = 50

Capacidad Instalada Hostería Flor de Canela = 70

Total capacidad Instalada = 50 + 70

Total Capacidad Instalada = 120

Cabe recalcar que los datos de la capacidad instalada han sido obtenidos en base a una investigación directa, (llamada telefónica).

*Oferta Anual = 120 * 365*

Oferta Anual = 43.800 personas

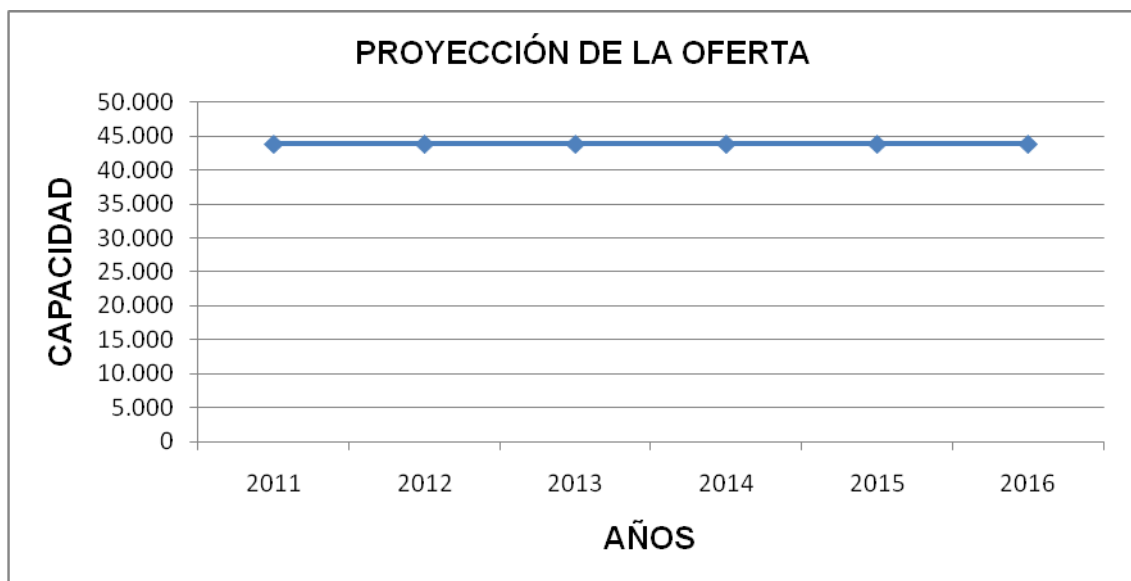
Tabla N° 2.21 Proyección de la oferta para los próximos 5 años

AÑOS	ATENCIÓN ANUAL
2011	43.800
2012	43.800
2013	43.800
2014	43.800
2015	43.800
2016	43.800

Fuente: Investigación Propia

Elaborado: Eliana Rentería

Gráfico N° 2.18 Curva de la Oferta para los próximos 5 años



Fuente: Tabla N° 2.21

Elaborado: Eliana Rentería

2.5 Determinación de la Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es simplemente la diferencia que resulta entre la demanda y oferta. En el siguiente cuadro podemos apreciar estas cifras.

Tabla 2.22 Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2011	93.606	43.800	49.806
2012	98.286	43.800	54.486
2013	103.200	43.800	59.400
2014	108.360	43.800	64.560
2015	113.778	43.800	69.978
2016	119.467	43.800	75.667

Fuente: Tabla N° 2.20, 2.21

Elaborado por: Eliana Rentería

Para determinar la demanda insatisfecha se ha tomado como referencia la demanda total establecida en la tabla 2.20 y la oferta obtenida por la capacidad instalada de la tabla 2.21. Así se tiene:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda} - \text{Oferta}$$

$$\text{Demanda Insatisfecha} = 93.606 - 43.800$$

$$\text{Demanda Insatisfecha} = 49.806 \text{ personas}$$

2.6 Conclusiones generales y sobre las estadísticas del estudio de mercado

- Shell es un lugar con una riqueza turística ecológica lo que ayuda al crecimiento de visitas al lugar. Este crecimiento del turismo aumenta la demanda.
- Según el análisis de la encuesta se pudo determinar que el factor ecológico es el que se está predominando ya que permite al turista encontrarse con la naturaleza y tener un tiempo de relax fuera de la ciudad y del bullicio. El análisis de la encuesta determinó que las personas actualmente necesitan de un lugar tranquilo y ofrecer un servicio ecológico es un valor agregado ya que no existe en el lugar hosterías que brinden este tipo de servicio.
- En la parroquia Shell hay dos hosterías que no brindan un servicio ecológico, el servicio que ofrecen es de hospedaje y piscinas. Para compartir un momento con la naturaleza deben contratar este tour fuera de la hostería en que el turista esté hospedado.
- La demanda insatisfecha existente es alta (49.806 pax) por lo que no se puede cubrir en su totalidad. El presente proyecto cubrirá el 2.6% que es un porcentaje considerable para ingresar al mercado.

2.7 Marketing Mix

“Se considera que gira en torno a las relaciones con los clientes, en las que los objetivos de las partes implicadas se satisfacen a través de diversos tipos de intercambios”.⁷

2.7.1 Definición del Producto

Se refiere al servicio que se brinda a los turistas.

Para el caso del proyecto se ofrece un servicio de hospedaje, alimentación y paseos a lugares ecológicos.

Las estrategias para el servicio serán las siguientes:

- **Logotipo.-** Nombre o símbolo para identificar el servicio



- **Nombre de la marca:**

“HOSTERÍA RINCÓN DEL AMAZONAS”

⁷ GÓNGORA, Cristhian, “Marketing y gestión de servicio”, Ediciones Díaz de Santos, 1994, pág. 133.

- **Slogan**

“Un paraíso natural a Tu alcance”

- Calidez en la atención
- Cumplimiento de todas las normas establecidas en el Ministerio de Turismo.
- Calidad de servicio.
- Establecer el valor agregado del servicio (Recreación.)

2.7.2 Análisis de precios

Para realizar un análisis de los precios se tomaran en cuenta a la competencia existente en el lugar.

Los precios de la competencia oscilan entre:

DETALLE	H_SENCILLA	H_DOBLE	H_TRIPLE
Mínimo	30,50	61,00	91,5
Máximo	61,93	102,59	126,75

Fuente: <http://www.ecostravel.com/ecuador/hosterias/puyo/hosteria-shell.php>

La competencia no ofrece ningún paquete, el precio para la nueva hostería se establecerá en relación a una noche por persona, no por habitación.

2.7.2.1 Determinación del precio promedio

DETALLE	H_SENCILLA	H_DOBLE	H_TRIPLE
Precio Promedio	46,22	81,80	109,13

Fuente: <http://www.ecostravel.com/ecuador/hosterias/puyo/hosteria-shell.php>

2.7.3.2 Estrategias de precio

- La nueva hostería para ingresar al mercado podrá establecer un precio bajo o menor que el de la competencia.
- El precio no será establecido por habitación sino por noche, es decir por persona.
- Se puede fijar a un servicio nuevo un precio más alto.
- Transmitir una imagen de calidad y exclusividad a un segmento de mercado con poder adquisitivo.
- Establecer un precio diferente para servicios opcionales o complementarios.

2.8 Plaza

Es el lugar o espacio físico donde se va ofrecer el servicio que va de acuerdo con la naturaleza del servicio vendido⁸

- Activar sistemas de seguridad internos y externos para el local.
- Establecer una red de centros de servicios.
- Reestructurar zonas de venta en función de territorio o tipos de clientes o servicios.

2.9 Canales de comercialización

Es la forma de cómo se va a distribuir el servicio.

2.9.1 Descripción de los canales de distribución

Distribución Directa

Crea dos canales de distribución que son los siguientes

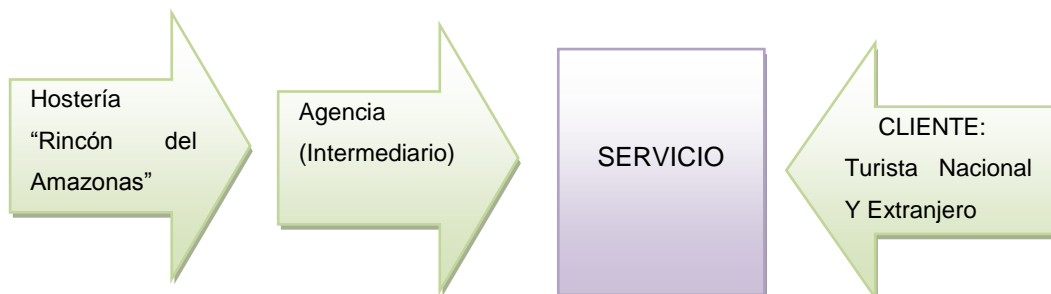
⁸ <http://www.inversion-es.com/caja-de-ahorros.html>

PRODUCTOR → **CONSUMIDOR**

Para la hostería “Rincón del Amazonas” se contará con el siguiente canal de distribución.



El canal de distribución del servicio será directo y con intermediarios ya que la empresa ofrecerá su servicio directamente o el mismo podrá ser ofrecido a través de convenios con agencias de viajes para esta distribución del servicio se tiene:



2.9.1.1 Estrategias de comercialización

Para lograr hacer más fácil para el consumidor o usuario, la distribución de nuestro producto es:

- Ofrecer los servicios vía internet, llamadas telefónicas, envío de correo
- Hacer uso de intermediarios de tal modo de que se logre una mayor cobertura del servicio.
- Consolidar la fuerza de ventas propia.

2.9.2 Estrategia de promoción

Para captar clientes y posesionarse en el mercado se ofrecerá las siguientes promociones:

- Distribuir información sobre la hostería
- Conquistar la preferencia del consumidor.
- Establecer un buen programa de publicidad como por ejemplo:
 - Paquetes turísticos económicos que consten desayuno, paseos a la selva, caminatas, visita a las cascadas.
 - Los clientes que se hospeden más de una noche recibirán un coctel gratis las siguientes noches que se hospeden en el lugar.
 - Se podrá ofrecer paquetes a escuelas, colegios, instituciones públicas y privadas en los cuales pueden constar:
 - Mayor a 10 personas descuento del 10% en hospedaje y alimentación.-
 - Bebidas gratis la primera noche.
 - Descuento en el restaurante del 5% por consumo de 30 dólares.
 - En el caso de paquetes turísticos se ofrecerá lo siguiente:

3 días 2 noches

- 1er día:
 - Traslado al hotel
 - Almuerzo
 - Tour en la ciudad + visita cascadas.
 - Regreso al hotel
 - Baile hasta las 2 de la mañana

 - 2do día:
 - Desayuno
 - Observación de flora y fauna
 - Almuerzo
 - Visita al Bosque Protector Santa Ana
 - Regreso al hotel y baile
 - 3er día:
 - Desayuno
 - Visita a la Caverna de Anzú
 - observación de artesanías y confecciones típicas
 - Almuerzo
 - Traslado a la ciudad o Aeropuerto
- Crear programas especiales para captar clientes especiales.
 - Motivar a consumidores específicos.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

“Lo sustantivo en la formulación de proyectos es llegar a diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea éste un bien o un servicio.

Objetivos

Se han establecido los siguientes objetivos para el estudio técnico:

- Verificar la viabilidad técnica de la creación de la Hostería.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Establecer la distribución y diseño de las instalaciones de la Hostería.
- Determinar los recursos materiales, humanos y tecnológicos necesarios para la operación del negocio.

3.1. Tamaño del Proyecto.

Conocer el tamaño de un proyecto es de vital importancia, ya que de esta manera se puede llegar a saber cuál será la magnitud de la inversión requerida de igual manera los costos requeridos para el inicio del funcionamiento del establecimiento, por lo tanto también se llegará a saber que rentabilidad podrá generar la hostería.

La hostería tendrá 15 habitaciones; 9 dobles y 6 simples. Para sacar el total de la capacidad de la hostería se tiene:

Tabla N° 3.1: Capacidad de la planta

Habitaciones	Cantidad	Capacidad por habitación	Capacidad Total
Dobles	9	4	36
Simple	6	2	12
Total	15	6	48

Fuente: Propia

Elaborado: Eliana Rentería

Para determinar la capacidad del proyecto se ha establecido por meses la ocupación que tendrá la hostería, la misma que ha sido determinada aleatoriamente, por lo cual se tiene:

Tabla N° 3.2: Capacidad del Proyecto

meses del año	capacidad máxima diaria	% ocup diario	clientes a recibir al día	clientes a recibir a la semana	clientes a recibir al mes
enero	48	40%	19	57	228
febrero	48	45%	21	63	252
marzo	48	50%	24	72	288
abril	48	55%	26	78	312
mayo	48	55%	26	78	312
junio	48	60%	28	84	336
julio	48	60%	28	84	336
agosto	48	75%	36	108	432
septiembre	48	75%	36	108	432
octubre	48	60%	28	84	336
noviembre	48	50%	24	72	288
diciembre	48	70%	33	99	396
clientes a recibir al año por hospedaje de 3 días:					3948
Cientes al año					1316

Fuente: Propia
Elaborado: Eliana Rentería

Para determinar el número de clientes que se reciben al año se divide 3948 para tres que son las tres noches que según la encuesta se quedaría el cliente así se obtiene: $3948/3= 1316$. Para determinar la capacidad del proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes factores:

3.1.1. Factores determinantes del Tamaño

Para conocer el tamaño del establecimiento a crear, es una tarea delimitada por las relaciones recíprocas entre el tamaño y factores ambientales, como la disponibilidad de la materia prima con la que se cuenta, la tecnología, equipos, la organización, ubicación, financiamiento.

3.1.1.1. Condicionantes del Mercado.

Para determinar el condicionante del mercado se debe tomar en cuenta la demanda insatisfecha que tiene el mismo, este ayudará a la hostería conocer cuánto puede cubrir de la demanda existente. En el cuadro 2.23 se tiene una demanda insatisfecha de 49.806 como es una demanda insatisfecha alta la hostería no puede atender al total de demandantes por lo que se pretende cubrir el 2,6% de la misma, lo que corresponde a 1.316 personas.

3.1.1.2 Disponibilidad de Recursos Financieros

Hay que saber claramente con la cantidad que se cuenta de recursos financieros para de este modo saberlos optimizar que es lo lógico en cuanto a un buen funcionamiento y éxito empresarial. La creadora de la hostería cuenta con un porcentaje de capital en efectivo para poner en marcha el proyecto, y resto del capital será financiado por una institución financiera. El Banco de Fomento es una institución que otorga crédito para nuevos proyectos, a una tasa del 11.3% anual. La hostería se puede acoger a esta entidad.

3.1.1.3. Disponibilidad de Mano de Obra.

Hay que tomar en cuenta que tipo de personal se buscará para integrar al equipo de trabajo de la Hostería si es que se requerirá personal con formación profesional, o personal autóctono donde se lo pueda moldear de acuerdo a los requerimientos de la empresa..

En la parroquia Shell existe mano de obra calificada que se puede disponer en el momento que se requiera.

La mano de obra que se necesita es:

Tabla N° 3.3: Personal Operativo

PERSONAL OPERATIVO	No.
Jefe Operativo	1
Chef	1
Asistente Cocina	2
Guía Turística	1
Recepcionista	1
Mesero	2
Mucama	2

Fuente: Propia

Elaborado: Eliana Rentería

Tabla N° 3.4: Personal Administrativo

PERSONAL ADMINISTRATIVO Y VENTAS	No.
Gerente	1
Secretaria	1
Asistente Mantenimiento	1
Jefe Ventas	1

Fuente: Propia

Elaborado: Eliana Rentería

3.1.1.4 Disponibilidad de Insumos

El abastecimiento suficiente en cantidad y calidad de las materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de la actividad de la hostería.

Los proveedores de los insumos serán los siguientes:

Tabla N° 3.5: Proveedores

Empresa	Detalle
Aclimatic	Amenities
Miflower	Menaje de Habitaciones
K.KRAEE	Calefones
COLINEAL	Muebles
FERROTE	Menaje de cocina
DANEC S.A.	Alimentos
INTER COMM	Equipos

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Eliana Rentería

3.1.1.5 Disponibilidad de Tecnología

La tecnología prevista para la Hostería será utilizada en áreas como, cocina, hospedaje, áreas sociales y en el karaoke.

El diseño ergonómico del área de la cocina permitirá un mejor empleo de los recursos humanos, para despacho y atención a los pedidos, para limpieza de las ollas y vajillas y eliminación de los desechos. La calidad de la comida que se ofrecerá, será apoyada en la calidad de los equipos de refrigeración adecuados para conservar el pescado, las carnes, los lácteos, las frutas y las hortalizas. Así mismo se dispondrán de sistemas de extracción de olores en esta área. Cocinas industriales de buena calidad permitirán tener la capacidad de preparar varios platos a la vez.

En lo referente a las áreas sociales, se dispondrá siempre de música ambiental a un volumen apropiado para permitir ser escuchada y no interferir con las conversaciones de los clientes, esto se conseguirá al utilizar sistemas de amplificación ubicados en lugares apropiados.

3.2. Localización del proyecto

Para determinar la localización óptima del proyecto se ha tomado en cuenta los factores como: Cercanía al mercado, accesibilidad, entre otros.

El presente proyecto se localizará en la Provincia de Pastaza, Cantón Mera, Parroquia Shell

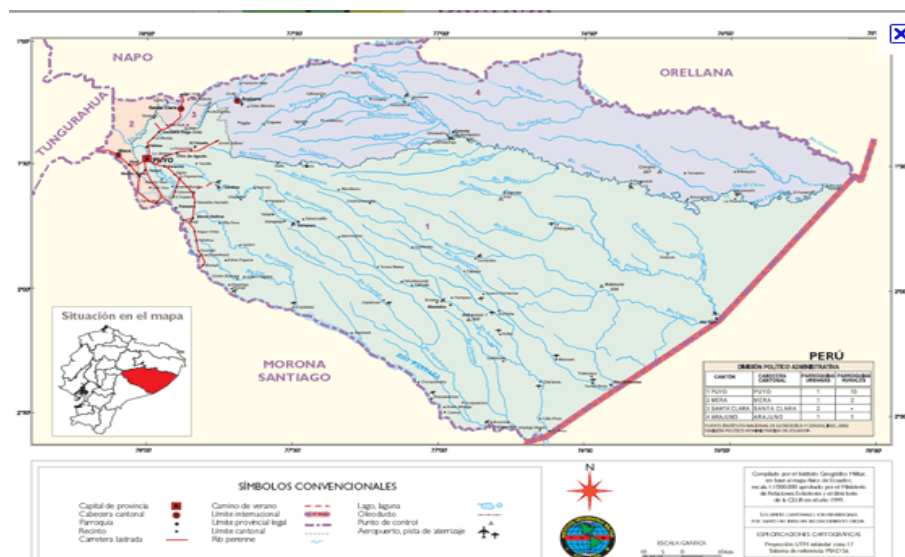
3.2.1. Macro localización

La macro localización del proyecto es en la Provincia de Pastaza, Cantón Mera, Parroquia Shell, la misma que ofrece encantos naturales y comodidad al turista.

Ubicación

La provincia de Pastaza, se encuentra situada en la Región Amazónica del Ecuador, recibe el nombre del Río Pastaza, que la separa al sur de la provincia de Morona Santiago.

Gráfico N° 3.1: Provincia de Pastaza



Límites:

Norte: Provincias de Napo y Orellana

Sur: Provincia Morona Santiago

Este: Perú (departamento de Loreto)

Oeste: Provincia de Tungurahua.

Capital:

La capital de la Provincia de Pastaza es la ciudad de Puyo.

3.2.2. Micro localización

Para determinar el tamaño óptimo y la localización se tomará en cuenta los siguientes factores:

Transporte:

En la Parroquia Shell donde se encontrará localizada la hostería cuenta con los medios de transporte necesarios para la movilización ya que sus calles están en buen estado. Existen 3 líneas de transporte para llegar a la hostería.

Factores ambientales

En Shell existe una variedad de flora y fauna muy variadas, su biodiversidad amazónica son únicas en Sudamérica. Este factor es importante porque se va a ofrecer a los clientes un tour ecológico, por tal motivo se toma en cuenta el mismo.

Disponibilidad de servicios básicos:

La ciudad de Shell cuenta con todos los servicios básicos requeridos como son agua, luz, teléfono.

Tabla N° 3.6: Matriz de Localización óptima del Proyecto

Nº	Factor Relevante	Peso	Hostería cercana al aeropuerto	Hostería lejos del aeropuerto
1	Vías de Acceso (transporte)	20	20	20
2	Cercanías del Mercado	20	19	19
3	Seguridad	20	20	18
4	Competencia	10	20	19
5	Disponibilidad de terrenos	10	19	18
6	Servicios Básicos	20	20	20
TOTAL		100	118	114

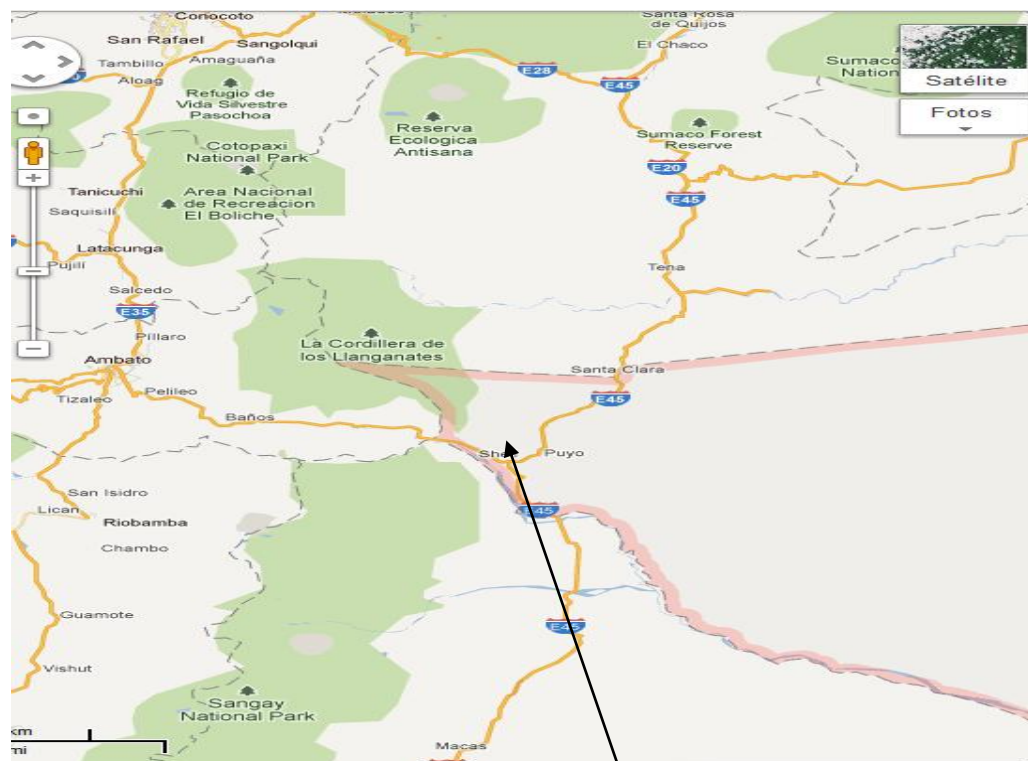
Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Después de realizar el análisis de la matriz de localización óptima del proyecto se llega a la conclusión de que el lugar más apropiado es cerca del aeropuerto, con una calificación de 118, puesto que todos los factores relevantes poseen calificaciones altas, la dirección exacta de la localización será:

Av. Luis Jácome diagonal al aeropuerto Río Amazonas

Gráfico N° 3.2: Micro localización del proyecto



Fuente: Imágenes Google

Parroquia Shell

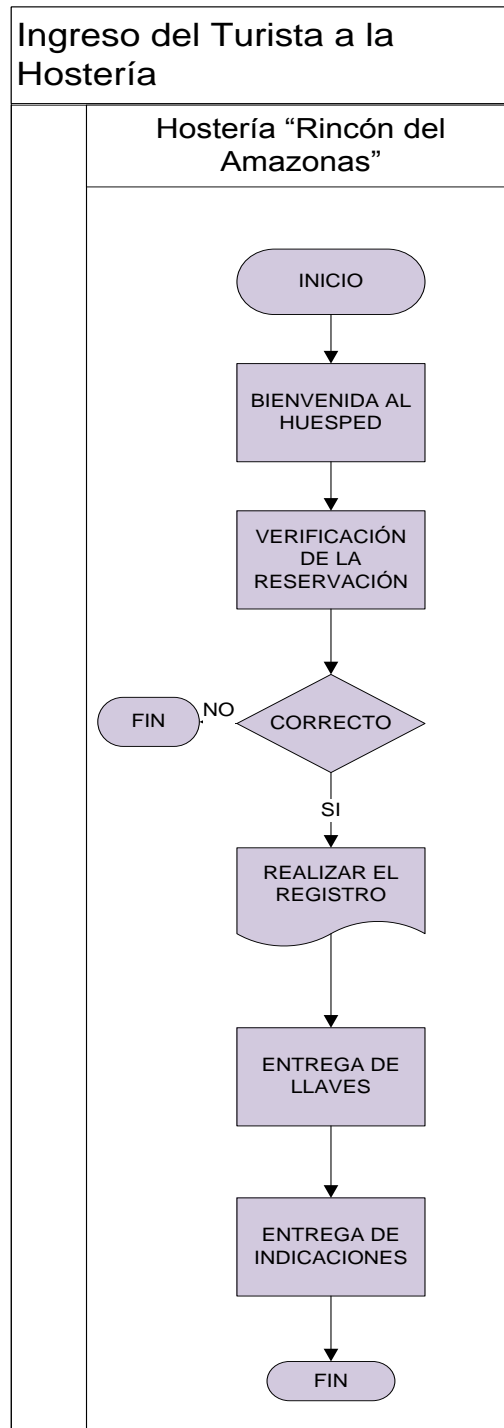
3.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto se centra en los aspectos de compra, construcción, montaje, puesta en marcha de los activos fijos y diferidos, los mismos se desarrollan más adelante

3.3.1. Proceso de prestación del servicio

El proceso cuyo resultado es un servicio se podrá encontrar en los servicios turísticos. Aquí se aplican capital, mano de obra y energía a un insumo que es el turista (persona que necesita de esparcimiento y descanso de sus actividades cotidianas que le han generado stress, fatiga, etc.). Así mismo el servicio de alimentación tiene su proceso en el cual se aplica el valor agregado a los insumos a partir de una materia prima que va a ser transformada en platos terminados.

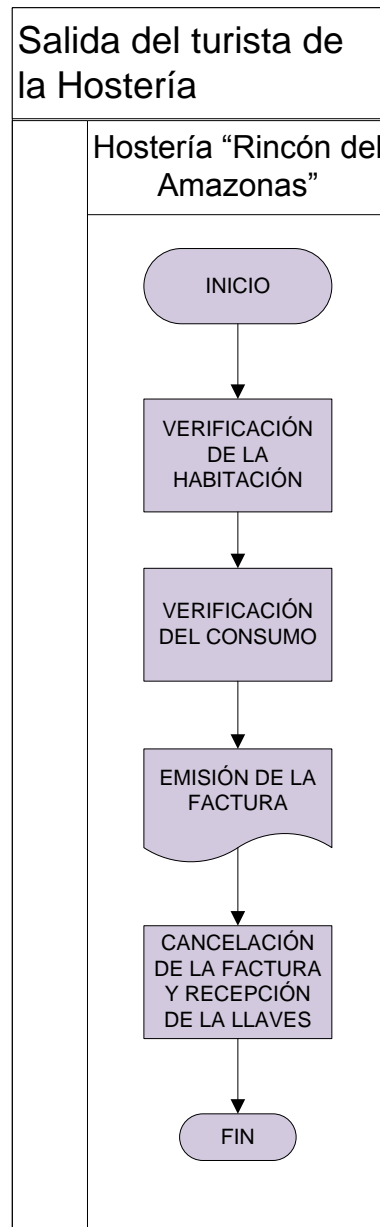
Proceso de Ingreso del Turista a la Hostería



Elaborado por: Eliana Rentería

Proceso de Salida del Turista de la Hostería

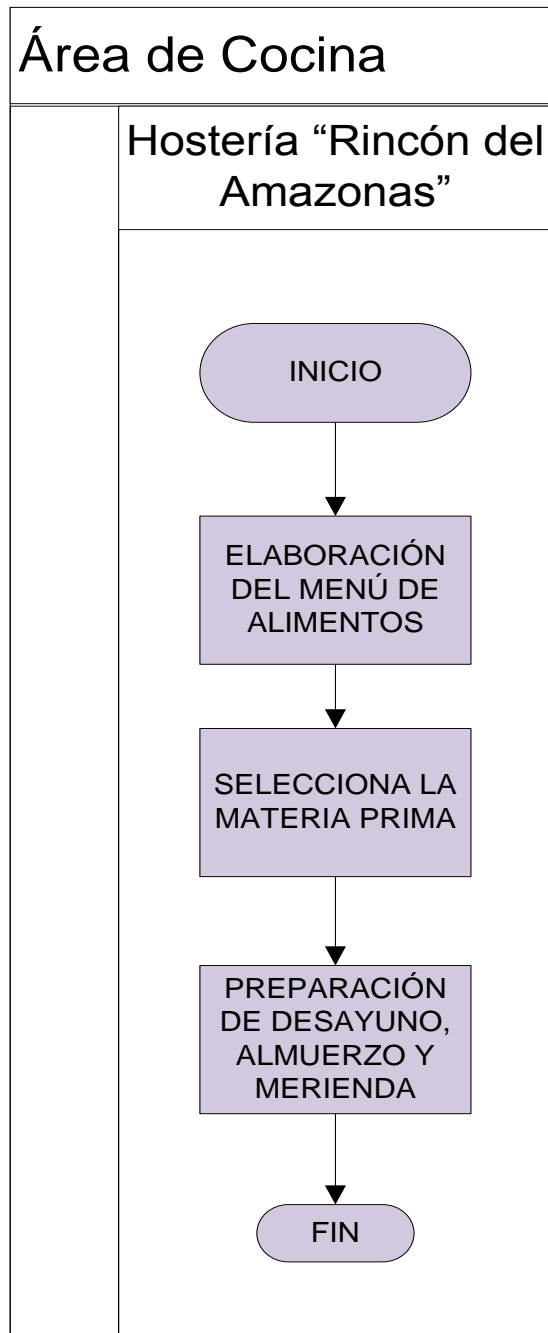
Diagrama de flujo del proceso



Elaborado por: Eliana Rentería

Proceso del área de Cocina

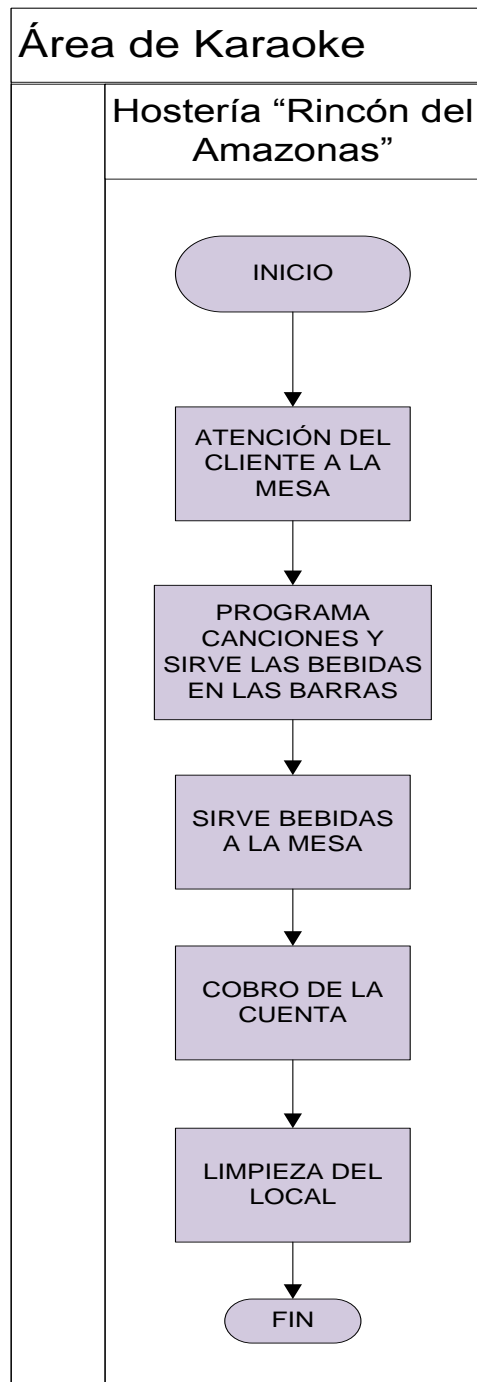
Flujograma del proceso



Elaborado por: Eliana Rentería

Proceso del área de Karaoke

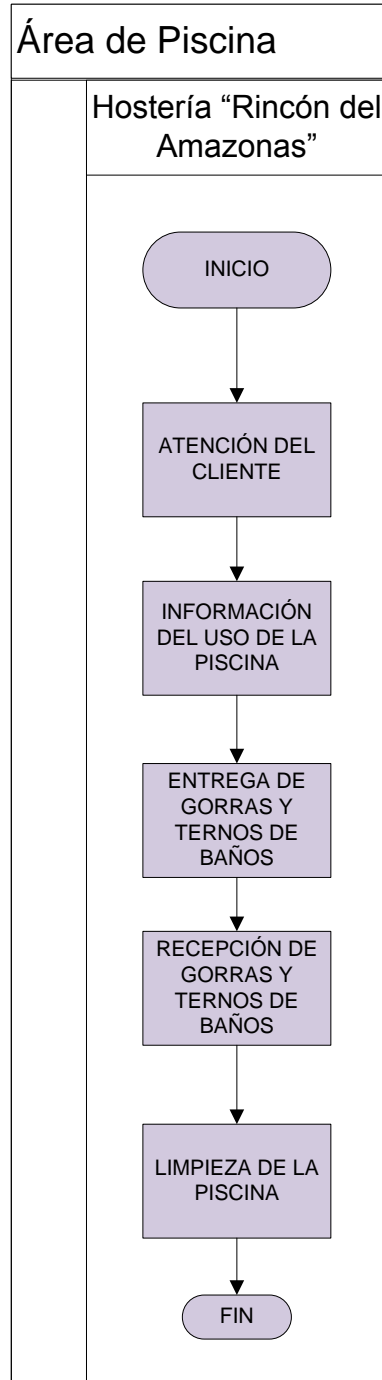
Flujograma del proceso



Elaborado por: Eliana Rentería

Proceso del área piscina

Flujograma del proceso



Elaborado por: Eliana Rentería

3.4. Capacidad Instalada

La capacidad de instalación nos ayuda a determinar que se encuentren bien distribuidas las habitaciones con el número de personas.

Capacidad de Instalación habitaciones

El área total del terreno es de 2000 m², de los cuáles 1000 m² están destinados al área de habitaciones.

Tabla N° 3.7: Distribución de habitaciones

Detalle	Distribución
Habitaciones Simples	$8.75 * 4 = 35 \text{ m}^2$
Habitaciones Dobles	$8 * 8 = 64 \text{ m}^2$

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: **Eliana Rentería**

3.5. Requerimiento de Infraestructura

Los requerimientos de infraestructura para el proyecto son los siguientes:

Tabla Nº 3.8: Construcción e Instalaciones

CONSTRUCCION	m2	v. unitario
habitaciones	786	250,00
restaurante	112	250,00
oficinas	107	250,00
recepción	42	250,00
parqueo	96	60,00
jardín central	210	10,00
piscina	30	280,00
sauna, turco	20	280,00
hidromasaje	15	280,00
baños	20	250,00
gimnasia área libre	30	250,00
cancha múltiple	60	70,00
totales	1528	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Eliana Rentería

Plano de distribución de la hostería



4.6. Requerimientos de equipos, insumos, materiales, servicios

Requerimiento de Equipos

Los requerimientos de equipos para el funcionamiento de la Hostería, serán para las áreas de piscinas, karaoke, habitaciones, cocina, que se detallan en el siguiente cuadro.

Tabla Nº 3.9: Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO		
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO
Campana extractora de olores	1	200,00
Cocina industrial 3 quemadores, plancha	1	900,00
Lavabo de 2 pozos	1	300,00
Microondas	1	200,00
Refrigeradora	1	1.300,00
Licuadaora	1	120,00
Mini horno	1	300,00
Asador	1	350,00
Batidora	1	130,00
Podadora Tractor	1	850,00
Piscina Cubierta Temperada	1	15.000,00
Televisor	18	600,00
Hidromasaje	1	2.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Eliana Rentería

Tabla N° 3.10. Equipos de Oficina

EQUIPOS OFICINA		
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO
Teléfonos Habitaciones	15	40,00
Teléfono Central (2 extensiones adicionales)	1	250,00
Fax	1	120,00
Calculadora	4	15,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Eliana Rentería

Tabla N° 3.11: Equipos de Computación

EQUIPOS COMPUTACIÓN		
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO
Computadora	4	700,00
Impresora multifunción	1	120,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Eliana Rentería

Requerimiento de muebles y enseres

Tabla N° 3.12: Muebles y Enceres

MUEBLES Y ENSERES		
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO
Mesas para Restaurante y Karaoke	30	25,00
Sillas para Restaurante	60	20,00
Mesas para Habitación	15	45,00
Sillas	60	20,00
Cama 2 plazas	23	500,00
Cómodas	15	40,00
Veladores	30	40,00
Lámparas de noche	30	15,00
Escritorio	3	250,00
Silla giratoria	3	90,00
Sillas visita	10	50,00
Archivador	3	120,00
Sofá	3	120,00
Bancas para jardín	10	60,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Eliana Rentería

Requerimiento de vehículo

Tabla N° 3.13: Vehículo

Vehículo		
ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO
Furgoneta de pasajeros KIA	1	26.700,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Eliana Rentería

Tabla Nº 3.14: Equipos y Herramientas

ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO
Cilindro de gas	3	50,00
Balanza	1	80,00
Cafetera	1	150,00
Extintor	2	80,00
Sartén	3	50,00
Ollas	4	55,00
Juego de Cuchillos	3	30,00
Utensilios Varios de Cocina	1	200,00
Basurero	20	10,00
Palas	3	13,30
Rastrillos	3	15,00
Tijeras	3	10,00
Pico	3	15,00
Papelera	3	20,00
Basurero Exteriores	3	45,00
Grapadora	3	6,00
Perforadora	3	7,00
Macetas Jardín y Habitaciones	80	7,00
Minigolf	1	1.300,00
Vajilla	1	1.200,00
Cristalería	1	800,00
Cubertería	1	600,00
Micrófonos	2	10,05

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

Menaje

Tabla Nº 3.15: Equipos y Herramientas

ÍTEM	CANT	COSTO UNITARIO
Juego de Sabanas (2 plazas)	46	30,00
Cobijas (2 plazas)	46	20,00
Edredones 2	46	50,00
Almohadas	60	10,00
Juegos de toallas	30	15,00
Hamacas	8	35,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Eliana Rentería

3.7. Aspectos Ambientales

La principal fuente de energía que se va a utilizar en la Hostería será el gas industrial y la energía eléctrica.

El ruido que se va a producir en la Hostería es bajo y básicamente se generará en la noche por el karaoke.

Las aguas servidas irán al alcantarillado y a la fosa séptica.

Los desechos sólidos que se producirán en la hostería serán por: papel, plásticos orgánicos y serán eliminados en el vehículo recolector hacia los basureros de la ciudad

CAPÍTULO IV

LA EMPRESA Y SU ORGANIZACIÓN

Los objetivos planteados para este capítulo son los que citaremos a continuación:

1. Determinar cuál será la constitución legal de nuestro proyecto.
2. Establecer la organización estructural de la Hostería “Rincón del Amazonas”
3. Conocer la descripción de puestos de los diferentes empleados de la Organización.
4. Formular la base filosófica de la empresa.

4.1 Base legal

4.1.1 Nombre o razón social

Al inicio de un proyecto empresarial, hay una decisión que muchas veces se toma con demasiada prisa y que sin embargo tiene una importancia muy grande para el futuro del proyecto. Se trata de la elección del nombre de la empresa. Me refiero al nombre comercial, aquel que será el primer elemento de comunicación con sus clientes y socios empresariales.

“Crear un buen nombre es el primer paso que tenemos que dar para posicionarnos en el mercado que hemos elegido, ya que define la imagen y personalidad de una marca”.⁹

Los nombres comerciales que han adquirido gran valor a lo largo de los años generan grandes utilidades cuando se otorga la licencia a otros fabricantes y cuando la compañía es vendida. El nombre o razón social con la que se registrará la empresa es “Rincón del Amazonas”, esta empresa se registrará como una empresa sociedad anónima.

4.1.2 Titularidad de propiedad de la empresa

La razón social es el nombre y firma con los cuales es conocida una compañía mercantil de forma colectiva comanditaria o anónima, es por lo tanto, el atributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica o natural que demuestre su constitución legal.

La descripción de la razón social es un planteamiento importante y cuando hacemos la redacción de la descripción, hace falta ser precisos y ver un poco más lejos que el primer año de operación. Las palabras que definen globalmente los servicios y productos aportarán un extenso campo de desarrollo futuro. La hostería se llamará “Rincón del Amazonas”, y su característica jurídica es de una Sociedad Anónima.

⁹ <http://mi-futura-empresa.over-blog.com/article-como-elegir-buen-nombre-para-empresa-80302853.html>

Logo de la empresa

El logotipo de una empresa es el símbolo distintivo que la diferencia de las demás, dando a su vez una idea al consumidor del bien y/o servicio que se ofrece.



Nuestra Hostería será una Sociedad Anónima que se forma con un mínimo de tres personas. En esta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

Compañía de Sociedad Anónima

Generalidades: Esta Compañía tiene como característica principal, que es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, y sus accionistas responden únicamente por el monto de sus aportaciones. Esta especie de compañías se administra por mandatarios amovibles socios o no. Se constituye con un mínimo de dos socios sin tener un máximo.

Nombre de la Empresa: Hostería “Roncón del Amazonas”

Razón Social: Sociedad Anónima

Domicilio: Av. Luis Jácome diagonal al aeropuerto Río Amazonas

Objetivo Social: Otorgar diversión a toda la familia en un lugar acogedor y lleno de entretenimiento, en el oriente ecuatoriano.

Duración: 20 años

Requisitos: La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

El nombre: En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

El nombre de la empresa será:

HOSTERÍA “RINCÓN DEL AMAZONAS”

Solicitud de aprobación: La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

Obtención de permisos y otros documentos para el funcionamiento de la empresa

Una vez obtenido el reconocimiento legal, la empresa debe obtener una serie de permisos o registros administrativos. Los registros y licencias del gobierno central son otorgados a través de sus Ministerios y Organismos Desconcentrados. La finalidad de éstos es cautelar y supervisar la actividad empresarial para evitar perjuicios a la colectividad, así como controlar y fiscalizar el cumplimiento de obligaciones tributarias y laborales. Éstos son:

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

Su función es registrar e identificar a los Contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria.

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades, públicas o privadas, nacionales o extranjeras, que realicen actividad económica en el Ecuador de forma permanente u ocasional, o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos al SR.I.

1. Para la obtención del registro único de contribuyentes (RUC), se requiere:
2. Formulario RUC 01-A y 01-B suscritos por el gerente propietario o contribuyente.
3. Original y copia certificada de la escritura pública de constitución inscrita ante un juez o notario.
4. Original y copia de la planilla de agua, luz o teléfono, o pago del impuesto predial, o pago del servicio de TV cable, telefonía celular o estados de cuenta, todo a nombre del gerente propietario, máximo de tres meses atrás desde la fecha de emisión o en segunda instancia del representante legal.
5. Identificación del gerente propietario: copia clara de la cédula y papeleta de votación.
6. Carta suscrita por el contador del sujeto del pasivo (con copia de cédula de identidad adjunta) certificando su relación laboral o contractual con el contribuyente.

Registro de contratos

Se realizará en el Ministerio de Relaciones laborales, para cuyo efecto se presentarán tres originales de los contratos de trabajo individuales previamente firmados por el patrono y el trabajador, adjuntando copia de las cédulas de ciudadanía tanto del empleador como del trabajador, así como el RUC, para que dichos contratos sean legalizados y permanezcan en los archivos de la entidad.

Patente Municipal

Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente por la cancelación anual del impuesto de patente municipal, grava a toda persona natural o jurídica que ejerce una actividad comercial o industrial en el Gobierno Municipal de Mera.

En el Gobierno Municipal de Mera se debe tramitar tanto el permiso de funcionamiento, como la patente municipal. Para lo cual, son necesarios los siguientes requisitos:

1. Original y copia del RUC
2. Copia de la cédula de identidad del gerente propietario
3. Copia de la papeleta de votación del gerente propietario
4. Formulario de inscripción de patente
5. Formulario de permiso de funcionamiento

Licencia del Gobierno Municipal de Mera: Es un documento emitido por la Administración zonal correspondiente de este municipio, que autoriza el funcionamiento de los establecimientos o actividades comerciales sujetos a control sanitario por delegación del Ministerio de Salud.

Para solicitar el permiso sanitario de funcionamiento los propietarios o representantes legales de los establecimientos deberán presentar a la Administración zonal correspondiente los siguientes documentos:

1. Copia de la cédula de ciudadanía.
2. Copia del RUC vigente.
3. Copia del certificado de la última votación.
4. Copia de la Patente Municipal del año anterior (en caso de renovación).
5. Exámenes médico, odontológico y de laboratorio.

6. Credencial de salud de todos los manipuladores de alimentos (para los establecimientos que expenden alimentos).

Obtención de la cédula patronal, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.- Para realizar los pagos de los derechos laborales, seguro médico y pensión, para lo cual requiere:

Solicitud obtenida de la página Web del IESS: www.iess.gov.ec

1. Copia del RUC
2. Copia de cédula de identidad del patrono
3. Copia de planillas de teléfono, luz o agua
4. Copia de los contratos de trabajo legalizados por el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de cédulas de los empleados.

Registro Sanitario

El organismo encargado de otorgar, mantener, suspender, cancelar y reinscribir el Registro Sanitario, es el Ministerio de Salud Pública, por intermedio de sus subsecretarías, direcciones provinciales y del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez, en los lugares en los cuales éstos estén funcionando.

Para obtener el Registro Sanitario, se procederá según el caso a:

Obtención previa del informe técnico favorable en virtud de un análisis de control de calidad de un laboratorio debidamente acreditado por el Sistema Ecuatoriano de Metrología, Normalización, Acreditación y Certificación;

- Obtención previa de un certificado de buenas prácticas de manufactura para la planta procesadora; y Homologación de

documentos otorgados por una autoridad competente de otro Estado o por una organización internacional especializada determinada conforme al Reglamento de Registro y Control Sanitario. (Revista Judicial)

Permiso del Cuerpo de Bomberos:

Hay requisitos que deberán cumplirse, según el género de la actividad:

- Comprar la tasa de uso de suelo
- Comprar la tasa de habilitación
- Copia de la cédula de identidad
- Copia de registro Único de contribuyente
- Copia de nombramiento de representante legal (persona jurídica)
- Carta de autorización a la prensa que realiza el trámite
- Copia de la patente del año a tramitar
- Certificado de seguridad otorgado por el Cuerpo de Bomberos

4.2 Base filosófica de la empresa

4.2.1 Visión

Visión de La Hostería “Rincón del Amazonas”

Convertir a la Hostería “Rincón del Amazonas” en pioneros en el servicio de hostelerías en la ciudad de Mera para el año 2014, ofreciendo una

variedad de servicios en hospedaje, gastronomía y turismo, con empleados que se caractericen por poseer valores personales como la responsabilidad, amabilidad y sinceridad, y así generar un estado de confort a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la hostería.

4.2.2 Misión

Misión de la Hostería “Rincón del Amazonas”

La misión de la Hostería “Rincón del Amazonas” es brindar servicios turísticos, enfocados hacia el turista nacional e internacional, en recreación, alojamiento y alimentación, priorizando la satisfacción de las expectativas de sus clientes, a través de un personal eficiente, eficaz y responsable con los clientes de la hostería.

4.2.3 Objetivos Estratégicos

Los objetivos estratégicos para la Hostería “Rincón del Amazonas” son:

- Captar el 2.6% de la demanda insatisfecha en el sector turístico de los turistas nacionales y extranjeros.
- Ofrecer servicios de excelente calidad a los clientes de la hostería, a través de la especialización de estos servicios de hospedaje y recreación.

- Optimizar los recursos con que cuenta la Hostería, con la finalidad de minimizar los costos y gastos.
- Garantizar que la utilidad anual sean atractivos a los accionistas y a su garantizar salarios estables a los empleados de la hostería.

4.2.4 Estrategia Empresarial

Al ser una hostería que recién va a empezar sus funciones se debe dedicar los recursos necesarios con la finalidad de poder competir en el mercado.

Una vez que ya fueron definidos los objetivos estratégicos de la hostería es necesario determinar cómo se podrán lograr esos objetivos estratégicos. Para poder lograr cumplir con los objetivos, cada uno tendrá su estrategia a implementar, esta estrategia se la denomina estrategia empresarial de nuestro negocio. A continuación se muestran las estrategias con las que se podrán cumplir con los objetivos específicos.

Objetivo No. 1: Captar el 2.6% de la demanda insatisfecha en el sector turístico de los turistas nacionales y extranjeros.

Estrategia 1: Se deberá implementar un plan de marketing diversificado y sofisticado para dar a conocer en el menor tiempo posible y a la mayor cantidad de gente los servicios que brindará la hostería; considerando el porcentaje de mercado que cubrirá el proyecto.

Objetivo No. 2: Ofrecer servicios de excelente calidad a los clientes de la hostería, a través de la especialización de los servicios de hospedaje y recreación.

Estrategia 2: Se logrará este objetivo con capacitaciones periódicas de los empleados de la hostería para que el servicio de la hostería sean de excelente calidad.

Objetivo No. 3: Optimizar los recursos con que cuenta la Hostería, con la finalidad de minimizar los costos y gastos.

Estrategia 3: Se deberá impulsar la cultura del buen manejo de los recursos económicos y en especies de la hostería entre los empleados y accionistas de la hostería utilizando y destinando los recursos que se considera exactamente necesarios

Objetivo 4: Garantizar que la utilidad anual sean atractivos a los accionistas y a su garantizar salarios estables a los empleados de la hostería.

Estrategia 4: Basados en el concepto de exclusividad en el producto y servicio, el presente proyecto mantendrá un nivel de precios que le permitirá una rentabilidad muy atractiva para los accionistas.

4.3 Organización administrativa

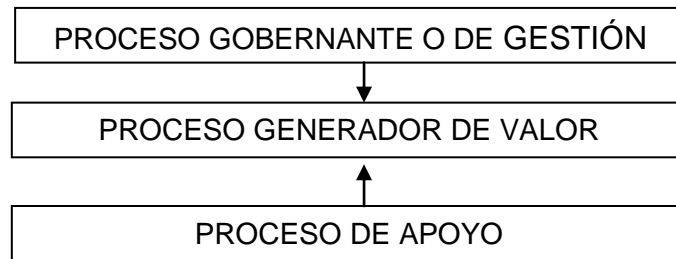
Para diseñar una estructura organizacional se debe procurar elaborar un organigrama de jerarquización vertical simple, para mostrar cómo se establecerán los puestos y jerarquías dentro de la empresa.

La Hostería en su estructura organizacional mantendrá cuatro niveles, los cuales se expondrán en orden jerárquico:

1. Nivel Directivo, consta de la Junta de accionistas.
2. Nivel Gerencial, está representado por el jefe de operaciones y el gerente.
3. Apoyo a la gerencia, jefe de venta, secretaria y recepcionista.
4. Nivel Operativo, representado guía turístico, jefe de mantenimiento, vigilante de cocina, chef, mesero y mucama.

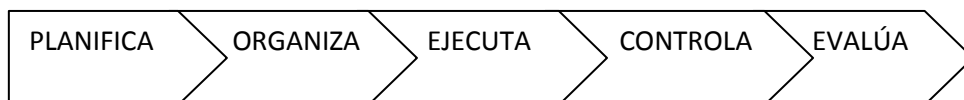
4.3.1 Estructura organizacional

Después de haber realizado el estudio de mercado se puede establecer el servicio que ofrecerá la nueva hostería ya que a más de dar el servicio de hospedaje ofrecerá alimentación, caminatas, recreación, servicio de karaoke, piscina; para lo cual la hostería “Rincón del Amazonas” necesitará el personal suficiente que satisfaga estas necesidades por lo cual se deberá tener los departamentos de gerencia, área comercial y la parte operativa para establecer la misma se determinará los macro procesos. Así se cuenta con;



Proceso Gobernante

Dentro de este macro proceso se encuentra incluido los altos directivos como son la asamblea general de socios y el Gerente General los mismos cuentan con el siguiente proceso:



Proceso de Apoyo

El proceso de apoyo es aquel que ayuda al proceso gobernante,; es decir que dentro de este proceso se encuentra todas aquellas personas que ayudarán en el asesoramiento a los directivos de la hostería. Así se cuenta con: la secretaria, jefe operativo. Y el jefe de comercialización u ventas.

Proceso Generador de valor

Son aquellos procesos que permiten alcanzar los objetivos de la empresa si su aplicación es correcta y no existe redundancia en los mismos. Su correcta aplicación disminuye costos.. Dentro de este proceso se encuentra el personal que ayudará a la hostería a obtener rentabilidad, así se tiene: a toda el área operativa, la misma que deberá contar con el personal necesario que permitan al cliente sentir comodidad y placer, dentro de esta área se encuentran el guía, la recepcionista, el chef, la ama de llaves, u el personal de mantenimiento.

Después de determinar los macro procesos se detalla la estructura organizacional de la hostería.

A continuación se muestra el respectivo organigrama estructural de Hostería Rincón Amazonas.

Gráfico 4.1: Organigrama Estructural

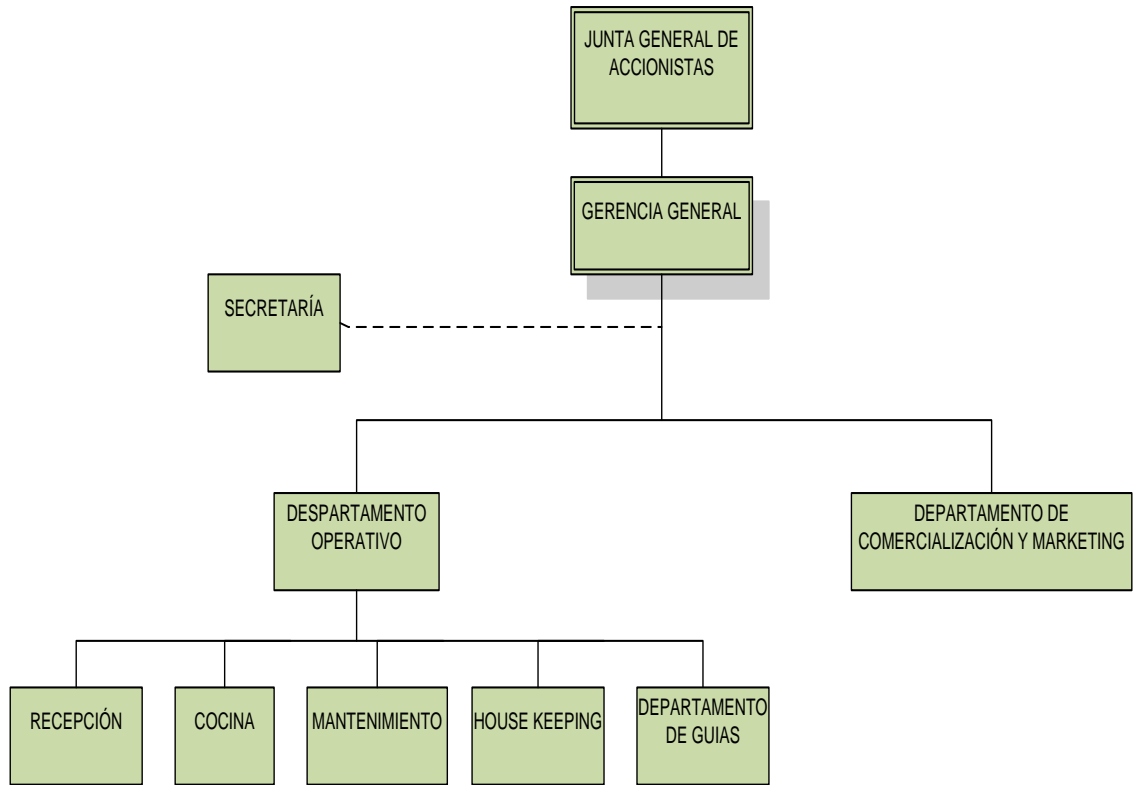
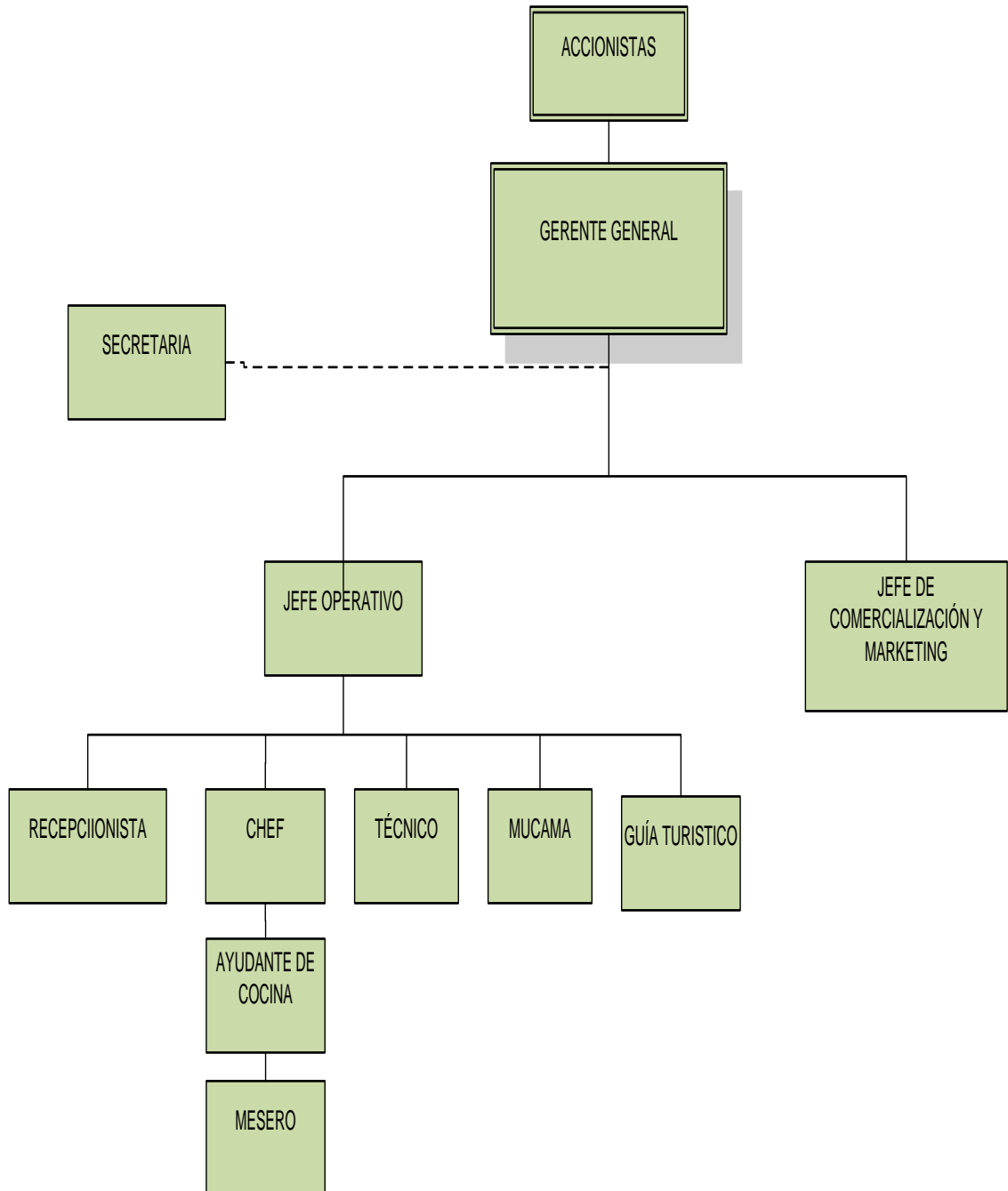


Gráfico 4.2: Organigrama Funcional



4.3.2 Descripción de funciones

Puesto: Gerente
Función Básica: Todos los empleados de la hostería
Deberes y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none">• Supervisar todas las actividades y operaciones que realicen los empleados de la hostería.• Planear estrategias a corto y largo plazo. Implementar políticas y procedimientos operativos.• Reclutar personal.• Tomar decisiones.
Generalidades: <ul style="list-style-type: none">• Profesional en administración hotelera.• Experiencia mínima de 3 años en puestos similares.• Conocimientos en computación.• Manejo de buenas relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 28 años.• Conocimiento de contabilidad.

Puesto: Jefe operativo
Función Básica: <ul style="list-style-type: none">• Responsable del control de las actividades diarias de hostería y de manejo de las operaciones.
Deberes y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none">• Supervisar todas las operaciones que realicen los empleados de la hostería.• Planear estrategias a corto y largo plazo. Implementar políticas y procedimientos operativos.• Tomar decisiones en las actividades diarias de la hostería.
Generalidades: <ul style="list-style-type: none">• Profesional en administración hotelera.• Experiencia mínima de 3 años en puestos similares.• Conocimientos en computación.• Manejo de buenas relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 28 años.

Puesto: Recepcionista
<p>Función Básica:</p> <p>Se encarga de la atención directa al huésped en todas sus solicitudes, así como de registrarlo a su llegada y hacer los cobros debido a su salida.</p>
<p>Deberes y responsabilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiene que revisar el rooming list, para verificar las salidas que habrá en el día y de esa forma preparar las cuentas correspondientes. • Las llegadas que se tendrá en el día de acuerdo con la carpeta de reservaciones. • La bitácora en la cual se anotarán los acontecimientos más importantes del día. • Se encarga del registro de huéspedes a su llegada, así como de asignarles habitación y abrirles su folio correspondiente. • Se encarga de los cobros de habitación y centros de consumo que haya tenido el huésped durante su visita. • Archivo cargos de huéspedes. • Es responsable del manejo de caja chica.
<p>Generalidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • El recepcionista deberá tener una excelente presentación, ya que es la imagen de la hostería y está en contacto con el cliente. • Edad de 25 a 40 años. • Sexo femenino. • Manejo del idioma inglés mínimo un 60%. • Manejo de computadora y paquetería (Word, Excel, ppt, internet), así como manejo de faxes, copiadoras, scanner. • Experiencia mínima de 1 año en puestos similares. • Disponibilidad de horario.

Puesto: Secretaria
Función Básica: <ul style="list-style-type: none"> • Registrar entradas y salidas de los huéspedes. • Realizar reservaciones. Atender inquietudes y reclamos. • Realizar caja. • Conocer todos los servicios ofertados por la hostería.
Deberes y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> • Dar la bienvenida y registrar al cliente. • Informar al cliente sobre las instalaciones de la hostería. • Realizar y contestar llamadas telefónicas, fax o correos electrónicos. Realizar las reservaciones. • Recibir facturas del restaurante. • Realiza y entrega facturas a contabilidad. • Cobrar cuenta final al huésped.
Generalidades: <ul style="list-style-type: none"> • Estudios en hotelería. • Experiencia no indispensable. • Buenos conocimientos de inglés, buena presencia, mayor de 22 años.

Puesto: Jefe de comercialización y marketing
Función Básica: Efectuar planes de marketing para la promoción de la hostería
Deberes y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> • Planificar los territorios de ventas asignándoles la misma carga de trabajo. • De una manera ideal, el potencial comercial de los territorios debería ser el mismo, pero a menudo esto no es posible. • Planificar la situación óptima de las oficinas de ventas. • Idear los ciclos de viaje por los territorios de venta. • Redactar especificaciones de venta realistas para los vendedores. • Planificar estudios de mercado. • Establecer presupuestos para su área
Generalidades: <ul style="list-style-type: none"> • Profesional en marketing. • Experiencia mínima de 3 años en puestos similares. • Conocimientos en computación. • Manejo de buenas relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 28 años.

Puesto: Guía Turístico
Función Básica: <ul style="list-style-type: none"> • Persona que tiene por misión informar, dirigir y orientar al turista durante su estancia en el país.
Deberes y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> • Recibe las instrucciones de la empresa operadora sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar que incluye: número del vuelo o las especificaciones del barco, día y hora de llegada, tipo de tour, órdenes de servicios, presupuesto para gastos del tour y pases a instalaciones restringidas. • Supervisar la unidad de transporte a utilizar. • Elabora informe al finalizar los itinerarios. • Acompaña a los turistas en sus compras, paseos, visitas, espectáculos y diversiones. • Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad. • Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista. • Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos.
Generalidades: <ul style="list-style-type: none"> • Profesional en turismo. • Experiencia mínima de 3 años en puestos similares. • Conocimientos en computación. • Manejo de buenas relaciones interpersonales, buena presencia, mayor de 28 años. • 90% inglés

Puesto: Técnico (Mantenimiento)
Función Básica: <ul style="list-style-type: none">• Revisar y reparar los activos de la empresa
Deberes y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none">• Solucionar todos los problemas de reparación en la hostería• Realizar periódicamente la revisión de los activos de la hostería.• Verificar que esté en buen estado los equipos y maquinarias de la hostería.
Generalidades: <ul style="list-style-type: none">• Preparatoria terminada.• Edad 35 a 50 años.• Sexo masculino.• Experiencia en puestos similares.

Puesto: Vigilante de cocina
Función Básica: <ul style="list-style-type: none"> • Se ocuparán de la condimentación de los víveres, con sujeción al menú y regímenes alimentarios que se les facilite.
Deberes y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> • Encender el horno. • Realizar las tareas propias de comedor-office. • Mantener el horno y los hogares. • Montar, desmontar y limpiar los carros de comida. • Limpiar, desinfectar y mantener en perfectas condiciones de funcionamiento los útiles de cocina y comedor: bandejas, hornos, freidora, extractores, filtros, cortadoras, ollas, etc. • Limpiar y desinfectar la vajilla de planta. • Montar, desmontar y limpiar las mesas de los comedores. • Cuidar su higiene y uniformidad.
Generalidades: <ul style="list-style-type: none"> • Preparatoria terminada. • Edad 35 a 50 años. • Sexo masculino. • Experiencia en puestos similares.

Puesto: Chef
Función Básica: Dirige la cocina y se responsabiliza ante la dirección de la empresa del buen funcionamiento del servicio.
Deberes y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> • Checar la lista de requisición con un día de anticipación dentro del horario marcado. • reportar inmediatamente al chef encargado cualquier faltante o variación de los insumos, material y equipo requerido para la practica en laboratorio. • Etiquetar, recibir y almacenar los insumos en la cocina designada. • Checar las recetas a ejecutar.
Generalidades <ul style="list-style-type: none"> • Preparatoria terminada. • Edad 35 a 50 años. • Sexo masculino. • Experiencia en puestos similares. • Disponibilidad de horario. • Inglés 51%.

Puesto: mesero
Función Básica: Sugerir al cliente aperitivos, cócteles y bebidas después de la cena
Deberes y responsabilidades: <ul style="list-style-type: none"> • Sugerir alguna ensalada o algunas de las especialidades de la casa. • Conocer y aplicar el sistema para escribir las órdenes (comanda). • Sugerir, según sea necesario, alimentos o bebidas para algún cliente que sigue dieta o tiene alguna alergia especial. • Tratar de aprender los nombres de los clientes, así como sus preferencias
Generalidades <ul style="list-style-type: none"> • Preparatoria terminada. • Edad 25 a 50 años. • Sexo masculino. • Experiencia en puestos similares. • Disponibilidad de horario.

Puesto: Mucama

Función Básica:

- Se encarga de la limpieza de las habitaciones y áreas comunes del hotel como lo son en el restaurant, oficina, bussines center y los baños.

Deberes y responsabilidades:

- Conservar en buenas condiciones el material, equipo y sustancias manejándolas con cuidado y guardándolas en su lugar al final de su turno.
- Distribuir los periódicos en cada habitación.
- Deberá asear las habitaciones, área de recepción, patio, baños, restaurant, business center y las oficinas.

Generalidades:

- Secundaria terminada.
- Edad 35-50 años.
- Sexo femenino.
- Experiencia mínima de 1 año en puestos similares.

CAPÍTULO V

ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN Y CONTROL

5.1 Como será la estrategia de implementación –Acciones

Para implementar las estrategias se debe tener en cuenta lo que se necesita para poner en marcha la misma, sede empezar por la organización, seguida estructura organizacional sistemas de coordinación y control y trabajo en equipo.

5.2 Puntos Estratégicos

5.2.1 La organización

Infraestructura

Para que la organización empiece su funcionamiento debe primero realizar su construcción y establecer su infraestructura para ello se necesita:

- Adquisición del terreno de 2000 metros cuadrados cerca de un lugar estratégico
- Construcción de la hostería de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Adecuación del lugar de acuerdo a lo establecido en el estudio de mercado.

Selección del personal

Para realizar la selección del personal se podrá seleccionar de la siguiente manera:

- Cumpla con las competencias que requiere la hostería.
- Realizar evaluación para conocer su aptitud.
- Reclutar el personal necesario para cada una de las áreas de la empresa.
- Realizar publicaciones en los medios más circulados de la zona.
- El liderazgo recae en el gerente general de la Hostería; puesto que el mismo recae en la comunicación con el personal, promueve el clima de trabajo entre el personal, informa novedades al mismo, detecta oportunidades, ayuda a potenciar las capacidades individuales y colectivas.
- Al personal se realizará evaluaciones del desempeño de 360 grados, la misma que permite al empleado dar su opinión, y poder evaluar a la empresa de la misma manera, la finalidad es para mejor y cumplir los objetivos de la empresa.
- Las evaluaciones del puesto se realizarán 2 veces al año; con el propósito de analizar cómo se encuentra el nivel de salarios, el avance en la producción, entre otros.
- Se realizará un análisis de puestos; con la finalidad de determinar la importancia de cada empleado que formará parte de la Hostería.
- El desempeño se mide a través del trabajo y esfuerzo que día a día realiza el personal de la empresa, para cumplir metas de la misma; llegando al éxito y la efectividad.

Cultura Organizacional

La cultura organizacional se establece con el objetivo de dividir el trabajo en las diferentes áreas de la Hostería; logrando de esta manera una coordinación adecuada, implementando y cumpliendo con las tareas asignadas específicas.

Presupuesto Estratégico

La implementación de presupuestos estratégicos involucra la revisión del Gerente General, el mismo que ayuda y aprueba el presupuesto anual para el funcionamiento de la Hostería.

Se requiere “adoptar el presupuesto” para que este sea favorable a la estrategia, puesto que cada unidad y departamento necesita tener gente apta y capacitada para ocupar dichos puestos.

Existirá una coordinación entre las asignaciones y la relevancia que tiene cada unidad en la estrategia.

El cambio en la estrategia exige reasignar el presupuesto de ser el caso.

Como se mencionó en la parte de arriba el presupuesto elaborado será anualmente para la Hostería.

Políticas Y Procedimientos

Las estrategias de política se basan en ofrecer a los posibles clientes un producto de calidad; dichos procedimientos son ventajosos puesto que orientan al personal sobre el cómo proceder ante acciones que ayudarán al comportamiento del mercado.

El Gerente General de la Hostería debe ser ingenioso para idear políticas que ayuden a la estrategia de ejecución; entre las cuáles mencionamos:

- Integridad personal como expresión de disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo.
- Se buscará la productividad empleando recursos propios.
- Identificar las expectativas de nuestros clientes acerca del servicio que se ofrece.
- Se elaborarán paquetes que sean atractivos para el cliente.
- Se obtendrá crédito de proveedores de hasta 90 días de plazo.
- Se tratará de tener una estructura organizacional competitiva y preparada para lograr los objetivos de la Hostería.
- Se llevará un calendario de vacaciones
- Se realizará una planificación oportuna contra accidentes de trabajo.

Apoyo Logístico

Las estrategias de la Hostería no pueden ejecutarse si ésta no cuenta con una serie de sistemas de apoyo a las operaciones comerciales y de la administración.

Los sistemas de apoyo bien concebidos y tecnológicamente avanzados no sólo facilitan la mejor ejecución de la estrategia sino, más bien ayuda a determinar caminos aptos para el surgimiento de la Hostería; estos caminos pueden ser publicidad por internet dando a conocer los servicios que se ofrece, con los precios del mercado y las promociones que se realizarán.

Se utilizará cadenas de valor directa de la Hostería al Cliente final, sin necesidad de recurrir a un intermediario.

Los sistemas de información serán directos al Gerente General que ayudará para que el mismo toma las decisiones adecuadas.

Incentivos Dirigidos

Los incentivos dirigidos son parte de la estrategia, puesto que ayudan a establecer lo que al personal de la empresa es un incentivo como por ejemplo se realizará capacitación cada 3 veces al año, se entregarán bonos al empleado del año, entre otras.

Cada mencionar que el premio o reconocimiento puede ser monetario o no monetario, individual o grupal, público o privado.

5.5 Sistema de información de la estrategia

El Sistema de información de la estrategia es un modelo de ordenamiento adaptable a la Hostería “Rincón del Amazonas” que se aplicará en la empresa con la finalidad que proporcione informes periódicos para la planeación, el control y la toma de decisiones.

Estos sistemas se van a sustentar en ordenadores los cuales van a soportar un amplio espectro de tareas de la empresa, incluyendo el análisis, decisiones y la toma de decisiones; sin embargo, la decisión depende de la persona responsable. También va a depender de una base de datos como fuente de información, la cual surge de las tareas cotidianas de los empleados de la Hostería. Estos sistemas van hacer diseñados con una orientación de las personas que lo van a utilizar.

*“La finalidad del sistema de información de la estrategia, es la de proporcionar informaciones y datos, que faciliten a la toma de decisiones de la gerencia de la empresa, y consecuentemente incrementen de esta manera la calidad de la función directiva al apoyar cada decisión en una base sólida de información debidamente presentada y procesada”.*¹⁰

El sistema de información de la estrategia a implantar en la hostería “Rincón del Amazonas” tiene que cumplir con los siguientes requisitos:

- **Capacidad de proceso**, a fin de dar todos los datos que se demandan de una sola vez y evitar retrasos. El gerente del negocio va a disponer así de la información completa para la toma de decisiones sin grandes esperas.
- **Concisión**, que posibilite la presentación de resúmenes para que la información de salida sea legible y fácil de manejar.
- **Relevancia**, que permita establecer niveles y prioridades en la toma de datos, su proceso y salidas del sistema.

¹⁰ <http://es.scribd.com/doc/33381748/Los-Sistemas-de-Informacion>

- **Disponibilidad**, que exige la posibilidad de acceso a la información siempre que sea necesario.
- **Seguridad**, llegando a establecer niveles de acceso a los sistemas en función del puesto del usuario en la Hostería.

Nuestra empresa se ve en la necesidad de implantar un sistema de información de la estrategia por la búsqueda de mayor competitividad y calidad en la prestación de nuestro servicio turístico, la continua renovación, la explosión de los mercados globales y nacionales, la orientación del cliente y enorme flexibilidad que el mercado demanda.

5.6 Guía para control

Una vez definida la estructura, los cargos y funciones del personal; corresponde coordinar las unidades de la Hostería “Rincón del Amazonas” de modo que puedan potenciar y complementar los esfuerzos individuales en el logro de objetivos, metas y correcta ejecución de la estrategia del negocio. Para esto la Hostería promueve iniciativas que faciliten la comunicación fluida entre las partes empleados y área gerencial.

5.6.1 Sistemas de Coordinación y Control

Coordinar las unidades de la estructura organizacional para integrar los esfuerzos individuales de cada unidad, controlar los procedimientos, metas y objetivos.

Existen dos mecanismos coordinadores que explican las maneras fundamentales en que se puede coordinar el trabajo, como también lograr la comunicación y el control.

1) Ajuste Mutuo: Logra la coordinación del trabajo por medio de la comunicación informal. El control y el poder recaen sobre quien realiza las tareas.

2) Supervisión directa: Logra la coordinación al tener una persona que toma la responsabilidad del trabajo de las otras, emitiendo instrucciones para ellas y supervisando sus acciones.

5.7 Estrategia de incentivos para la gerencia

*“Los implantadores de estrategias exitosas tienen la habilidad para que los empleados creen la estrategia y se comprometan para que ésta funcione, trabajan para idear enfoques motivadores que apoyen la estrategia y lo usan de manera efectiva”.*¹¹

- La Hostería necesita un conjunto de gente ambiciosa que saboree la oportunidad de tener éxito, ame el reto, prospere en un ambiente orientado al rendimiento y encuentre que cierta competencia y presión, son útiles para saciar su propio impulso de obtener reconocimiento, logros y satisfacción personal.
- Para obtener el compromiso duradero y vigoroso de los empleados, la gerencia casi siempre tiene que hacer gala de recursos para diseñar y usar incentivos. Cuanto más entienda un gerente que

¹¹ <http://presenteadministrativo.blogspot.com/2009/06/el-clima-organizacional.html>

motiva a los subordinados y cuanto más confíe en los incentivos motivadores como una herramienta para implantar la estrategia, mayor será el compromiso de los empleados para poner en práctica el plan estratégico.

- La única manera confiable de lograr que la gente de toda la organización se centre en los objetivos estratégicos y que alcanzarlos se convierta en una forma de vida es recompensar a los individuos que logren las metas y negar estos incentivos a quienes no lo hagan.
- Para los implantadores de la estrategia, hacer un buen trabajo debe significar lograr los objetivos de rendimiento acordados. Cualquier otra norma debilita la implantación del plan estratégico y permite que el tiempo y la energía se desvíen hacia las actividades que no son muy importantes.
- La presión para lograr el rendimiento estratégico planeado debe ser incesante y debe prevalecer la norma de no se aceptan pretextos.
- El gerente debe tomar en consideración que el pago por rendimiento debe ser una pieza importante, no banal del paquete total de compensaciones.
- El plan de incentivos debe abarcar a todos los gerentes y trabajadores, y no restringirse a la alta gerencia.
- Los incentivos deben relacionarse estrechamente con la obtención de sólo los objetivos de rendimiento definidos en el plan estratégico.

- Los medios que generan un mayor compromiso y que atraen la atención son las decisiones que toma el implantador de la estrategia con respecto a aumentos salariales, compensación de incentivos, ascensos, asignaciones clave y formas e implicaciones de brindar reconocimiento y elogios.
- La manera como un gerente estructura los incentivos y otorga las recompensas indica que tipo de conducta y rendimiento quiere la gerencia y quién está haciendo un buen trabajo.
- Los incentivos ayudan a que los empleados hagan, por interés propio, lo que sea necesario para lograr los objetivos de rendimiento mencionados en el plan estratégico.

Medio ambiente

Medio ambiente, conjunto de elementos abióticos (energía solar, suelo, agua y aire) y bióticos (organismos vivos) que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos.¹²

En otras palabras es el medio en que vivimos y nos desarrollamos.

Actualmente muchos países antes de que se constituyen empresas piden se realice un estudio ambiental con la finalidad de conocer que impacto ocasionaría la nueva empresa no hay que olvidar que mientras las poblaciones humanas siguieron siendo pequeñas y su tecnología modesta, su impacto sobre el medio ambiente fue solamente local. No

¹² <http://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080823180901AAjAcYH>

obstante, al ir creciendo la población y mejorando y aumentando la tecnología, aparecieron problemas más significativos y generalizados. El rápido avance tecnológico producido tras la edad media culminó en la Revolución Industrial, que trajo consigo el descubrimiento, uso y explotación de los combustibles fósiles, así como la explotación intensiva de los recursos minerales de la Tierra. Fue con la Revolución Industrial cuando los seres humanos empezaron realmente a cambiar la faz del planeta, la naturaleza de su atmósfera y la calidad de su agua. Hoy, la demanda sin precedentes a la que el rápido crecimiento de la población humana y el desarrollo tecnológico someten al medio ambiente está produciendo un declive cada vez más acelerado y se debe tomar conciencia de estos factores antes de implementar una nueva empresa u organización.

La hostería Rincón del Amazonas con la finalidad de ayudar y proteger el medio ambiente quiere impulsar camitas, visita a paraqués ecológicos, cascadas que permitan a las personas concientizar la importancia de tener un lugar limpio y sin smock. Uno de los aspectos que pretende realizar la nueva hostería es impartir a través de sus guías el cuidado, importancia y el amor hacia la naturaleza.

Al no utilizar materia prima que genere una erosión de los suelos no causa un deterioro en el mismo por lo que ayuda a proteger al medio ambiente.

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO DEL PROYECTO

El objeto del estudio financiero es verificar que lo planteado en el estudio de mercado y técnico sea factible o viable económica y financieramente.

6.1 Inversiones

La inversión inicial consta de los siguientes rubros: Activos fijos, gastos diferidos, y capital de trabajo. El capital de trabajo se ha tomado para un mes dado que es con lo que se iniciará las operaciones de la nueva hostería. El capital de trabajo con el que se contará es de: \$ 9.636.46

Para el caso del presente proyecto de factibilidad, la inversión inicial se estima en \$ 432.045.46, que se detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 6.1: Inversión del Proyecto

CONCEPTO	VALOR
Activos fijos	420.229,00
Gastos Diferidos	2.200,00
Capital de trabajo inicial	9.636,46
Inversión Total	432.065,46

Fuente: Propia

Elaborado: Eliana Rentería

6.2 Activos fijos

Para el presente proyecto se van a requerir los bienes que se describen a continuación:

Terreno: se va a requerir un terreno que será de 2.000 metros cuadrados donde se construirá la estructura necesaria para ofrecer el servicio.

Tabla 6.2: Activos fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR TOTAL
Terreno	20.000,00
Construcciones	304.510,00
Vehículo	26.700,00
Maquinaria y Equipo	32.450,00
Muebles y Enseres	20.415,00
Equipos oficina	1.030,00
Equipos computación	2.920,00
TOTAL:	408.025,00

Elaborado por: Eliana Renteria

En este punto no se detalla los activos fijos porque los mismos se encuentran en el capítulo III que es el estudio técnico.

6.3 Activos Diferidos

Estos activos son aquellos que se requieren para constituir la empresa, entre los cuales se incluye el estudio previo que se realizará para ver su factibilidad.

Tabla 6.31: Activos Diferidos

ÍTEM	COSTO
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1,000.00
ESTUDIOS DEL PROYECTO	1,200.00
TOTAL	2,200.00

Elaborado: La Autora

Tabla 6.42: Gastos de Constitución

CONCEPTO	COSTO
HONORARIOS ABOGADO	500.00
NOTARÍA	50.00
REGISTRO MERCANTIL	100.00
MUNICIPIO, PATENTE	100.00
CÁMARA COMERCIO	50.00
PERMISO BOMBEROS	100.00
VARIOS	100.00
TOTAL	1,000.00

Elaborado: La Autora

6.4 Capital de Trabajo

Para determinar este rubro se debe incluir todos los costos de Mano de Obra, Materia prima, insumos, servicios básicos entre otros como muestra la siguiente tabla:

Tabla 6.5: Capital de Trabajo

RUBRO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Abastecimiento restaurante	2.918,23	35.018,76
Insumos	559,30	6.711,60
Talento Humano (Operación)	3.894,68	46.736,18
Talento Humano (Administración)	1.596,70	19.160,42
Talento Humano (Ventas)	645,25	7.743,00
Servicios básicos	1.178,00	14.136,00
Publicidad y promoción	261,90	3.142,80
Suministros de oficina	65,37	784,40
Mantenimiento	767,43	9.209,10
Honorarios contador	150,00	1.800,00
Seguridad	700,00	8.400,00
Combustible	120,00	1.440,00
Imprevistos (2%)	257,14	3.085,65
TOTAL	9.636,46	115.637,55

Elaborado: Eliana Rentería

Este capital de trabajo se apoya en los cuadros detallados que se adjuntan a continuación: cabe recalcar que el capital de trabajo se ha establecido en forma mensual ya que el mismo será utilizado para el inicio de las operaciones de la nueva hostería. Para el presente proyecto se tiene un capital de trabajo ,mensual de \$ 9.636.46

6.5 Publicidad

La publicidad será utilizada para que la hostería se conozca en el mercado.

Tabla 6.6: Publicidad

PUBLICIDAD	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Tarjetas de presentación	329	0,10	32,90	394,80
Dípticos con información	300	0,15	45,00	540,00
Papelería membretada (hojas y sobres)	350	0,04	14,00	168,00
Publicidad en internet	1	150,00	150,00	1.800,00
Página web	1	20,00	20,00	240,00
TOTAL			261,90	3.142,80

Elaborado: Eliana Rentería

6.6 Financiamiento del Proyecto

El proyecto será financiado mediante un aporte de capital de sus socios que asciende al 26% de la inversión total inicial, y el resto (74%) será financiado por un crédito para empresa que otorga la Corporación Financiera Nacional. Este crédito será concedido en base a la inversión de los socios la cual cubrirá el terreno, los activos diferidos, el capital de trabajo inicial y el 30% de la construcción; es decir que el crédito servirá para cubrir el 70% de la construcción y la compra de los demás activos fijos.

Tabla 6.7: Cuadro de Fuentes y Usos

DETALLE DE INVERSIONES	INVERSIÓN POR REALIZAR		INVERSIÓN TOTAL US\$
	ACCIONISTAS	PRÉSTAMO	
Activos Fijos			
Terreno	20.000,00		20.000,00
Construcciones	80.322,00	224.188,00	304.510,00
Vehículo		26.700,00	26.700,00
Maquinaria y Equipo		32.450,00	32.450,00
Muebles y Enseres		20.415,00	20.415,00
Equipos oficina		1.030,00	1.030,00
Equipos computación		2.920,00	2.920,00
Herramientas y equipos		6.274,00	6.274,00
Menaje		5.930,00	5.930,00
Total Activos Fijos	100.322,00	319.907,00	420.229,00
Activos Diferidos			
Gastos de Constitución	1.000,00		1.000,00
Estudios del Proyecto	1.200,00		1.200,00
Total Activos Diferidos	2.200,00	-	2.200,00
Suman Inversiones	102.522,00	319.907,00	422.429,00
Capital de trabajo (1 MES)	9.636,46		9.636,46
TOTAL DE INVERSIONES	112.158,46	319.907,00	432.065,46
% inversión	26%	74%	100%

Elaborado: La Autora

Se considera que el crédito del Banco Nacional de Fomento para compra de activos fijos se otorgue a 5 años plazo, con pagos semestrales a una tasa del 11.3% anual.

La tabla de amortización será con una cuota fija de \$41.437.73 según se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 6.8: Amortización del Crédito

VALORES INICIALES				VALORES FINALES		
Capital:	319.907,00			Total pagado:	427.472,41	
Tiempo:	10	(en semestres)		Interés total:	107.565,41	
Interés:	5,65%	(semestral)		Cuota Semestral:	42.747,24	
	11,3%	(anual)				

Cuota	Capital	Cuota Semestral	Cuota Capital	Cuota Interés	Capital Reducido	Interés Acumulado
1	319.907,00	42.747,24	24.672,50	18.074,75	295.234,50	18.074,75
2	295.234,50	42.747,24	26.066,49	16.680,75	269.168,01	34.755,50
3	269.168,01	42.747,24	27.539,25	15.207,99	241.628,77	49.963,49
4	241.628,77	42.747,24	29.095,22	13.652,03	212.533,55	63.615,51
5	212.533,55	42.747,24	30.739,10	12.008,15	181.794,46	75.623,66
6	181.794,46	42.747,24	32.475,85	10.271,39	149.318,60	85.895,05
7	149.318,60	42.747,24	34.310,74	8.436,50	115.007,86	94.331,55
8	115.007,86	42.747,24	36.249,30	6.497,94	78.758,57	100.829,49
9	78.758,57	42.747,24	38.297,38	4.449,86	40.461,18	105.279,35
10	40.461,18	42.747,24	40.461,18	2.286,06	(0,00)	107.565,41
TOTALES		427.472,41	319.907,00	107.565,41		

Elaborado: Eliana Rentería

6.7 Ingresos y Costos

Una vez establecida la inversión inicial se procede a estimar los ingresos por ventas que tendrá el proyecto, así como a resumir todos los costos que son requeridos para operar.

6.7.1 Ingresos

El proyecto ofrecerá el servicio de hospedaje para personas nacionales y extranjeras, el precio por el servicio es de \$70 por 3 noches. Este precio se ha establecido en base a dos factores: el primero haciendo referencia al precio que ofrece la competencia por noche y habitación, segundo por lo establecido en la encuesta pregunta N° 13 , la misma que señala con el 62% cuantas noches pasaría una persona en la hostería o en el lugar. Partiendo por esta aclaración se estableció que por día una persona pagaría 23.33 que es un valor estimado y bajo en comparación con la competencia, como se va a ofrecer un paquete para tres días como se señaló en el estudio de mercado se define un precio de 70 dólares por tres noches.

Partiendo de esas premisas se establece dos productos que proporcionarán ingresos al proyecto, estos son:

- Hospedaje, que tendrá un costo por 3 noche y por persona de \$70, el cual incluirá el hospedaje, el desayuno, la merienda, dos refrigerios en el día, bebidas y el uso de las instalaciones: piscina, sauna, turco, hidromasaje, canchas, gimnasia al aire libre con guía.
- Almuerzo, que tendrá un valor de \$7 por persona y por día, y que podrá escogerse dos opciones acompañadas de bebidas. El precio del almuerzo se ha estimado tomando en cuenta las opciones a ofrecer.

El proyecto podría recibir a un máximo de 48 personas por noche, el porcentaje de ocupación varía por mes del año, y se estableció en un

promedio del 57% de la ocupación, con lo cual se hospedarán los 1.316 clientes un total de 3.948 noches en la hostería

Tabla 6.9: Estimación de ingresos

meses del año	capacidad máxima diaria	% ocup diario	clientes a recibir al día	clientes a recibir a la semana	clientes a recibir al mes
enero	48	40%	19	57	228
febrero	48	45%	21	63	252
marzo	48	50%	24	72	288
abril	48	55%	26	78	312
mayo	48	55%	26	78	312
junio	48	60%	28	84	336
julio	48	60%	28	84	336
agosto	48	75%	36	108	432
septiembre	48	75%	36	108	432
octubre	48	60%	28	84	336
noviembre	48	50%	24	72	288
diciembre	48	70%	33	99	396
clientes a recibir al año:					3948
valor hospedaje por tres noches					70,00
ingresos al año por hospedaje					276.360,00
valor del almuerzo					7,00
porcentaje que consumen almuerzo					70%
clientes que consumen almuerzo					2763,6
ingresos al año por venta de almuerzos					19.345,20
total ingresos al año					295.705,20

Elaborado: Eliana Rentería

Para realizar la proyección de los ingresos se debe tomar en cuenta que clientes por 3 noches va creciendo en un 10% por año. La demanda insatisfecha a cubrir es del 2.6%. el precio por tres noche es de 70 dólares y el costo por almuerzo es de 7 dólares. La siguiente tabla muestra los ingresos.

Tabla 6.10: Proyección de los Ingresos

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
clientes hospedaje	3948	4343	4777	5255	5781
pvp hospedaje	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
ingresos hospedaje	276.360,00	304.010,00	334.390,00	367.850,00	404.670,00
clientes almuerzo	2763,6	3040	3344	3678	4046
pvp almuerzo	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
ingresos almuerzo	19.345,20	21.280,00	23.408,00	25.746,00	28.322,00
ingresos totales	295.705,20	325.290,00	357.798,00	393.596,00	432.992,00

Elaborado: Eliana Rentería

6.7.2 Costos

Los costos son todos aquellos egresos del proyecto que se requieren para brindar el servicio y administrarlo.

El primer rubro de los costos es el de Operación, el cual está formado por dos rubros los costos variables, que son aquellos que están en función del nivel de ventas; y los costos fijos que son los que no dependen del nivel de ventas.

Para el caso del hospedaje se incluirán los costos de:

- Kit habitación que constan como insumos, y que se componen principalmente de los consumibles de aseo que se ponen en el baño.
- Los alimentos que se ofrecerán en el desayuno, merienda, refrigerios y bebidas.

Tabla 6.11: Costos Variables

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
clientes hospedaje	3948	4343	4777	5255	5781
kit habitación	1,70	1,70	1,70	1,70	1,70
desayuno	2,10	2,10	2,10	2,10	2,10
merienda	2,10	2,10	2,10	2,10	2,10
refrigerios	2,20	2,20	2,20	2,20	2,20
bebidas	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
costo unitario hosp.	9,10	9,10	9,10	9,10	9,10
costos hospedaje	35.926,80	39.521,30	43.470,70	47.820,50	52.607,10
clientes almuerzo	2763,6	3040	3344	3678	4046
costo unitario alm.	2,10	2,10	2,10	2,10	2,10
costos almuerzo	5.803,56	6.384,00	7.022,40	7.723,80	8.496,60
costo variable total	41.730,36	45.905,30	50.493,10	55.544,30	61.103,70

Elaborado: Eliana Rentería

Tomando en cuenta esos costos variables, en el siguiente cuadro se adicionan los costos fijos que básicamente se componen del Talento Humano Operativo, los servicios básicos, el rubro de seguridad que se ha estimado en \$700 mensuales, lo que asegura un puesto de guardia contratado a una empresa, el combustible que se estima necesario para el vehículo a diesel y la depreciación que se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 6.12: Costos de Producción

COSTO DE OPERACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Abastecimiento Restaurante	35.018,76	38.522,20	42.372,20	46.610,80	51.276,00
Insumos	6.711,60	7.383,10	8.120,90	8.933,50	9.827,70
Personal Operativo	46.736,18	49.684,18	49.684,18	49.684,18	49.684,18
Servicios básicos	14.136,00	14.136,00	14.136,00	14.136,00	14.136,00
Seguridad	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00
Combustible	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00
Depreciación	26.928,33	26.928,33	26.928,33	25.955,00	25.955,00
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	139.370,88	146.493,82	151.081,62	155.159,48	160.718,88

Elaborado: Eliana Rentería

Los gastos de depreciación y amortización han sido calculados en base a los valores de la inversión inicial, y tomando en cuenta los porcentajes permitidos por la ley para el respectivo cargo mensual.

Tabla 6.13: Depreciación

ACTIVOS FIJOS	VIDA UTIL	% DEPRE. ANUAL	VALOR TOTAL	VALOR DEPREC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Terreno	N/A	N/A	20.000,00	-	-	-	-	-	-
Construcciones	20	5%	304.510,00	15.225,50	15.225,50	15.225,50	15.225,50	15.225,50	15.225,50
Vehículo	5	20%	26.700,00	5.340,00	5.340,00	5.340,00	5.340,00	5.340,00	5.340,00
Maquinaria y Equipo	10	10%	32.450,00	3.245,00	3.245,00	3.245,00	3.245,00	3.245,00	3.245,00
Muebles y Enseres	10	10%	20.415,00	2.041,50	2.041,50	2.041,50	2.041,50	2.041,50	2.041,50
Equipos oficina	10	10%	1.030,00	103,00	103,00	103,00	103,00	103,00	103,00
Equipos computación	3	33,3%	2.920,00	973,33	973,33	973,33	973,33	-	-
TOTAL:			408.025,00	26.928,33	26.928,33	26.928,33	26.928,33	25.955,00	25.955,00

Elaborado: Eliana Rentería

6.7.3 Costos no Operativos

Los costos no operativos constituyen los costos administrativos, amortización, mantenimiento.

Dentro de los costos de administración se encuentran suministros de oficina, salarios, del personal administrativo.

Tabla 6.14: Costos No Operativos

OTROS COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS AMINISTRATIVOS	34.479,57	35.884,59	35.976,34	36.077,37	36.188,56
TALENTO HUMANO (ADMINISTRACION)	19.160,42	20.388,42	20.388,42	20.388,42	20.388,42
SUMINISTROS OFICINA	784,40	784,40	784,40	784,40	784,40
MANTENIMIENTO	9.209,10	9.209,10	9.209,10	9.209,10	9.209,10
HONORARIOS CONTADOR	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
AMORTIZACIÓN	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
IMPREVISTOS	3.085,65	3.262,66	3.354,42	3.455,44	3.566,63
COSTOS DE VENTAS	10.885,80	11.385,80	11.385,80	11.385,80	11.385,80
TALENTO HUMANO (VENTAS)	7.743,00	8.243,00	8.243,00	8.243,00	8.243,00
PUBLICIDAD	3.142,80	3.142,80	3.142,80	3.142,80	3.142,80
COSTOS FINANCIEROS	34.815,50	28.920,02	22.339,53	14.994,45	6.795,92
INTERESES PRESTAMO	34.755,50	28.860,02	22.279,53	14.934,45	6.735,92
SERVICIOS BANCARIOS	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
TOTAL OTROS COSTOS	80.180,86	76.190,41	69.701,68	62.457,61	54.370,27
COSTOS TOTALES DEL PROYECTO	219.551,74	222.684,22	220.783,29	217.617,10	215.089,16

Elaborado: Eliana Rentería

Tabla 6.15: Amortización

AMORTIZACIÓN						
ÍTEM	COSTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.000,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
ESTUDIOS DEL PROYECTO	1.200,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
TOTAL	2.200,00	440,00	440,00	440,00	440,00	440,00

Elaborado: Eliana Rentería

Tabla 6.16: Mantenimiento de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	% MANT	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Terreno	0,15%	20.000,00	30,00	360,00
Construcciones	0,15%	304.510,00	456,77	5.481,18
Vehículo	0,20%	26.700,00	53,40	640,80
Maquinaria y Equipo	0,4%	32.450,00	129,80	1.557,60
Muebles y Enseres	0,4%	20.415,00	81,66	979,92
Equipos oficina	0,4%	1.030,00	4,12	49,44
Equipos computación	0,4%	2.920,00	11,68	140,16
TOTAL:		408.025,00	767,43	9.209,10

Elaborado: Eliana Rentería

6.8 Evaluación Financiera

Una vez establecidos la inversión inicial, los ingresos y los costos totales que tendrá el proyecto, se procederá a elaborar el estado inicial, el de resultados y el flujo de caja para proceder a aplicar los indicadores de evaluación financiera y obtener un resultado que verifique la viabilidad financiera del proyecto.

6.8.1 Estados Financieros

6.8.1.1 Estado Inicial

El estado de situación inicial representa la inversión que se va a realizar al inicio del proyecto.

Tabla 6.17: Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		
Corrientes		21.840,46
Efectivo	6.158,93	
Inventario materia prima	3.477,53	
Herramientas y equipos	6.274,00	
Inventarios menaje	5.930,00	
	<hr/>	
Fijos		408.025,00
Depreciables		
Terreno	20.000,00	
Edificios	304.510,00	
Vehículos	26.700,00	
Maquinaria y Equipo	32.450,00	
Muebles y enseres	20.415,00	
Equipos de Oficina	1.030,00	
Equipo de computación	2.920,00	
	<hr/>	
Diferidos e Intangibles		2.200,00
Amortizables		
Estudios de Factibilidad	1.200,00	
Gastos de Constitución	1.000,00	
TOTAL ACTIVOS		432.065,46
		<hr/>
PASIVO		
A corto Plazo		-
Proveedores	-	
A largo plazo		319.907,00
Préstamo Bancario	319.907,00	
PATRIMONIO		112.158,46
Capital social	112.158,46	
TOTAL pasivo + PATRIMONIO		432.065,46

Elaborado: Eliana Rentería

6.8.1.2 Estado de Resultados

Es un reporte financiero donde se incluyen los ingresos y egresos con el objeto de verificar si se obtienen utilidades o pérdidas al final de un período.

Para el caso puntual del proyecto se proyectará el estado de resultados para los cinco primeros años de operación.

Tabla 6.18: Estado de Resultados

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) INGRESOS	295.705,20	325.290,00	357.798,00	393.596,00	432.992,00
(-) COSTO DE VENTAS	139.370,88	146.493,82	151.081,62	155.159,48	160.718,88
= UTILIDAD BRUTA	156.334,32	178.796,18	206.716,38	238.436,52	272.273,12
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	34.479,57	35.884,59	35.976,34	36.077,37	36.188,56
(-) GASTOS DE VENTAS	10.885,80	11.385,80	11.385,80	11.385,80	11.385,80
= UTILIDAD OPERACIONAL	110.968,95	131.525,79	159.354,24	190.973,35	224.698,76
(-) GASTOS FINANCIEROS	34.815,50	28.920,02	22.339,53	14.994,45	6.795,92
= UTILIDAD ANTES DE REPARTO	76.153,46	102.605,78	137.014,71	175.978,90	217.902,84
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	11.423,02	15.390,87	20.552,21	26.396,84	32.685,43
= UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	64.730,44	87.214,91	116.462,50	149.582,07	185.217,42
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	16.182,61	21.803,73	29.115,63	37.395,52	46.304,35
= UTILIDAD NETA	48.547,83	65.411,18	87.346,88	112.186,55	138.913,06

Elaborado: Eliana Rentería

6.8.1.3 Flujo de Caja

Este estado es muy importante ya que permite la realización de la evaluación financiera del proyecto, debido a que toma en cuenta la el monto de efectivo que genera cada año, el cual será sometido posteriormente al análisis de indicadores.

Tabla 6.19: Flujo de Caja

CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
= UTILIDAD NETA		48.547,83	65.411,18	87.346,88	112.186,55	138.913,06
(+) Aporte de Capital	112.158,46					
(+) Depreciaciones		26.928,33	26.928,33	26.928,33	25.955,00	25.955,00
(+) Amortizaciones		440,00	440,00	440,00	440,00	440,00
(+) Préstamo	319.907,00					
(-) Pago del Capital préstamo		50.738,99	56.634,46	63.214,95	70.560,04	78.758,57
(-) Inversión Inicial	432.065,46	-	-	-	-	-
= FLUJO NETO DE CAJA	-	25.177,18	36.145,05	51.500,26	68.021,51	86.549,50

Elaborado: Eliana Rentería

6.8.2 Indicadores de Evaluación

6.8.2.1 Tasa de Descuento

Para la aplicación de los indicadores de evaluación financiera es necesario establecer una tasa de descuento que se aplicará en el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y comparará con la Tasa Interna de Rendimiento (TIR).

Para el caso del proyecto se utilizará la tasa de descuento o de oportunidad del inversionista, la cual tiene como objeto evaluar el proyecto desde el punto de vista del inversionista.

Para el cálculo se utilizará la siguiente fórmula:

$$i = (T.P * \%R.P) + T.A * (1-t) * \%P + \text{Riesgo} + \text{Inflación}$$

Los términos utilizados en la fórmula corresponde a:

tasa pasiva	T.P =	4,60%
recursos propios	R.P =	26%
tasa activa	T.A =	8,34%
tasa impuestos	t =	25,00%
préstamo	P =	74,04%
	Riesgo =	4,00%
	Inflación =	5,17%

Los cuales se reemplazan en la fórmula para dar el siguiente resultado:

$$i = (0.046 * \%0.2641) + 0.0834 * (1-0.25) * 0.7359 + 0.04 + 0.0517$$

i =

15,00%

El resultado obtenido indica que los inversionistas desearían tener una tasa mínima de rendimiento del 15.00% sobre la inversión que van a realizar en el proyecto; es decir, que se calcula como mínimo un 15.00% de rendimiento para el proyecto.

6.8.2.2 Valor Actual Neto (VAN)

Determinada la tasa se procede a calcular el Valor Actual Neto del proyecto, que corresponde mediante la aplicación de la fórmula a traer a valor actual los valores del flujo de efectivo para compararlos con la inversión inicial y verificar si es o no factible el proyecto.

El VAN dice que si los valores actuales netos de los flujos son mayores que la inversión el proyecto es factible, pero si son iguales o menores a la inversión no se declara factible.

$$VAN = -i + \frac{\sum \text{FLUJOS}}{(1+i)^n}$$

Tabla 6.203: Cálculo del VAN

AÑOS	FNC	SFNC	(1+i)ⁿ	FNC/(1+i)ⁿ
0	-112.158,46			-112.158,46
1	25.177,18	25.177,18	1,15	21.894,08
2	36.145,05	61.322,23	1,32	27.333,05
3	51.500,26	112.822,49	1,52	33.866,33
4	68.021,51	180.844,00	1,75	38.897,77
5	86.549,50	267.393,50	2,01	43.039,03
SUMAN	267.393,50			52.871,80

Elaborado: Eliana Rentería

El resultado del VAN para el proyecto es de \$52.871,80 al ser positivo este valor se acepta el proyecto según este indicador.

6.8.2.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno o rendimiento, es aquella tasa a la cual está recuperándose la inversión. Otra forma de comprender este indicador establece que TIR es la tasa de descuento a la cual el VAN resulta cero.

La fórmula usual del TIR es:

$$T.I.R = T_m + (T_M - T_m) \left[\frac{V.A.NT_m}{(V.A.NT_m - V.A.NTM)} \right]$$

Aplicando la formula se tiene:

FORMULA EXTRAPOLACIÓN:		AÑOS	FLUJO	
$\left(\frac{(TM - Tm) * VPN_m}{(VPN_m - VPN_M)} \right) + Tm$		0	- 112.158,46	
		Tm: 18,10%	1	25.177,18
		TM: 18,50%	2	36.145,05
		VPN_m: 38.977,77	3	51.500,26
		VPN_M: 37.314,35	4	68.021,51
		5	86.549,50	
TIR CALCULADO CON FORMULA EXTRAPOLACION:		27,47%		
TIR CALCULADO CON FORMULA EXCEL:		29,69%		

Para el proyecto se calcula el TIR en base a la fórmula determinada para el efecto y se obtiene un resultado del 29.69 %, la cual es mayor a la tasa de descuento utilizada y que se entiende es la tasa mínima que esperaban recibir los inversionistas por este proyecto.

6.8.2.4 Período de Recuperación de la Inversión (PRI)

La aplicación de este criterio de evaluación permite conocer cuando se habrá recuperado la inversión del proyecto.

Para esto se calcularán los siguientes términos:

FNC	=	Flujo Neto de Caja
FNCA	=	Flujo Neto de Caja Actualizado
FNCAA	=	Flujo Neto de Caja Actualizado Acumulado

Tabla 6.21: PRI del Proyecto

AÑO	FNC	FNCA	FNCAA
0	(112.158,46)	(112.158,46)	(112.158,46)
1	25.177,18	21.894,08	(90.264,39)
2	36.145,05	27.333,05	(62.931,34)
3	51.500,26	33.866,33	(29.065,01)
4	68.021,51	38.897,77	9.832,76
5	86.549,50	43.039,03	52.871,80

Elaborado: Eliana Rentería

Según el cálculo presentado la inversión del proyecto se recuperará al cuarto año de operación, tomando como referencia el flujo de caja actualizado acumulado.

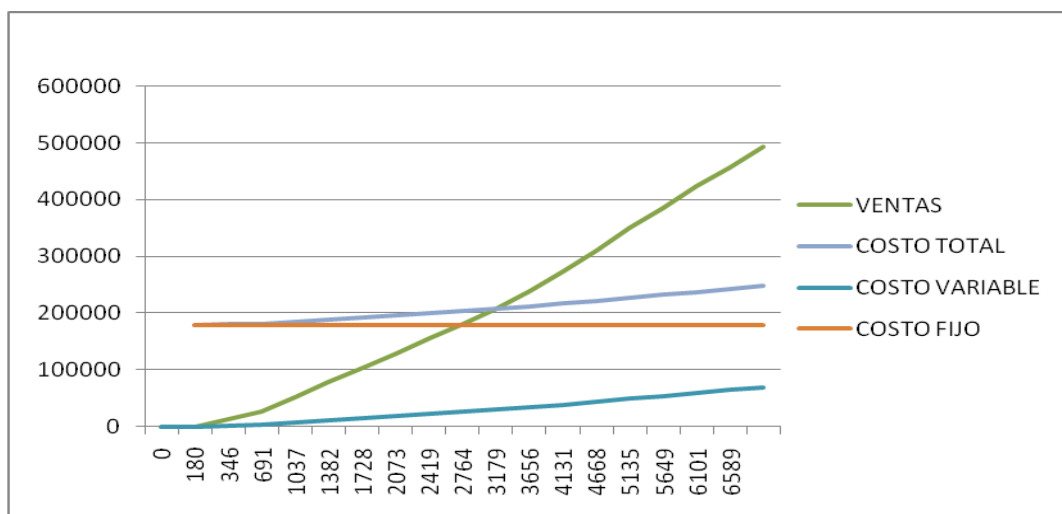
6.8.2.5 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador que permite conocer el punto a partir del cual el proyecto paga sus costos totales, y empieza a generar utilidad; en este caso se puede ver que el punto de equilibrio para el proyecto es de 2.764 noches de personas hospedadas al año, lo cual es inferior al nivel de ventas propuesto para todos los años.

$$\begin{aligned}
 \text{PE (Q)} &= \frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{PRECIO} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}} \\
 \text{PE (Q)} &= \frac{177.821,38}{74,90 - 10,57} \\
 \text{PE (Q)} &= 2.764 \\
 \\
 \text{PE (\$)} &= \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - \frac{\text{COSTO VARIABLE UNIT}}{\text{INGRESOS}}} \\
 \text{PE (\$)} &= \frac{177.821,38}{1 - \frac{10,57}{74,90}} \\
 \text{PE (\$)} &= 207.039,04
 \end{aligned}$$

A continuación se muestra el gráfico del punto de equilibrio para el primer año del proyecto.

Gráfico 6.1: Punto de Equilibrio del primer año



Elaborado: Eliana Rentería

Es importante aplicar las fórmulas del punto de equilibrio para los 5 períodos proyectados y verificar que en efecto los niveles de ventas proyectados son superiores en todos los casos al mínimo requerido para pagar los costos totales.

Tabla 6.22: Punto de Equilibrio Proyectado

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>Costo Fijo</i>	177.821,38	176.778,92	170.290,19	162.072,80	153.985,46
<i>Costo Variable</i>	41.730,36	45.905,30	50.493,10	55.544,30	61.103,70
<i>Ingresos</i>	295.705,20	325.290,00	357.798,00	393.596,00	432.992,00
P.EQUILIBRIO EN VALOR	207.039,04	205.825,22	198.270,48	188.702,51	179.286,28
<i>Unidades</i>					
<i>Costo Variable Unitario</i>	10,57	10,57	10,57	10,57	10,57
<i>Precio de venta unitario</i>	74,90	74,90	74,90	74,90	74,90
P.EQUILIBRIO EN UNIDADES	2.764	2.748	2.647	2.519	2.394

Elaborado: Eliana Rentería

6.9 Análisis de Sensibilidad

Indica el cambio que sufren los indicadores financieros de un proyecto cuando se incluyen una serie de escenarios que pueden darse en la economía.

Para determinar la sensibilidad del proyecto se va a analizar el nivel de ventas. El punto en que la TIR y TMAR se igualan constituye el límite máximo en que puede cambiar la variable analizada y en base al valor de este porcentaje se puede determinar la sensibilidad del proyecto.

Variable ventas:

En la tabla 6.33 se muestra la variación de la TIR cuando aumenta o disminuyen las ventas del proyecto.

Cuando existe una disminución de ventas en un 8% el VAN se hace negativo. Con una variación del 7.55% la TIR y TMAR del proyecto se igualan, por lo que el límite máximo al que pueden disminuir las ventas es 7.55%. Lo que demuestra que el proyecto es sensible a una variación de las ventas.

Tabla Nº 6.23: Variación de ventas

VARIACIÓN VENTAS	TIR	VAN	TMAR
▼ 5%	19,89%	17.086,49	15,00
▼ 10	10,42%	-15.445,60	15,00
▼ 8%	14,18%	-2.794,23	15,00
▼ 7,55%	15,00%	442,16	15,00

Elaborado por: Eliana Rentería

Variable sueldos:

En la tabla 6.35 se indica la variación de la TIR cuando incrementa el valor de los sueldos del proyecto.

En el presente proyecto la TIR y TMAR se igualan cuando la variación de los sueldos se aumenta en un 14.1%. Es decir que el proyecto es poco

sensible a la variación de los sueldos ya que si los mismos se mantienen el proyecto seguirá siendo rentable.

Tabla N° 6.24: Variación de sueldos

VARIACIÓN SUELDOS	TIR	VAN	TMAR
▲ 5%	25,21%	35.384,20	15,00
▲ 10%	19,99%	16.432,60	15,00
▲ 15%	13,16%	-4.086,49	15,00
▲ 14,1%	15,00%	147,82	15,00

Fuente: Propia

Elaborado por: Eliana Rentería

Variable costos de insumos

En la tabla 6.36 se indica la variación de la TIR cuando varía los costos de los insumos del proyecto.

La TIR es igual a la TMAR cuando existe un incremento en los costos de: 16.50%. Si los costos siguen aumentando la TIR se hace menor a la TMAR y el VAN se hace negativo, esto representa que el proyecto no sea rentable.

Tabla N° 6.25: Variación costo de insumos

VARIACIÓN INSUMOS	TIR	VAN	TMAR
▲ 5%	25,34%	36.935,07	15,00
▲ 10%	20,93%	20.998,34	15,00
▲ 15%	16,44%	5.061,62	15,00
▲ 16,50%	15,00%	280,60	15,00

Fuente: Propia

Elaborado por: Eliana Rentería

Resumen del análisis de sensibilidad

A continuación en la tabla 6.37 se muestra un resumen del análisis de sensibilidad.

Tabla N° 6.26: Límite de sensibilidad TIR=TMAR

VARIACIONES		
Variación Ventas	Variación Sueldos	Variación Costo de Insumos
7.55	14.1%	16.50%

Fuente: Propia

Elaborado por: Eliana Rentería

El proyecto es muy sensible a las ventas pero poco sensible a la variación de los sueldos y costos de insumos.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- La parroquia de Shell Mera ha venido convirtiéndose en uno de los atractivos turísticos de la región amazónica desde hace 5 años, debido a que se terminó la construcción de una vía de acceso asfaltada que ha permitido dinamizar el turismo en este sector de país.
- El mercado de servicios al momento presenta una gran oportunidad para iniciar una inversión ya que existe una alta demanda insatisfecha de 49.806 pax de los cuales la hostería para ingresar al mercado con facilidad cubrirá el 2.6% (1316 pax)
- El servicio de hospedaje alimentación y recreación es muy demandado en la parroquia Shell y se lo puede justificar por la encuesta realizada a los turistas nacionales y extranjeros.
- Al implementarse una hostería que ofrezca tour ecológicos, la misma tendrá una buena acogida en el mercado ya que las encuestas destacan un alto porcentaje de aceptación para este tipo de servicio.
- El crecimiento de la oferta es mucho menor que el crecimiento de la demanda para el servicio de hospedaje y alimentación.
- El proyecto es factible ya que presenta un VAN de 52.871.80 y una TIR de 29.69% lo que indica que el proyecto es viable, ya que al ser la TIR mayor a 0 muestra que el proyecto es una buena opción para invertir .

- El análisis de sensibilidad mostro que al disminuir las ventas y mantenerse costos e insumos el proyecto es muy sensible ya que si las ventas bajan más del 7.55% no se logrará cubrir los costos que demanda el proyecto.

7.2. Recomendaciones

- Se debe aprovechar la oportunidad que existe en el mercado de servicios de hospedaje y alimentación en la provincia de Pastaza, ya que existe una actual demanda insatisfecha alta y que ofrece una singular oportunidad.
- Se deberá cuidar de todos los detalles en la construcción de las instalaciones y en sus acabados para ofrecer un producto de muy alta calidad y generar una diferenciación en el servicio basados en el concepto de exclusividad.
- El personal que sea contratado para poner en marcha la operación del proyecto deberá ser seleccionado y luego capacitado en valores y en el compromiso de procurar la excelencia en la atención al cliente.
- El proyecto será financiado mediante capital propio de los accionistas y mediante un crédito con la Corporación Financiera Nacional.
- No se debe descuidar en ningún momento la publicidad, la calidad en el servicio y en las instalaciones ya que se observó que el proyecto es altamente sensible a la variación de la demanda.

BIBLIOGRAFÍA

- BERNAL, Cesar, “Metodología de la Investigación”, Editorial Pearson Educación de Colombia, Copyright, 2000, pág 153.
- BIGNÉ, Enrique, “Marketing de Destinos Turísticos”, ESIC Editorial, 1ra. Edición, Madrid, 2000.
- CÓRDOVA, Marcial, “Formulación y Evaluación de Proyectos”, ECOE Ediciones, Bogotá, 2006.
- FERRÉ, María, “Los Estudios de Mercado”, Ediciones Díaz de Santos, 1ra. Edición, Madrid, 1997.
- GRAJALES, Guillermo, “Estudio de mercado y Comercialización”, Bogotá, 1970.
- MÉNDEZ, Guillermo, “La Gestión Financiera de las Empresas Turísticas”, 1ra. Edición, Editorial Top Printell, España, 2006.
- MUÑOZ, Francisco, “El Turismo Explicado con Claridad”, Editorial Libros en Red, 1ra. Edición, España, 2003.
- OLMOS, Lourdes, “Estructura de Mercado Turístico”, Ediciones Nobel, 1ra. Edición, Madrid, 2011.
- OSORIO, Maribel, “Ensayos Teóricos-Metodológicos del Turismo”, Editorial ESIC, 1ra. Edición, Madrid, 2000.
- PONCE, Javier “ENCICLOPEDIA ECUADOR A SU ALCANCE-ESPASA SIGLO XXI” Editorial Planeta Colombiana, Primera Edición Febrero 2004, Colombia-Bogotá.
- QUESADA, Renato, “Elementos del Turismo”, 1ra Edición, Editorial EUNED, San José, 2007.
- MELGOSA, Francisco, “Código Turismo”, Madrid, Editorial Gráficas Muriel, 1ra. Edición, 2007.

NET GRAFÍA

- http://www.exploringecuador.com/espanol/highland_ecuador.htm
- http://ecuadorextremo.com/regiones/sierra_andina.htm
- <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/sierra.htm>
- http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1964:carchi-un-polo-turistico-en-el-norte-del-ecuador-&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151
- <http://ecuadorextremo.com/provincias/carchi.htm>
- <http://www.visitaecuador.com/andes.php?opcion=datos&provincia=4&ciudad=uVv71jVz>
- <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/carchi5.htm>
- http://www.visitaecuador.com/fiestas.php?codigo=12BaFshid8&nuevo_mes=11&dias=19
- <http://ecuadorextremo.com/provincias/imbabura.htm>
- <http://hotel-sierra-norte.4t.com/photo3.html>
- http://www.otavalovirtual.com/turismo/lugares_turisticos.htm
- <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/sierra.htm>
- <http://ecuadorextremo.com/provincias/pichincha.htm>
- <http://www.in-quito.com/uio-kito-qito-kyto-qyto/spanish-uio/pichincha.htm>
- http://ecuadorextremo.com/provincias/santo_domingo_de_los_tsacuilas.htm
- <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/conozca-el-ecuador-provincia-del-cotopaxi-65205-65205.html>
- <http://ecuadorextremo.com/provincias/cotopaxi.htm>
- <http://ecuadorextremo.com/provincias/tungurahua.htm>
- <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/tung5.htm>

- <http://ecuadorextremo.com/provincias/bolívar.htm>
- <http://www.slideshare.net/nervopatricio/lugares-turisticos-de-bolivar>
- http://www.kalipedia.com/geografia-ecuador/tema/geografia-politica/historia.html?x=20080803klpgeogec_21.Kes&ap=0
- <http://www.explored.com.ec/ecuador/continue/boli5.htm>
- <http://ecuadorextremo.com/chimborazo.htm>
- http://www.chimborazo.net/riobamba_chimborazo.html
- <http://ecuadorextremo.com/provincias/canar.htm>
- http://www.hcpcanar.gov.ec/hcpc_hprovincia.asp
- <http://ecuadorextremo.com/provincias/azuay.htm>
- <http://ecuadorextremo.com/provincias/loja.htm>
- <http://ecuador.acambiode.com/empresas?find=camping>