


TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

# APOYAR AL SECTOR TURÍSTICO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÌA UBICADA EN LA PARROQUIA DE NONO AL NOROCCIDENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2016

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnóloga en Administración Bancaria y Financiera

Autora: Paola Elizabeth Coro Baraja

Tutor: Ing. Ángela Pimbo

Quito, Enero 2017

# DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR

# DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que se ha llegado con de mi absoluta responsabilidad.

_____

Paola Elizabeth Coro Baraja

C.I. 1750016667

# CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

**Yo, Coro Baraja Paola Elizabeth** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 175001667 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *"La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato";* en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: "Tecnóloga en Administración Bancaria y Financiera." facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo trascrito.

**FIRMA** _____

**NOMBRE** _____

**CEDULA** _____

Quito, a los …….

# AGRADECIMIENTO

A mis padres, hermanos que me apoyaron durante este tiempo de estudio, por sus consejos para levantarme y no rendirme que me apoyan en cada paso que doy, a mi sobrina Geraldine y a mi abuelito sobre todo a un ser muy especial que ahora goza de la compañía de Dios que son mi inspiración de mi día a día, mi tutora Ing. Ángela Pimbo por guiarme para la culminación de mi proyecto y sobre todo a Dios por su Bendición.

## DEDICATORIA

A mis padres que están en todo momento, su compañía, sus consejos, apoyo y darme la fuerza para seguir, a mis hermanitos que me apoyan en todo momento, a mi pequeña sobrina Geraldine y abuelito que son mi inspiración para seguir de pie, pero sobre todo a un ser muy especial en mi vida “mi ángel” que ahora está en compañía de Dios a quien le prometí culminar mi carrera.

# ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE APROBACIÓN TUTOR Y LECTOR ..... i
DECLARATORIA ..... ii
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR ..... iii
AGRADECIMIENTO ..... iv
DEDICATORIA ..... v
RESUMEN EJECUTIVO ..... xvii
ABSTRACT ..... xviii
CAPITULO I ..... 1
1. INTRODUCCIÓN ..... 1
1.1 Justificación ..... 1
1.2 Antecedentes ..... 2
CAPÍTULO II ..... 7
2. ANÁLISIS SITUACIONAL ..... 7
2.1 AMBIENTE EXTERNO ..... 7
2.1.1 Factor Económico ..... 7
2.1.1.1 Inflación ..... 8
2.1.1.2 PIB ..... 9
2.1.1.2.1 PIB Sectorial ..... 10
2.1.1.3 Balanza de Comercial ..... 12
2.1.1.4 Riesgo País ..... 13
2.1.1.5 Tasa de interés ..... 15
2.1.1.5.1 Tasa de interés Activa ..... 15
2.1.1.5.2 Tasa de interés pasiva ..... 16
2.1.2 Factor Social ..... 18
2.1.2.1 Crecimiento poblacional ..... 18
2.1.2.2 Tasa de Desempleo ..... 19

2.1.2.3 PEA (Población Económicamente Activa) ..... 20
2.1.2.4 Migración ..... 23
2.1.3 Factor legal ..... 25
2.1.4 Factor tecnológico ..... 34
2.2 ENTORNO LOCAL ..... 35
2.2.1 Clientes ..... 35
2.2.1.1 Clientes Internos ..... 36
2.2.1.2 Clientes Externos ..... 36
2.2.2 Proveedores ..... 36
2.2.3 Competidores ..... 37
3. 2.3 ANÁLISIS INTERNO ..... 38
2.3.1 Propuesta Estratégica ..... 39
2.3.1.1 Misión ..... 39
2.3.1.2 Visión ..... 40
2.3.1.3 Objetivos ..... 42
2.3.1.3.1 Objetivo General ..... 42
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos ..... 42
2.3.1.4 Principios o Valores ..... 43
2.3.2 Gestión Administrativa ..... 44
2.3.2.1 Planificación ..... 45
2.3.2.2 Organización ..... 45
2.3.2.2.1 Organigrama Estructural ..... 46
2.3.2.2.2 Perfil de puesto o cargo ..... 47
2.3.3 Gestión Operativa ..... 53
2.3.3.1 Flujograma de servicios ..... 54
2.3.4 Gestión Comercial ..... 55
2.3.4.1 Servicio ..... 55
2.3.4.2 Precio ..... 59

2.3.4.3 Plaza ..... 59
2.3.4.4 Promoción ..... 59
2.3.4.4.1 Logotipo ..... 60
2.3.4.4.2 Slogan ..... 61
2.3.4.4.3 Papelería corporativa ..... 61
2.3.4.4.4 Material P.O.P ..... 63
2.4 Análisis FODA ..... 64
CAPÍTULO III ..... 66
3. ESTUDIO DE MERCADO ..... 66
3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR ..... 66
3.1.1 Determinación de la población y muestra ..... 68
3.1.1.2 Tamaño del Universo ..... 68
3.1.1.3 Muestra ..... 69
3.1.1.4 Formulación de la muestra ..... 69
3.1.2 Técnicas de la obtención de la información ..... 70
3.1.2.1 Modelos da la Encuesta ..... 72
3.1.3 Análisis de la información ..... 74
3.2. OFERTA ..... 86
3.2.1 Oferta Histórica ..... 86
3.2.2 Oferta Actual ..... 86
3.2.3 Oferta Proyectada ..... 87
3.4 DEMANDA ..... 88
3.3.1 Demanda Histórica ..... 90
3.3.2 Demanda Actual ..... 90
3.3.3 Demanda Proyectada ..... 91
3.4 BALANCE OFERTA-DEMANDA ..... 92
3.4.1 Balance Actual ..... 92
3.4.2 Balance Proyectado ..... 93

CAPÍTULO IV ..... 94
4. ESTUDIO TÉCNICO ..... 94
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO ..... 94
4.1.1 Capacidad Instalada ..... 94
4.1.2 Capacidad Óptima ..... 98
4.2 LOCALIZACIÓN ..... 99
4.2.1 Macro localización ..... 99
4.2.2 Micro Localización ..... 101
4.2.3 Localización Óptima ..... 101
4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO ..... 102
4.3.1 Definición del servicio ..... 102
4.3.2 Distribución de la planta ..... 103
4.3.2.1 Código de cercanía ..... 103
4.3.2.2 Razones de Cercanías ..... 104
4.3.2.3 Matriz Triangular ..... 104
4.3.2.4 Distribución de la planta ..... 105
4.3.2.4 Tabulación de la Matriz Triangular ..... 105
4.3.3 Proceso Productivo ..... 109
4.3.1 Maquinaria y Equipo ..... 111
CAPÍTULO V ..... 114
5. ESTUDIO FINANCIERO ..... 114
5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES ..... 114
5.1.1 Ingresos operacionales ..... 114
5.1.2 Ingresos no operacionales ..... 117
5.2 COSTOS ..... 117
5.2.1 Costos Directos ..... 117
5.2.2 Costos Indirectos ..... 117
5.2.3 Gastos Administrativos ..... 118

5.2.4 Costo de Ventas ..... 119
5.2.5 Costos Financieros ..... 120
5.2.6 Costos Fijos y Variables ..... 120
5.2.6.1 Costos Fijos ..... 120
5.2.6.2 Costos variables ..... 121
5.3 INVERSIONES ..... 121
5.3.1 Inversión fija ..... 121
5.3.1.1 Activos fijos ..... 121
5.3.1.2 Activos diferidos ..... 122
5.3.2 Capital de trabajo ..... 122
5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos ..... 123
5.3.4 Amortización de financiamiento (Tabla de amortización) ..... 125
5.3.5 Depreciaciones ..... 127
5.3.6 Estado de situación inicial ..... 127
5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años) ..... 129
5.3.8 Flujo de caja ..... 129
5.4 EVALUACIÓN ..... 130
5.4.1 Tasa de descuento ..... 130
5.4.2 VAN ..... 131
5.4.3 TIR ..... 132
5.4.4 PRI (Período de recuperación de la inversión) ..... 133
5.4.5 RBC (Relación costo beneficio) ..... 134
5.4.6 Punto de equilibrio ..... 134
5.4.7 Análisis de índices financieros ..... 136
5.4.7.1 ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio) ..... 137
5.4.7.2 ROA (Rentabilidad Sobre Los Activos) ..... 138
5.4.7.3 ROI (Rentabilidad Sobre La Inversión) ..... 139
CAPÍTULO VI ..... 140

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS ..... 140
6.1 Impacto Ambiental ..... 140
6.2 Impacto Económico ..... 140
6.3 Impacto Productivo ..... 141
6.4 Impacto Social ..... 141
CAPÍTULO VII ..... 143
7. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES ..... 143
7.1 Conclusiones ..... 143
7.2 Recomendaciones ..... 144
BIBLIOGRAFÍA ..... 146
ANEXOS ..... 154

# ÍNDICE TABLA

Tabla 1 Inflación ..... 8
Tabla 2 PIB Sectorial ..... 11
Tabla 3 Riesgo País ..... 13
Tabla 4 Tasa de interés Activa ..... 15
Tabla 5 Tasa de interés pasiva ..... 17
Tabla 6 Crecimiento Poblacional ..... 18
Tabla 7 Pobreza ..... 19
Tabla 8 Pobreza ..... 19
Tabla 9 Pobreza ..... 20
Tabla 10 PEA ..... 21
Tabla 11 PEA ..... 22
Tabla 12 Migración ..... 23
Tabla 13 Migración ..... 23
Tabla 14 Proveedores de instalación ..... 36
Tabla 15 Competidores directos ..... 37
Tabla 16 Competidores Indirectos ..... 38
Tabla 17 Principios y valores de la Misión ..... 39
Tabla 18 Misión ..... 40
Tabla 19 Principios y valores de la Visón ..... 41
Tabla 20 Visión ..... 41
Tabla 21 Gerente General ..... 47
Tabla 22 Secretaria Recepcionista ..... 48
Tabla 23 Ama de llave ..... 49
Tabla 24 Chef ..... 50
Tabla 25 Recursos Humanos ..... 51
Tabla 26 Contador ..... 52
Tabla 27 FODA ..... 64
Tabla 28 Segmento de mercado ..... 67
Tabla 29 Tamaño de la muestra ..... 68
Tabla 30 turistas Quito ..... 68
Tabla 31 Tamaño de la muestra ..... 69
Tabla 32 Género ..... 74
Tabla 33 Conocimiento de la Parroquia ..... 75
Tabla 34 Conocimiento de atractivos Turísticos ..... 76

Tabla 35 Lugar de Hospedaje ..... 77
Tabla 36 Implementación de una Hostería ..... 78
Tabla 37 Visita una Hostería Ecológica ..... 79
Tabla 38 Frecuencia visita una Hostería ..... 80
Tabla 39 Medios de Reserva ..... 81
Tabla 40 Tiempo de Estadía ..... 82
Tabla 41 Precio ..... 83
Tabla 42 Satisfacción del Servicio de otras hosterías ..... 84
Tabla 43 Características del Servicio ..... 85
Tabla 44 Oferta Actual ..... 87
Tabla 45 Oferta Proyectada ..... 88
Tabla 46 Porcentaje de aceptación ..... 89
Tabla 47 Aceptación del servicio ..... 89
Tabla 48 Demanda en dólares actual ..... 89
Tabla 49 Demanda Actual ..... 90
Tabla 50 Demanda Proyectada ..... 91
Tabla 51 Balance Actual ..... 92
Tabla 52 Balance proyectado ..... 93
Tabla 53 Área de Recepción ..... 95
Tabla 54 Área Administrativa ..... 95
Tabla 55 Cabaña Familiar ..... 95
Tabla 56 Cabaña Doble ..... 96
Tabla 57 Cabaña triple ..... 96
Tabla 58 Cabaña Matrimonial ..... 96
Tabla 59 Restaurante ..... 97
Tabla 60 Área recreativa ..... 97
Tabla 61 Área Total ..... 98
Tabla 62 Capacidad Óptima ..... 99
Tabla 63 Macro localización ..... 100
Tabla 64 Localización óptima ..... 101
Tabla 65 Distribución de la Planta ..... 103
Tabla 66 Código de cercanía ..... 103
Tabla 67 Razones de cercanías ..... 104
Tabla 68 Área Administrativa ..... 105
Tabla 69 Recepción ..... 106
Tabla 70 Cabañas ..... 106
Tabla 71 Restaurante ..... 107

Tabla 72 Área recreativa ..... 107
Tabla 73 Parqueadero ..... 108
Tabla 74 Baños ..... 109
Tabla 75 Descripción del flujograma ..... 111
Tabla 76 Activos Fijos del Proyecto ..... 112
Tabla 77 Ingresos Operacionales ..... 114
Tabla 78 Ingreso por temporadas ..... 115
Tabla 79 Ingreso Operacional ..... 116
Tabla 80 Gastos Administrativos ..... 118
Tabla 81 Costo de Ventas ..... 119
Tabla 82 Costo Financiero ..... 120
Tabla 83 Costo Fijos ..... 120
Tabla 84 Costos Variables ..... 121
Tabla 85 Activos Fijos ..... 121
Tabla 86 Activos Nominales ..... 122
Tabla 87 Capital de trabajo ..... 123
Tabla 88 Fuente de financiamiento y uso de fondos ..... 124
Tabla 89 Tabla de Amortización ..... 125
Tabla 90 Depreciaciones ..... 127
Tabla 91 Estado de situación inicial ..... 128
Tabla 92 Estado de Resultados ..... 129
Tabla 93 Flujo de caja ..... 130
Tabla 94 TMAR ..... 131
Tabla 95 VAN ..... 131
Tabla 96 TIR ..... 132
Tabla 97 PRI ..... 133
Tabla 98 RBC ..... 134
Tabla 99 Punto de Equilibrio ..... 135
Tabla 100 Rentabilidad ..... 137
Tabla 101 ROE ..... 137
Tabla 102 ROA ..... 138
Tabla 103 ROI ..... 139

## ÍNDICE FIGURAS

Figura 1 Inflación....8
Figura 2 PIB....9
Figura 3 Balanza Comercial....12
Figura 4 Riesgo País....14
Figura 5 PEA....21
Figura 6 PEA....21
Figura 7 Migración....24
Figura 8 Organigrama Estructural....46
Figura 9 Flujograma....54
Figura 10 Cabañas familiares ……...……...….56
Figura 11 Doble……..… ....56
Figura 12 Triple……....56
Figura 13 Matrimonial ....56
Figura 14 velador.... ....56
Figura 15 baño…… ....56
Figura 16 closet…… ....57
Figura 17 televisión....57
Figura 18 hamacas…….. ....57
Figura 19 senderos…… ....57
Figura 20 Cascada… ....57
Figura 21 Ruta Caballería ....57
Figura 22 Ciclismo……....58
Figura 23 Quinde…… ....58
Figura 24 Pesca ....58
Figura 25 desayuno ....58
Figura 26 Logotipo....60
Figura 27 Tarjeta de Presentación....61
Figura 28 Hoja Membretada ....62
Figura 29 Sobre de la empresa ....62
Figura 30 Carpeta de Archivos ....63
Figura 31 Material P.O.P ....63
Figura 32 Género....74

Figura 33 Conocimiento de la Parroquia .....75
Figura 34 Conocimiento de atractivos Turísticos .....76
Figura 35 Lugar de Hospedaje .....77
Figura 36 Implementación de la Hostería .....78
Figura 37 Visita una Hostería Ecológica .....79
Figura 38 Frecuencia visita una Hostería .....80
Figura 39 Medios de Reserva .....81
Figura 40 Tiempo de Estadía .....82
Figura 41 Precio .....83
Figura 42 Satisfacción del Servicio .....84
Figura 43 Características del Servicio .....85
Figura 44 Mapa Quito .....100
Figura 45 Mapa Parroquia Nono .....101
Figura 46 Matriz Triangular .....104
Figura 47 Plano .....105
Figura 48 Proceso Productivo .....110
Figura 49 Punto de Equilibrio .....136

# RESUMEN EJECUTIVO

La Hostería “Virgen del Camino” una empresa que se dedicará a brindar el servicio de alojamiento y alimentación en la parroquia de Nono al Noroccidente de Quito aportando al turismo del lugar y del país, ofrece un servicio de calidad

La idea de implementar el proyecto de alojamiento y alimentación es por la variedad de micro- empresas que únicamente ofrecen el servicio de alimentación o lugares para eventos como complejos, siendo un lugar turístico con una biodiversidad para disfrutar en familia, amiga y no cuenta con lugar para descansar después de disfrutar de cada rincón natural, turístico que tiene Nono, es el motivo del desarrollo del proyecto.

Además se analizó que los diferentes motivos que varias turistas únicamente van por horas al lugar, afectando así al turismo del lugar ya que por el tiempo únicamente recorren uno de varios sitios turísticos de Nono, con el proyecto a realizar se brinda el servicio de alojamiento

# ABSTRACT

The Hosteria "Virgin del Camino" a company that is devoted to provide the service of accommodation and power in the parish of Nono to the Northwest of Quito contributing to the tourism of the place and of the country offers a service of quality.

The idea of implement the project of accommodation and power is by the variety of micro-companies that only offer the service of power or places for events as complex, being a place tourist with a biodiversity to enjoy in family, friend and not has with place for rest after enjoy of each corner natural, tourist that has Nono, is the reason of the development of the project.

Also analyzed the different reasons that several tourists only go for hours to the place, thus affecting tourism in the place since by the time one of several tourist sites of Nono, with the project to be carried out only through the hosting service provides.

Project financial study was conducted to determine the feasibility getting the VAN de 3.153,40 and thus the 17.42% TIR viable for the project with a total investment of $374.985,18 in which to recover between 4 years, obtaining a cost benefit of $2.00 to win, was also obtained an ROE of 0,0116, ROA of 0.23, ROI of 0.23 win for each dollar of investment.

# CAPITULO I

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación

El presente proyecto consiste en realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una Hostería en la Parroquia de Nono, para impulsar el turismo donde se desarrollan diferentes actividades, trabajar directamente para el lugar enfocada en el ecoturismo comunitario logrando una equidad económica y social, enriqueciendo el entorno natural su biodiversidad, y sus habitantes del sector.

El proceso de investigación propuesto en este proyecto, encontrar el camino propicio para implementar la Hostería, se plantean los objetivos específicos como: el estudio de mercado, administrativo y financiero para obtener resultados eficientes en el desarrollo de este proyecto.

Es el objetivo general de implementar la Hostería mediante un estudio de factibilidad para brindar el servicio de alojamiento y fomentar el turismo, de esta manera se aportará a la matriz productiva utilizando mano de obra y las fuentes de turismo del sector por lo consiguiente también se está aportando al plan del buen

vivir generando trabajo digno a los mismos comuneros del sector, y se logrará mejorar el nivel socioeconómico de la Parroquia de Nono.

El proyecto su principal giro es dar a conocer la infraestructura de la hostería dentro y fuera ya que existe demanda de turistas en el sector por la riqueza natural que posee la parroquia y por eso se va en la necesidad de ofrecer los servicio que va a generar la hostería.

## 1.2 Antecedentes

El turismo es un fenómeno social que ha surgido en los últimos años, considerado un aporte importante a nivel mundial, siendo el ente económico más antiguo para desarrollo de cada país, dependen de los destinos turísticos que son atraídos por la población de cada lugar, contribuyendo a un intercambio cultural y disciplinas .

Menciona (Dominguez, 2016, pág. s/p) que;

> La narrativa de Marco Polo en el siglo XIII, el grand tour de la aristocracia británica a Europa en el siglo XVIII y los viajes de David Livingstone por África en el siglo XIX son ejemplos del turismo temprano. Marco Polo partió de muy joven con su padre y su tío, ambos mercaderes, hacia China. Ningún europeo había visitado con anterioridad la mayoría de los lugares que recorrieron en este viaje, que tuvo lugar durante el siglo XIII. Polo viajó por el Extremo Oriente como mercader, soldado y al servicio de Kublai Kan. Mientras estuvo preso en Génova le dictó el relato de sus viajes a un compañero. Gracias a Los viajes de Marco Polo, en la Europa medieval se obtuvo por primera vez información de muchos países y culturas de Asia.

Sigue mencionando el mismo autor

> A Thomas Cook se le considera el fundador de los viajes organizados en la medida en que utilizó, en 1841, un tren alquilado para transportar turistas de Loughborough a Leicester. Los avances tecnológicos originados por la Revolución industrial, que afectaron sobre todo a los medios de transporte, hicieron que aumentara el número que viajaban por placer.

> Antes de 1950 el turismo europeo era sobre todo una actividad nacional, exceptuando algunos viajes internacionales, en particular dentro de Europa continental. En el periodo de recuperación que siguió a la II Guerra Mundial, una mezcla de circunstancias dio ímpetu a los viajes internacionales, la aparición de agencias de viajes especializadas ofreciendo viajes organizados que incluían el transporte, el alojamiento y los servicios en un precio global, posibilitó los viajes al extranjero a un nuevo grupo de consumidores cada vez más creciente. El 'paquete' o viaje 'organizado' democratizó los viajes; la manipulación y mejora de las redes viarias, la construcción de muchos y variados alojamientos, y la implantación de una estructura turística cada vez más global e intercomunicada, han convertido el turismo en un fenómeno de masas, que al principio se limitaba a las clases más altas pero que hoy en día está al alcance de todas las clases sociales.

Plantea (U.C.L, 2013, pág. s/p) que;

> El Turismo en la actualidad se ha convertido en una de las más importantes actividades humanas, como producto del avance de la ciencia y tecnología, especialmente de países denominados del primer mundo, que provocan que las personas dispongan de mayor tiempo libre y dinero, éstos se convirtieron históricamente en los núcleos emisores (demanda), y los países en vías de desarrollo son los que se debían especializarse para recibir y manejar a corrientes turísticas con culturas y hábitos diferentes (oferta). Todos los países luchan por captar la mayor parte de esta demanda puesto que sus economías dependen en alto grado del ingreso de divisas, pero también debemos mencionar que esta actividad dejo de ser elitista y ha pasado a ser una necesidad de todo grupo humano.

El mismo autor sigue mencionando

"Es decir existe la necesidad de invertir el tiempo libre en una actividad que produzca satisfacción y recompensa, por lo tanto el turismo interno paso a tomar mayor importancia en todos los estados."

El mismo autor sigue mencionando

En el Ecuador la actividad turística representa el 4.2 % del PIB, que equivalente a 680 millones de dólares al año, económicamente esta cantidad es importante tomando en cuenta que cerca del 80% del presupuesto general de estado se financia con la venta de petróleo y derivados del petróleo y tenemos reservas solamente para 20 años. La situación del turismo en Ecuador es altamente conflictiva, la superestructura nacional incluye el compromiso articulado por parte de los Ministerios de Turismo y Ambiente, sin embargo estos manejan limitaciones en su presupuesto, en la colaboración interinstitucional, la planificación, las regulaciones y la capacidad de ejercer la ley. Existe un modelo para descentralizar los servicios gubernamentales y a pesar de que aún no ha sido implementado, ha creado confusión sobre las reglas que rigen los negocios de la actividad turística. De la misma manera, la falta de planificación en el uso de la tierra y el mal manejo de recursos han desencadenado grandes amenazas a los recursos naturales y el turismo orientado a la naturaleza en Ecuador no posee una cadena de valor bien integrada.

Los actores tienden a carecer de una perspectiva industrial y se muestran reticentes para cooperar el uno con el otro. Los beneficios potenciales en cambio son la generación de fondos para áreas protegidas, la promoción de la educación ambiental, la conciencia conservacionista y la creación de fuentes de trabajo para las comunidades locales. Dado que los costos y beneficios son igualmente importantes, los sentimientos hacia el turismo como una herramienta de conservación también están mezclados. Para contrarrestar esta dualidad, es necesario un proceso de planificación para mitigar los impactos negativos generados por el turismo, incluyendo zonificación y la aplicación de metodologías de minimización de impactos que incluyen Límites de Cambio Aceptable (LAC), Espectro de Oportunidades de Recreación (ROS) o Manejo de Impacto de Visitantes (VIP) entre otras, así como auditorías ambientales, educación ambiental y códigos de conducta.

Dice (El ciudadano, 2015, pág. s/p) que;

El código incluye seis tipologías: Hotel (podrá ser categorizado de 2 a 5 estrellas); Hostal (de 1 a 3 estrellas); Resort (de 4 a 5 estrellas); Hostería, Hacienda Turística y Lodge (de 3 a 5 estrellas). Esta categorización por estrellas mide el tipo de servicio que cada establecimiento ofrece. La nueva herramienta pone especial énfasis en estándares enfocados a la seguridad hacia el turista; así como al cumplimiento de tres niveles de requisitos para brindar al turista servicios de excelencia que se enmarcan en la calidad, uno de los cinco pilares que sustentan la política turística del Ecuador.

Sigo mencionando el mismo autor

El Reglamento está elaborado para responder con eficiencia y oportunidad a las necesidades del sector. El Ministerio de Turismo habilitará una plataforma digital

en donde los representantes de los establecimientos podrán hacer varios de los procesos de manera digital: envío de requerimientos y pago de licencia de funcionamiento, actividades de autogestión y más información, promoviendo así la simplificación de trámites de registro y licenciamiento.

Afirma (Baroja, 2012, pág. 28) que;

Nono es una parroquia rural perteneciente al cantón Quito (Pichincha-Ecuador) cuyo nombre completo es San Miguel de Nono; fue fundado por la orden de los Jesuitas quienes fueron los que bautizaron a la Parroquia como San Miguel de Nono; Nono proviene del latín noveno porque fue el noveno pueblo creado por ellos. Se constituyó como parroquia rural en el año de 1720 conjuntamente con Mindo y Zámbiza, siendo estas las parroquias rurales más antiguas del cantón Quito, esta parroquia civil se conformó con las grandes haciendas de la zona como son: Verde Cocha; San Luis; La Campiña; San José; La Escalera; San Miguel; Alambi; Chiquilpe; Alaspungo, entre otros.

Concluyó (Turismo, Ama la vida tv, 2014, pág. s/p) que;

Nono también cuenta con una infraestructura hotelera de primera como las hosterías "Villa Doris", "Estancia Nido del Quinde" y "Quinta Margarita" que a través de sus servicios permite al turista admirar la flora y fauna del sector. Además podrá disfrutar de comida tradicional e internacional en los restaurantes "Tierra de Fuego", "La Casa de la Empanada" "Allpa Sungana" y "El Bife" que permiten degustar una amplia gama de platos. La práctica de rugby se convierte en otro atractivo para visitar esta zona rural del cantón Quito. Nono cuenta con una cancha reglamentaria para realizar esta disciplina deportiva originada en Inglaterra, que en el país comienza a tener gran popularidad.

Señala (Nono y su esencia, 2015, pág. s/p) que;

Se constituye como parroquia eclesiástica en el año de 1660 y política en el año 1720. Nono es una zona básicamente agraria y ganadera, esta tierra fértil está íntegramente cultivada: pastizales, cereales, tubérculos, y hortalizas, aparecen decorando la tierra oscura. Su riqueza radica también en la explotación de sus canteras de piedra (caliza y andesita). Es un paraíso para el turismo ecológico ubicado en las faldas del volcán Pichincha, lugar para hacer deporte de aventura y turismo cultural, al pisar este lugar se puede sentir como si se hubiera hecho un viaje al pasado. Las calles silenciosas, las viejas casas de gruesas paredes de adobe y los ancianos, con abrigados sacos de lana y desteñidos sombreros, sentados en la plaza central, hacen que los visitantes se olviden del ruido de Quito, los turistas tiene una gama de alternativas pueden optar por el turismo ecológico, la pesca deportiva o los deportes de aventura, es una tierra rica para la agricultura y ganadera.

En la Parroquia de Nono no se ha desarrollado ampliamente el sector turístico, debido a la escasa infraestructura Hotelera, es decir que hay mercado pero

> no oferta teniendo como fin mejorar el desarrollo sostenible turístico a pocos minutos de Quito (40 minutos) se puede encontrar tanta belleza natural, entre colinas de bellos perfiles y verdes tapices.

Indica (Quinde, pág. s/p) que,

> Lugar para descubrir la biodiversidad de la flora y fauna del bosque andino en donde encontramos variedades de colibríes, quindes, búhos, ardillas. Y en cuanto a flora se puede observar: helechos, lecheros, eucaliptos, berros, zapallos, ríos y cascadas. Reserva Ecológica Yanacocha esta aventura basada en caminatas aproximadas 1 hora con guías, su principal atractivo es el paisaje característico de la Sierra Ecuatoriana con neblina espesa. Cascada de Guagrapamba una de las caída de las aguas más bonitas de Nono. Guarumos durante este trayecto se pueden observar 450 especies de aves. El turismo religioso también se puede practicar en Nono. Los habitantes de este poblado son devotos de la Virgen de Alambi que se encuentra junto a la vía que va hacia Alambi al frente de un enorme barranco que apareció pintada en una piedra en 1964.

La necesidad de la población siendo un pueblo turístico se realizará el estudio de factibilidad para la implementación de una hostería ya que el pueblo no cuenta con un lugar para poder hospedarse y disfrutar de un lugar como es Nono, por el ecoturismo que tiene el lugar ayudará al crecimiento de la hostería enfocada al alojamiento y alimentación para los habitantes que visitan, impulsando al desarrollo económico del lugar.

# CAPÍTULO II

## 2. ANÁLISIS SITUACIONAL

(Kotler, 2008, pág. 131) "Aquí la compañía examina las macrofuerzas (económica, político-legal, sociocultural y tecnológica) y los participantes (compañía, competidores, distribuidores y proveedores) en su entorno."

### 2.1 AMBIENTE EXTERNO

Según (Romero, 2010, pág. 81) que;

> Solamente cuando la gerencia comprende el medio ambiente externo de la empresa, como son la sociedad en general, sus consumidores, sus clientes potenciales, los medios demográficos, étnicos, sociales, económicos, tecnológicos, de medio ambiente, políticos, de la competencia actual y futura y de las tendencias y cambios en el gusto y comportamiento del mercado actual y proyectado de la empresa, la organización puede inteligentemente planear su futuro , crear un liderazgo y una mejor permanencia en el mercado , con una mayor probabilidad de éxito y de crecimiento.

#### 2.1.1 Factor Económico

(Bach, 2014, pág. 28) "Claramente influyentes en la actividad de la empresa, factores como los tipos de interés, el crecimiento o decrecimiento de la demanda interna o externa, son decisivos en la evolución de la empresa."

### 2.1.1.1 Inflación

(Gonzalo, 2016, pág. 246) “La inflación va unida al crecimiento económico y a una política monetaria laxa , es decir, “generosa” en abundante emisión de dinero/masa monetaria en el mercado,”

Tabla 1 Inflación

| Inflación mayo 2012-mayo 2016 | | | |
|---|---|---|---|
| Mes | Mensual | Anual | Acumulada |
| May. 2012 | -0,19% | 4,85% | 2,22% |
| May. 2013 | 0,22% | 3,01% | 1,09% |
| May. 2014 | -0,04% | 3,41% | 1,79% |
| May. 2015 | 0,18% | 4,55% | 2,66% |
| May. 2016 | 0,03% | 1,63% | 0,92% |

Fuente: (BCE) Banco Central del Ecuador
Elaborado por Paola Coro

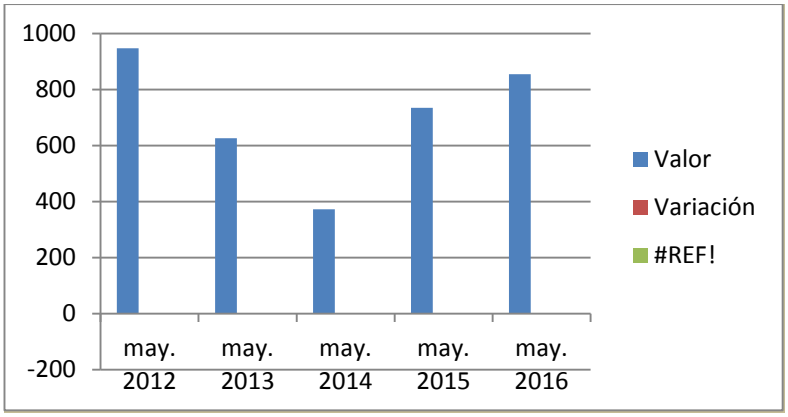



Figura 1 Inflación
Fuente: (BCE) Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Paola Coro

Análisis:

La inflación en el país se ha visto que en el último año decreciendo, en el 2015 la economía del país estaba mejorando, como es en exportaciones obteniendo una

inflación acumulada de 2,66% pero en 2016 como primer semestre Ecuador comienza con la crisis económica, esto se debe a la caída del petróleo siendo uno de los principales productos de la economía del país, como resultado a una inflación de 0,93% con la baja del precio ya no hay mayor exportación con en años anteriores y se comenzó a tomar decisiones estratégicas, como exportando otros productos, la implementación de la salvaguardias. Y para el proyecto es una amenaza de intensidad baja ya que el poder adquisitivo de consumo es constate

### 2.1.1.2 PIB

(Navarrete, 2008, pág. 153) "El deflactor del PIB es un índice que representa, de forma conjunta el cambio ocurrido en todos los precios de los bienes y servicios. Es un dato anual que aparece junto con el cierre de la contabilidad nacional."

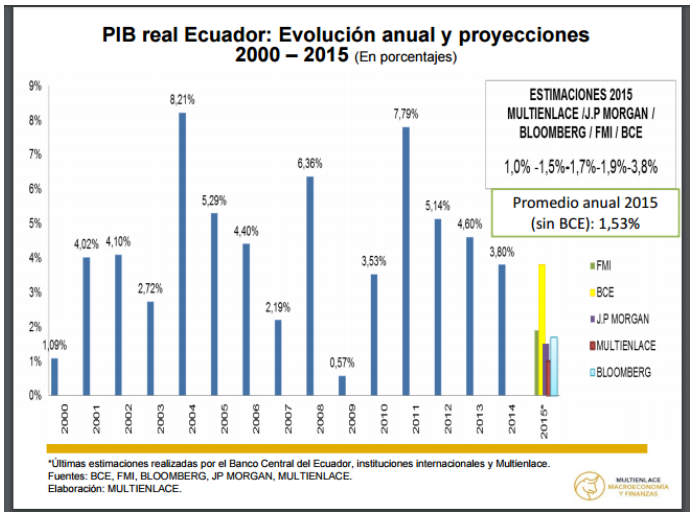



Figura 2 PIB
Fuente:(BCE) Banco Central del Ecuador

Análisis:

Actualmente el Ecuador no se encuentra en el mejor momento económico desde que cayó el precio del petróleo la economía del país se vio afectada decreciendo según los últimos informes por los organismos de la economía mundial, obteniendo en año 2014 el 3,80% , por la baja de precios de varios productos de exportaciones e importación la economía del país cada vez decrece pasando al año 2015 con el 1,53% siendo un porcentajes negativo con esto afecta a varios sectores de ingreso económico, y lo que ahora se busca es financiamiento para evitar que la crisis se más grande y comenzar a tomar decisiones, obteniendo más endeudamiento. Por lo tanto para el proyecto es una oportunidad alta porque en la actualidad las industrias grandes comienzas a caer en quiebra y cerrar sus negocios pero es ahí cuando nuevos emprendedores , innovación en el mercado comenzando con proyectos como las pymes y la oportunidad para que el proyecto se desarrolle y las pequeñas empresas tengan oportunidad en el mercado.

**2.1.1.2.1 PIB Sectorial**

(Felipe & Jaime, 2013, pág. section16) “Lo cual permite capacidad analítica para ver cómo los insumos de ciertas ramas productivas se utilizan en la generación de productos en otras actividades.”

Tabla 2 PIB Sectorial

| SECTORES | ANOS 2014 | ANOS 2015 |
|---|---|---|
| Construcción | 0,90 | -0,11 |
| Petróleo y minas | 0,57 | -0,27 |
| Actividades profesionales y técnicas | 0,58 | 0,46 |
| Comercio | 0,45 | 0,24 |
| Manufactura | 0,35 | 0,29 |
| Transporte | 0,21 | 0,15 |
| Suministro de electricidad y agua | 0,21 | 0,18 |
| Enseñanza y servicio sociales y de salud | 0,19 | 0,37 |
| Agricultura | 0,13 | 0,11 |
| Otros servicios | 0,09 | 0,07 |
| Actividades de servicio financiero | 0,09 | 0,03 |
| Acuacultura y pesca de camarón | 0,09 | 0,08 |
| Alojamiento y servicios de comida | 0,05 | -0,03 |
| Correo y comunicaciones | 0,01 | -0,07 |
| Servicio domestico | 0,01 | 0,00 |
| Administración pública y defensa | -0,01 | 0.24 |

Fuente:(BCE) Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Paola Coro

Análisis:

Actualmente Ecuador atraviesa por una crisis económica que hasta el momento no se ha podido recuperar como uno de ellos es la caída del petróleo, las exportaciones y la extensión de las salvaguardias como también no se está importando por lo tanto no hay inversión extranjera y lo cual está afectando así a varios de los sectores productivos del país como es el sector de alojamiento y servicios de comida en el año 2014 tiene un Pib de 0,05 pero en año 2015 fue uno de los sectores que está afectado con un Pib de -0,03 siendo una amenaza media para el

desarrollo del proyecto y es el objetivo del implementar la hostería para impulsar a otros inversionistas que pese a la crisis que el país atraviesa todavía hay emprendedores con nuevos proyectos para aportar a la economía del país.

### 2.1.1.3 Balanza de Comercial

(Bernal, 2010, pág. 160) "La balanza comercial de un país no es más que la diferencia entre las exportaciones y las importaciones que se realizan en esta economía global:"

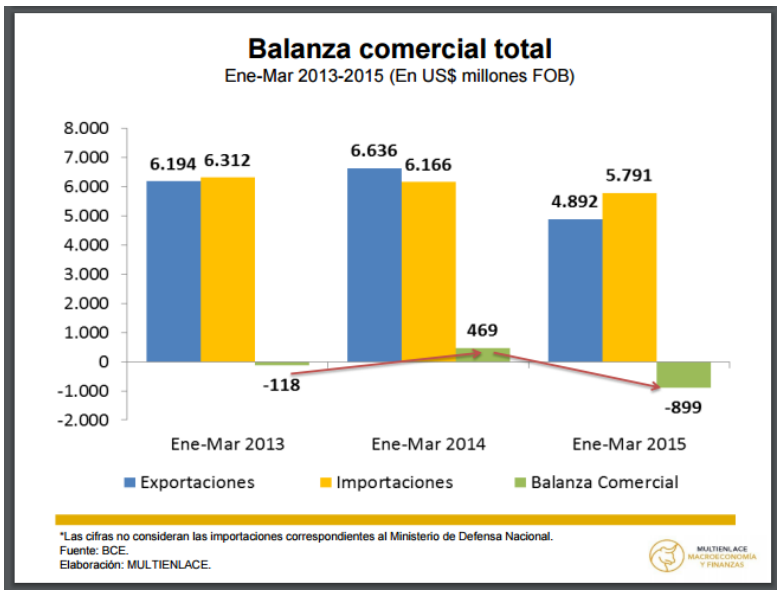



Figura 3 Balanza Comercial
Fuente: (BCE) Banco Central del Ecuador

Análisis:

La Balanza Comercial en los dos últimos años se ha visto afectada porque ya no tiene la misma salida del petróleo al caer totalmente los productos más importantes del país para el desarrollo económico, siendo en el año 2015 con mayor exportación

-1.400 y con la diferencia en año 2016 con una balanza comercial de -2.330, pero con los varios cambios económicos que tiene el país en la actualidad se presenta valores desfavorables por la caída del producto, las exportaciones comenzaron a bajar en los semestres obteniendo en el año 2015 decrecimiento en exportaciones 4.892 e importaciones 5.791 que está afectando a la economía del país, el objetivo del proyecto aportar a la matriz productiva y a la economía del país lo que busca es generar ingresos para el país por otros sectores como proyectores innovadores uno de ellos es la creación de la hostería para que a través del turismo exista ingresos al país.

### 2.1.1.4 Riesgo País

(Noriega, 2012, pág. iii) "Se conoce con esa denominación una medida que intenta señalar el riesgo que un determinado país presenta para las inversiones; es decir, la probabilidad de que esas inversiones resulten menores a lo esperado o provoquen pérdidas."

Tabla 3 Riesgo País

| Riesgo País mayo 2012-mayo 2016 | | |
|---|---|---|
| **Mes** | **Valor** | **Variación** |
| Mayo. 2012 | 948 | 0,21% |
| Mayo. 2013 | 626 | -0,32% |
| Mao. 2014 | 372 | -0,27% |
| Mayo. 2015 | 735 | -0,41% |
| Mayo. 2016 | 855 | -0,70% |

Fuente: (BCE) Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Paola Coro

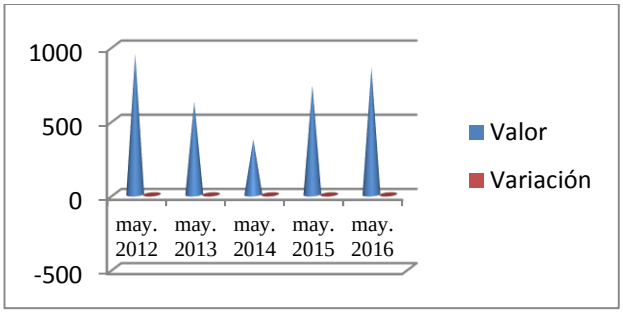



Figura 4 Riesgo País
Fuente: (BCE) Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Paola Coro

## Análisis

Actualmente por la crisis que el país atraviesa buscan financiamiento para tratar de equilibrar la economía del país, obteniendo el -0,70% que sea da muy poca importancia a este indicador por varios endeudamientos que en la actualidad presenta y más aún con el incremento de la deuda externa y una de esas serían las razones de no invertir en Ecuador y que el país no presente un buen desarrollo económico como también afectando al empleo porque hay varias empresas que se van a la quiebra y toman la decisión de cerrar o no la cierran pero para tratar de salvar buscan la estrategia como de reducir personal. Por es una amenaza alta para el proyecto no hay inversionistas, y si existiera sería de bajo aporte económico para el desarrollo, al no creer en proyectos nuevos que puedan aportar a la economía del país.

### 2.1.1.5 Tasa de interés

Menciona (Gonzalo, 2016, pág. 248)que:

> Precio pagado por un prestatario al solicitar un préstamo, a un intermediario financiero. Se calcula como un % sobre el capital concedido ( momento inicial de la operación financiera), y sobre el capital vivo/ pendiente de amortizar / pendiente de devolución, a medida que va transcurriendo la vida del préstamo/ producto financiero y se acerca a su vencimiento.

### 2.1.1.5.1 Tasa de interés Activa

(Lousteau, 2011, pág. 14) "Aquellos que requieren fondos pueden también recurrir al banco para tomar un préstamo pagando intereses (en este caso conocido como tasa activa)."

Tabla 4 Tasa de interés Activa

**Tasas de Interés**

**mayo-2016**

**1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES**

| Tasas Referenciales | | Tasas Máximas | |
|---|---|---|---|
| Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento: | % anual | Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento: | % anual |
| Productivo Corporativo | 8.97 | Productivo Corporativo | 9.33 |
| Productivo Empresarial | 10.17 | Productivo Empresarial | 10.21 |
| Productivo-PYMES | 11.63 | Productivo PYMES | 11.83 |
| Comercial Ordinario | 9.65 | Comercial Ordinario | 11.83 |
| Comercial Prioritario Corporativo | 8.89 | Comercial Prioritario Corporativo | 9.33 |
| Comercial Prioritario Empresarial | 10.09 | Comercial Prioritario Empresarial | 10.21 |
| Comercial Prioritario PYMES | 11.09 | Comercial Prioritario PYMES | 11.83 |
| Consumo Ordinario | 16.81 | **Consumo Ordinario*** | **17.30** |
| Consumo Prioritario | 16.71 | **Consumo Prioritario **** | **17.30** |
| Educativo | 9.30 | **Educativo **** | **9.50** |
| Inmobiliario | 10.91 | Inmobiliario | 11.33 |
| Vivienda de Interés Público | 4.97 | Vivienda de Interés Público | 4.99 |
| Microcrédito Minorista | 26.98 | Microcrédito Minorista | 30.50 |
| Microcrédito de Acumulación Simple | 25.30 | Microcrédito de Acumulación Simple | 27.50 |
| Microcrédito de Acumulación Ampliada | 22.21 | Microcrédito de Acumulación Ampliada | 25.50 |
| Inversión Pública | 7.84 | Inversión Pública | 9.33 |

Nota:
*Según la Resolución 140-2015-F, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 627 de 13 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Ordinario será de 17.30%; la misma que entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.
**Según la Resolución 154-2015-F, de 25 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Prioritario será de 17.30% y para el segmento Educativo será de 9.50%

Fuente: (BCE) Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Paola Coro

Análisis:

La Pymes en el país se ha considerado como las empresas con mayor actividad económica y en la actualidad es tomada como las empresas que mayor ingreso económico tiene al país con su promedio de tasa activa en el 2016 el 11,83% promoviendo al desarrollo económico del país con mayor cantidad de emprendedores a la innovación e implementación de nuevos proyectos para el aporte económico del país. En el 2015 se registraba varios inconvenientes al momento de otorgar créditos era más trámites de lo normal ahora en 2016 con la crisis que el país atraviesa busca nuevos emprendedores y se da la oportunidad de créditos con mayor facilidad para negocios innovadores y que aporten al desarrollo de la economía del país. Por lo tanto para el proyecto es una oportunidad alta aportando a proyectos innovadores a empresas pequeñas que aporten al desarrollo económico del país impulsado a ser un país innovador como una de las entidades es la CFN.

**2.1.1.5.2 Tasa de interés pasiva**

Menciona el mismo autor:

“En definitiva, las personas con excedentes pueden invertirlos en un depósito bancario a cambio de un interés (conocido como tasa pasiva)”

Tabla 5 Tasa de interés pasiva

| 2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO | | | |
|---|---|---|---|
| Tasas Referenciales | % anual | Tasas Referenciales | % anual |
| Depósitos a plazo | 5.47 | Depósitos de Ahorro | 1.22 |
| Depósitos monetarios | 0.68 | Depósitos de Tarjetahabientes | 1.21 |
| Operaciones de Reporto | 0.10 | | |
| 3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO | | | |
| Tasas Referenciales | % anual | Tasas Referenciales | % anual |
| Plazo 30-60 | 4.21 | Plazo 121-180 | 6.36 |
| Plazo 61-90 | 5.24 | Plazo 181-360 | 6.96 |
| Plazo 91-120 | 5.80 | Plazo 361 y más | 8.05 |
| 4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 009-2010) | | | |
| 5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR | | | |
| 6. OTRAS TASAS REFERENCIALES | | | |
| Tasa Pasiva Referencial | 5.47 | Tasa Legal | 8.89 |
| Tasa Activa Referencial | 8.89 | Tasa Máxima Convencional | 9.33 |

Fuente: (BCE) Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Paola Coro

Análisis:

Las Pymes son las empresas con mayor desarrollo económico para el país y para poner en marcha sus proyectos innovadores optan por buscar fuentes de financiamiento, pero hay que tomar en cuenta que de sus ingresos por lo general todas las empresas invertir su dinero sea en un banco con depósito a largo plazo obteniendo una tasa de interés pasiva de 4,21% para en algún momento la empresa comience en crisis tengan un capital para poder cubrir en ese momento, pero también analizar si es factible comenzar a circular el dinero en proyectos nuevos dentro de la empresa, que pueda aportar para mejor ingresos como invertir es ganar.

### 2.1.2 Factor Social

Menciona (Marin, Santero Sanchez, Sanchez Henriquez, & Marcos Calvo, 2008, pág. 28)que;

> Otro impacto social de las Pyme está relacionado con sus actividades de responsabilidad Social Corporativa (RSC). La RSC es una forma de gestión empresarial que fomenta su aportación positiva a la sociedad, a la vez que minimiza el impacto negativo sobre las personas (clientes, socios comerciales, empleados) y el medio ambiente.

#### 2.1.2.1 Crecimiento poblacional

(Helena Curtis, 2008, pág. 925) "La tasa de crecimiento de una población es igual al producto de la tasa de reproducción per capita, multiplicada por el número de individuos presentes."

Tabla 6 Crecimiento Poblacional

| Nombre de parroquia | Censo 2010 | | |
|---|---|---|---|
| | Hombre | Mujer | Total |
| Nacional | | | |
| NONO | 910 | 822 | 1.732 |
| QUITO | 783.616 | 835.530 | 1.619.146 |

Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo
Elaborado por: Paola Coro

Análisis:

Nono es una de las parroquias más pequeñas del Distrito Metropolitano de Quito, de acuerdo al Censo realizado en año 2010 obteniendo como resultado de 1.732 habitantes, lugar con acogida para el turismo por ser pequeña pero con una

biodiversidad grande no solo por su gente si no por los lugares que ofrece Nono para su turismo y la amabilidad de su gente.

### 2.1.2.2 Tasa de Desempleo

(OECD, 2009, pág. 146) "La tasa de desempleo se define como el número de personas desempleadas como porcentaje de la mano de obra cuando ésta consiste en personas empleadas y desempleadas."

Tabla 7 Pobreza

| Ciudad | mar-15 | mar-16 | Dif | p-valor |
|---|---|---|---|---|
| Quito | 7.87% | 7.98% | 0.11 | 0.942 |
| Guayaquil | 7.69% | 8.67% | 0.97 | 0.612 |
| Cuenca | 5.32% | 7.83% | 2.51 | 0.094 |
| Machala | 15.09% | 13.77% | -1.32 | 0.625 |
| Ambato | 8.42% | 7.77% | -0.65 | 0.732 |

Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo

Tabla 8 Pobreza

| Parroquias | Población | Índice NBI % | Incidencia de la pobreza por consumo | % Severidad de la pobreza | Incidencia de la extrema pobreza de consumo | % Brecha de extrema pobreza por consumo |
|---|---|---|---|---|---|---|
| DMQ | 1.413.179 | 33,6 | 19,6 | 2,7 | 5,4 | 1,3 |
| **Nono** | 1.753 | 88,9 | 67,5 | 3,6 | 30,7 | 8,1 |

Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo

Tabla 9 Pobreza

| Código de parroquia | POBLACIÓN SEGUN NIVEL DE POBREZA CENSO 2010 | | | POBLACIÓN SEGUN NIVEL DE POBREZA CENSO 2010 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | población no pobres | población pobres | total | % población no pobres | % población pobres |
| **Quito** | 1.195.113 | 412.265 | 1.607.378 | 74,4% | 25,6% |
| **Nono** | 212 | 1.518 | 1.730 | 12,30% | 87,70% |

Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo
Elaborado por: Paola Coro

Análisis:

De acuerdo al resultado del censo en año 2010 Nono cuenta con un 87,70% de pobreza afectando así a la economía del país, con el proyecto a realizar se busca nuevos emprenderos que aporten a la economía del país y sobre todo de la parroquia de Nono siendo un lugar perfecto implementar proyectos innovadores para aportar en la economía del país y fomentar fuentes de empleo que afecta totalmente a la parroquia y contribuir a la matriz productiva. Se obtiene resultados decrecientes siendo Nono la parroquia más pobre del Distrito Metropolitano de Quito

### 2.1.2.3 PEA (Población Económicamente Activa)

(Unidas, 2010, pág. 168) “La población actualmente activa, o fuerza de trabajo, abarca a todas las personas (de edad superior a la edad mínima fijada por la ley) que están empleadas o desempleadas,”

Tabla 10 PEA

| Ciudad | jun-10 | jun-11 | jun-12 | jun-13 | jun-14 | jun-15 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Quito | 62,4% | 64,4% | 60,4% | 63,6% | 71,5% | 65,3% |
| Guayaquil | 51,0% | 52,0% | 59,1% | 49,9% | 59,6% | 60,4% |
| Cuenca | 57,7% | 58,1% | 64,1% | 69,0% | 66,9% | 63,0% |
| Machala | 48,7% | 54,5% | 56,1% | 51,6% | 52,8% | 51,7% |
| Ambato | 50,5% | 57,9% | 55,6% | 48,6% | 57,1% | 58,4% |

Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo

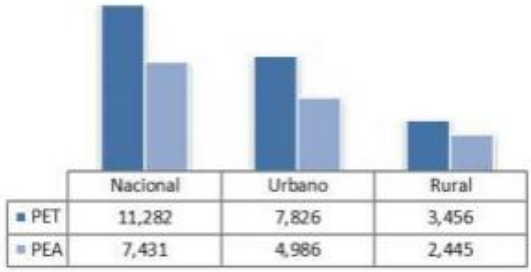



Figura 5 PEA
Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo

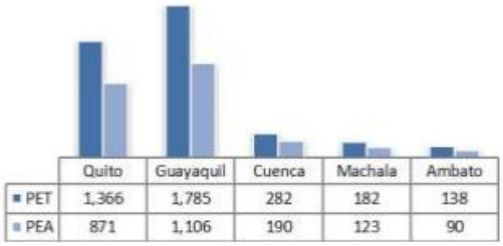



Figura 6 PEA
Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo

Tabla 11 PEA

| POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD Y SEXO | | | |
|---|---|---|---|
| Grupos de edad | Sexo | | Total |
| | Hombre | Mujer | |
| Menor de 1 año | 16 | 10 | 26 |
| De 1 a 4 años | 67 | 68 | 135 |
| De 5 a 9 años | 88 | 63 | 151 |
| De 10 a 14 años | 112 | 74 | 186 |
| De 15 a 19 años | 81 | 84 | 165 |
| De 20 a 24 años | 66 | 68 | 134 |
| De 25 a 29 años | 61 | 65 | 126 |
| De 30 a 34 años | 59 | 56 | 115 |
| De 35 a 39 años | 36 | 40 | 76 |
| De 40 a 44 años | 43 | 39 | 82 |
| De 45 a 49 años | 34 | 34 | 68 |
| De 50 a 54 años | 38 | 33 | 71 |
| De 55 a 59 años | 35 | 33 | 68 |
| De 60 a 64 años | 26 | 37 | 63 |
| De 65 a 69 años | 41 | 33 | 74 |
| De 70 a 74 años | 32 | 30 | 62 |
| De 75 a 79 años | 37 | 23 | 60 |
| De 80 a 84 años | 22 | 20 | 42 |
| De 85 a 89 años | 13 | 5 | 18 |
| De 90 a 94 años | 3 | 5 | 8 |
| De 100 años y más | - | 2 | 2 |
| Total | 910 | 822 | 1732 |

Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo

Análisis:

Por lo general sector rural es el que menor cantidad de empleo presenta con un PEA de 2,445 por el hecho de no tener mayor impulso para desarrollo económico, es el motivo del proyecto a implementar con el fin de generar fuentes de empleo y aportar a la economía de la parroquia de Nono y del país, y dar inicios a nuevos proyectos y emprendedores para tomar el riesgo de invertir en lugares pequeños pero que generan ingresos económicos y aportan a la matriz productiva.

### 2.1.2.4 Migración

Tabla 12 Migración

| Años | Ecuatorianos | |
|---|---|---|
| | Entradas | Salidas |
| **2009** | 820.292 | 813.637 |
| **2010** | 893.408 | 898.885 |
| **2011** | 1.027.543 | 1.022.451 |
| **2012** | 1.025.310 | 1.022.205 |
| **2013** | 1.143.116 | 1.137.875 |
| **2014** | 1.269.675 | 1.278.336 |

Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo

Tabla 13 Migración

| Años | Extranjeros | |
|---|---|---|
| | Entradas | Salidas |
| **2009** | 968.499 | 928.974 |
| **2010** | 1.047.098 | 1.005.422 |
| **2011** | 1.141.037 | 1.086.116 |
| **2012** | 1.271.901 | 1.217.803 |
| **2013** | 1.364.057 | 1.309.635 |
| **2014** | 1.556.991 | 1.481.485 |

Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo

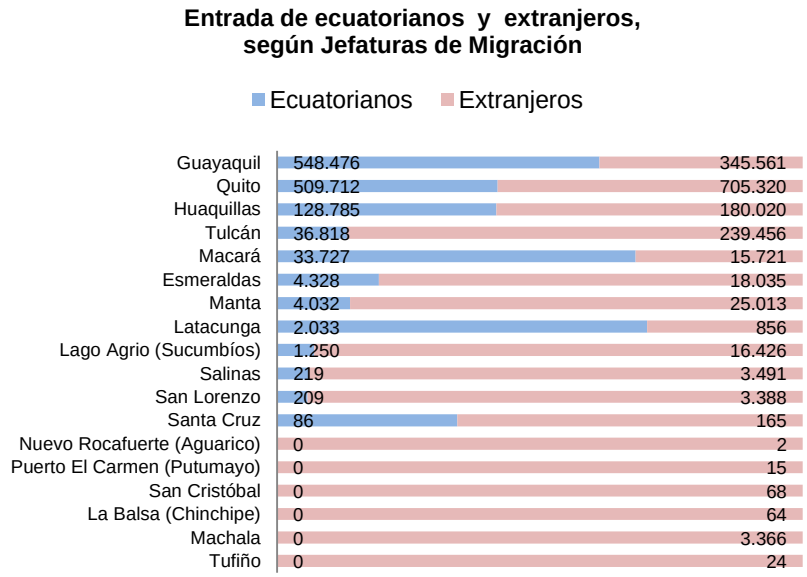



Figura 7 Migración
Fuente: (INEC) Instituto nacional de estadística y censo

Análisis:

De acuerdo al último reporte a nivel urbano Quito se encuentra entre las ciudades con mayor migración obteniendo como resultados en Quito a nivel Nacional con una cifra de 509.712 y extranjeros 705.320 afectado por la crisis que el Ecuador atraviesa considerado al proyecto a realizar oportunidad porque hace varios atrás las provincias ubicadas en la Región Costa era las más visitada pero actualmente la Región Sierra ( Quito) lugar perfecto para disfrutar de varios lugares que no se conocían y comenzar a optar por los lugares rurales como es Nono hacer un lugar turístico a nivel Nacional.

### 2.1.3 Factor legal

(Gómez, 2009, pág. 70) “Legislación, regulaciones de defensa de la competencia, legislación laboral, salud y seguridad, protecciones legales, etc.”

#### 2.1.3.1 Requisitos

Requisitos para personal natural:

Informa (Negrete, 2010, pág. p/s) que;

**Superintendencia de Compañías del Ecuador**.-Para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

- El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
- El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
- El objeto social, debidamente concretado;
- Su denominación y duración;
- El domicilio de la compañía;
- La forma de administración y las facultades del administrador;
- La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;

- La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente;
- La forma de proceder a la designación de liquidadores.

**SRI. Registro Único de Contribuyentes.-** para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.

**IESS.-** Para la emisión de un número patronal se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal que se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y
- Seleccionar el tipo de empleador.
- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz
- Calificación artesanal si es artesano calificado

**Finalmente a nivel municipal se deberá efectuar:**

Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo

- Pago de tasa de trámite.
- Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

**Patentes municipales**

- Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
- RUC actualizado.
- Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
- Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año
- Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de Servicios

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Quito.

- Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilitación
- Llenar formulario de Tasa de Habilitación.
- Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
- Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar
- Copia del RUC actualizado.
- Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.

- Autorización a favor de quien realiza el trámite.
- Croquis del lugar donde está ubicado el negocio
- Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

**Certificado de seguridad del Cuerpo de bomberos**

- Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
- Fotocopia nítida del RUC actualizado
- Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.
- Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
- Nombramiento del representante legal si es compañía.
- Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
- Señalar dimensiones del local
- Impuesto a la renta sociedades 101 anual
- Impuesto a la renta personas naturales 102 anual
- Retenciones en la fuente 103 mensual conforme el noveno dígito del ruc
- IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas
- Impuesto a la junta de beneficencia.

**Capacidad.-** Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

**Capital autorizado.-** La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. No podrá exceder del doble del capital suscrito. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de sus acciones.

**Capital mínimo.-**El monto mínimo de capital, será el que determine la Superintendencia de Compañías. (800,00 USD actualmente). El capital de las compañías debe expresarse en dólares de los Estados Unidos de América.

- **Ley de turismo**

Menciona (Turismo, Ministerio de Turismo, 2008, pág. 2) que;

Reglamento general de aplicación a la Ley de Turismo dentro de este reglamento se establece el ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la Ley y demás normas aplicables y que no se encuentren en las prohibiciones expresas señaladas en la Ley y este Reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el **Art. 5 de la Ley de Turismo.**

**De las actividades turísticas y de quienes las ejercen**

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos convenciones.

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Art. 9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

**Art. 10.-** El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra. No

tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas emitidas...

Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del Registro de Turismo, la Licencia Única Anual de Funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

- **Ley Ambiental**

Informa (Ambiente, 2004, pág. 1)que;

**Art. 5.-** Se establece el Sistema Descentralizado de Gestión Ambiental como un mecanismo de coordinación transectorial, interacción y cooperación entre los distintos ámbitos, sistemas y subsistemas de manejo ambiental y de gestión de recursos naturales.

**Del régimen institucional de la gestión ambiental del desarrollo sustentable**

**Art. 7.-** La gestión ambiental se enmarca en las políticas generales de desarrollo sustentable para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que establezca el Presidente de la República al

aprobar el Plan Ambiental Ecuatoriano. Las políticas y el Plan mencionados formarán parte de los objetivos nacionales permanentes y las metas de desarrollo.

El Plan Ambiental Ecuatoriano contendrá las estrategias, planes, programas y proyectos para la gestión ambiental nacional y será preparado por el Ministerio del ramo. Para la preparación de las políticas y el plan a los que se refiere el inciso anterior, el Presidente de la República contará, como órgano asesor, con un Consejo Nacional de Desarrollo Sustentable, que se constituirá conforme las normas del Reglamento de esta Ley y en el que deberán participar, obligatoriamente, representantes de la sociedad civil y de los sectores productivos.

### 2.1.4 Factor tecnológico

Menciona el mismo autor

"Hace referencia al estado actual de conocimiento que permite la obtención de bienes y servicios: gasto de investigación, acceso a las tecnologías, disponibilidad, conocimientos científicos y tecnológicos e innovación tecnológica, etc."

Análisis

En la actualidad la tecnología en el país avanza y comienzan con el desarrollo de los nuevos proyectos e impulsar a ser un país con mayor innovación,

en la parroquia a realizarse el proyecto es una oportunidad por el hecho de encontrase en el sector rural, que no cuenta con una Gama alta en la tecnología, como ingresando al mercado turísticos y dar a conocer los servicios a brindar como a través de páginas web, descargas de aplicaciones en los teléfonos ya sea de la ubicación del lugar, y actualmente varias empresas de turismo optan por ofrecer sus servicios por redes sociales.

## 2.2 ENTORNO LOCAL

Informa (Barquero, 2013, pág. 86)que;

> Un entorno local contiene, por último, procesos de aprendizaje colectivo que le permiten responder a los cambios del entorno a través de la movilidad del trabajo en el mercado local, los intercambios de tecnologías de producto, proceso, organización y comercialización, la provisión de servicios especializados, los flujos informales de información sobre productos y también sobre los códigos, lenguajes, rutinas o las estrategias de los actores.

### 2.2.1 Clientes

(Verde & Fernández Rico, 2010, pág. 226) “Se considera cliente a un consumidor fiel a una marca o producto. Se establece una diferencia entre clientes externos e internos.”

### 2.2.1.1 Clientes Internos

Los clientes internos son las personas altamente capacitadas que van a colaborar dentro de la empresa y así con ellos se llegara a cumplir las metas y objetivos deseados por parte de los directivos de la empresa.

### 2.2.1.2 Clientes Externos

Los clientes externos para la hostería serán los turistas tanto extranjeros como nacionales que desean satisfacer una necesidad a través de un servicio a desarrollar, aportando así a los ingresos de la empresa y obtener posición en el mercado.

### 2.2.2 Proveedores

Menciona (Pérez & López Rodríguez, 2015, pág. 104)que;

> Las organizaciones en el desarrollo de su actividad comercial requieren de diferentes recursos para la cual acuden a la proveedores. Los suministros pueden realizarse en forma mercancía o producto (materias primas, productos finales, etc.) y servicios (tecnología, asesoramiento jurídico, etc.).

Tabla 14 Proveedores de instalación

| Proveedores | Ubicación | Producto |
|---|---|---|
| CNT | Quito | Internet, teléfono e internet |
| Mueblesa | Quito | Muebles para la hostería |
| Santa María | Quito | Alimentos y Bebidas |
| EMAAP | Quito | Agua potable |
| Comandato | Quito | Electrodomésticos y artículos para la hostería |
| Empresa Eléctrica | Quito | Luz eléctrica |
| Cortinside | Quito | Cortinas, persianas y decoración |
| Salgraf | Quito | Productos para hostería (jabones,shampoo,toallas) |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Paola Coro

Análisis

Dentro de la empresa se requiere de varios proveedores para la implementación del proyecto como los proveedores de muebles, alimentación, internet, de la misma manera en su decoración, el mantenimiento que quiere cada lugar del proyecto, también con los artículos para la hostería como jabones o promociones que requiere la empresa y brindar a sus huésped el mejor servicio de alojamiento y alimentación. Con los cuales se tendrá un poder de negociación para el proyecto como será las formas de pago ya sea al contado o con crédito de 30 a 60 días y de esa manera se beneficiara tanto el proveedor como la hostería

### 2.2.3 Competidores

(Enrique, 2013, pág. 74) "Los competidores más cercanos de una empresa son aquellos que se dirigen al mismo segmento de mercado empleando la misma estrategia; tras identificar los, deben determinarse las estrategias que sigue cada uno."

Tabla 15 Competidores directos

| Establecimiento | Producto |
|---|---|
| La Querencia | Alimentación, eventos, tours |
| Estancia Nido del Quinde | Alojamiento solo son reservaciones |
| Hacienda San Martin | Alojamiento, alimentación y tours |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 16 Competidores Indirectos

| Establecimiento | Producto |
|---|---|
| Cascada Guagrapamba | Tours |
| El Bife | Restaurante |
| Villa Doris | Alojamiento |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Paola Coro

Análisis:

Actualmente Nono presenta el servicio de alojamiento y alimentación pero el proyecto a realizar será un servicio por paquetes se han noches, días, diversión etc. Al analizar a los competidores no cuentan por el mismo hecho que residen en Quito tienen su negocio pero solo para fines de semana el motivo que varios turistas no pueden disfrutar del lugar como se espera obtener dentro del desarrollo del proyecto clientes satisfechos.

## 3. 2.3 ANÁLISIS INTERNO

(Hurtado, 2014, pág. 48) "Al efectuar el análisis descriptivo del entorno interno, permitió identificar las fortalezas y debilidad de la FACE, con la finalidad de sustentar las decisiones estratégicas futuras."

### 2.3.1 Propuesta Estratégica

La Hostería "Virgen del Camino" Ofrecerá servicios personalizados, otorgando facilidades de pago, descuentos y paquetes turísticos en cuanto alojamiento y alimentación.

#### 2.3.1.1 Misión

Dicen (Lacalle, Caldas, & Carrion, 2012, pág. 19) que;

> La misión es la razón de existir de una empresa. Representa su identidad y personalidad en el momento presente. La misión de la empresa debe ser conocida por todos los integrantes de la organización, ya que representa la filosofía de la misma y se mantiene en el tiempo a pesar de los pequeños cambios que puede sufrir fruto de la dinámica empresarial.

##### 2.3.1.1.1 Formulación de la misión

Tabla 17 Principios y valores de la Misión

| | |
|---|---|
| **PRINCIPIOS** | |
| **Excelencia en el servicio** | Clientes satisfechos |
| **Trabajo en Equipo** | Tomar en cuenta todas las opiniones |
| **VALORES** | |
| **Responsabilidad** | Cumplir con lo establecido dentro de la organización |
| **Puntualidad** | Cumplimiento cronológico |
| **Lealtad** | fiel a la organización |
| **Respeto** | convivencia entre empresa -cliente, cliente-empresa |
| **Honestidad** | Ser transparentes en nuestro ámbito social y laboral |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 18 Misión

| ELEMENTOS PARA DEFINIR LA MISIÓN | |
|---|---|
| **Naturaleza del negocio** | servicio de alojamiento y alimentación |
| **Razón de ser o de existir** | Brindar un servicio de calidad |
| **Mercado al que sirve** | Agencia de viajes |
| **Características del servicio** | Disfrutar de la biodiversidad y descanso después de un tour del lugar |
| **Principios y valores** | Responsabilidad, Lealtad, Respeto |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Paola Coro

**Misión**

La hostería "Virgen del Camino" ofrece el mejor servicio de alojamiento, alimentación, y actividades deportivas en cómodas instalaciones con un equipo de trabajo preparado, para brindar un servicio de calidad y satisfacer las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros que disfruten del ecoturismo de la parroquia.

### 2.3.1.2 Visión

Menciona el mismo autor "La visión es una imagen del futuro deseado, que la empresa busca y quiere crear con sus esfuerzos y acciones."

### 2.3.1.2.1 Formulación de la Visión

Tabla 19 Principios y valores de la Visón

| PRINCIPIOS | |
|---|---|
| **Excelencia en el servicio** | Clientes satisfechos |
| **Trabajo en Equipo** | Tomar en cuenta todas las opiniones |
| **VALORES** | |
| **Responsabilidad** | Cumplir con lo establecido dentro de la organización |
| **Puntualidad** | Cumplimiento cronológico |
| **Lealtad** | fiel a la organización |
| **Respeto** | convivencia entre empresa -cliente, cliente-empresa |
| **Honestidad** | Ser transparentes en nuestro ámbito social y laboral |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 20 Visión

| ELEMENTOS PARA DEFINIR LA VISIÓN | |
|---|---|
| **Posición desea en el mercado** | Líderes en el servicio de alojamiento y alimentación |
| **Tiempo** | 5años |
| **Mercado de la empresa** | Quito rural, Nono |
| **Productos o servicios** | presentación del servicio por paquetes turísticos |
| **Principios o valores** | Compromiso y obtener resultados positivos |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Paola Coro

**Visión**

La hostería “Virgen del Camino” para el año 2021 busca ser líder en el sector turístico, que se caracteriza por el compromiso de sus colaboradores e implementar nuevos paquetes turísticos en el servicio de alojamiento, alimentación y actividades deportivas para el turista nacional y extranjero satisfaciendo sus necesidades.

### 2.3.1.3 Objetivos

#### 2.3.1.3.1 Objetivo General

Cubrir las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros en el servicio de alojamiento, alimentación y puedan disfrutar de un lugar para recrearse y conocer la biodiversidad de la parroquia.

#### 2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Dar a conocer la biodiversidad del sector
- Brindar un servicio de calidad al turista
- Ofrecer precios acorde al servicio y presupuesto del cliente
- Ser la empresa competitiva y así consolidarse en el mercado
- Hacer que su estadía y recorrido sea más larga y puedan disfrutar de cada rincón de la parroquia sin temor a no tener donde hospedarse.

### 2.3.1.4 Principios o Valores

Principios:

- Trabajo en Equipo.- Permite la integración del personal, confianza, solidaridad, compañerismo que establecen objetivos comunes y sobre todo para obtener un buen ambiente laboral.
- Motivación.- El trabajador debe sentirse motivado por su esfuerzo, dedicación, compromiso y fidelidad por la empresa otorgando bonos, premio al mejores empleados del año o capacitaciones.
- Compromiso social.- El personal que desee colaborar o aportar voluntariamente para el beneficio del entorno con su servicio sea a través de la empresa o para el bienestar de sus semejantes y tener el mismo objetivo de ser mejores cada día.
- Orientación al cliente.- Disposición y compromiso que tiene por la empresa para cumplir con los deseos o expectativas del cliente y hacer que se sienta satisfecho y complacido por el servicio brindado.

- Orientación ha resultado.- Guiar a los miembros en el desempeño de su laborar, para cumplir con el mismo objetivo lograr cumplir con las metas propuestas ya sea empresarial como personal.

**Valores:**

- Puntualidad.- Cumplir con el tiempo indicado sobre todo para optimizar el tiempo al momento de realizar el tour y evitar inconformidad por parte del cliente.
- Responsabilidad.- Cumplir con lo establecido en el ámbito social y laboral desde el momento que se comenzó a ofrecer el servicio y no generar malestar por parte del cliente o empleado.
- Honestidad.- Ser Transparentes y aprender a ser cual somos dentro y fuera de la organización y cada día ser mejor.
- Lealtad.- Compromiso con la organización y los colaboradores que la conforman sobretodo ser fieles.
- Respeto.- Es un valor muy importante ya que comprender en aceptar las ideas, acciones y actitudes de otras personas dentro de la empresa y evitar conflictos en el ámbito social y laboral.

### 2.3.2 Gestión Administrativa

Informa (Ventura, 2012, pág. 1) que;

> La gestión financiera es imprescindible en todas las empresas, independientemente del sector productivo al que pertenezcan. En las microempresas y las PYMES la actividad es global, sin existir división departamental, es decir, las operaciones administrativas que realiza el personal, van desde la gestión de compra-venta, al control de los recursos humanos, como la contratación, nómina, etc.

### 2.3.2.1 Planificación

(Cuartas, 2008, pág. 48) "Determina los objetivos que se desean alcanzar en el futuro y las acciones que se deben emprender para el logro de los mismos."

La Hostería "Virgen del Camino" realizará varias actividades para mejor en cuanto al servicio y cumplir con el objetivo de crecer en el mercado turístico.

- Capacitaciones constantes para todo el personal
- Actividad mensual para todo el personal como convivencias para mantener un buen clima laboral.
- Cronograma de rotación del personal (turnos rotativos) para que así no afecte a la empresa en cuanto a su servicio y su calidad.
- Cronograma de actividades en cuanto a horarios para realizar el trabajo a tiempo y tener un cliente satisfecho

### 2.3.2.2 Organización

Menciona el mismo autor, "Es la estructura de la organización donde intervienen elementos fundamentales para la asignación de funciones y delimitación de responsabilidades mediante los cargos, con el fin del logro de los objetivos."

Todo el personal de la Hostería tiene su grupo de trabajo con diferentes actividades pero un mismo objetivo que la empresa crezca dentro del mercado para la cual las opiniones o sugerencias de distintas áreas será analizadas para aportar al crecimiento del lugar, de la misma forma en reuniones con todo el personal será tema para conversar para el bienestar personal y laboral.

### 2.3.2.2.1 Organigrama Estructural

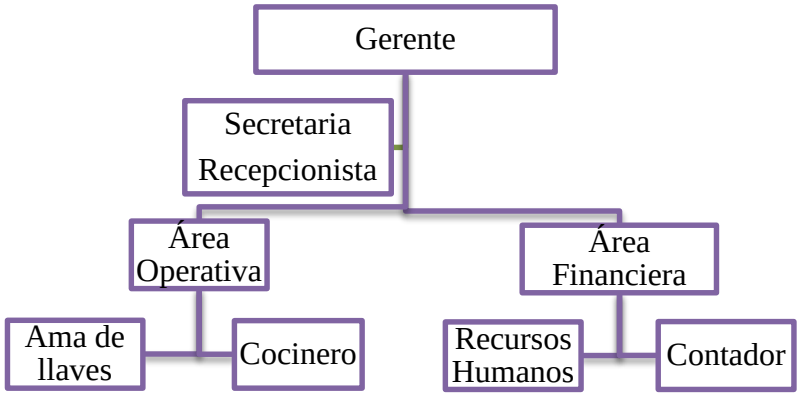



Figura 8 Organigrama Estructural
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por Paola Coro

### 2.3.2.2.2 Perfil de puesto o cargo

Tabla 21 Gerente General

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|---|---|
| Será encargado de coordinar y ejecutar planes de acción en todas las áreas de la empresa para lograr los objetivos corporativos. | |
| Cargo: | Gerente General |
| | Accionista |
| Número de personas en el cargo: | 5 |
| sueldo: | |
| Funciones | |
| • Planear y desarrollar nuevos productos y procesos<br>• Controlar costos<br>• Analizar proyecciones financieras<br>• Representa legalmente a la empresa<br>• Ejecuta los planes realizados<br>• Motivación al momento de dirigir al personal a cargo.<br>• Tomar las decisiones después del análisis en la empresa<br>• Emprender nuevas ideas y poner en marcha. | |
| Requisitos de Educación: | Ing. Hotelería y Turismo |
| Experiencia: | Dos años en cargos similares |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 22 Secretaria Recepcionista

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|---|---|
| Se encarga de realizar actividades acorde a la parte administrativa y apoyar en cuanto a la parte operativa | |
| Cargo: | Secretaria recepcionista |
| | Apoyo |
| Número de personas en el cargo: | |
| sueldo: | |
| Funciones | |
| • Realizar informes en cuanto al servicio<br>• Dar la bienvenida al cliente<br>• Recibir y realizar las llamadas<br>• Brindar la información en cuanto al servicio<br>• Realizar el ingreso de datos del cliente<br>• Atender cualquier tipo de necesidad o problema del cliente<br>• Control de las llaves de las habitaciones<br>• Encargada de la publicidad de la empresa<br>• Realizar facturación | |
| Requisitos de Educación: | Tecnóloga o estudios en curso en Administración o carreras a fines |
| Experiencia: | Un año en cargos similares |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 23 Ama de llave

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|---|---|
| La ama de llaves tener la disponibilidad de atender a los clientes de la hostería durante su estancia en el lugar. | |
| Cargo: | Ama de llaves |
| | Apoyo |
| Número de personas en el cargo: | |
| sueldo: | |
| Funciones | |
| • Supervisión de las actividades de su personal a cargo<br>• Supervisión del mantenimiento de la hostería en cuanto a limpieza<br>• Control de los suministros de la hostería<br>• Verificar después de la salida del cliente todo este en perfectas condiciones<br>• Contratación del personal<br>• Responsable de las llaves de la hostería<br>• Atender personalmente el requerimiento que tenga el cliente | |
| Requisitos de Educación: | Tecnóloga en Administración o cargos similares |
| Experiencia: | Dos años en cargos similares |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 24 Chef

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|---|---|
| Será encargado de coordinar y ejecutar el área de alimentación en la Hostería | |
| Cargo: | Chef |
| | Apoyo |
| Número de personas en el cargo: | |
| sueldo: | |
| Funciones | |
| • Solicitud de productos para el desayuno<br>• Supervisión de los pedidos en cuanto alimentación<br>• Supervisar que el área se encuentre limpia<br>• Encargado de que la alimentación este a tiempo<br>• Encargado de realizar y solicitar la mercadería | |
| Requisitos de Educación: | Tecnólogo o Ing. Gastronomía |
| Experiencia: | Dos años en cargos similares |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 25 Recursos Humanos

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|---|---|
| Será encargado de coordinar y ejecutar planes de acción en todas las áreas de la empresa para lograr los objetivos corporativos. | |
| Cargo: | Recursos Humanos |
| | Apoyo |
| Número de personas en el cargo: | |
| sueldo: | |
| Funciones | |
| • Selección de personal<br>• Formación del personal<br>• Capacitación al personal<br>• Control del desempeño del personal<br>• Verificar el clima laboral<br>• Control de asistencia del personal<br>• Control del cumplimiento de las actividades del personal<br>• Entrega de roles<br>• Encargada de que se mantenga un equipo de trabajo en la empresa<br>• Mantener un clima laboral | |
| Requisitos de Educación: | Tecnólogo o Ing.RRHH o carreras afines |
| Experiencia: | Dos años en cargos similares |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 26 Contador

| DESCRIPCIÓN DEL PUESTO | |
|---|---|
| Será encargado de analizar todos los documentos contables siendo él responsable de la situación financiera de la empresa. | |
| Cargo: | Contador |
| | Apoyo |
| Número de personas en el cargo: | |
| sueldo: | |
| Funciones | |
| • Elaborar el registro contable de la empresa<br>• Elaborar los Estados Financieros<br>• Responsable del ingreso de la información contable al sistema del SRI<br>• Responsable de las declaraciones de la empresa<br>• Encargado de los registros contables<br>• Registra los ingresos y gastos de la empresa<br>• Realizar informes de la situación económica | |
| Requisitos de Educación: | Tecnólogo o Ing.CPA o carreras a fines |
| Experiencia: | Dos años en cargos similares |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

### 2.3.2.3 Dirección

Menciona el mismo autor, "Consiste en ejecutar lo planeado a través del recurso humano; es el que debe ser liderado, a través de una eficiente administración que conduzca al logro de lo propuesto"

La Hostería tendrá un líder totalmente capacitado para poder guiar a todo un grupo de trabajo y así tomar las mejores decisiones, motivando al personal para mantener un equipo de trabajo y ambiente laboral.

#### 2.3.2.4 Controlar

Menciona el mismo autor, "Permite comparar resultados durante y después de los procesos, los cuales sirven para tomar decisiones y aplicar los correctivos necesarios"

La Hostería contará con cámaras de seguridad para que puedan monitorear cada actividad realizada sea por el personal en cuanto a ofrecer el servicio o la atención hacia el cliente o al cliente en cuanto a sus requerimientos y necesidades que se le presente en ese momento y poder atender a tiempo sobre todo para mejorar el servicio. Se realizará una evaluación semanal a todo el personal de la hostería al iniciar con sus servicios, luego se realizará una mensual, asistiendo al departamento de Recursos Humanos para las evaluaciones teóricas semanal y practica o reconocimiento de su área en cuanto a funciones mensual.

### 2.3.3 Gestión Operativa

(Martel, González Rabanal, Martín Molina, Muñoz Machado, Pérez López, & del Río Cobián, 2013, pág. 193) "En cambio la gestión operativa se caracteriza por ser una visión de corto plazo, orientada a la organización, reactiva, basada en

información cuantitativa y planteada desde una visión funcional de la organización.”

### 2.3.3.1 Flujograma de servicios

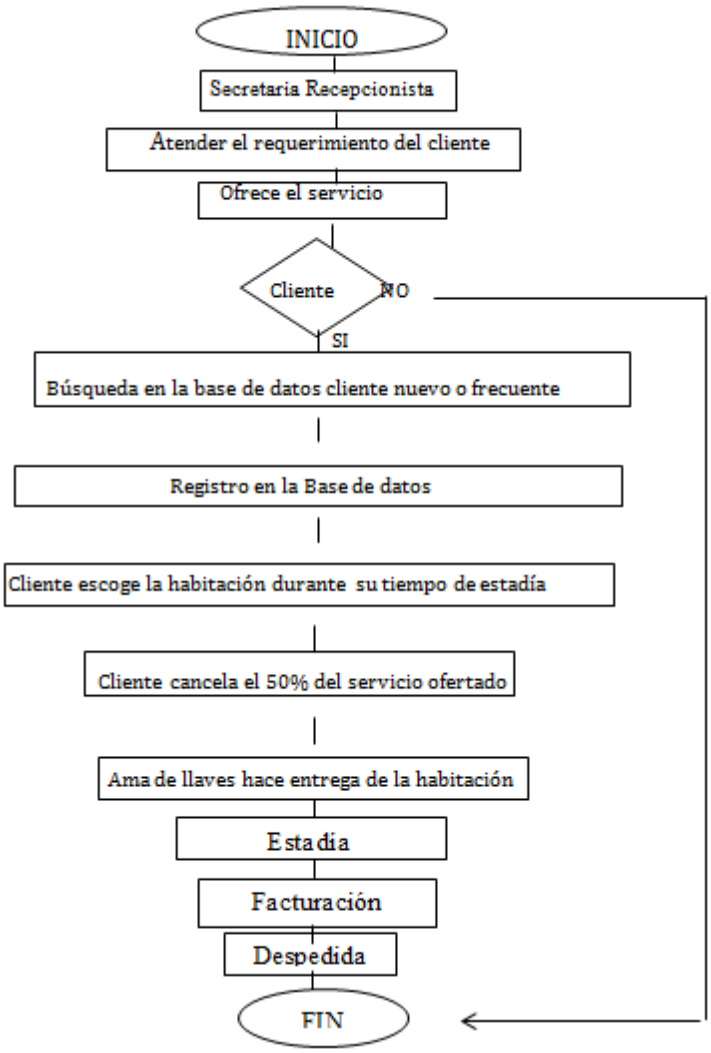



Figura 9 Flujograma
Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

### 2.3.4 Gestión Comercial

Menciona (Martín-Lagos, 2008, pág. 11)que;

> La gestión comercial forma parte esencial del funcionamiento de las organizaciones: decisiones relativas a qué mercados acceder; con qué productos; qué política de precios aplicar; cómo desarrollar una sistemática comercial eficaz,… forman parte del día a día de las organizaciones, además de ser aspectos que emanan directamente de las decisiones derivadas de la estrategia corporativa.

#### 2.3.4.1 Servicio

La hostería "Virgen del Camino" ofrece los servicios de alojamiento y alimentación diferente a las hosterías que se encuentran en la parroquia, para que disfruten entre amigos y familia compartiendo con la naturaleza y satisfacer su necesidad.

**Alojamiento**

Se brindará el servicio de estadía de acuerdo a su necesidad.

- Dos Cabañas familiares , con capacidad hasta 5 personas una cama matrimonial y dos habitaciones cada una con una litera, velador , baño privado, televisión ,closet , hamacas en 60m 2
- Cuatro Dobles, dos camas de 1 ½ plaza, closet, televisión, velador, baño privado, hamacas en 24,8m2.
- Cuatro Triples, 3 camas, closet, televisión, velador, baño privado, hamacas en 24,8m2

- Dos Matrimoniales, cama de 2 ½ plazas, velador, closet, televisión, hamacas, sofá, baño privado en 30m2



Figura 10 Cabañas familiares
Fuente: Hostería El Sauce



Figura 11 Doble
Fuente: Hostería El Sauce



Figura 12 Triple
Fuente: Hostería El Sauce



Figura 13 Matrimonial
Fuente: Cabañas del lago



Figura 14 velador
Fuente: google imágenes



Figura 15 baño
Fuente: google imágenes



Figura 16 closet
Fuente: google imágenes



Figura 17 televisión
Fuente: google imágenes



Figura 18 hamacas
Fuente: google imágenes



Figura 19 senderos
Fuente: google imágenes

## Contacto con la biodiversidad de Nono



Figura 20 Cascada
Fuente: Nono Turístico



Figura 21 Ruta Caballería
Fuente: Nono Turístico



Figura 22 Ciclismo
Fuente: Nono Turístico



Figura 23 Quinde
Fuente: Nono Turístico



Figura 24 Pesca
Fuente: Nono Turístico

**Alimentación**

- Desayunos



Figura 25 desayuno
Fuente: google imágenes

### 2.3.4.2 Precio

Para la determinación del precio de los servicios que ofrece la Hostería "Virgen del Camino" se analizará la oferta y demanda que tiene la parroquia sobre todo evaluar los precios que tiene la competencia en cuanto a los servicios para que el precio del servicio a ofrecer sea accesible para los turistas nacionales y extranjeros.

### 2.3.4.3 Plaza

Los clientes de la Hostería "Virgen del Camino "accederán a cualquier parte del lugar para hacer uso del servicio ofrecido.

### 2.3.4.4 Promoción

La hostería "Virgen del Camino" se realizará la promoción en Agencia de viajes, en Institutos Superiores para sus proyectos, trabajos que vayan a realizar algún tipo de investigación en la parroquia de Nono tenga donde hospedarse con mayor facilidad, para estudiantes con un descuento hasta el 25% , como uno de ellos sería el Instituto Cordillera facultad de Hotelería y Turismo, darnos a conocer a través de la página web de Nono o través de redes sociales, promoción del 20% en hospedaje en los eventos tradicionales de la parroquia como en sus fiestas, los carnavales o en las Fiestas de Corpus Christi,etc. Y puedan disfrutar de la cultura de Nono.

### 2.3.4.4.1 Logotipo




Figura 26 Logotipo
Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

**Significado de los colores:**

- **Verde:** Es el color de la naturaleza por excelencia. Representa armonía, crecimiento, exuberancia, fertilidad y frescura.
- **Amarillo:** Simboliza la luz del sol. Representa la alegría, la felicidad, la inteligencia y la energía.
- **Azul:** Es el color del cielo y del mar, por lo que se suele asociar con la estabilidad y la profundidad.
- **Café:** Es el color de la tierra. Implica Estabilidad, Protección, Seguridad.

### 2.3.4.4.2 Slogan

"El rincón de tu destino"

### 2.3.4.4.3 Papelería corporativa

### Tarjeta de presentación




Figura 27 Tarjeta de Presentación
Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

## Hoja membretada de la empresa

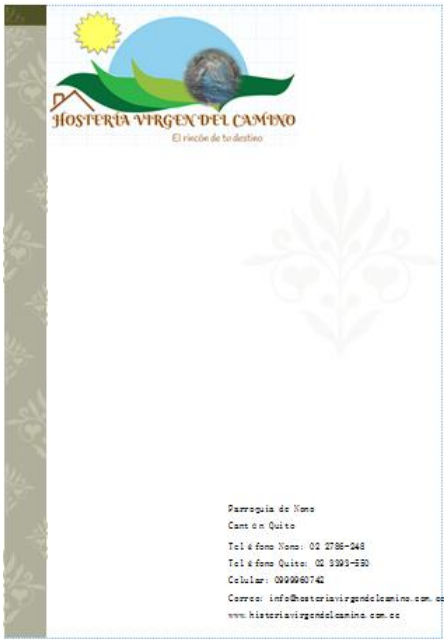



Figura 28 Hoja Membretada
Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

## Sobres de la empresa

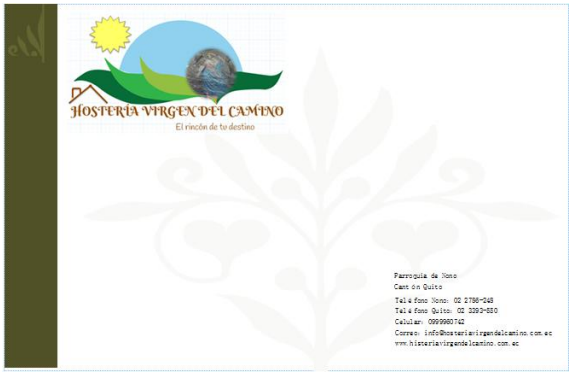



Figura 29 Sobre de la empresa
Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

**Carpeta para archivos**



Figura 30 Carpeta de Archivos
Fuente: google imágenes

### 2.3.4.4.4 Material P.O.P




Figura 31 Material P.O.P
Fuente: google imágenes

## 2.4 Análisis FODA

(Sanchez, 2010, pág. 10) "El primero, denominado ANÁLISIS FODA, que se información de las instituciones, objeto de investigación. Fue muy útil examinar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de las microfinancieras."

Tabla 27 FODA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| ○ Ubicación de la Hostería<br>○ Servicio Personalizado<br>○ La vía en buenas condiciones<br>○ Lugar a pocos minutos de Quito<br>○ La biodiversidad del lugar<br>○ Ingreso de turistas nacionales y extranjeros a la parroquia | ○ Escasez de parqueaderos<br>○ Personal sin experiencia o no capacitado para el lugar<br>○ Limitación en los servicios a ofrecer<br>○ La Hostería no cuenta con alianzas. |
| **OPORTUNIDADES** | **AMENAZAS** |
| ○ Precios competitivos<br>○ Ser una Hostería legalizada<br>○ Participar en concursos para dar a conocer el servicio.<br>○ Avance de tecnología<br>○ Generar fuentes de empleo | ○ Incremento o mejora la competencia sus servicios<br>○ Desastres Naturales<br>○ Precios Altos<br>○ Salida del personal ya capacitado<br>○ Crisis del país |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

El análisis FODA permite realizar un análisis a la parte interna y externa de la Hostería y es un beneficio ya que nos permite determinar estrategias para el buen funcionamiento del lugar y brindar el mejor servicio, analizando en la parte interna que las fortalezas mejorar cada día de la misma forma de las debilidades hacer fortalezas como por ejemplo las limitaciones del servicio, acogerse a la necesidad del cliente o del servicio a requerir y tener un cliente satisfecho.

En cuanto a la parte externa realizar un estudio en cuanto a las oportunidades que tiene el lugar las ventajas que tiene para mejorar el servicio y no salir del mercado turístico y analizar las amenazas que tiene el lugar que se han perjudiciales a nivel económico y social para la empresa como ejemplo nuevos competidores con nuevos proyectos en cuanto al servicio esto provocaría que los clientes vayan a la competencia o que los empleados ya capacitados con total conocimiento del lugar y su función opten por buscar mejores ingresos y un lugar mejor ingresando a la competencia o la crisis del país y obligue a reducir personal o más aún que se tenga que cerrar la empresa.

# CAPÍTULO III

## 3. ESTUDIO DE MERCADO

Dice (Casani, 2009, pág. 326) que;

> Para estudiar la naturaleza de la demanda es necesario realizar una investigación de mercado, sobre las características del consumidor y su comportamiento, que nos permita conocer aspectos como la localización, la cuantificación, la capacidad adquisitiva, o los hábitos de consumo.

### 3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Informa (Garcìa, 2013, pág. 150)que;

> La empresa debe conocer al cliente al que se dirige con sus acciones comerciales ya que es el objetivo de las mismas. Para ello es interesante conocer las necesidades, gustos, preferencias, deseos, estilos de vida y hábitos de compra de éstos.

### OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Conocer el tamaño de la empresa a implementar en cuanto a consumidores, precio, plaza y el servicio a ofrecer para competir y posicionarse en el mercado.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

- Determinar el mercado de la Hostería.
- Establecer estrategias para que la Hostería se posicione en el mercado
- Analizar el comportamiento del consumidor en cuanto al servicio ofrecido.
- Analizar la oferta, demanda y demanda insatisfecha

- Analizar y Determinar el servicio, plaza, precio y promoción de la Hostería

## SEGMENTACIÓN DE MERCADO CITA BIBLIOGRÁFICA

Menciona (Garcìa, Economía de la Empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años, 2013, pág. 151) que;

> La segmentación de Mercados es un proceso de división del mercado en subgrupos homogéneos, pero distintos entre sí, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

Con la finalidad de la presente segmentación permite diferenciar el mercado que va dirigido con la implementación de la Hostería "Virgen del Camino" en la parroquia de Nono y de esta manera determinar si es necesario la implementación de una Hostería para aportar en el sector turístico del lugar y si la población se encuentra interesada sobre todo para hacer uso del servicio.

Tabla 28 Segmento de mercado

| CARACTERÍSTICAS GEOGRÁFICAS | CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS | CARACTERÍSTICAS CONDUCTUALES |
|---|---|---|
| Provincia: Pichincha<br><br>Cantón: Quito<br><br>Parroquia: Nono<br><br>Localidad: La Plaza | Género: Indistinto<br><br>Población: PEA<br><br>Nacionalidad: Indistinta<br><br>Nivel socio económico: medio, medio bajo, medio alto | - Tranquilidad en su viaje<br>- Relajación<br>- Paz sin la preocupación de nada.<br>- Armonía<br>- Distracción<br>- Cuidado y contacto con el medio ambiente. |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

### 3.1.1 Determinación de la población y muestra

#### 3.1.1.1 Población

(Pérez, 2008, pág. 214) "La población es el conjunto de elementos objeto de un estudio estadístico. Cada elemento de la población se denomina individuo."

#### 3.1.1.2 Tamaño del Universo

Tabla 29 Tamaño de la muestra

| Universo | No. |
|---|---|
| POBLACION DE QUITO | 1´619.146 |
| POBLACION DE LA PARROQUIA | 1.732 |
| TURISTAS NACIOANLES Y EXTRANJEROS | 706.849 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Tabla 30 turistas Quito

| variable/período | | Años | | | Estructura porcentual | | | Tasa de variación 2014/2013 | Tasa de variación 2015/2014 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2013 | 2014 | 2015 | 2013 | 2014 | 2015 | | |
| | | | | | | | | variación | |
| **Grupo nacionalidad** | | | | | | | | | |
| **Ecuatorianos** | | 46.931 | 53.856 | 65.394 | 7,5 | 7,7 | 9,3 | 14,8 | 21,4 |
| **Extranjeros** | | 581.999 | 649.159 | 641.455 | 92,5 | 92,3 | 90,7 | 11,5 | -1,2 |
| **Total** | | 628.930 | 703.015 | 706.848 | 100,0 | 100,0 | 100,0 | 11,8 | 0,5 |

Fuente: INEC
Elaborado por: Paola Coro

Tabla 31 Tamaño de la muestra

| | Turista del DMQ | 2013 | 2014 | 2015 | |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Llegada de Turistas a Quito | 628.958 | 703.015 | 706.848 | Turistas |
| 2 | Tasa de crecimiento 2012-2013-2014 | 18% | 12% | 0,55% | Respecto año anterior |
| 3 | Proyección al 2018 (número de turistas) | | | 867.124 | Turistas |

Fuente: INEC
Elaborado por: Paola Coro

### 3.1.1.3 Muestra

Menciona el mismo autor "Una muestra es un subconjunto de la población. Se dice que es representativa si con ella se puede explicar el comportamiento de la población."

### 3.1.1.4 Formulación de la muestra

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

**Nomenclatura:**

- n= Tamaño de la muestra
- N= Población o universo
- P= Posibilidad de éxito (50%)
- Q= Posibilidad de Fracaso (50%)
- $E^2$= Margen de error $(5\%)^2$
- $Z^2$= Nivel de confianza $(1.96)^2$

DESARROLLO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{(706\,848).(0{,}5).(0{,}5).(1{,}96)^2}{(706\,848 - 1)(0{,}05)^2 + (0{,}5).(0{,}5).(1{,}96)^2}$$

$$n = \frac{678\,856,\,819}{1768.0804}$$

**n= 384**

### 3.1.2 Técnicas de la obtención de la información

Indica (Facal, y otros, 2011, pág. 109) que;

> Como es bien conocido, las técnicas de recogida de información social son múltiples y variadas: la observación directa, el trabajo de campo, la asamblea…; sin embargo, en lo relativo a la obtención de datos e información de tipo personal ( es decir, de carácter subjetivo, vivencial, de opinión o procedente de la memoria de un sujeto ) y directo (esto es, aquellos que proceden directamente del individuo, sin que haya ningún intermediario ni mediación entre el investigador- receptor de la información y el emisor de la misma), estas técnicas se reducen, básicamente, a dos: **encuestas y entrevistas**.

Menciona el mismo autor "La **encuesta** es una técnica en la que, mediante las respuestas obtenidas de una muestra (porción de la población de interés), se intenta obtener la información que pueda ser estimada como representativa del conjunto de la población estudiada."

(Báez & Pérez, 2009, pág. 95) **"La entrevista** es una técnica de investigación intensiva que se utiliza para profundizar en aquellos aspectos más teóricos y globales que constituyen el discurso especializado (ideológico y profesional ) sobre un tema y los fundamentos en que éste se apoya."

Menciona (Sanz M. J., 2015, pág. 45)que;

> **El Focus Group o reunión de grupo** trata de analizar cómo la conducta individual se modifica dependiendo de la interacción con un grupo. Para ello, se reúne a un conjunto de entre siete a once personas con el fin de que discutan sobre el tema, y así estudiar los cambios en el grupo y en los diferentes miembros que lo integran.

Indica (Olabuénaga, 2012, pág. 125) que;

> **La Observación** es el proceso de contemplar sistemática y detenidamente cómo se desarrolla la vida social, sin manipularla ni modificarla, tal cual ella discurre por sí misma. Esta observación común y generalizada puede transformarse en una poderosa herramienta de investigación social y en técnica científica de recogida de información si se efectúa, aún admitiendo que sus problemas (son legión) incluyen cuestiones de validez y de fiabilidad, de sesgos por parte del observador y los observados, efectos del observador y de ausencia de controles:

Indica (Sanz M. J., 2015, pág. 103)que;

> **El cuestionario** es la pieza clave en la recogida de información. Su propósito es conseguir la máxima información en la base a los objetivos marcados a través de unas preguntas que deben formar un conjunto coherente y armónico. Por tanto, se trata de trasladar a preguntas los objetivos específicos de la investigación de una manera reflexiva y tratando de prever cualquier problema que pudiera seguir.

Para el desarrollo del proyecto se realizará mediante una encuesta dentro de una determinada población y así determinar en el mercado que se encuentra la Hostería, analizar la oferta y demanda, así plantear estrategias para posicionarnos en el mercado.

### 3.1.2.1 Modelos da la Encuesta

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA**
**ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA**
**ENCUESTA**

Formulario N° ☐☐☐

**Objetivo:** Determinar la demanda y oferta de la implementación de una Hostería en la Parroquia de Nono para apoyar el sector turístico.

**Datos Generales**

Nombre y Apellido……..……Género: M…F….Edad……..

Actividad Económica: SI..... NO.....

**Preguntas:**

1.- ¿Conoce usted la Parroquia de Nono?

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

2.- ¿Le gustaría conocer los atractivos del sector turístico de nono?

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

3.- ¿En qué lugar usted se hospeda cuándo viaja por turismo?

Hotel…….. Hosterías……. Hostal…….... Pensiones…….

4.- ¿Le gustaría que se implemente una hostería en la parroquia de nono?

SI…….. NO…….

5.- ¿Visitaría usted una Hostería Ecológica?

SI…… NO……

6- ¿Con que frecuencia visita usted una hostería?

Semanal…… Mensual…… Trimestral…… Semestral…… Anual…….

7- ¿Por qué medios usted reservaría para hospedarse?

Redes Sociales…….. Agencia de viajes……

Página web……. Otros (cual)…….

8.- ¿Cuánto tiempo dura su estadía en un lugar?

Un día……. Dos días……. Tres días……. Más…….

9.- ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje?

$18-$30…… $31-$50…….

$51-$75…… $76 en adelante……..

10.- ¿Está usted satisfecho con los servicios que ofrecen otras hosterías?

SI…… NO……

11.- ¿Qué característica usted prefiere al momento de adquirir los servicios de alojamiento?

Seguridad……. Calidad……. Precio…….Ubicación……

### 3.1.3 Análisis de la información

Tabla 32 Género

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Masculino | 127 | 33,07% |
| Femenino | 257 | 66,93% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

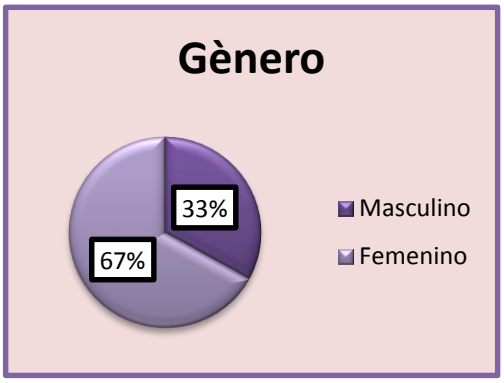



Figura 32 Género
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis:

La información presentada en la tabla de género da a conocer que en la encuesta realizada el mayor porcentaje tiene el género masculino con un total del 33,07% y un 69,93% correspondiente al género femenino lo que se demuestra que quien más viajan son las mujeres.

1. **¿Conoce usted la Parroquia de Nono?**

Tabla 33 Conocimiento de la Parroquia

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **Si** | 178 | 46,35% |
| **No** | 206 | 53,65% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

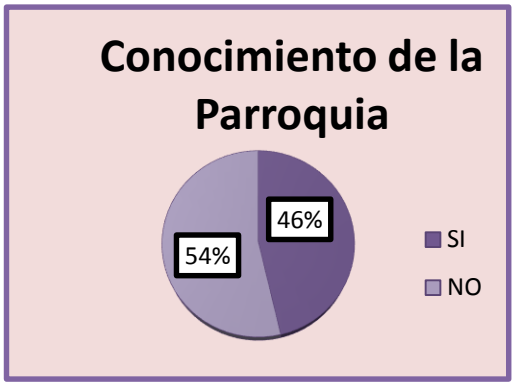



Figura 33 Conocimiento de la Parroquia
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta uno refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 46,35% del total de encuestados conoce la Parroquia de Nono lugar a establecerse la Hostería, por otro lado el 53,65% de encuestados dijeron que desconocen del lugar. Por lo que se ha determina que no conocen la parroquia de nono por lo cual se tiene la obligación de difundir la biodiversidad de llegar para así tener un resultado favorable al proyecto

**2. ¿Le gustaría conocer los atractivos del sector turístico de nono?**

Tabla 34 Conocimiento de atractivos Turísticos

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **Si** | 369 | 96,09% |
| **No** | 15 | 3,91% |
| **Total** | **370** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

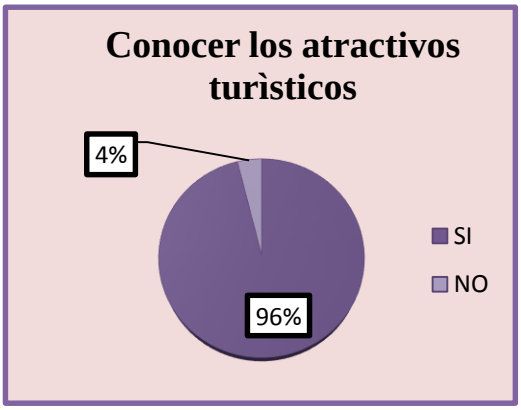



Figura 34 Conocimiento de atractivos Turísticos
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta dos refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 96,09% del total de encuestados les gustaría conocer los atractivos turísticos de la Parroquia de Nono lugar a establecerse la Hostería, por otro lado el 3,91% de encuestados dijeron que no les gustaría conocer los atractivos turísticos de Nono.

### 3. ¿En qué lugar usted se hospeda cuándo viaja por turismo?

Tabla 35 Lugar de Hospedaje

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **Hotel** | 117 | 30,47% |
| **Hosterías** | 136 | 35,42% |
| **Hostal** | 67 | 17,45% |
| **Pensiones** | 64 | 16,66% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

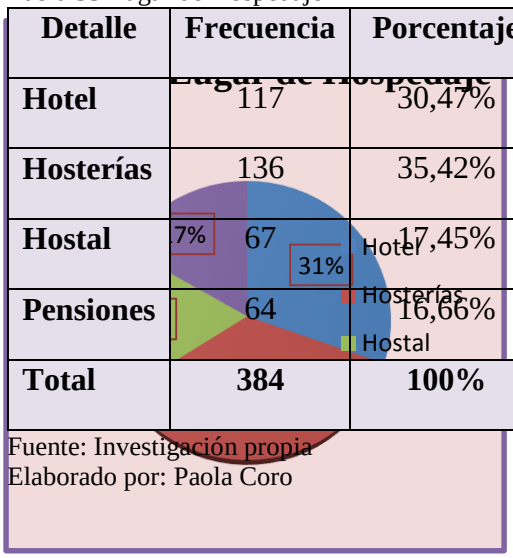



Figura 35 Lugar de Hospedaje
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta tres refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 30,47% del total de encuestados, dijeron que cuando viajan prefieren hospedarse en un Hotel por otro lado el 35,42% de encuestados dijeron en Hosterías, el 17,45% en Hostal y el 16,66% en pensiones. Por lo cual se puede determinar que si es favorable realizar la hostería ya que el resultado es positivo

**4. ¿Le gustaría que se implemente una hostería en la parroquia de nono?**

Tabla 36 Implementación de una Hostería

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **Si** | 329 | 85,68% |
| **No** | 55 | 14,32% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

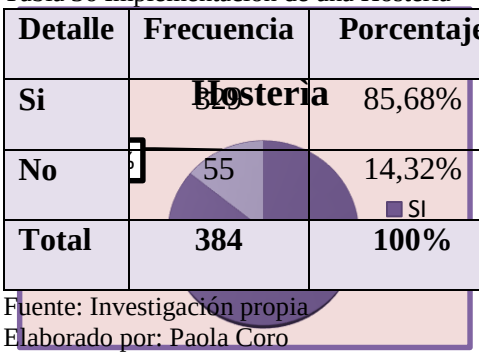



Figura 36 Implementación de la Hostería
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta cuatro refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 85,68%% del total de encuestados les gustaría que se implemente la Hostería en la Parroquia de Nono por otro lado el 14,32% de encuestados dijeron que no les gustaría que se implemente.

**5. ¿Visitaría usted una Hostería Ecológica?**

Tabla 37 Visita una Hostería Ecológica

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **Si** | 305 | 85,68% |
| **No** | 79 | 14,32% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

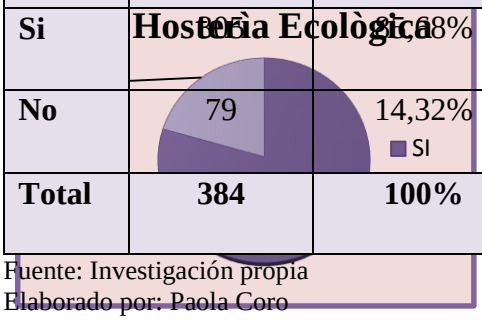



Figura 37 Visita una Hostería Ecológica
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta cinco refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 85,68%% del total de encuestados les gustaría que se implemente la Hostería en la Parroquia de Nono por otro lado el 14,32% de encuestados dijeron que no les gustaría que se implemente.

**6. ¿Con que frecuencia visita usted una hostería?**

Tabla 38 Frecuencia visita una Hostería

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **Semanal** | 55 | 14,32% |
| **Mensual** | 95 | 24,74% |
| **Trimestral** | 76 | 19,79% |
| **Semestral** | 92 | 23,96% |
| **Anual** | 66 | 17,19% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

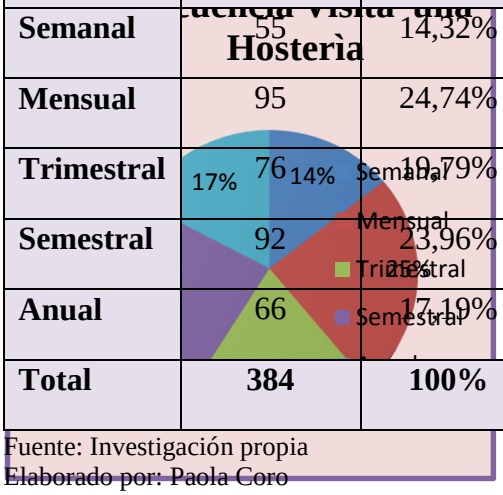



Figura 38 Frecuencia visita una Hostería
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta seis refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 14,32% del total de encuestados visitan una hostería semanal por otro lado el 24,74% de encuestados dijeron que mensual, el 19,79% trimestral, el 23,96% semestral y el 17,19% anual.

**7. ¿Por qué medios usted reservaría para hospedarse?**

Tabla 39 Medios de Reserva

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **Redes Sociales** | 112 | 29,17% |
| **Agencia de Viajes** | 88 | 22,92% |
| **Página Web** | 105 | 27,34% |
| **Otros** | 79 | 20,57% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

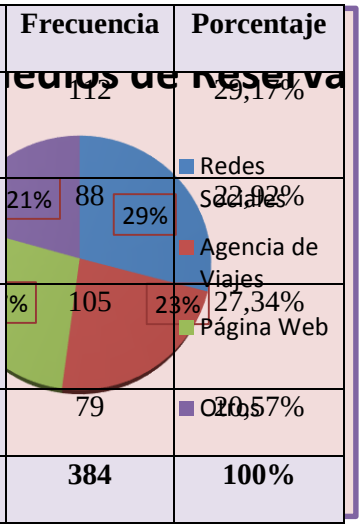



Figura 39 Medios de Reserva
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta siete refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 29,17% del total de encuestados reservan el lugar a hospedarse por redes sociales por otro lado el 22,92% de encuestados dijeron agencia de viajes, el 27,34% página web y el 20,57% dijeron otros.

**8. ¿Cuánto tiempo dura su estadía en un lugar?**

Tabla 40 Tiempo de Estadía

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **Un día** | 75 | 19,53% |
| **Dos días** | 121 | 31,51% |
| **Tres días** | 125 | 32,55% |
| **Más** | 63 | 16,41% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro




Figura 40 Tiempo de Estadía
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta ocho refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 19,53% del total de encuestados dijeron un día tiempo de estadía al momento de viajar, el 31,51% dos días, el 32,55% tres días y el 16,41% dijeron más tiempo. Esto nos permite realizar una buena oferta en paquete turístico y estadía, indicando que el 32,55% dijeron 2 días

**9. ¿Cuánto usted estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje?**

Tabla 41 Precio

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **$18-$30** | 140 | 36,46% |
| **$31-$50** | 99 | 25,78% |
| **$51-$70** | 81 | 21,09% |
| **$70 en adelante** | 64 | 16,67% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

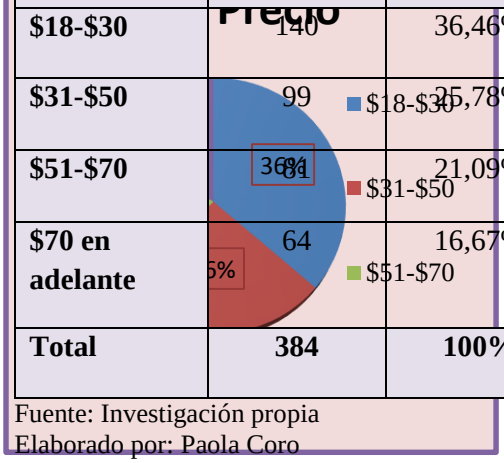



Figura 41 Precio
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta ocho refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 36,46% del total de encuestados dijeron que el precio hasta cuando ellos han gastado en una hostería es de $18-$30, el 25,78% dijeron de $31- $50, el 21,09% de $51-$70, el 16,67% de $70 en adelante. Esto indica que los clientes gastan un aproximado de $18-$30 y nos permite realizar un paquete turístico, hospedaje y alimentación de acuerdo a su presupuesto.

**10. ¿Está usted satisfecho con los servicios que ofrecen otras hosterías?**

Tabla 42 Satisfacción del Servicio de otras hosterías

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **No** | 237 | 61,72% |
| **Si** | 147 | 38,28% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

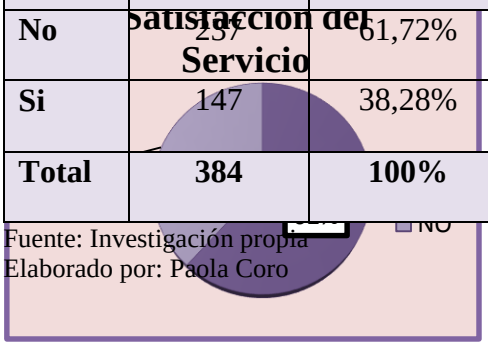



Figura 42 Satisfacción del Servicio
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta diez refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 61,72% del total de encuestados dijeron que no estaban satisfechos con el servicio de otras hostería mientras que el 38,28% dijeron que si estaban satisfechos con el servicio. Esto nos permite ingresar al mercado ya que el cliente no está satisfecho con los servicios que brinda la competencia

**11. ¿Qué característica usted prefiere al momento de adquirir los servicios de alojamiento?**

Tabla 43 Características del Servicio

| Detalle | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| **Seguridad** | 98 | 25,52% |
| **Calidad** | 113 | 29,43% |
| **Precio** | 84 | 21,87% |
| **Ubicación** | 89 | 23,18% |
| **Total** | **384** | **100%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

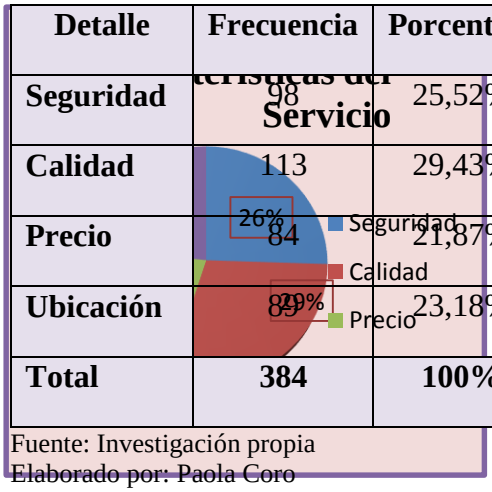



Figura 43 Características del Servicio
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la pregunta once refleja gracias a la obtención de datos en la encuesta realizada que un 25,52% del total de encuestados dijeron que prefieren seguridad al momento de adquirir el servicio de hospedaje por otro lado el 29,43% calidad, el 21,87% precio, el 23,18% indicaron la ubicación.

## 3.2. OFERTA

Menciona (Alet, 2011, pág. 125) que;

> La oferta se concreta en todo lo que se hace ver al cliente qué obtendrá de valor a cambio de todo lo que tendrá que dar o sacrificar para conseguirlo. Una buena oferta debería incluir, por lo tanto, una presentación y descripción de todos los factores que aumentan el valor y disminuyen el riesgo y otros costes, además de los del precio.

### 3.2.1 Oferta Histórica

(Rodriguez & Martínez, 2006, pág. 158) "La elaboración de analogías históricas para evaluar situaciones pasadas independientes a la organización y establecer relaciones con la situación que se está estudiando para ayudar a pronosticar la demanda."

Análisis

Como es un proyecto nuevo en el sector no existen datos estadísticos para reflejar el movimiento de las hosterías ya que en la parroquia de Nono existe únicamente complejos, restaurantes y hotel, es el motivo que se procede con la implementación de la primera hostería que brinde el servicio de alojamiento y alimentación.

### 3.2.2 Oferta Actual

(Alemán & Rodríguez Escudero, 2012, pág. 400) "La oferta actual de productos se percibe como débil en al menos un atributo por un gran segmento de los clientes actuales o potenciales."

### 3.2.2.1 Cálculo de la Oferta Actual

Tabla 44 Oferta Actual

| Oferta Actual | | | |
|---|---|---|---|
| Año | Demanda proyectada | Aceptación de la competencia (%) | Oferta proyectada |
| 2016 | $ 655.545,89 | 0,3828 | $ 250.942,97 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Análisis

Se realiza el cálculo de la oferta actual para saber con qué cantidad de clientes que cuenta actualmente la hostería en cuanto al servicio a ofrecer, y de esta manera poder planear hacia el futuro con el objetivo que mejore y comenzar a crecer en cuanto a la cantidad de clientes y el valor establecido, estableciendo estrategias para mejor el servicio a realizar.

### 3.2.3 Oferta Proyectada

Identifica (Miranda, 2005, pág. 102)que;

> Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta. Esto supone la identificación y selección de fuentes secundarias y primarias adecuadas que le den confiabilidad al estudio.

Tabla 45 Oferta Proyectada

| Proyección de la Oferta | | | |
|---|---|---|---|
| Año | Demanda Proyectada | Aceptación de la Competencia (%) | Oferta Proyectada |
| 2017 | $ 701.434,10 | 0,3828 | 268.508,97 |
| 2018 | $ 750.534,49 | 0,3828 | 287.304,60 |
| 2019 | $ 803.071,90 | 0,3828 | 307.415,92 |
| 2020 | $ 859.286,93 | 0,3828 | 328.935,04 |
| 2021 | $ 919.437,02 | 0,3828 | 351.960,49 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Análisis

Se realiza la proyección de la oferta para conocer la cantidad del servicio que se ofrecerá en un período de 5 años como proyección del proyecto y de esta manera determinar el valor que se establecerá en ese tiempo sobre todo ver cómo va nuestro servicio si va mejorando y en caso que sea lo contrario permite tomar decisiones estratégicas para que el proyecto se encuentre en el mercado, obteniendo así una proyección de la oferta para el 2021 de 351.960,49 en cuanto a servicio.

## 3.4 DEMANDA

(Talaya, 2008, pág. VIII) "Capacidad de reacción de un mercado potencial ante unos estímulos y esfuerzos de Marketing concretos y limitada por las condiciones actuales del entorno."

Tabla 46 Porcentaje de aceptación

| | | |
|---|---|---|
| Población (PEA) Parroquia | | 706.848 |
| **Porcentaje de Aceptación** | | 85,68% |
| 706.848 | * 85,68% | 605.627 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 47 Aceptación del servicio

| | | |
|---|---|---|
| Población que acepta del SERVICIO | | 605.627 |
| **Frecuencia diario de consumo (% más alto)** | | 24,74% |
| 605.627 | * 24,74% | 149.832 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Tabla 48 Demanda en dólares actual

| | |
|---|---|
| Compras del SERVICIO | 149.832 |
| Porcentaje más alto<br>Pago por servicio $ 18-$30<br>- $\frac{18+30}{2}$ = 24 promedio por pax | 36,46% |
| 54.628,82<br>**655.545,89**<br>12.606,65 | Vtas, mensual<br>**Vtas. Anual**<br>Vtas. Semanales |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

### 3.3.1 Demanda Histórica

(Miranda, 2005, pág. 91) "El objeto del análisis histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución, con el fin de tener algún elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre."

Análisis

Como es un proyecto nuevo en el sector no existen datos estadísticos para reflejar el movimiento de las hosterías ya que en la parroquia de Nono existe únicamente complejos, restaurantes y hotel, es el motivo que se procede con la implementación de la primera hostería que brinde el servicio de alojamiento y alimentación.

### 3.3.2 Demanda Actual

(Belbeze, 2008, pág. 44) "Volumen total que compraría un grupo de consumidores concreto, en una zona geográfica determinada, en un período de tiempo preciso, en un entorno de marketing definido y con un nivel y un conjunto de esfuerzos de marketing específico."

#### 3.3.2.1 Cálculo de la demanda actual

Tabla 49 Demanda Actual

| Demanda Actual | | | |
|---|---|---|---|
| Año | Demanda | Tasa de Crecimiento Poblacional | Demanda Proyectada |
| 2016 | $ 655.545,89 | 1 | $ 655.545,89 |

Elaborado por Paola Coro

Análisis

La demanda actual dentro del servicio de la hostería permite conocer el precio al servicio ofrecido y poder diferenciar cada año el incremento de turistas en el sector y para lograr establecer un valor que no afecte el servicio a futuros si no que mejore en cuanto a precio y al servicio a realizar .

### 3.3.3 Demanda Proyectada

Menciona (Juàrez & Garcìa, 2011, pág. 223) que;

> (Demanda futura, referida a la cantidad posible de bienes y servicios que se adquirirán o al número de consumidores posibles, que aún no son consumidores reales pero que podrían adquirir los servicios de la empresa o que podrían visitar el destino).

Tabla 50 Demanda Proyectada

| Proyección de la Demanda | | | |
|---|---|---|---|
| Año | Demanda | Tasa de Crecimiento Poblacional | Demanda Proyectada |
| 2017 | $ 655.545,89 | 1,07 | $ 701.434,10 |
| 2018 | $ 701.434,10 | 1,07 | $ 750.534,49 |
| 2019 | $ 750.534,49 | 1,07 | $ 803.071,90 |
| 2020 | $ 803.071,90 | 1,07 | $ 859.286,93 |
| 2021 | $ 859.286,93 | 1,07 | $ 919.437,02 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Análisis

Dentro del proyecto se realiza la proyección de la demanda para determinar la cantidad de servicio y así establecer el precio del servicio de la Hostería en el mercado, disponer de un aproximado al solicitar o requerir del servicio de

alojamiento y alimentación obteniendo como resultado para el 2021 un valor de $ 919.437,02 que espera la empresa para obtener el resultado deseado en cuanto a valores, cantidad y calidad del servicio a ofertar y obtener la mayor demanda del sector en cuanto al proyecto planteado.

## 3.4 BALANCE OFERTA-DEMANDA

### 3.4.1 Balance Actual

Tabla 51 Balance Actual

| CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA | | | |
|---|---|---|---|
| Año | Demanda proyectada | Oferta proyectada | Demanda insatisfecha (DP-OP) |
| 2016 | $ 655.545,89 | $ 250.942,97 | $ 404.602,92 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Análisis

Permite determinar la cantidad de clientes que no están satisfechos con el servicio de una hostería ya sea la competencia y es el motivo del proyecto a realizar porque la mayoría del cliente encuestado desea la implementación del proyecto para cumplir con sus expectativas, ir a descansar en un lugar turístico como es Nono, donde pueda disfrutar de su biodiversidad y así tener clientes satisfechos con el servicio brindado.

### 3.4.2 Balance Proyectado

Tabla 52 Balance proyectado

| CÁLCULO DEMANDA INSATISFECHA | | | |
|---|---|---|---|
| Año | Demanda proyectada | Oferta Proyectada | Demanda Insatisfecha (DP-OP) |
| 2017 | 701.434,10 | 268.508,97 | 432.925,13 |
| 2018 | 750.534,49 | 287.304,60 | 463.229,88 |
| 2019 | 803.071,90 | 307.415,92 | 495.655,98 |
| 2020 | 859.286,93 | 328.935,04 | 530.351,90 |
| 2021 | 919.437,02 | 351.960,49 | 567.476,53 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por Paola Coro

Análisis

De acuerdo a la encuesta varios clientes que no están de acuerdo con el servicio que pueda ofrecer otra Hostería se plantean una proyección para 5 años y poder analizar cada año en que se está cometiendo el error para así resolver a tiempo y comenzar a realizar estrategias para no tener mayor cantidad de clientes insatisfechos si no al contrario aumentar el número de clientes y satisfaciendo sus necesidades.

# CAPÍTULO IV

## 4. ESTUDIO TÉCNICO

(Lado, Cartagena Ruiz, Nájera Pérez, & Orts Aragonés, 2011, pág. 14) “En estudio de viabilidad tiene el aspecto comercial, clave a la hora de determinar no solo futuros ingresos posibles sino también el volumen del negocio e incluso la definición del producto inmobiliario más adecuado.”

### 4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

(Espinoza, 2007, pág. 43) “La definición del tamaño del proyecto se inicia con la elaboración de un diagrama de flujo de proceso, que muestre las diferentes etapas de producción, cantidades de insumo y de producto terminado.”

#### 4.1.1 Capacidad Instalada

(García & Domínguez Galcerán, 2015, pág. 174) “La decisión de capacidad instalada está relacionada con la localización y la distribución de planta. No hay que olvidar que la capacidad depende de la demanda y que esta puede ser fuertemente influida por la localización.”

## Área Recepción

Tabla 53 Área de Recepción

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Área de recepción | (2,36m*1,5m)+(4m*2,50m) | 13,54m² |
| Baño | 1,64m*1,50m | 2,46m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **16m²** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

## Área Administrativa

Tabla 54 Área Administrativa

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Área Administrativa | (2,40m*2m)+(4m*2,50m) | 14,80m² |
| Baño | 1,60m*2,0m | 3,20m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **18m²** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

## Cabaña Familiar

Tabla 55 Cabaña Familiar

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Habitaciones Padres | 5m*4m | 20m² |
| Habitaciòn1 | 5m*2,88m | 14,40m² |
| Habitaciòn2 | 5m*2,90m | 14,50m² |
| área de Chimenea/reuniones | 1.78m*5.50 | 9.79m² |
| Baño1 | 2,39m*1,58m | 3,77m² |
| Baño2 | 2,39m*1,58m | 3,77m² |
| Sala de Estar | 2.70*1,78m | 4,81m² |
| Área de descanso | 8,20m*3,0 | 24,60m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **95,64 m²** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

## Cabaña Doble

Tabla 56 Cabaña Doble

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Baños | 2m*1.50m | 3 m² |
| Habitaciones | 5m*5m | 25,00 m² |
| Área de descanso | 3m*4m | 12 m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **40m²** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

## Cabaña Triple

Tabla 57 Cabaña triple

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Habitación | 8m*5m | 40m² |
| Baño | 3m*1,3m | 3,90m² |
| Área de descanso | 6,7m*3m | 20,10m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **64m²** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

## Cabaña Matrimonial

Tabla 58 Cabaña Matrimonial

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Habitación | 5m*3,60m | 18m² |
| Baño | 2,40m*1,58m | 3,79m² |
| Área de descanso | 3,42m*2,40m | 8,21m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **30m²** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

## Restaurante

Tabla 59 Restaurante

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Cocina | 3,40m*5m | 17m² |
| Comedor | 4,6m*8m | 36,80m² |
| Pasillo | 1m*3,40m | 3,4m² |
| Baño | 2m*3,40m | 6,80m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **64m²** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

## Áreas recreativas

Tabla 60 Área recreativa

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Áreas Verdes | 11,1m²*12m² | 133,2 m² |
| Juegos Infantiles | 6,90m²*3m² | 20,7 m² |
| Canchas Básquet | 6,90m²*3m² | 20,7 m² |
| Canchas Vóley | 6,90m²*3m² | 20,7 m² |
| Canchas futbol | 6,90m²*3m² | 20,7 m² |
| Parqueadero | 6m²*6m² | 36 m² |
| Baño M. | 2,98m²*6m² | 18,06 m² |
| Baño F. | 301m²*6m² | 17,88 m² |
| Asadero | 6,01m²*6m² | 36,06 m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **324** m² |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Tabla 61 Área Total

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL, M² |
|---|---|---|
| Área Administrativa | 4m*4,50m | 18m² |
| Área de recepción | 4m*4m | 16m² |
| Cabaña Familiar | 8m*8m | 64m² |
| Cabaña Doble | 6m*7,04m | 42,24m² |
| Cabaña Triple | 8m*8m | 64m² |
| Cabaña Matrimonial | 5m*6m | 30m² |
| Restaurante | 8m*8m | 64m² |
| Área Recreativa | 18m*18m | 324m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **622,24m²** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

De acuerdo al resultado del total de la capacidad instalada se tiene 622,24m² contando con el total de terreno de 1500m², se empezará por el momento con 4 cabañas para más adelante hacer uso del terreno sobrante 877,76m² de acuerdo como vaya creciendo la empresa y de los servicios que se han requeridos por el cliente y que no se encuentre todavía en construcción.

### 4.1.2 Capacidad Óptima

Menciona(Martín, 2011, pág. 298) que;

> Capacidad optima será aquella que cumpla dos aspectos: que permita alcanzar los objetivos económicos financieros pretendidos por la dirección del centro y que cumpla con las expectativas generadas por los clientes por los clientes, que sea valorada como aceptable o positiva por los clientes.

Tabla 62 Capacidad Óptima

| ÁREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Área Administrativa | 4m*4,50m | 18m² |
| Área de recepción | 4m*4m | 16m² |
| Cabañas | (8m*8m)+( 6m*7,04m)+( 8m*8m)+( 5m*6m) | 200,24m² |
| Restaurante | 8m*8m | 64m² |
| Área Recreativa | 18*12m | 216m² |
| Parqueadero | 6m*6m | 36 m² |
| Baño | 1,60m*2,0m | 3,20m² |
| TOTAL CAPACIDAD OPTIMA | | **553,44m²** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

## 4.2 LOCALIZACIÓN

Informa (Chain, 2007, pág. contents XVII) que;

> La ubicación más adecuada será la que posibilite maximizar el logro del objetivo definido para el proyecto, como cubrir la mayor cantidad de población posible o lograr una alta rentabilidad. Aunque las opciones de localización pueden ser muchas, en la práctica éstas se reducen a unas pocas, por cuanto las restricciones y exigencias propias del proyecto eliminan a la mayoría de ellas.

### 4.2.1 Macro localización

(Posas, 2007, pág. 116) "La macrolocalización para el proyecto está determinada por la descripción de la zona o el contexto donde el proyecto impacta a través de sus diferentes costos y beneficios."

Tabla 63 Macro localización

| MACRO LOCALIZACIÓN | |
|---|---|
| País | Ecuador |
| Proviencia | Pichincha |
| Cantón | Quito |
| Parroquia | Nono |
| Sector | La Plaza |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro




Figura 44 Mapa Quito
Fuente google maps
Elaborado por: Paola Coro

### 4.2.2 Micro Localización

(Idàñez, 2013, pág. 351) “Micro-localización, identificando dentro de un conjunto menor, como puede ser un pueblo o un barrio, el lugar o zona en donde se desarrollará el proyecto.”




Figura 45 Mapa Parroquia Nono
Fuente google maps
Elaborado por: Paola Coro

### 4.2.3 Localización Óptima

Tabla 64 Localización óptima

| Factores | Ponderación | Av. Occidental y Mariscal Sucre | | Av. Occidental y Yanacona | | Av. la Independencia km43 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Mena del Hierro | | La Planada | | Vía Calacalì | |
| | | Calificación | Total | Calificación | Total | Calificación | Total |
| Instituciones Financieras | 0,05 | 7 | 0,35 | 6 | 0,3 | 6 | 0,3 |
| Costo de arriendo | 0,1 | 8 | 0,8 | 8 | 0,8 | 8 | 0,8 |
| Seguridad | 0,15 | 9 | 1,35 | 8 | 1,2 | 7 | 1,05 |
| Parqueaderos | 0,1 | 9 | 0,9 | 6 | 0,6 | 6 | 0,6 |
| Servicios Básicos | 0,1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 10 | 1 |
| Vías de acceso | 0,2 | 10 | 2 | 10 | 2 | 8 | 1,6 |
| Servicio de transporte | 0,1 | 10 | 1 | 10 | 1 | 5 | 0,5 |
| Competencia | 0,1 | 5 | 0,6 | 5 | 0,5 | 9 | 0,9 |
| Clima | 0,05 | 8 | 0,4 | 8 | 0,4 | 7 | 0,35 |
| Mano de Obra | 0,05 | 9 | 0,45 | 8 | 0,4 | 6 | 0,3 |
| TOTAL | 1 | 8,75 | | 8,2 | | 7,4 | |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Para facilitar la localización de la Parroquia de Nono se obtuvo como resultado el mejor acceso para llegar al lugar es por la Av. Occidental y Mariscal Sucre sector Mena del Hierro, cuenta con los mejores factores tanto en seguridad las vías de accesos ya que actualmente son pavimentadas y esto permite llegar en el mejor tiempo posible contando con parqueaderos en caso de que lo requieran y siendo la vía más conocida y el servicio de transporte fijo a Nono (Bus) que accede por el lugar.

## 4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

(Torrents, Gil Vilda, & Arcusa Postils, 2010, pág. 79) "La ingeniería del producto. Es la responsable de la funcionalidad final del producto, de la tecnología necesaria y del diseño detallado. Se suele encuadrar en las áreas de Investigación y Desarrollo."

### 4.3.1 Definición del servicio

(Esteban, 2014, pág. contents Section 2) "Un servicio es una prestación, un esfuerzo o una acción. Frecuentemente se confunden los conceptos de bien y producto, quedando el de servicio como algo ajeno a ellos."

### 4.3.2 Distribución de la planta

Tabla 65 Distribución de la Planta

| AREA | DIMENSIONES | TOTAL M² |
|---|---|---|
| Área Administrativa | 4m*4,50m | 18m² |
| Área de recepción | 4m*4m | 16m² |
| Cabaña Familiar | 8m*8m | 64m² |
| Cabaña Doble | 5m*8m | 40m² |
| Cabaña Triple | 8m*8m | 64m² |
| Cabaña Matrimonial | 5m*6m | 30m² |
| Restaurante | 8m*8m | 64m² |
| Área Recreativa | 18m*18m | 324m² |
| TOTAL CAPACIDAD INSTALADA | | **622,24m²** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

#### 4.3.2.1 Código de cercanía

Tabla 66 Código de cercanía

| CÓDIGO DE CERCANÌA | |
|---|---|
| 1 | Por procesos |
| 2 | Por gestión administrativa |
| 3 | Necesidad |
| 4 | Ruido |
| 5 | Higiene |
| 6 | Seguridad |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 4.3.2.2 Razones de Cercanías

Tabla 67 Razones de cercanías

| RAZONES DE CERCANÍAS | |
|---|---|
| A | Absolutamente Necesario Que Este Cerca |
| E | Especialmente Necesario Que Este Cerca |
| I | Importante Que Este Cerca |
| O | Cercanía Ordinaria |
| U | Cercanía Indiferente |
| X | Cercanía Indeseable |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 4.3.2.3 Matriz Triangular

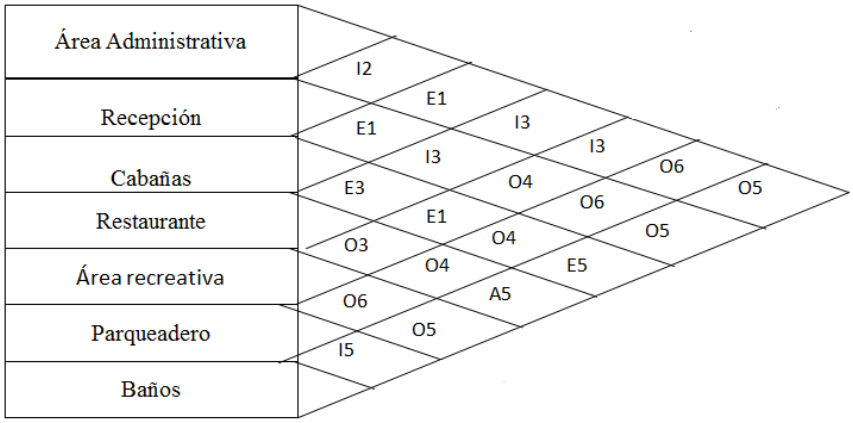



Figura 46 Matriz Triangular
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

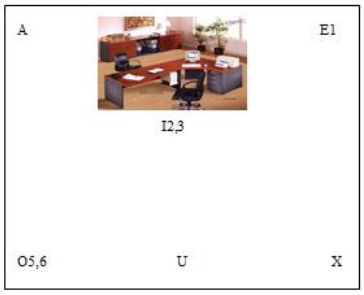
### 4.3.2.4 Distribución de la planta




Figura 47 Plano
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 4.3.2.4 Tabulación de la Matriz Triangular

Tabla 68 Área Administrativa




Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

De acuerdo a la evaluación que se realiza en las diferentes áreas podemos confirmar que es muy importante que la parte administrativa se encuentre cerca del lugar de operación o de servicio de esa manera permite visualizar de mejor manera el comportamiento hacia el servicio ofertado, como la satisfacción o insatisfacción del cliente, comenzar a realizar estrategias y tomar decisiones.

Tabla 69 Recepción

| | | |
|---|---|---|
| A |  | E1 |
| | I3 | |
| O4,5,6 | U | X |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

La parte de recepción es importante que se encuentre cerca sobre todo porque es el lugar de información y donde se brinda el servicio, sobre todo el lugar donde el cliente toma la decisión de quedarse o no después de la información, siendo el lugar donde acoja a los clientes, recibiendo y despidiendo después del servicio brindado.

Tabla 70 Cabañas

| | | |
|---|---|---|
| A |  | E1,3,5 |
| | I | |
| O4 | U | X |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Las cabañas siendo el lugar principal de la hostería con los mejores establecimientos, para brindar la mejor comodidad al cliente y de esta manera

cumplir con su necesidad que busca alojamiento pero al mismo tiempo alimentación, con las mejores habitación y en el mejor lugar ubicado cerca de las demás áreas .

Tabla 71 Restaurante

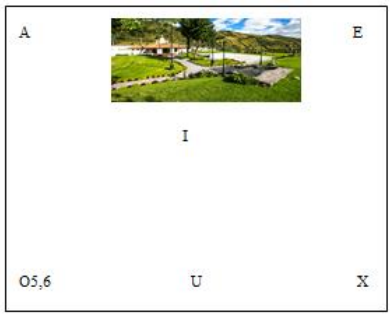



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Dentro de la Hostería el cliente por lo general busca un lugar donde poder de gustar de los alimentos después de la rutina o tour realizado en los alrededores de la hostería o sector con la importancia que se encuentra cerca del lugar de las cabañas para después ir a descansar.

Tabla 72 Área recreativa

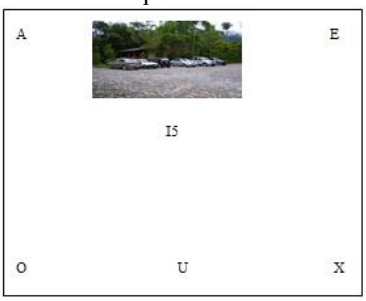



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Dentro del área recreativa de la hostería se encuentra las canchas, juegos infantiles siendo un lugar con cercanía ordinaria ya que por lo general el tour que se brinda es disfrutar de los lugares turísticos de la parroquia y la hostería por lo general iría ya únicamente a descansar.

Tabla 73 Parqueadero




Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Anàlisis

La mayorìa de clientes actualmente cuentan con vehìculo y al momento de visitar la Hosterìa Buscan un lugar seguro donde por estacionar pero a la vez que no se encuentre cerca de las cabañas por el ruido de los vehìculos pero si que sea seguro

Tabla 74 Baños

| | | |
|---|---|---|
| A |  | E |
| | I5 | |
| O | U | X |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Anàlisis

Los baños es muy importante dentro de una hosterìa cerca de sus cabañas, restaurante, en todas las àreas para asì mantener la higiene de todo los lugares ya sean Baños privados o en general para el cliente brindar la mejor imagen del lugar. Por las diferentes àreas es primordial.

### 4.3.3 Proceso Productivo

Menciona (Chain, Proyectos de inversión: formulación y evaluación, 2007, pág. contents XI) que;

> Un proceso productivo bien definido permitirá determinar los requerimientos de obras físicas, maquinaria y equipos, su vida útil, los recursos humanos y los recursos materiales, los cuales deberán ser cuantificados monetariamente para proyectar los flujos de caja que posibilitarán las evaluaciones posteriores.

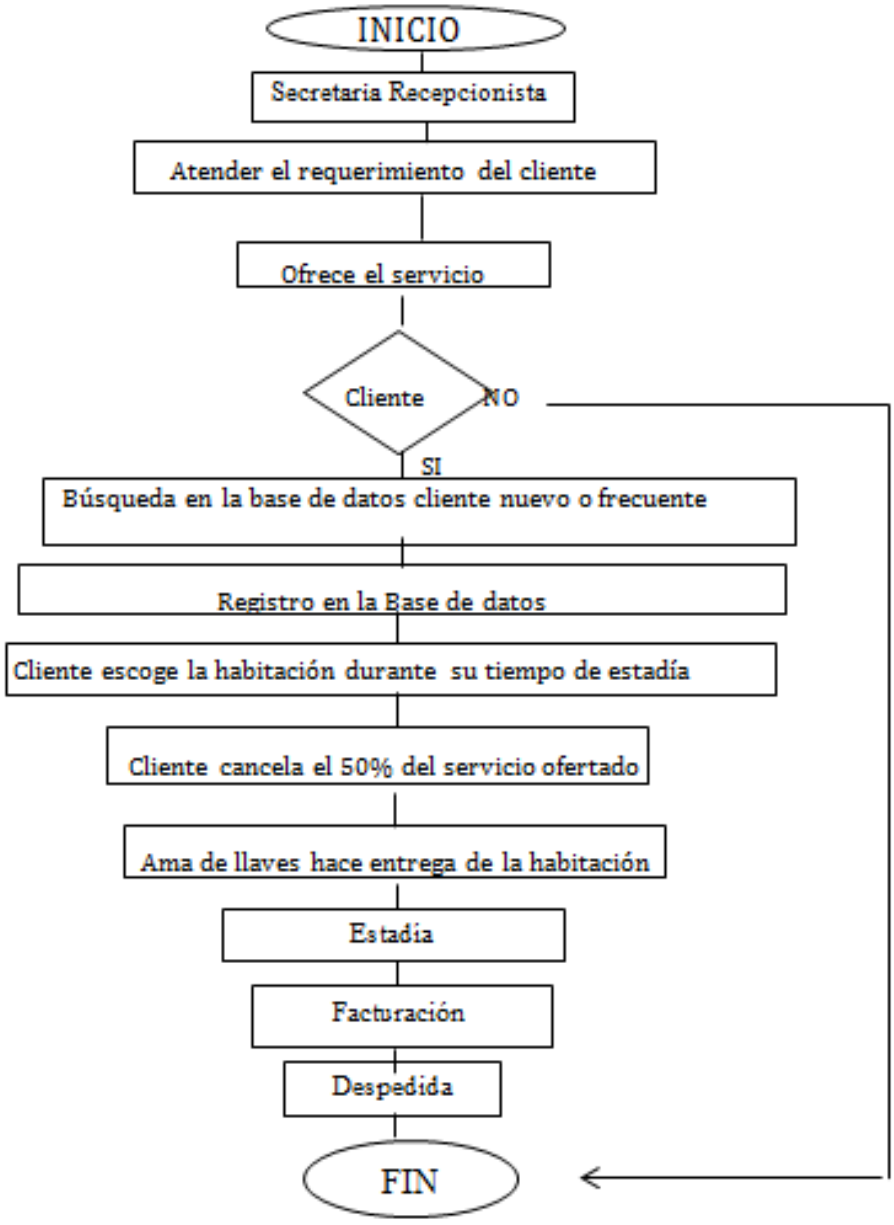



Figura 48 Proceso Productivo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

## DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DEL FLUJOGRAMA

Tabla 75 Descripción del flujograma

| ÁREA | DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES | TIEMPO |
|---|---|---|
| Recepción | Atender el requerimiento del cliente Y hacer reservas | 5-15mn |
| Cabañas | Cliente escoge la habitación | 10-20mn |
| Administrativa | Ama de llaves entrega la habitación | 5-10mn |
| Cabañas | Estadía | 24-72hs. |
| Recepción | Facturación | 5-10mn |
| Recepción | Despedida | 5-10mn |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 4.3.1 Maquinaria y Equipo

(Martínez, 2011, pág. 163) "Está compuesta por el costo de adquisición y montaje de la maquinaria y equipo para colocarlo en condiciones de uso en la producción de la renta."

Tabla 76 Activos Fijos del Proyecto

| ACTIVOS FIJOS DEL PROYECTO | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Descripción** | **Unidad** | **CANTIDAD** | **VALOR UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| **Activo Fijo** | | | | |
| Terreno | 1 | 1500 m² | 30 | $45.000 |
| Edificio y Construcción | 1 | 620m² | 450 | $279.000,00 |
| **Maquinaria y Equipo** | | | | |
| Plasma de 22" | unidad | 30 | 200 | $6.000,00 |
| Equipo Soporte Tv 22" | unidad | 30 | 50 | $1.500,00 |
| Sistema de seguridad | unidad | 1 | 900 | $900 |
| Central telefónica | unidad | 1 | 474 | $474 |
| Generador de luz | unidad | 1 | 500 | $500 |
| Lavadora | unidad | 1 | 620 | $620 |
| Purificador de agua | unidad | 1 | 400 | $400 |
| **Muebles y Enseres / Menaje** | | | | |
| Mesas | unidad | 10 | 100 | $1000 |
| Sillas | unidad | 40 | 35 | $1400 |
| Cama Queen | unidad | 15 | 200 | $3.000,00 |
| Cama Twin | unidad | 25 | 170 | $4.250,00 |
| Literas | unidad | 25 | 220 | $5.500,00 |
| Veladores | unidad | 30 | 45,00 | $1.350,00 |
| Hamacas | unidad | 60 | 10,00 | $600,00 |
| Toallas de baño | unidad | 100 | 8,00 | $800 |
| Toallas de pie | unidad | 30 | 6,00 | $180,00 |
| Toallas de mano | unidad | 100 | 3,00 | $300,00 |
| Lámparas de velador | unidad | 30 | 25 | $750,00 |
| Teléfono | unidad | 30 | 20 | $600,00 |
| Edredones 2 1/2 plaza | unidad | 15 | 35 | $525,00 |
| Edredones 1 plaza y ½ | unidad | 50 | 30 | $1.500,00 |
| Cobijas 1 plaza y ½ | unidad | 50 | 15 | $750,00 |
| Cobijas 2 1/2 plaza | unidad | 15 | 18 | $270,00 |
| Colchones de 1 ½ | unidad | 50 | 90 | $4.500,00 |
| Colchones de 2 1/2 plaza | unidad | 15 | 150 | $2.250,00 |
| Juegos de sabanas de 1 plaza ½ | unidad | 50 | 17 | $850,00 |
| Juegos de sabanas de 2 1/2 plazas | unidad | 15 | 20 | $300,00 |
| Almohadas | unidad | 65 | 4,00 | $260,00 |
| Espejo | unidad | 30 | 8,00 | $240,00 |
| Manteles | unidad | 10 | 5,00 | $50 |
| Cubre mantel | unidad | 10 | 2,00 | $20 |
| Servilletas | unidad | 50 | 1,50 | $75 |
| Copa de helado | unidad | 40 | 1,30 | $52 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Vaso para jugo | unidad | 40 | 1,00 | $40 |
| Platos bajo | unidad | 40 | 1,10 | $44 |
| Plato para postres | unidad | 40 | 1,00 | $40 |
| Taza de café | unidad | 40 | 1,00 | $40 |
| Cucharita de postre | unidad | 40 | 0,25 | $10 |
| Tenedor para postre | unidad | 40 | 0,35 | $14 |
| Cuchillo para postre | unidad | 40 | 0,40 | $16 |
| Azucareros | unidad | 10 | 4,00 | $40 |
| Saleros | unidad | 10 | 1,00 | $10 |
| Ajiceras | unidad | 10 | 1,50 | $15 |
| Charolas | unidad | 4 | 3,50 | $14 |
| Batidor eléctrica | unidad | 1 | 150 | $150 |
| Ensaladeras | unidad | 6 | 10 | $60 |
| Licuadora | unidad | 1 | 70 | $70 |
| Ollas | unidad | 3 | 35 | $105 |
| Sartén | unidad | 3 | 30 | $90 |
| Refrigerador | unidad | 1 | 735 | $735 |
| Juego de sala | unidad | 1 | 350 | $350 |
| Escritorio | unidad | 2 | 150 | $300 |
| Sillas de oficina | unidad | 2 | 45 | $90 |
| **Equipo de Computación** | | | | |
| Computadora de mesa | unidad | 2 | 350 | $700 |
| Impresora Samsung | unidad | 1 | 160 | $160 |
| **Equipo de Oficina** | | | | |
| Archivador de oficina | unidad | 2 | 95 | $190 |
| Sellos | unidad | 2 | 12 | $24 |
| Grapadora | unidad | 2 | 2,00 | $4,00 |
| Perforadora | unidad | 2 | 2,00 | $4,00 |
| **TOTAL** | | | | **$369.081,00** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

De acuerdo a los activos fijos de la Hostería se estima únicamente para las 4 cabañas, con activos necesarios y de primera necesidad para iniciar con el proyecto, con precios accesibles y productos de calidad con los mejores proveedores del mercado, como resultado a la inversión que se llevaría es de $246.900,00 como total en maquinaria y equipo.

# CAPÍTULO V

## 5. ESTUDIO FINANCIERO

(Blanco, Montoya Maquin , & Cambronero Esquivel, 2007, pág. 153) "El estudio financiero se construye mediante la comparación de los costos del proyecto y los beneficios económicos que genera."

## 5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

### 5.1.1 Ingresos operacionales

(Contabilidad financiera para Contaduría y Administración, 2016, pág. 56)"Son los que se obtienen por el desarrollo de actividades relacionados con el objeto social del negocio, es decir, aquellos que se generan por la prestación de servicios o por la venta de productos."

Tabla 77 Ingresos Operacionales

| DESCRIPCION | SERVICIO |
|---|---|
| POBLACIÓN NONO | 1.732,00 |
| TURISTAS INGRESO A NONO | 1.600,00 |
| ACEPTACIÓN | 85,68% |
| **TOTAL DE ACEPTACIÓN** | **1.370,88** |
| Frecuencia Semanal | 24,74% |
| **TOTAL DE CLIENTES** | **339,16** |
| CLIENTES POTENCIALES POR PAX | 45% |
| **CLIENTES POTENCIALES SEMANA** | **152,62** |
| **NUMERO DE SEMANAS AÑO** | **52** |
| **NUMERO DE PAX EN EL AÑO** | **7.936** |
| **PRECIO** | **20** |
| **INGRESOS ANUALES** | **158.724,87** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Tabla 78 Ingreso por temporadas

| PROYECCIÓN DE OCUPACIÓN POR TEMPORADAS | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **OCUPACIÓN SEMANAL** | | **EN TEMPORADA BAJA POR PERSONAS** | | | |
| DÍAS SEMANA | OCUPACION TOTAL CABAÑAS | CABAÑA MATRIMONIAL | CABAÑA TRIPLE | CABAÑA DOBLE | CABAÑA FAMILIAR |
| LUNES | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 |
| MARTES | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 |
| MIERCOLES | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 |
| JUEVES | 60% | 6 | 9 | 24 | 30 |
| VIERNES | 100% | 10 | 15 | 40 | 50 |
| SABADO | 100% | 10 | 15 | 40 | 50 |
| DOMINGO | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL OCUPACIÓN | | 26 | 39 | 104 | 130 |
| OCUPACIÓN TEMPORADA EN SEMANAS | 32 | 832 | 1248 | 3328 | 4160 |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Tabla 79 Ingreso Operacional

| OCUPACIÓN SEMANAL | | EN TEMPORADA ALTA POR PERSONAS | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| DÍAS SEMANA | OCUPACIÓN TOTAL CABAÑAS | CABAÑA MATRIMONIAL | CABAÑA TRIPLE | CABAÑA DOBLE | CABAÑA FAMILIAR |
| LUNES | 60% | 6 | 9 | 24 | 30 |
| MARTES | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 |
| MIÉRCOLES | 0% | 0 | 0 | 0 | 0 |
| JUEVES | 100% | 10 | 15 | 40 | 50 |
| VIERNES | 100% | 10 | 15 | 40 | 50 |
| SÁBADO | 100% | 10 | 15 | 40 | 50 |
| DOMINGO | 100% | 10 | 15 | 40 | 50 |
| TOTALES | | 46 | 69 | 184 | 230 |
| OCUPACIÓN TEMPORADA EN SEMANAS | 20 | 920 | 1380 | 3680 | 4600 |
| **TOTALES** | | **1752** | **2628** | **7008** | **8760** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

## Análisis

Se realizó un análisis por ocupación de cabañas por temporadas ya sea baja o alta para de acuerdo a eso sacar el promedio de clientes potenciales que se registraría anual sumando así las dos temporadas se tiene como promedio de 1752 cabaña matrimonial, 2628 cabaña triple, 7008 cabaña doble y 8760 cabaña familiar en personas al año, obteniendo el 45% de clientes potenciales que adquirían el servicio de alojamiento.

### 5.1.2 Ingresos no operacionales

(Vasquez, Guzman Vaquez, & Romero Cifuente, 2005, pág. 112)**"**los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Provienen de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionados con la razón de la misma."

## 5.2 COSTOS

(Charles T. Horngren & Sundem, William , 2012, pág. 133) "Sacrificio o dedicación de recursos a un propósito particular, con frecuencia se mide en las unidades monetarias que una organización debe pagar por los bienes y servicios."

### 5.2.1 Costos Directos

(Guzman & Castrillon, 2008, pág. 213)"Los costos directos como la mano de obra directa y los materiales directos se cargan directamente a los productos o servicios de acuerdo con el consumo que cada producto hace de dicho ítem."

Análisis

Para realizar este proyecto se tiene como de Mano de Obra un valor mensual de $3.054,35 y como resultado anual se obtiene $36.652,22 por las 5 personas que se contaría para dar inicios a la Hostería.

### 5.2.2 Costos Indirectos

(Boulanger & Espinoza Gutiérrez, 2007, pág. 125) "Los costos indirectos de fabricación se considera a todos aquellos costos que no se pueden relacionar

directamente con el objeto de costo, o bien, que sería muy costoso o complicado hacerlo.”

Análisis

De acuerdo al costo indirecto se obtiene el valor de $182,00 mensual y para el costo anual se obtiene el valor anual de$ 2.184,00, para e proyecto a realizar y brindar el mejor servicio de la Hostería.

### 5.2.3 Gastos Administrativos

(Gutiérrez, 2005, pág. 64) **“**La presentación anterior de los gastos administrativos es una recopilación muy completa de todos los conceptos que se encuentran contenidos en el plan presupuestal de un proyecto o de una empresa.”

Tabla 80 Gastos Administrativos

| Descripción | Cantidad | Valor Unitario | TOTAL MENSUAL | TOTAL ANUAL |
|---|---|---|---|---|
| Sueldo Personal Administración | | | 2.669,96 | 32.039,53 |
| Suministros de Oficina | 1 | 25,00 | 25,00 | 300,00 |
| Suministros de Limpieza | 1 | 12,00 | 12,00 | 144,00 |
| Agua Potable | 1 | 60,00 | 60,00 | 720,00 |
| Luz Eléctrica | 1 | 70,00 | 70,00 | 840,00 |
| Teléfono | 1 | 22,00 | 22,00 | 264,00 |
| Internet | 1 | 30,00 | 30,00 | 360,00 |
| Honorarios Profesionales (Contador) | 1 | 130,00 | 130,00 | 1.560,00 |
| Servicio de alimentación | 1 | 1,24 | 829,92 | 9.959,04 |
| **TOTAL** | | **350,24** | **3.848,88** | **46.186,57** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Para los gastos administrativos se obtiene con el valor de sueldos de personal administrativos $2.669,96 mensual con suministro de oficina de $25,00, suministros de limpieza de $12, Agua Potable $60, Luz eléctrica $70, Teléfono de $22 y el internet de $30, honorarios del Contador $130 a todos estos valores para el funcionamiento de la Hostería son valores mensuales, adicional a eso se cuenta con el servicio de alimentación solo en desayunos $829,92.

### 5.2.4 Costo de Ventas

(Nova, 2008, pág. 52) "El costo de ventas corresponde al costo de las mercancías vendidas. La metodología para su cálculo depende del tipo de empresa."

Tabla 81 Costo de Ventas

| Descripción | Cantidad | Valor Unitario | TOTAL MENSUAL | TOTAL ANUAL |
|---|---|---|---|---|
| Página web | 1 | 249,00 | 249,00 | 249,00 |
| Trípticos de servicio | 200 | 0,48 | 96,00 | 96,00 |
| Tarjetas de presentación | 200 | 0,30 | 60,00 | 60,00 |
| Carpetas Personalizadas | 100 | 0,80 | 80,00 | 960,00 |
| Artículos Promocionales (tasas) | 100 | 1,30 | 130,00 | 520,00 |
| **TOTAL** | | | **615,00** | **1.885,00** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Para promocionar el servicio a ofrecer de la Hostería se cuenta con una página web, e impresos adicionales obteniendo así un costo de ventas mensual de $615,00 y total de costos de ventas anual de $1.885,00.

### 5.2.5 Costos Financieros

(Soldevila, Oliveras, & Bagur, 2010, pág. 111) “Gastos financieros del préstamo pedido para obtener ese bien desde que lo pedimos hasta que se pone en funcionamiento del activo.”

Tabla 82 Costo Financiero

| | | PORCETANJE | DETALLE | | BANCO |
|---|---|---|---|---|---|
| Inversión | : | 100% | 374.985,18 | | |
| Cap. Propio | : | 20% | 73.626,30 | | |
| Financiamiento | : | 75% | 279.653,88 | | |
| Plazo | : | | 60 | MESES | |
| Interés | : | | 16,05% | 0,27% | PRODUBANCO |
| Pagos | : | | MENSUAL | | |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.2.6 Costos Fijos y Variables

#### 5.2.6.1 Costos Fijos

(Guzmán & Aching Samatelo, 2006, pág. 79) “Son aquellos que no varían con cualquier nivel de producción o ventas.”

Tabla 83 Costo Fijos

| **DETALLE** | **AÑO1** |
|---|---|
| Gastos administrativos | $46.186,57 |
| Gastos Ventas | $ 1.885,00 |
| Gasto financiero | $8.210,37 |
| **TOTAL** | $ 56.281,94 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.2.6.2 Costos variables

Tabla 84 Costos Variables

| DETALLE | AÑO1 |
|---|---|
| Costo Variable | $46.186,57 |
| Costo Variable | $ 0,00 |
| Costo Variable Unitario | $ 0,00 |
| **TOTAL** | $ 0.00 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

## 5.3 INVERSIONES

### 5.3.1 Inversión fija

#### 5.3.1.1 Activos fijos

(Vulich, 2014, pág. Section 2) "Activos fijos son aquellos que la compañía mantendrá por más tiempo tales como inmuebles y vehículos."

Tabla 85 Activos Fijos

| Concepto | Uso de Fondos |
|---|---|
| **Inversiones en Activos Fijos** | |
| Edificio | 279.000,00 |
| Terreno | 45.000,00 |
| Equipo de Computación | 860,00 |
| Equipo de Oficina | 222,00 |
| Enseres | 15.015,00 |
| Muebles | 18.590,00 |
| Maquinaria y Equipo | 10.394,00 |
| **Total de Activos Fijos** | **369.081,00** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.3.1.2 Activos diferidos

(Mangonez, 2006, pág. 14) “Integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos.”

Tabla 86 Activos Nominales

| **Activos Diferidos** | **Uso de fondos** |
|---|---|
| Gasto de Constitución | 845,00 |
| Capacitación Personal | 150,00 |
| **Total de Activos Diferidos** | **995,00** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

En la tabla de activos diferidos se procede a detallar el Gasto de Constitución en que se tomó en cuenta para que la empresa sea implementada legalmente como son: patente municipal, bomberos, permiso, Registro del ministerio del ambiente y turismo.

### 5.3.2 Capital de trabajo

(Ehrhardt & Brigham, 2007, pág. 526) “Se compone de efectivo, inventario y cuentas por cobrar menos acumulaciones y cuentas por pagar.”

Tabla 87 Capital de trabajo

| CAPITAL DE TRABAJO | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Descripción** | **1 Mes** | **1 Mes** | **1 Mes** | **TOTAL** |
| Capital trabajo gastos de administración | 3.848,88 | 3.848,88 | 3.848,88 | 11.546,64 |
| Capital trabajo gastos de ventas | 459,00 | 459,00 | 459,00 | 1.377,00 |
| Capital de trabajo gasto interés | 748,07 | 736,56 | 725,02 | 2.209,66 |
| **TOTAL** | **5.055,95** | **5.044,44** | **5.032,90** | **15.133,30** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Para el capital de trabajo de la Hostería se toma en cuenta los gastos administrativos, gastos de ventas la cual se toma en cuenta los tres primeros meses de funcionamiento del servicio de alojamiento.

### 5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

(Nova, Finanzas para no financistas, 2008, pág. 105) "El estado de fuentes y usos de los fondos indica de dónde provino el flujo de efectivo de una empresa en un período determinado (fuentes), y en qué fue utilizado (usos)."

Tabla 88 Fuente de financiamiento y uso de fondos

| Concepto | Uso de Fondos | Recursos Propios | Recursos Financieros |
|---|---|---|---|
| **Inversiones en Activos Fijos** | | | |
| Edificio | 279.000,00 | 13.000,00 | 266.000,00 |
| Terreno | 45.000,00 | 45.000,00 | |
| Equipo de Computación | 860,00 | 860,00 | |
| Equipo de Oficina | 222,00 | | 222,00 |
| Enseres | 15.015,00 | 11.000,00 | |
| Muebles | 18.590,00 | 750,00 | |
| Maquinaria y Equipo | 10.394,00 | 1.270,00 | 9.124,00 |
| **Total de Activos Fijos** | **369.081,00** | **71.880,00** | **275.346,00** |
| **Activos Diferidos** | | | |
| Gasto de Constitución | 845,00 | 845,00 | |
| Capacitación Personal | 150,00 | 300,00 | |
| **Total de Activos Diferidos** | **995,00** | **1.145,00** | **0,00** |
| **Capital de Trabajo** | | | |
| Gastos de Administración | 3.848,88 | | 3.848,88 |
| Gastos de Ventas | 459,00 | | 459,00 |
| Gastos Financieros | 601,30 | 601,30 | |
| **Total Capital de Trabajo** | **4.909,18** | **601,30** | **4.307,88** |
| **Total de Inversión** | **374.985,18** | **73.626,30** | **279.653,88** |
| **Participación** | **100%** | **20%** | **75%** |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Dentro de la tabla de fuentes de financiamiento y uso de recursos se detalla los activos fijos, diferidos y capital de trabajo, para saber la inversión que se va a realizar con el proyecto de la hostería.

### 5.3.4 Amortización de financiamiento (Tabla de amortización)

Menciona(Arco & Vàsquez Blòmer, 2016, pág. 129)que;

> Es la valoración contable de la depreciación del activo no corriente. La empresa considera a las amortizaciones como un coste de producción (es la pérdida de valor que ha experimentado el inmovilizado para producir los bienes y servicios que destinará a su venta).

Tabla 89 Tabla de Amortización

**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

| | PORCETANJE | DETALLE | | BANCO |
|---|---|---|---|---|
| Inversión : | 100% | 374.985,18 | | |
| Cap. Propio : | 20% | 73.626,30 | | |
| Financiamiento: | 75% | 279.653,88 | | |
| Plazo : | | 60 | MESES | |
| Interés : | | 16,05% | 0,27% | PRODUBANCO |
| Pagos : | | MENSUAL | | |

| Periodo | Saldo | Interés | Cuota Fija | Capital | Saldo Insoluto |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | 279.653,88 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 279.653,88 |
| 1 | 279.653,88 | 748,07 | 5.051,15 | 4.303,08 | 275.350,80 |
| 2 | 275.350,80 | 736,56 | 5.051,15 | 4.314,59 | 271.036,21 |
| 3 | 271.036,21 | 725,02 | 5.051,15 | 4.326,13 | 266.710,08 |
| 4 | 266.710,08 | 713,45 | 5.051,15 | 4.337,70 | 262.372,37 |
| 5 | 262.372,37 | 701,85 | 5.051,15 | 4.349,31 | 258.023,07 |
| 6 | 258.023,07 | 690,21 | 5.051,15 | 4.360,94 | 253.662,12 |
| 7 | 253.662,12 | 678,55 | 5.051,15 | 4.372,61 | 249.289,51 |
| 8 | 249.289,51 | 666,85 | 5.051,15 | 4.384,30 | 244.905,21 |
| 9 | 244.905,21 | 655,12 | 5.051,15 | 4.396,03 | 240.509,18 |
| 10 | 240.509,18 | 643,36 | 5.051,15 | 4.407,79 | 236.101,39 |
| 11 | 236.101,39 | 631,57 | 5.051,15 | 4.419,58 | 231.681,80 |
| 12 | 231.681,80 | 619,75 | 5.051,15 | 4.431,41 | 227.250,40 |
| 13 | 227.250,40 | 607,89 | 5.051,15 | 4.443,26 | 222.807,14 |
| 14 | 222.807,14 | 596,01 | 5.051,15 | 4.455,15 | 218.351,99 |
| 15 | 218.351,99 | 584,09 | 5.051,15 | 4.467,06 | 213.884,93 |
| 16 | 213.884,93 | 572,14 | 5.051,15 | 4.479,01 | 209.405,92 |
| 17 | 209.405,92 | 560,16 | 5.051,15 | 4.490,99 | 204.914,93 |
| 18 | 204.914,93 | 548,15 | 5.051,15 | 4.503,01 | 200.411,92 |
| 19 | 200.411,92 | 536,10 | 5.051,15 | 4.515,05 | 195.896,87 |
| 20 | 195.896,87 | 524,02 | 5.051,15 | 4.527,13 | 191.369,74 |
| 21 | 191.369,74 | 511,91 | 5.051,15 | 4.539,24 | 186.830,50 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 22 | 186.830,50 | 499,77 | 5.051,15 | 4.551,38 | 182.279,11 |
| 23 | 182.279,11 | 487,60 | 5.051,15 | 4.563,56 | 177.715,56 |
| 24 | 177.715,56 | 475,39 | 5.051,15 | 4.575,76 | 173.139,79 |
| 25 | 173.139,79 | 463,15 | 5.051,15 | 4.588,01 | 168.551,79 |
| 26 | 168.551,79 | 450,88 | 5.051,15 | 4.600,28 | 163.951,51 |
| 27 | 163.951,51 | 438,57 | 5.051,15 | 4.612,58 | 159.338,92 |
| 28 | 159.338,92 | 426,23 | 5.051,15 | 4.624,92 | 154.714,00 |
| 29 | 154.714,00 | 413,86 | 5.051,15 | 4.637,29 | 150.076,71 |
| 30 | 150.076,71 | 401,46 | 5.051,15 | 4.649,70 | 145.427,01 |
| 31 | 145.427,01 | 389,02 | 5.051,15 | 4.662,14 | 140.764,87 |
| 32 | 140.764,87 | 376,55 | 5.051,15 | 4.674,61 | 136.090,26 |
| 33 | 136.090,26 | 364,04 | 5.051,15 | 4.687,11 | 131.403,15 |
| 34 | 131.403,15 | 351,50 | 5.051,15 | 4.699,65 | 126.703,50 |
| 35 | 126.703,50 | 338,93 | 5.051,15 | 4.712,22 | 121.991,28 |
| 36 | 121.991,28 | 326,33 | 5.051,15 | 4.724,83 | 117.266,45 |
| 37 | 117.266,45 | 313,69 | 5.051,15 | 4.737,47 | 112.528,98 |
| 38 | 112.528,98 | 301,02 | 5.051,15 | 4.750,14 | 107.778,85 |
| 39 | 107.778,85 | 288,31 | 5.051,15 | 4.762,85 | 103.016,00 |
| 40 | 103.016,00 | 275,57 | 5.051,15 | 4.775,59 | 98.240,41 |
| 41 | 98.240,41 | 262,79 | 5.051,15 | 4.788,36 | 93.452,05 |
| 42 | 93.452,05 | 249,98 | 5.051,15 | 4.801,17 | 88.650,88 |
| 43 | 88.650,88 | 237,14 | 5.051,15 | 4.814,01 | 83.836,87 |
| 44 | 83.836,87 | 224,26 | 5.051,15 | 4.826,89 | 79.009,98 |
| 45 | 79.009,98 | 211,35 | 5.051,15 | 4.839,80 | 74.170,18 |
| 46 | 74.170,18 | 198,41 | 5.051,15 | 4.852,75 | 69.317,43 |
| 47 | 69.317,43 | 185,42 | 5.051,15 | 4.865,73 | 64.451,70 |
| 48 | 64.451,70 | 172,41 | 5.051,15 | 4.878,75 | 59.572,95 |
| 49 | 59.572,95 | 159,36 | 5.051,15 | 4.891,80 | 54.681,16 |
| 50 | 54.681,16 | 146,27 | 5.051,15 | 4.904,88 | 49.776,27 |
| 51 | 49.776,27 | 133,15 | 5.051,15 | 4.918,00 | 44.858,27 |
| 52 | 44.858,27 | 120,00 | 5.051,15 | 4.931,16 | 39.927,11 |
| 53 | 39.927,11 | 106,81 | 5.051,15 | 4.944,35 | 34.982,76 |
| 54 | 34.982,76 | 93,58 | 5.051,15 | 4.957,58 | 30.025,19 |
| 55 | 30.025,19 | 80,32 | 5.051,15 | 4.970,84 | 25.054,35 |
| 56 | 25.054,35 | 67,02 | 5.051,15 | 4.984,13 | 20.070,22 |
| 57 | 20.070,22 | 53,69 | 5.051,15 | 4.997,47 | 15.072,75 |
| 58 | 15.072,75 | 40,32 | 5.051,15 | 5.010,83 | 10.061,92 |
| 59 | 10.061,92 | 26,92 | 5.051,15 | 5.024,24 | 5.037,68 |
| 60 | 5.037,68 | 13,48 | 5.051,15 | 5.037,68 | 0,00 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.3.5 Depreciaciones

Según (Fernandez, 2014, pág. 118) que;

> La depreciación de bienes de uso es una distribución del costo de un activo tangible durante la vida útil probable del bien de uso en cuestión en forma sistemática y racional constituyéndose de esta manera en una pérdida estimada de valor del bien entre los períodos de su utilización o funcionamiento que se beneficia la entidad su valor no es exacto si no aproximado.

Tabla 90 Depreciaciones

| Descripción | Año 0 | Vida Útil | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Edificio | 279.000,00 | 20 | 13.950,00 | 13.950,00 | 13.950,00 | 13.950,00 | 13.950,00 |
| Equipos de Oficina | 222,00 | 10 | 22,20 | 22,20 | 22,20 | 22,20 | 22,20 |
| Equipos de Computación | 860,00 | 3 | 286,67 | 286,67 | 286,67 | 0,00 | 0,00 |
| Maquinaria y Equipo | 10.394,00 | 10 | 1.039,40 | 1.039,40 | 1.039,40 | 1.039,40 | 1.039,40 |
| Muebles y Enseres | 33.605,00 | 10 | 3.360,50 | 3.360,50 | 3.360,50 | 3.360,50 | 3.360,50 |
| **TOTAL** | | | **18.658,77** | **18.658,77** | **18.658,77** | **18.372,10** | **18.372,10** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.3.6 Estado de situación inicial

(González & Ventura, 2008, pág. 62) “Recoge la situación inicial de cada elemento (según el balance inicial), durante el ejercicio económico registra sus aumentos y disminuciones, es decir, todos sus movimientos y finalmente su situación final, que se refleja en el balance final”

Tabla 91 Estado de situación inicial

| Empresa "Hostería Virgen del Camino"<br>Estado de Situación Inicial | | |
|---|---|---|
| **al 31 de diciembre del 2016** | | |
| **Activos** | | |
| **Activo Corriente** | | **4.909,18** |
| Bancos | 4.909,18 | |
| **Activo no Corriente** | | **369.081,00** |
| Edificio | 279.000,00 | |
| Equipo de Computación | 860,00 | |
| Equipo de Oficina | 222,00 | |
| Muebles | 33.605,00 | |
| maquinaria y equipo | 10.394,00 | |
| terreno | 45.000,00 | |
| **Otros Activos** | | **995,00** |
| Capacitación personal | 150,00 | |
| Gasto de Constitución | 845,00 | |
| **Total Activos** | | **374.985,18** |
| **Pasivos** | | |
| **Pasivos no Corrientes** | | **279.653,88** |
| Préstamo Bancario por pagar | 279.653,88 | |
| **Patrimonio** | | **73.626,30** |
| **Capital** | **73.626,30** | |
| **Total Pasivo más Patrimonio** | | **353.280,18** |
| **Firma GERENTE** | **Firma CONTADOR** | |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

(Horngren, Foster, & Datar, 2007, pág. 63) "Se llama estado de resultados método directo porque agrupa directamente a los costos en costos variables y costos fijos para resaltar la contribución marginal."

Tabla 92 Estado de Resultados

**Empresa "Hostería Virgen del Camino"**
**Estado de Resultados**
**al 31 de diciembre del 2016**

**Estado de Resultados Preformado**

| | |
|---|---|
| **PIB Sectorial de Servicios Alojamiento** | 6,55% |
| **Porcentaje de Inflación** | 3,38% |

| | Descripción | Año Base | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Ingresos Servicios de turismo** | | 158.724,87 | 169.121,35 | 180.198,80 | 192.001,82 | 204.577,94 |
| | | | | | | | |
| ( - ) | **Gastos Operacionales** | | **56.281,93** | **58.184,26** | **60.150,89** | **62.183,99** | **64.285,81** |
| | Gastos Administrativos | | 46.186,57 | 47.747,67 | 49.361,55 | 51.029,97 | 52.754,78 |
| | Gastos de Ventas | | 1.885,00 | 1.948,71 | 2.014,58 | 2.082,67 | 2.153,07 |
| | Gastos Financieras | | 8.210,37 | 8.487,88 | 8.774,77 | 9.071,35 | 9.377,97 |
| ( = ) | **Utilidad Operacional** | | **102.442,94** | **110.937,09** | **120.047,91** | **129.817,83** | **140.292,13** |
| ( + ) | Otros Ingresos | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| ( - ) | Otros Egresos | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| ( = ) | **Utilidad Antes de Participación Empleados** | | **102.442,94** | **110.937,09** | **120.047,91** | **129.817,83** | **140.292,13** |
| ( - ) | 15 % Participación Laboral | | 15.366,44 | 16.640,56 | 18.007,19 | 19.472,67 | 21.043,82 |
| ( = ) | **Utilidad Antes de Impuesto Renta** | | **87.076,50** | **94.296,53** | **102.040,72** | **110.345,16** | **119.248,31** |
| ( - ) | Impuesto a la Renta PNOC | | 1.419,95 | 1.467,94 | 1.517,56 | 1.568,85 | 1.621,88 |
| ( = ) | **Utilidad Neta** | | **85.656,55** | **92.828,58** | **100.523,16** | **108.776,30** | **117.626,43** |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.3.8 Flujo de caja

(Irarrázabal, 2010, pág. 99) "El flujo de caja o flujo de efectivo es un estado que representa el movimiento de caja de una empresa durante cierto período."

Tabla 93 Flujo de caja

| Empresa "Hostería Virgen del Camino"<br>Estado de Resultados<br>al 31 de diciembre del 2016 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Estado de Resultados Proformado | | | | | |
| | PIB Sectorial de Servicios Alojamiento | 6,55% | | | | | |
| | Porcentaje de Inflación | 3,38% | | | | | |
| | Descripción | Año Base | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| | Ingresos Servicios de turismo | | 158.724,87 | 169.121,35 | 180.198,80 | 192.001,82 | 204.577,94 |
| | | | | | | | |
| (-) | Gastos Operacionales | | 56.281,93 | 58.184,26 | 60.150,89 | 62.183,99 | 64.285,81 |
| | Gastos Administrativos | | 46.186,57 | 47.747,67 | 49.361,55 | 51.029,97 | 52.754,78 |
| | Gastos de Ventas | | 1.885,00 | 1.948,71 | 2.014,58 | 2.082,67 | 2.153,07 |
| | Gastos Financieras | | 8.210,37 | 8.487,88 | 8.774,77 | 9.071,35 | 9.377,97 |
| (=) | Utilidad Operacional | | 102.442,94 | 110.937,09 | 120.047,91 | 129.817,83 | 140.292,13 |
| (+) | Otros Ingresos | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (-) | Otros Egresos | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (=) | Utilidad Antes de Participación Empleados | | 102.442,94 | 110.937,09 | 120.047,91 | 129.817,83 | 140.292,13 |
| (-) | 15 % Participación Laboral | | 15.366,44 | 16.640,56 | 18.007,19 | 19.472,67 | 21.043,82 |
| (=) | Utilidad Antes de Impuesto Renta | | 87.076,50 | 94.296,53 | 102.040,72 | 110.345,16 | 119.248,31 |
| (-) | Impuesto a la Renta PNOC | | 1.419,95 | 1.467,94 | 1.517,56 | 1.568,85 | 1.621,88 |
| (=) | Utilidad Neta | | 85.656,55 | 92.828,58 | 100.523,16 | 108.776,30 | 117.626,43 |
| (+) | Depreciaciones | | 18.658,77 | 18.658,77 | 18.658,77 | 18.372,10 | 18.372,10 |
| (+) | Amortizaciones | | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| (=) | Excedente Operacional | | 104.315,32 | 111.487,35 | 119.181,93 | 127.148,40 | 135.998,53 |
| (+) | Amortizacion del Diferido | | 199,00 | 199,00 | 199,00 | 199,00 | 199,00 |
| (-) | Amortizacion de la Deuda | | 0,00 | 0,00 | | | |
| (-) | Compra de Activo Fijo | | | | | | |
| (-) | Inversión Inicial | | | | | | |
| (-) | Capital de Trabajo | | | | | | |
| | Deuda | 279.653,88 | | | | | |
| (=) | Flujo de Caja del Periodo | 73.626,30 | 104.514,32 | 111.686,35 | 119.380,93 | 127.347,40 | 136.197,53 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

## 5.4 EVALUACIÓN

### 5.4.1 Tasa de descuento

(Martel & Martín Molina, 2007, pág. 491)"La tasa de descuento viene a reflejar el riesgo o probabilidad de conseguir los flujos. En economía, habitualmente flujos de caja (rentabilidades) importantes suelen implicar mayores niveles de riesgo e incertidumbre de continuar lográndolo en el futuro"

Tabla 94 TMAR

| TMAR o Tasa de Descuento | | | |
|---|---|---|---|
| Tasa Activa | **11,83** | % | 0,1183 |
| (+) Tasa Pasiva | **5,24** | % | 0,0524 |
| **TMAR =** | **0,1769** | | |
| **TMAR =** | **17,69%** | | |

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Paola Coro

## 5.4.2 VAN

(Boulanger, Fonseca Retana, & Espinoza Gutierrez, Ingeniería Económica, 2007, pág. 81) "El valor actual neto (VAN) consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo."

Tabla 95 VAN

| FLUJOS NETOS DE EFECTIVO | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Descripción** | **Año 0** | **Año 1** | **Año 2** | **Año 3** | **Año 4** | **Año 5** |
| Inversión Total | -374.985,18 | | | -860,00 | | 9.692,67 |
| Excedente Operacional | | 104.315,32 | 111.487,35 | 119.181,93 | 127.148,40 | 135.998,53 |
| **FLUJOS DE EFECTIVO** | **-374.985,18** | **104.315,32** | **111.487,35** | **118.321,93** | **127.148,40** | **145.691,20** |

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -374.985,18 + \frac{104.315,32}{1,1707} + \frac{111.487,35}{1,37053849} + \frac{118.321,93}{1,60448941} + \frac{127.148,40}{1,878375753} + \frac{145.691,20}{2,199014494}$$

VAN = -374.985,18 + 89.105,08 + 81.345,65 + 73.744,29 + 67.690,61 + 66.252,95

VAN = -374.985,18 + 378.138,58

**VAN = 3.153,40**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Para la implementación de la hostería se obtiene el VAN de $3.153,40 para 5años que se proyecta.

### 5.4.3 TIR

(Boulanger, Espinoza Gutierrez, & Fonseca Retana , Ingeniería Económica, 2007, pág. 82) “La tasa interna de rendimiento (TIR) de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (i) que hace que el valor actual de los flujos de beneficios (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión (negativos).”

Tabla 96 TIR

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| VAN = | - P | + | FNE 1 / (1 + i )^1 | + | FNE 2 / (1 + i )^2 | + | FNE 3 / (1 + i )^3 | + | FNE 4 / (1 + i )^4 | + FNE 5 / (1 + i )^5 |
| VAN = | -374.985,18 | + | 104.315,32 / 1,1707 | + | 111.487,35 / 1,37053849 | + | 118.321,93 / 1,60448941 | + | 127.148,40 / 1,878375753 | + 145.691,20 / 2,199014494 |
| VAN = | -374.985,18 | + | 89.105,08 | + | 81.345,65 | + | 73.744,29 | + | 67.690,61 | + 66.252,95 |
| VAN = | -374.985,18 | + | 378.138,58 | | | | | | | |
| **VAN =** | **3.153,40** | | | | | | | | | |
| **TIR =** | **17,42%** | | | | | | | | | |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Para el proyecto de la implementación de la Hostería en la parroquia de Nono se obtiene la TIR del 17,42% viable para su desarrollo.

### 5.4.4 PRI (Período de recuperación de la inversión)

(Serrano, 2016, pág. 71) "Informa sobre el número de años necesarios para recuperar la inversión mediante los ingresos anuales netos obtenidos valor que depende de múltiples factores y suele variar entre ocho y quince años."

Tabla 97 PRI

| Periodo | FNE | Acumulado | Factor | FNE Actualizado | Acumulado |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | -374.985,18 | -374.985,18 | 1,00 | -374.985,18 | -374.985,18 |
| 1 | 104.315,32 | -270.669,87 | 0,85 | 88.635,75 | -286.349,43 |
| 2 | 111.487,35 | -159.182,52 | 0,72 | 80.490,99 | -205.858,44 |
| 3 | 118.321,93 | -40.860,59 | 0,61 | 72.585,15 | -133.273,30 |
| 4 | 127.148,40 | 86.287,82 | 0,52 | 66.275,69 | -66.997,61 |
| 5 | 145.691,20 | 231.979,01 | 0,44 | 64.526,41 | -2.471,20 |

| PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CONSTANTES | | |
|---|---|---|
| Tiempo | Ingresos | Inversión a Recuperar |
| 4 Años | 127.148,40 | -40.860,59 |
| 1 mes | 10.595,70 | -30.264,89 |
| 2 mes | 10.595,70 | -19.669,19 |
| 3 mes | 10.595,70 | -9.073,49 |
| 4 mes | 10.595,70 | 1.522,21 |
| 5 mes | 10.595,70 | 12.117,91 |
| 6 mes | 10.595,70 | 22.713,61 |
| 7 mes | 10.595,70 | 33.309,31 |
| 8 mes | 10.595,70 | 43.905,01 |
| 9 mes | 10.595,70 | 54.500,72 |
| 10 mes | 10.595,70 | 65.096,42 |
| 11 mes | 10.595,70 | 75.692,12 |
| 12 mes | 10.595,70 | 86.287,82 |

| PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS | | |
|---|---|---|
| Tiempo | Ingresos | Inversión a Recuperar |
| 5 Años | 64.526,41 | -2.471,20 |
| 1 mes | 5.377,20 | 2.906,00 |
| 2 mes | 5.377,20 | 8.283,20 |
| 3 mes | 5.377,20 | 13.660,40 |
| 4 mes | 5.377,20 | 19.037,60 |
| 5 mes | 5.377,20 | 24.414,80 |
| 6 mes | 5.377,20 | 29.792,00 |
| 7 mes | 5.377,20 | 35.169,20 |
| 8 mes | 5.377,20 | 40.546,40 |
| 9 mes | 5.377,20 | 45.923,60 |
| 10 mes | 5.377,20 | 51.300,80 |
| 11 mes | 5.377,20 | 56.678,00 |
| 12 mes | 5.377,20 | 62.055,21 |

| | | |
|---|---|---|
| PERIODO DE RECUPERACION: | 4 ANOS 4 MESES | PRVC |
| PERIODO DE RECUPERACION: | 5 ANOS 1MESES | PRVA |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.4.5 RBC (Relación costo beneficio)

Indica (Jimenez, 2014, pág. 56)que;

> Herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversión que se pueden hacer en un negocio en marcha, tales como el desarrollo de un nuevo producto o la adquisición de una nueva maquinaria.

Tabla 98 RBC

| Períodos | Ingresos | Ingresos Actualizados | Costos | Costos Actualizados |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 158.724,87 | 158.724,87 | 56.281,93 | 56.281,93 |
| 2 | 169.121,35 | 169.121,35 | 58.184,26 | 58.184,26 |
| 3 | 180.198,80 | 180.198,80 | 60.150,89 | 60.150,89 |
| 4 | 192.001,82 | 192.001,82 | 62.183,99 | 62.183,99 |
| 5 | 204.577,94 | 204.577,94 | 64.285,81 | 64.285,81 |
| | | **904.624,79** | | **301.086,89** |
| **RBC** | **3,00** | | | |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.4.6 Punto de equilibrio

(Horngren, Foster, & Datar, Contabilidad de costos: un enfoque gerencial, 2007, pág. 65) “El punto de equilibrio es la cantidad de producción vendida en la que el total de ingresos es igual al total de costos; es decir, la utilidad operativa es cero.”

Tabla 99 Punto de Equilibrio

**PUNTO DE EQUILIBRIO**

P.E. = CF / (p - Cvu)

| | |
|---|---|
| **Costos Fijos:** | |
| Gastos Administrativos | 46.186,57 |
| Gastos de Ventas | 1.885,00 |
| Gasto Financiero | 8.210,37 |
| **TOTAL COSTO FIJO** | **56.281,93** |
| Precio de Venta | **20** |
| **Costo Variable Unitario** | **0,00** |

**P.E.** = CF / (p - Cvu) = 56.281,93 / 20 = **2.814** **pax**

**P.E.** = 2.814 **X** 20,00 = **56.281,93** **Ventas**

**Comprobación**

| | |
|---|---|
| **VENTAS** | **56.281,93** |
| Costo Variable | - |
| Margen de Contribución | 56.281,93 |
| Costos Fijos | 56.281,93 |
| Utilidad / Pérdida | - |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

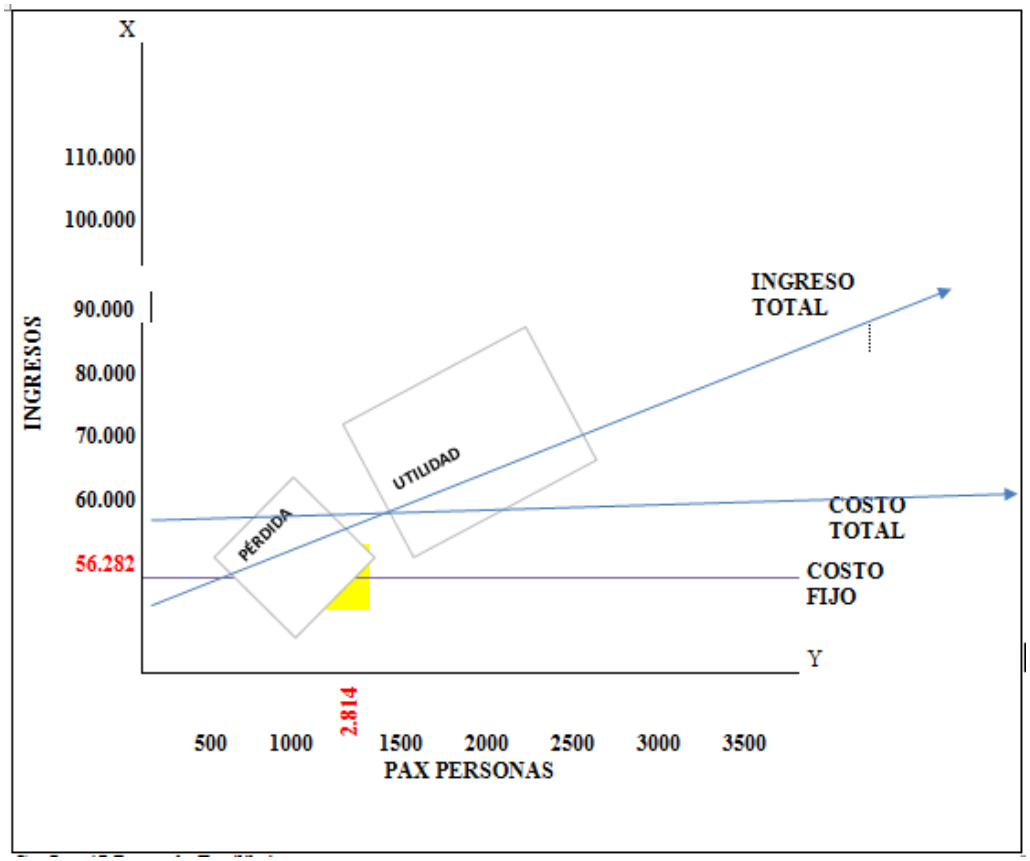



Figura 49 Punto de Equilibrio
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.4.7 Análisis de índices financieros

(Wheelen & Hunger, 2007, pág. 356) "El análisis de indicadores es el cálculo de índices a partir de datos obtenidos de estos estados para identificar posibles fortalezas o debilidades financieras."

## Rentabilidad

(Plaza, 2008, pág. 44) “La evaluación del impacto y la rentabilidad es la más importante desde el enfoque de este libro, ya que permite demostrar los resultados que la inversión realizada ha generado, tanto a nivel cualitativo como a nivel cuantitativo (económico).”

Tabla 100 Rentabilidad

| INDICADORES DE RENTABILIDAD | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| MARGEN OPERACIONAL | 64,54% | 65,60% | 66,62% | 67,61% | 68,58% |
| MARGEN NETO | 65,72% | 65,92% | 66,14% | 66,22% | 66,48% |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

### 5.4.7.1 ROE (Rentabilidad sobre el Patrimonio)

(Nova, Finanzas para no financistas, 2008, pág. 92) “La rentabilidad sobre el patrimonio se calcula dividiendo la utilidad neta por el patrimonio y su resultado se expresa en porcentaje.”

Tabla 101 ROE

| RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO | |
|---|---|
| R.O.E = | Utilidad Neta / Patrimonio |
| R.O.E = | 85.656,55 / 73.626,30 |
| R.O.E = | 0,0116 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Para el proyecto de la Hostería se obtiene la rentabilidad sobre el Patrimonio de 0,0116.

### 5.4.7.2 ROA (Rentabilidad Sobre Los Activos)

(Nova, Finanzas para no financistas, 2008, pág. 92) "Esta razón mide la utilidad que genera la inversión total realizada en la empresa, tanto por los accionistas como los acreedores."

Tabla 102 ROA

| **RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS** | | |
|---|---|---|
| **R.O.A** | = | Utilidad Neta / Activos FIJOS |
| **R.O.A** | = | 85.656,55 / 369.081,00 |
| **R.O.A** | = | 0,23 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Para el proyecto se muestra que la rentabilidad sobre activos se obtiene el 0,23, esto quiere decir valor que se invierte en los activos

### 5.4.7.3 ROI (Rentabilidad Sobre La Inversión)

(Sanz & De Pablo Redondo, 2011, pág. 180) **“**Porcentaje que representan los beneficios netos sobre la inversión efectuada, tanto con fondos propios como ajenos.”

Tabla 103 ROI

| **RENTABILIDAD SOBRE INVERSIÓN** |
|---|
| **R.O.I** = Utilidad Neta / Inversión |
| **R.O.I** = 85.656,55 / 374.985,18 |
| **R.O.I** = 0,23 |
| **R.O.I** = 22,84 |

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Paola Coro

Análisis

Para el proyecto se analiza el indicador de la rentabilidad sobre la inversión que se obtiene 0,23 es decir es el valor que gana la empresa por cada dólar a invertir.

# CAPÍTULO VI

## 6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

### 6.1 Impacto Ambiental

Informa (Aguilar & Iza, 2009, pág. 161)que;

> Define impacto ambiental como la "alteración negativa o positiva del medio natural o modificado como consecuencia de actividades de desarrollo, que puede afectar la existencia de la vida humana, así como los recursos naturales renovables y no renovables del entorno"

Análisis

Dentro del impacto ambiental en el proyecto se realizará las cabañas a base de madera y tener la mayor responsabilidad por la reforestación que se realizaría por la construcción de las cabañas y así evitar que afecte lo menos posible ya que los árboles es un recurso natural importante en la parroquia por sus bosques y paisajes en sí por la biodiversidad del lugar.

### 6.2 Impacto Económico

Menciona (Martín, Santero Sánchez , Sánchez , & Marcos Calvo, 2008, pág. 26)que;

> El impacto económico de las PYME se puede valorar considerando su contribución a la producción (PIB o VAB), al empleo, a la renta nacional, a las inversiones, al comercio exterior y a otros indicadores económicos relevantes (emprendimiento, redes económicas, desarrollo rural, participación económica de las mujeres, etc.).

Análisis

La hostería que se implementará en la parroquia de Nono está enfocada en brindar el servicio de alojamiento de esta manera se impulsa el turismo sostenible y de esta manera aporta al crecimiento económico tanto del sector como al país, si bien es cierto el Gobierno está impulsando y fomentado el turismo sostenible y sustentable en el Ecuador, esto ayudará al crecimiento del PIB.

### 6.3 Impacto Productivo

(IICA & CEPPI, 2007, pág. 118) "El impacto de todo sistema productivo depende las características de manejo de sus respectivos componentes."

Análisis

El impacto productivo de la hostería enfocada al aporte turístico del país con la implementación de proyecto aportar a la matriz productiva, con el nuevo proyecto de regular los feriados para que el turismo del país crezca y así varios empresarios, emprendedores implementarán empresas de servicio de alojamiento comida y bebidas generando fuentes de empleo.

### 6.4 Impacto Social

Informa (Martín M. I., Santero Sánchez, Sánchez Henríquez, & Marcos Calvo, 2008, pág. 28)que;

> Otro impacto social de las PYME está relacionada con sus actividades de responsabilidad social corporativa (RSC). La RSC es una forma de gestión empresarial que fomenta su aportación positiva a la sociedad, a la vez que minimiza el impacto negativo sobre las personas (clientes, socios comerciales y empleados) y el medio ambiente.

Análisis

La hostería Virgen del Camino contribuirá con nuevas plazas trabajo para el aporte económico de cada familia o persona, también al incentivo del turismo nacional e internacional por la biodiversidad que tiene el lugar, con esto impulsar al turismo del país, la hostería brindará un lugar de alojamiento para descansar, relajarse y disfrutar en familia, en sus tiempos de ocio y sobretodo aprender un poco más de su cultura y la biodiversidad que brinda el sector. Nono es una de las parroquias con mayor turismo pero es un lugar escondido que atrae la curiosidad del turista, es el motivo a implementar la primera hostería en la parroquia y así impulsar el desarrollo sustentable del turismo y así aportar a economía de la comunidad.

# CAPÍTULO VII

## 7. CONCLUSIONES Y RECOMEDACIONES

### 7.1 Conclusiones

- Al implementar el proyecto en la parroquia de nono esta brindara un servicio de calidad en alojamiento y alimentación, ya que en el sector solo existe restaurantes y complejos que brindad servicios solo por eventos sociales, por ese motivo se concluye que es viable el proyecto.
- Dentro del proyecto se tomó todos los aspectos para analizar y evaluar si es factible el proyecto en lo económico, social, legal y tecnológico sobre todo por la situación económica que actualmente el país se encuentra. Como por ejemplo las limitaciones del servicio, acogerse a la necesidad del cliente o del servicio a requerir y tener un cliente satisfecho.
- Según el estudio de mercado en la encuesta realizada se obtuvo el siguiente resultado que el 85,68% de encuestados aceptaron la implementación de la Hostería en la parroquia de Nono, mediante un estudio de mercado se determinó una tasa de crecimiento del 7% de empresas hoteleras, pero actualmente el 61,72% se encuentra insatisfechos con el servicio que brindan, es el motivo a implementar el proyecto de la Hostería Virgen del Camino con un servicio de calidad en alojamiento y alimentación.

- El proyecto que se implementará está ubicado en la parroquia de Nono a Noroccidente de Quito, la ventaja del lugar es que se encuentra a 45minutos de Quito, y por la biodiversidad que se puede observar mientras viaja al lugar acoge al turista para que disfrute de una parroquia ecológica, así contando un terreno de 1500m2 en la cual se construirá las instalaciones mixtas y así brindar un alojamiento de primera.
- En el estudio financiero se determinó la viabilidad del proyecto con una inversión total de $374.985,18, con un VAN de 3.153,40 y así la TIR del 17,42% y una recuperación de 4años y 4meses obteniendo una relación costo beneficio de $2,00 es decir que por cada dólar invertido se gana un dólar.
- Se realizó un análisis para mejorar el nivel socioeconómico de la parroquia y del país al momento de implementar la hostería Virgen del Camino que brindará el servicio de alojamiento y alimentación.

## 7.2 Recomendaciones

- Analizar y llevar un control actualizado de la economía del país si sube o baja para de acuerdo a eso implementar estrategias y más adelante no solo brindar el desayuno en el servicio de alimentación aumentando en el pax almuerzo o cena.
- Implementar más adelante un salón de eventos dentro de la hostería para que aporte al turismo de la parroquia y que no sea solo un lugar de hospedaje y de

alimentación si no un lugar donde también se pueda realizar algún evento social, etc. Así atraer más turistas al lugar aportando a turismo y a la economía de país.

- Buscar los mejores proveedores en cuanto al menaje, muebles y alimentos para brindar materia prima de calidad y poder así dar un buen servicio de alojamiento como se merecen los clientes, un servicio de calidad.
- Conocer e investigar un poco más de la biodiversidad que presenta el lugar para ofrecer el mejor servicio e impulsar al turismo de la parroquia y del país y así mejorar el nivel socioeconómico. Estar en alianza con la junta parroquial de Nono para que al momento que promociones a la parroquia para algún evento en el lugar también se promocione los lugares de hospedaje.

## BIBLIOGRAFÍA


Aguilar, G., & Iza, A. (2009). *Derecho ambiental en Centroamérica, Volume 1.* Glan, Suiza: IUCN.

Alemán, J. L., & Rodríguez Escudero, A. (2012). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección.* Madrid: ESIC Editorial.

Alet, J. (2011). *Marketing Directo E Interactivo 2 Edic.* Madrid: ESIC Editorial.

Ambiente, M. d. (10 de septiembre de 2004). *Ministerio del Ambiente.* Recuperado el 01 de Noviembre de 2016, de Ministerio del Ambiente: http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf.

Anzil, F. (12 de Octubre de 2011). *Econlink.* Obtenido de Riesgo País: http://www.econlink.com.ar/definicion/riesgopais.shtml

Arco, E. A., & Vàsquez Blòmer, B. (2016). *Empresa e iniciativa emprendedora.* Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A..

Bach, A. R. (2014). *Gestión Financiera de la empresa* . Edisiones Paraninfo S. A.

Báez, J., & Pérez, d. (2009). *Investigación cualitativa.* Madrid: ESIC Editorial.

*Banco Central del Ecuador*. (2015). Obtenido de Banco Central del Ecuador: http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/310-producto-interno-bruto

BAROJA, E. (AGOSTO de 2012). *NONO-PICHINCHA.* Obtenido de PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA PARROQUIA NONO: http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/ppdot_nono.pdf

Baroja, E. G. (Agosto de 2012). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.* Recuperado el 01 de noviembre de 2016, de GAD NONO: http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_k/ppot/dmq/ppdot_nono.pdf

Barquero, A. V. (2013). *Las nuevas fuerzas del desarrollo.* Barcelona: Antoni Bosch editor.

Belbeze, M. P. (2008). *Dirección comercial : guía de estudio.* Barcelona -España: Servei de Publicacions- Univ. Autònoma de Barcelona.

Bernal, A. R. (2010). *Reflexiones sobre la economía cuántica.* España: Editorial Club Universitario.

Blanco, M. Z., Montoya Maquin , J., & Cambronero Esquivel, A. (2007). *Gestión de Proyectos de Conservación Y Manejo de Recursos Naturales.* San José-Costa Rica: EUNED.

Boulanger, F. J., & Espinoza Gutiérrez, C. (2007). *Costos industriales.* Cartago-Costa Rica: Editorial Tecnologica de CR.

Boulanger, F. J., Espinoza Gutierrez, C. L., & Fonseca Retana , L. (2007). *Ingeniería Económica.* Caratago-Costa Rica: Editorial Tecnologica de CR.

Boulanger, F. J., Fonseca Retana, L., & Espinoza Gutierrez, C. L. (2007). *Ingeniería Económica.* Cartago-Costa Rica: Editorial Tecnologica de CR.

Casani, F. (2009). *Economía de la empresa 2º Bachillerato.* Madrid: Editex.

Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación.* Naucalpan de Juarez- Mexico: Pearson Educación.

Chain, N. S. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación.* Neucalpan de Juarez, Estado de Mèxico: Pearson Educación.

Charles T. Horngren, & Sundem, William , G. (2012). *Contabilidad administrativa.* Quito: Pearson Educación.

COMERCIO, E. (13 de AGOSTO de 2014). Nono un paraíso turístico en las faldas del volcán Pichincha. *Nono un paraíso turístico en las faldas del volcán Pichincha*, pág. 1.

Cuartas, D. H. (2008). *Principio de Administración.* Medellin: Fondo Editorial ITM.

*Definición*. (2016). Obtenido de Definición: http://definicion.de/tasa-de-interes/

Dominguez, A. (06 de JULIO de 2016). *Natureduca*. Recuperado el 06 de JULIO de 2016, de Natureduca: http://www.natureduca.com/coc_cocytur_hist01.php

Ehrhardt, M. C., & Brigham, E. (2007). *Finanzas Corporativas.* Mexico: Cengage Learning Editores.

*El ciudadano*. (24 de MARZO de 2015). Recuperado el 06 de JULIO de 2016, de El ciudadano: http://www.elciudadano.gob.ec/un-reglamento-recategoriza-el-alojamiento-en-el-pais/

Enrique, G. P. (2013). *UF1818 - Actitud emprendedora y oportunidades de negocio.* España: Ediciones Paraninfo, S.A.

Espinoza, S. F. (2007). *Los proyectos de inversión: evaluación financiera.* Costa Rica: Editorial Tecnologica de CR.

Esteban, I. G. (2014). *MARKETING DE LOS SERVICIOS.* Madrid: ESIC.

Facal, R. L., Santacana, J., M. A., Fuentes, C., Gutierrez, J. M., Hérnandez, F. X., y otros. (2011). *Geografía e historia. Investigación, innovación y buenas prácticas.* Madrid-España: Graó.

Felipe, C., & Jaime, Z. (2013). *Leopoldo Solís y la realidad Económica.* México: Fondo de Cultura Económica.

Fernandez, M. J. (2014). *El debe y el haber. Contabilidad facil para todos: Curso de contabilidad facil.* Bolivia: Rildo Jordan. .

*Francisco Torreblanca*. (11 de Diciembre de 2014). Obtenido de Francisco Torreblanca: http://franciscotorreblanca.es/que-es-el-microentorno/

Garcìa, L. R. (2013). *Economía de la Empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años.* Estados Unidos: Palibrio.

Garcìa, L. R. (2013). *Economía de la Empresa: Prueba de acceso a la Universidad para mayores de 25 años.* Estados Unidos: Palibrio.

García, R. H., & Domínguez Galcerán, R. (2015). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de operaciones en empresas de servicios y turísticas.* Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.

Gómez, P. N. (2009). *Planificación estratégica en organizaciones no lucrativas.* Madrid: Narcea Ediciones.

González, S. D., & Ventura, B. (2008). *CONTABILIDAD GENERAL Y TESORERÍA.* Madrid: Editorial Paraninfo.

Gonzalo, E. D. (2016). *Economía 4° ESO.* Millán: tutot formación editorial.

Gutiérrez, T. A. (2005). *Estructura Presupuestal de un Proyecto Económico.* Bogotá: Universidad Santo Tomas.

Guzmán, C. A., & Aching Samatelo, J. (2006). *Ratios Financieros Y Matema´ticas de la Mercadotecnia.* Lima: CJA-Juan Carlos Martínez Coll.

Guzman, D. B., & Castrillon, C. J. (2008). *Costos para gerenciar organizaciones manufactureras, comerciales y de servicios.* Baranquilla-Colombia: Universidad del Norte.

Helena Curtis, A. S. (2008). *Curtis. Biología.* Mardid-España: Editorial Medica Panamericana.

Horngren, C. T., Foster, G., & Datar, S. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial.* Mèxico: Pearson Educación. .

Horngren, C. T., Foster, G., & Datar, S. (2007). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial.* México: Pearson Educación.

Hurtado, G. F. (2014). *PLAN ESTRATÉGICO 2014-2021: FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES UNDAC.* Pasco: NICCEX G&D SRL.

Idàñez, M. J. (2013). *Trabajo social: concepto y metodología.* Palencia-España: Editorial Paraninfo. .

IICA, & CEPPI. (2007). *Costa Rica Proyecto de Riego Arenal-Tempisque programa de riego en pequeñas areas.* Costa Rica: IICA Biblioteca Venezuela.

Irarrázabal, A. (2010). *Contabilidad: Fundamentos y Usos.* Snatiago de Chile: Ediciones UC.

Jimenez, M. E. (2014). *Diccionario de Administraci¢n y Finanzas.* Estados Unidos: Palibrio.

Juàrez, L. O., & Garcìa, C. R. (2011). *Estructura del mercado turìstico.* Madrid: Editorial Paraninfo.

Kotler, P. (2008). *Las preguntas mas frecuentes sobre marketing.* Bogotà: Grupo Editorial Norma.

Lacalle, G., Caldas, M. E., & Carrion, R. (2012). *La empresa como comunidad de personas (Recursos humanos y responsabilidad)* . Editex: Editex.

Lado, M. M., Cartagena Ruiz, E., Nájera Pérez, A., & Orts Aragonés, E. (2011). *Estudios de Viabilidad Inmobiliaria. Problemas Básicos.* San Vicente: Editorial Club Universitario.

Lousteau, M. (2011). *Ecooía 3D: Una nueva dimension para tus preguntas de siempre.* Argentina: Random House Mondadori Editorial Argentina .

Mangonez, G. H. (2006). *Diccionario de Economía.* Medellín: U. Cooperativa de Colombia.

Marin, M. I., Santero Sanchez, R., Sanchez Henriquez, L., & Marcos Calvo, M. A. (2008). *Factores de competitividad de la pyme española 2008.* España: EOI Esc.Orgniz. Industrial.

Martel, P. J., & Martín Molina, P. (2007). *Manual de contabilidad para juristas: análisis y valoración de empresas,detenciòn de practicas perniciosas y aplicacion a distintas areas del Derecho.* las Rozas- Madrid: LA LEY.

Martel, P. J., González Rabanal, M. d., Martín Molina, P. B., Muñoz Machado, A., Pérez López, A., & del Río Cobián, E. (2013). *Economía y gestión de entidades no lucrativas.* Madrid: Editorial Universitaria Ramon Areces.

Martín, J. S. (2011). *Business & Fitness: El negocio de los centros deportivos.* Barcelona: Editorial UOC.

Martín, M. I., Santero Sánchez , r., Sánchez , H. L., & Marcos Calvo, M. Á. (2008). *Factores de competitividad de la pyme española 2008.* España: EOI Esc.Organiz.Industrial.

Martín, M. I., Santero Sánchez, R., Sánchez Henríquez, L., & Marcos Calvo, M. (2008). *Factores de competitividad de la pyme española 2008.* Española: EOI Esc.Organiz.Industrial.

Martínez, Á. M. (2011). *Contabilidad general.* Colombia: ECOE EDICIONES.

Martín-Lagos, F. d. (2008). *Sistematización de la Función Comercial. Cómo integrar con éxito su estrategia corporativa y su plan de accion comercial.* España: Netbiblo.

Miranda, J. J. (2005). *Gestión de proyectos: identificación, formulación, evaluación financiera* . Bogatà: MMEditores.

Navarrete, F. C. (2008). *Economía 1° Bachilllerato.* España: Editex.

Negrete, F. (julio de 2010). *Wordpress.* Recuperado el 01 de Noviembre de 2016, de Wordpress: https://fernandonegrete.files.wordpress.com/2010/07/requisitos-para-formar-una-empresa-en-el-ecuador-y-las-mas-importantes-obligaciones-del-empresario-con-el-estado.doc.

*Nono y su esencia*. (26 de enero de 2015). Recuperado el 07 de julio de 2016, de Nono y su esencia: http://nonopichinchaquito.blogspot.com/2015/01/v-behaviorurldefaultvmlo.html

Noriega, G. (2012). *Historia íntima de una estafa destrucción INDEC.* Argentina: Gupo Editorial Argentina.

Nova, A. B. (2008). *Finanzas para no financistas.* Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Nova, A. B. (2008). *Finanzas para no financistas.* Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Nova, A. B. (2008). *Finanzas para no financistas.* Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Nova, A. B. (2008). *Finanzas para no financistas cuarta edicion.* Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.

OECD. (2009). *OECD Factbook 2008 Estadísticas económicas, ambientales y sociales* . España: OECD Publising .

Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa.* Bilbao: Universidad de Deusto.

*Parroquia Nono*. (25 de MAYO de 2015). Obtenido de http://nono.gob.ec/gad-nono-organizacion.html: http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/quito/11/el-comite-del-pueblo-40-anos-de-historia

Pérez, G. G. (2008). *Matemáticas 4o ESO Opción B.* Madrid: Editex.

Pérez, L. A., & López Rodríguez, F. (2015). *Entorno e información de mercados: Aproximación a la investigación comercial.* España: Ideaspropias Editorial S.L.

Plaza, J. P. (2008). *Medicion del impacto y la rentabilidad de la formacion.* España: Ediciones Díaz de Santos.

Posas, R. R. (2007). *Formulación Y la Evaluación de Proyectos con ènfasis en el sector agrìcola.* San Josè-Costa Rica: EUNED.

Quinde, E. N. (s.f.). *Nono-Ecuador*. Recuperado el 7 de JULIO de 2016, de Nono-Ecuador: http://www.estancianidodelquinde.com/nono_info.html

Roca, C. M., & Ortiz Tovar, O. (2016). *Contabilidad financiera para Contaduría y Administración.* Baranquilla: Universidad del Norte.

Rodriguez, N., & Martínez, W. (2006). *Planificación Y Evaluación de Proyectos Informáticos.* San José- Costa Rica: EUNED.

Romero, 2. E. (2010). *Gestiòn y Gerencia empresariales aplicadas al XXI.* Bogotà: ECOE Ediciones.

Sanchez, R. (2010). *Microfinanzas en Honduras.* Santiago de Chile: United Nations Publications.

Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados.* Madrid: ESIC Editorial.

Sanz, M. J. (2015). *Introducción a la investigación de mercados.* Madrid: ESIC Editorial.

Sanz, R. A., & De Pablo Redondo, R. (2011). *Fundamentos de Inversión Y Financiación.* Madrid: Editorial UNED.

Serrano, J. C. (2016). *Configuración de instalaciones solares fotovoltaicas.* Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A..

Soldevila, P., Oliveras, E., & Bagur, L. (2010). *Contabilidad general con el nuevo PGC: Un enfoque práctico, paso a paso.* Barcelona: Profit Editorial.

Talaya, Á. E. (2008). *Principios de marketing.* Madrid: ESIC Editorial. Copyright.

Torrents, A. S., Gil Vilda, F., & Arcusa Postils, I. (2010). *Manual práctico de diseño de sistemas productivos.* Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Turismo, M. d. (06 de mayo de 2008). *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 01 de Noviebre de 2016, de Ministerio de Turismo: http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf.

Turismo, M. d. (02 de Julio de 2014). *Ama la vida tv*. Recuperado el 05 de JULIO de 2016, de Ama la vida tv: http://www.amalavida.tv/novedades/san-miguel-de-nono

U.C.L, E. E. (12 de MARZO de 2013). *TURISMO EN EL ECUADOR*. Recuperado el 06 de JULIO de 2016, de TURISMO EN EL ECUADOR: http://huecasgastronomicasdmq.jimdo.com/quienes-somos/breve-historia-del-ecoturismo/turismo-en-la-actualidad/

Unidas, N. (2010). *Principios Y Recomendaciones Para Los Censos de Poblacion Y Habitacion.* NUEVA YORK: UNITED NATIONS PUBLICATIONS COPYRIGHT.

Vasquez, D. G., Guzman Vaquez, A., & Romero Cifuente, T. (2005). *Contabilidad financiera.* Colombia: Universidad del Rosario.

Ventura, B. E. (2012). *Operaciones administrativas de recursos humanos GM.* Madrid: Editorial Paraninfo.

Verde, D. F., & Fernández Rico, E. (2010). *COMUNICACIÓN EMPRESARIAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE.* Madrid: Editorial Paraninfo.

Vulich, N. (2014). *Contabilidad Fácil Para Ebay.* EEUU: Babelcube Inc.. .

Wheelen, T., & Hunger, D. (2007). *Administracion Estrategica Y Politica de Negocios 10ed.* México: Pearson Educación.

## ANEXOS

- **Formulario para la inscripción de la patente**

**MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO**
Formulario de Inscripción y Actualización del Registro Actividades Económicas Tributarias
RAET - PERSONAS NATURALES

Fecha: aaaa/mm/dd

**A. IDENTIFICACION DEL CONTRIBUYENTE**

| | |
|---|---|
| APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS: | |
| NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN: | |
| FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES: | |
| ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL: | |
| ACTIVIDADES ECONÓMICAS SECUNDARIAS: | |

**B. DATOS UBICACIÓN DEL CONTRIBUYENTE**

| DOMICILIO TRIBUTARIO | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| PARROQUIA: | | | | | |
| BARRIO: | | | | | |
| CALLE PRINCIPAL: | | | | | |
| No. CASA: | | | | | |
| INTERSECCIÓN: | | | | | |
| CORREO ELECTRÓNICO: | | | | | |
| TELÉFONO 1: | | TELÉFONO 2: | | TELÉFONO 3: | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| POSEE ESTABLECIMIENTO PARA LA REALIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA: | SI | | NO | No. DE ESTABLECIMIENTOS QUE POSEE | |
| No. PREDIO (S) DONDE REALIZA LA ACTIVIDAD ECONÓMICA: | | | | | |

**C. EN CASO DE ARTESANOS**

| | |
|---|---|
| No. DE CALIFICACIÓN ARTESANAL: | |
| FECHA DE CALIFICACIÓN ARTESANAL: | |
| FECHA DE CADUCIDAD DE LA CALIFICACIÓN ARTESANAL: | |

**D. EN CASO DE DE PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES**

| | |
|---|---|
| No. DE CARNÉ CONADIS: | |
| FECHA DE CALIFICACIÓN: | |
| PORCENTAJE DE DISCAPACIDAD: | |

Firma del Contribuyente

Imprimir Limpiar

Formulario gratuito, descargado del Portal Administrativo Municipal: http://pam.quito.gob.ec Página 1/1

❖ **Formulario LUAE**

## FORMULARIO DECLARATIVO CRTAU-01

Del cumplimiento de las condiciones mínimas en materia de Reglas Técnicas de Arquitectura y Urbanismo para las actividades de equipamientos y servicios o comercio con relación de compatibilidad permitida con el uso de suelo en edificaciones existentes para la emisión de LUAE

QUITO ALCALDÍA

Del Anexo del libro innumerado "Del Régimen Administrativo del suelo en el Distrito Metropolitano de Quito" sancionado con la Ordenanza Metropolitana No. 172 del 30 de diciembre de 2011 y su Ordenanza Metropolitana Reformatoria No. 432 del 13 de septiembre de 2013.

| INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE* | | INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO* | |
|---|---|---|---|
| 101 \| NOMBRES Y APELLIDOS | | 201 \| RUC / RISE | |
| 102 \| C.I. / PASAPORTE No. | | 202 \| NOMBRE COMERCIAL | |
| 103 \| NÚMERO TELEFÓNICO | | 203 \| ESTABLECIMIENTO No. | 204 \| PREDIO No. |
| 104 \| CORREO ELECTRÓNICO | | 205 \| DIRECCIÓN | |
| 105 \| DIRECCIÓN DOMICILIO | | 206 \| ÁREA ÚTIL m2 | 207 \| TIPO DE USO |

**REGLAS TÉCNICAS***

| ELEMENTO | CUMPLIMIENTO | REFERENCIA |
|---|---|---|
| 301 \| La altura del establecimiento medida desde el piso hasta el tumbado es igual o mayor 2,30m. (REFERENCIA 1) | ☐SÍ ☐NO | 1 |
| 302 \| El establecimiento tiene en su interior una circulación con un ancho libre o sin obstáculos de mínimo 90 cm. (REFERENCIA 2) | ☐SÍ ☐NO | |
| 303 \| La puerta de ingreso al establecimiento mide al menos 90 cm de ancho para pasar. (REFERENCIA 3) | ☐SÍ ☐NO | |
| 304 \| La puerta de ingreso al establecimiento mide al menos 2,05 m de alto para pasar. (REFERENCIA 3) | ☐SÍ ☐NO | |
| 305 \| El establecimiento tiene puertas de vidrio, ventanas o claraboyas por donde ingrese luz natural | ☐SÍ ☐NO<br>☐ EL ESTABLECIMIENTO ESTÁ DENTRO DE UN CENTRO COMERCIAL | 2 |
| 306 \| El establecimiento se ventila por: (REFERENCIA 4) | ☐ Ventana a puerta al exterior<br>☐ Ventilación mecánica<br>☐ Ductos<br>☐ No se ventila | |
| 307 \| El establecimiento tiene al menos un medio baño dentro del mismo, entendiendo al medio baño como el cuarto de baño con un inodoro y un lavamanos. (REFERENCIA 5) | ☐SÍ ☐NO | |
| 308 \| El cuarto de baño del establecimiento tiene una altura mayor o igual a 2,30 m, medido desde el piso hasta el tumbado. (REFERENCIA 6) | ☐SÍ ☐NO | 3 |
| 309 \| Todos los lados del baño tienen por lo menos 90 cm de ancho. (REFERENCIA 6) | ☐SÍ ☐NO | |
| 310 \| El baño se ventila por: (REFERENCIA 4) | ☐ Ventana al exterior<br>☐ Ventilación mecánica<br>☐ Ductos<br>☐ No se ventila | |
| 311 \| El establecimiento fue diseñado y declarado como área útil para uso comercial o de oficinas y no es una adaptación de un espacio de circulación comunal, estacionamiento cubierto o bodega sin regularizar. | ☐SÍ ☐NO | 4 |
| | | 5 |

Yo, _____ portador del documento de identificación No. _____, por mis propios derechos o en legal representación de la persona jurídica identificada en este documento, declaro que lo consignado en este formulario se encuentra en absoluta correspondencia con la verdad y que conozco y entiendo las consecuencias del incumplimiento de estas reglas técnicas o de su falsa declaración.

(NOMBRE DEL TITULAR DE LUAE/ REPRESENTANTE LEGAL)

(No. CÉDULA / PASAPORTE)

| FIRMA TITULAR LUAE / REPRESENTANTE LEGAL | C.I./PASAPORTE | FECHA (dd/mm/aaaa) |
|---|---|---|
| | | |

* REVISAR LAS INDICACIONES DE CÓMO LLENAR EL FORMULARIO EN EL INSTRUCTIVO EN LA PÁGINA SIGUIENTE

FORMULARIO GRATUITO.

Página 1 de 2

# INSTRUCTIVO PARA LLENAR EL FORMULARIO DECLARATIVO CRTAU-01

QUITO ALCALDÍA

## INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE

En esta sección deberá ingresar los datos personales y de contacto correspondientes al solicitante, sea este el dueño del local como persona natural o el representante legal de una persona jurídica

| | | |
|---|---|---|
| 101 | NOMBRES Y APELLIDOS | Ingresar los nombres y apellidos del dueño del local o del representante legal |
| 102 | C.I. / PASAPORTE No. | Ingresar el número de cédula de identidad o pasaporte, en caso de extranjeros del dueño del local o del representante legal |
| 103 | NÚMERO TELEFÓNICO | Registrar el número telefónico de contacto, fijo o móvil, del dueño del local o del representante legal |
| 104 | CORREO ELECTRÓNICO | Registrar la dirección de correo electrónico de contacto del dueño del local o del representante legal |
| 105 | DIRECCIÓN DOMICILIO | Registrar la dirección del domicilio del dueño del local o del representante legal, con calle principal, número de casa y calle secundaria. |

## INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del municipio involucradas en el proceso

| | | |
|---|---|---|
| 201 | RUC / RISE | Corresponde al número de Registro Único de Contribuyente del SRI. |
| 202 | NOMBRE COMERCIAL | Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento. |
| 203 | ESTABLECIMIENTO No. | Para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el No. de establecimiento correspondiente |
| 204 | PREDIO No. | Este campo debe ser completado con información del predio en el cual se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado. |
| 205 | DIRECCIÓN | Ingresar la dirección del local comercial con calle principal, número de casa y calle secundaria. |
| 206 | ÁREA ÚTIL | Se entiende por área útil al área de todo el establecimiento sin considerar las áreas destinadas a bodegas y servicios higiénicos |
| 207 | TIPO DE USO | Deberá indicar el tipo de uso que tiene el establecimiento, sea este comercial o de oficinas |

## REGLAS TÉCNICAS

La tercera sección del formulario solicita información específica sobre las condiciones mínimas en materia de reglas técnicas de arquitectura y urbanismo para las actividades de equipamiento y servicios a comercio con relación de la compatibilidad permitida con el uso de suelo en edificaciones existentes, para lo cual deberá declarar si cumple o no con dichas condiciones.

| | |
|---|---|
| 301 | Se debe comprobar que la altura del establecimiento medida desde la superficie de piso terminado y hasta el tumbado no sea menor a 2,30m. La referencia 1, indica un esquema sobre la medida que debe tomarse. |
| 302 | Dentro del establecimiento, se debe garantizar una circulación con un ancho mínimo de noventa (90) centímetros, libre de cualquier obstáculo, sea este mercadería o muebles como: estanterías, repisas, mostradores, escritorios o sillas. La referencia 2, indica un esquema sobre la medida que debe tomarse. |
| 303 | Se debe comprobar que el ancho de la puerta mida por lo menos noventa (90) centímetros, el mismo que debe estar libre de obstáculos. La referencia 3 , indica un esquema sobre la medida que debe tomarse. |
| 304 | Se debe comprobar el alto de la puerta mida por lo menos dos (2) metros con cinco (05) centímetros, el mismo que debe estar libre de obstáculos. El alto de la puerta solo considera el paso libre, no considera ventanillas. La referencia 3 , indica un esquema sobre la medida que debe tomarse. |
| 305 | Si el establecimiento está en contacto directo con áreas exteriores abiertas, se requerirá que tenga puertas de vidrio, ventanas o claraboyas que permita el ingreso de luz natural durante el día. Si el establecimiento se encuentra dentro de centros comerciales, el ingreso de luz natural no será un requerimiento. |
| 306 | El establecimiento deberá estar ventilado por: a) ventanas que se comuniquen con exteriores abiertos y que puedan abrirse; b) ventilación mecánica que permita la circulación del aire; o c) rejillas que conecten a ductos de ventilación. La referencia 4, indica un esquema de la apariencia de los tipos de ventilación |
| 307 | El establecimiento deberá contar al menos con un medio baño de uso privado, el medio baño deberá contar con un inodoro y un lavamanos, ambos funcionando y correctamente instalados. El inodoro y el lavamanos podrán estar en un mismo cuarto o separados por una puerta. |
| 308 | Al igual que el resto del establecimiento, se debe comprobar que la altura del baño medida desde la superficie de piso terminado y hasta el tumbado no sea menor a 2,30m. La referencia 5, indica un esquema sobre la medida que debe tomarse. |
| 309 | Se debe comprobar que ningún lado del baño sea menor a noventa (90) centímetros, para garantizar comodidad al usar el servicio.La referencia 5, indica un esquema sobre la medida que debe tomarse. |
| 310 | Al igual que el establecimiento, el baño deberá estar ventilado por: a) ventanas que se comuniquen con exteriores abiertos y que puedan abrirse; b) ventilación mecánica que permita la circulación del aire; o c) rejillas que conecten a ductos de ventilación. La referencia 4, indica un esquema de la apariencia de los tipos de ventilación. |
| 311 | El establecimiento declarado en el formulario deberá haber sido diseñado y declarado como área útil, para su uso como local comercial u oficinas. El establecimiento no deberá ser una adaptación de espacios de circulación comunal, estacionamientos cubiertos o bodegas sin antes haber tenido el respectivo proceso de actualización y regularización. |

❖ **Solicitud del Cuerpo de Bomberos**



**CUERPO DE BOMBEROS**
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
RUC 1768097950001

**SOLICITUD DE SERVICIO**

Quito, a _____ de _____ 20____

Señores
Dirección de Prevención de Incendios
CUERPO DE BOMBEROS DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO
Presente.-

De mi consideración

Yo, _____ con RUC # _____
(representante legal)

RAZON SOCIAL: _____

ACTIVIDAD: _____ TELÉFONOS: _____

**DIRECCIÓN**

BARRIO-URBANIZACIÓN: _____ PARROQUIA: _____

CALLE: _____ Nº _____ INTERSECCIÓN: _____

EDIFICIO/PROYECTO: _____ PISO: _____ DEPARTAMENTO: _____

CONTACTARSE CON: _____ TELÉFONO: _____

Por medio de la presente solicito a usted, se digne autorizar a quien corresponda, realice el siguiente trabajo:

INSPECCIÓN: ☐
INSPECCIÓN ESPECTÁCULO PÚBLICO: ☐
INSPECCIÓN EDIFICIO PÚBLICO/FUNDACIONES: ☐
FACTIBILIDAD DE GAS: ☐
DEFINITIVO DE GAS: ☐

VISTO BUENO DE PLANOS: ☐
RESELLOS DE PLANOS: ☐
OCUPACIÓN: ☐

OTROS: _____

Atentamente,

Propietario: ☐
Administrador: ☐
Delegado del representante legal: ☐

Firma: _____
Nombre: _____
Nº de Cédula: _____

**NOTA**
El CB-DMQ se deslinda de responsabilidad si los datos proporcionados por el usuario son erróneos.

**CROQUIS**

N
O E
S

Central Telefónica 3 953 700 / www.bomberosquito.gob.ec

- **Tabla Impuesto a la Renta**

| Año 2016 - En dólares | | | |
|---|---|---|---|
| **Fracción Básica** | **Exceso Hasta** | **Impuesto Fracción Básica** | **Impuesto Fracción Excedente** |
| 0 | 11.170 | 0 | 0% |
| 11.170 | 14.240 | 0 | 5% |
| 14.240 | 17.800 | 153 | 10% |
| 17.800 | 21.370 | 509 | 12% |
| 21.370 | 42.740 | 938 | 15% |
| 42.740 | 64.090 | 4.143 | 20% |
| 64.090 | 85.470 | 8.413 | 25% |
| 85.470 | 113.940 | 13.758 | 30% |
| 113.940 | En adelante | 22.299 | 35% |

- **Tv Plasma de 22”**



- **Cámaras de Seguridad**




- **Cama Twin**



- **Hamacas**




- **Sartén**

