



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
HOSTAL UBICADO EN LA PROVINCIA DEL CARCHI, CANTÓN ESPEJO,**

2019

**Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera**

AUTORA:

CLARA LUZ IRUA GUAMIALAMA

TUTOR:

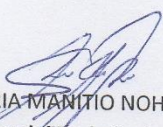
Ing. Katherine Nohely Soria Manitio

Quito, Ecuador 2019


ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Quito, 31 de octubre del 2019

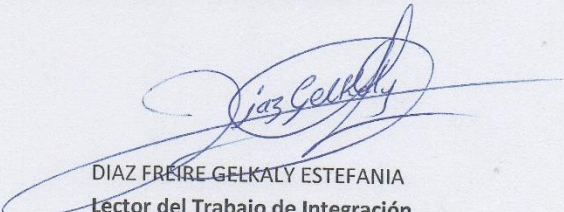
El equipo asesor del Trabajo de Integración Curricular del Sr. (Srta.) **IRUA GUAMIALAMA CLARA LUZ** de la carrera de Administración Bancaria y Financiera cuyo tema de investigación fue: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UN HOSTAL UBICADO EN LA PROVINCIA DEL CARCHI, CANTON ESPEJO, 2019**, una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: **APROBAR** el Trabajo de Integración Curricular, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.




SORIA MANÍTO NOHELY KATHERINE
Tutor del Trabajo de Integración
Curricular de la Carrera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
MAYRA ALEXANDRA CHANDI CASTRO
Delegado de la Unidad de Integración
Curricular
Adm. Bancaria y Financiera



DIAZ FREIRE GELKALY ESTEFANIA
Lector del Trabajo de Integración
Curricular de la Carrera



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
MARÍA FERNANDA BURGA JADAN
Director(a) de Carrera
Adm. Bancaria y Financiera

CAMPUS 1 - MATRIZ

Av. de la Prensa N45-268 y Logroño
Teléfono: 2255460 / 2269900
E-mail: instituto@cordillera.edu.ec
Pag.Web: www.cordillera.edu.ec
Quito - Ecuador

CAMPUS 2 - LOGROÑO

Calle Logroño Oe 2-84 y
Av. de la Prensa (esq.)
Edif. Cordillera
Telts.: 2430443 / Fax: 2433649

CAMPUS 3 - BRACAMOROS

Bracamoros N15-163 y
Yacuambí (esq.)
Telf.: 2262041

CAMPUS 4 - BRASIL

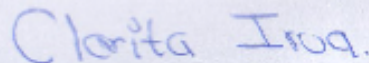
Av. Brasil N46-45 y
Zamora
Telf.: 2246036

CAMPUS 5 - YACUAMBÍ

Yacuambí Oe2-36 y
Bracamoros
Telf.: 2249994

DECLARATORIA

Yo, **Irua Guamialama Clara Luz**, declaro bajo juramento que la investigación es absolutamente original, auténtica, es de mi autoría, 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 he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Irua Guamialama Clara Luz
C.C: 0401862313

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Irua Guamialama Clara Luz** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **0401862313** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN UN HOSTAL UBICADO EN LA PROVINCIA DEL CARCHI, CANTÓN ESPEJO, 2019** con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

Clarita Irua.

Irua Guamialama Clara Luz
CC.: 0401862313
Quito - Octubre 2019

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTAR UN HOSTAL
UBICADO EN LA PROVINCIA DEL CARCHI, CANTÓN ESPEJO, 2019**

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por todas las bendiciones en mi vida, por guiarme a lo largo de esta etapa de culminación de estudios, a mis padres que han sabido darme su ejemplo de trabajo, dedicación y honradez y a mi novio Patricio por su apoyo y paciencia en este proyecto de estudio.

En especial a mi tutora de tesis Ing. Soria Katherine por compartir sus conocimientos y experiencias en el desarrollo y culminación de este sueño, así también por su paciencia y dedicaciones para guiarme durante todo el desarrollo del proyecto.

También quiero agradecer al Instituto Tecnológico Superior Cordillera, por todo el enriquecerme en conocimiento adquiridos en estos años y por haberme brindado tantas oportunidades.

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis padres por haber sido mi gran apoyo a lo largo de toda mi carrera y de mi vida. A todas las personas que me acompañaron en esta etapa, estando en las buenas y malas aportando a mi formación tanto profesional y como ser humano.

A toda mi familia que siempre confiaron en mí, por todas aquellas motivaciones durante mi vida estudiantil.

A mi Novio Patricio Pinchao y amigos Elizabeth, Irvin y Edison porque me han dado su confianza y su apoyo constante dándome fuerza a culminar mis estudios y poder tener un título profesional.

A todas las personas que de una u otra manera han sido partícipes de este sueño y especialmente dedico este proyecto a Dios por darme la vida.

ÍNDICE GENERAL

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	II
AGRADECIMIENTO.....	III
DEDICATORIA	IV
RESUMEN EJECUTIVO	XX
ABSTRACTO	XXI
CAPITULO I.....	1
1 INTRODUCCIÓN	1
1.01 Justificación.....	2
1.02 Antecedentes	3
CAPITULO II	5
2. Análisis Situacional.....	5
2.01 Ambiente Externo de las organizaciones	5
2.01.01 Factor Económico	5
2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB).....	6
2.01.01.02 Inflación	7
2.01.01.03 Tasa de Interés.....	8
2.01.01.03.01 Tasa Activa.....	8
2.01.01.03.01. Tasa Pasiva.....	9

2.01.01.04 Riesgos País	10
2.01.02 Factor Social.....	11
2.01.02.01 Tasa de Empleo.....	11
2.01.04 Factor Legal	12
2.01.04.01 Requisitos Parar Constituirse	12
2.01.04.02 Registrar Notaria Publica	14
2.01.04.03 Afiliación a la Cámara de Turismo	14
2.01.04.04 Permiso de funcionamiento del MSP	15
2.01.04.02 Patente Municipal.....	15
2.01.04.03 Cuerpo de Bomberos.....	15
2.01.03 Factor Tecnológico.....	16
2.02 Entorno Local.....	16
2.02.01 Clientes.....	16
2.02.01.01 Clientes Internos.....	17
2.02.02 Proveedores	18
2.02.03 Competidores	18
2.02.03.01 Competidores directos.....	19
2.02.03.01 Competidores indirectos.....	19
2.03 Análisis interno	20
2.03.01 Propuesta Estratégica	20

2.03.01.01 Misión	20
2.03.01.02 Visión	21
2.02.01.03 Objetivos	21
2.03.01.03.01 Objetivo General	21
2.03.01.03.02 Objetivo Especifico.....	21
2.03.01.04 Principios y/o Valores	22
2.03.01.04.01 Valores	22
2.03.01.04.02 Principios.....	22
2.03.02 Gestión Administrativa	23
2.03.02.02 Organigrama Funcional.....	29
2.03.03 Gestión Operativa.....	30
2.03.04 Gestión comercial.....	30
2.03.04.01 Estrategia del Servicio.....	31
2.03.04.02 Estrategias de Precio	31
2.03.04.03 Estrategias de Promoción.....	32
2.03.04.04 Localización	32
2.04 Análisis FODA.....	33
CAPITULO III.....	34
3. Estudio De Mercado.....	34
3.01 Servicio	34

3.02 Análisis del Consumidor	35
3.02.01 Cliente	35
3.03 Mercado.....	35
3.04 Determinación de la población y muestra	36
3.04.01 Población.....	36
3.04.01.01 Tipos de Población.....	36
3.04.02 Muestra.....	36
3.04.02.01 Tipos de muestreo	37
3.04.02.01.02 No Probabilístico.....	37
3.04.02.02 Formula de la Muestra	37
3.05 Tabulación.....	38
3.06 Técnica de la obtención de la información	38
3.06.01 Encuesta	38
3.07 Tabulación.....	39
3.08 Oferta.....	53
3.08.01 Oferta Actual.....	53
3.08.02 Oferta proyectada.....	53
3.09 Demanda	53
3.10 Demanda insatisfecha.....	54
3.11 análisis del control de mercadeo	55

CAPITULO IV	57
4 Estudio Técnico.....	57
4.01 Tamaño del proyecto.....	57
4.02. Capacidad del proyecto	57
4.02.01 Capacidad diseñada.....	57
4.02.02 Capacidad Instalado	58
4.02.02.01 El mercado	58
4.02.02.02 Disponibilidad de recursos financieros	59
4.02.02.01 Capacidad Administrativa.....	59
4.02.03 Capacidad Óptima.....	59
4.03 localización	60
4.03.01 Marco-Localización	60
4.03.02 Micro – Localización	61
4.03.04 Matriz de localización	62
4.04. Ingeniería de productos	63
4.04.01 Diagrama de flujos	63
4.04.01.01 Distribución de planta	65
4.04.02 Maquinaria y equipo	67
CAPITULO V	70
5. Estudio financiero	70

5.01 Ingresos	71
5.01.01 Ingresos operacional.....	71
5.02. Gastos.....	72
5.02.01 Gastos administrativos	72
5.02.02 Gastos ventas.....	77
5.02.03 Gasto financiero	86
5.02.04 Costos fijos.....	86
5.02.05 Costos variables	86
5.03 Inversiones del proyecto	87
5.03.01 Inversión Fija	87
5.03.02 Activos Fijos	87
5.03.03 Inversión diferida	87
5.03.04 Capital de trabajo	88
5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fuentes.....	89
5.03.05 Amortización de financiamiento	90
5.03.06 Depreciaciones	91
5.03.07 Previsión de ingresos, costes y gastos.....	92
5.03.08 Estado de situación inicial.....	92
5.03.09 Estado de resultados proyectado	93
5.03.10 Flujo de caja libre.....	95

5.04. Evaluación financiera.....	96
5.04.01 Tasa de descuento	96
5.04.02 Valor actual neto	96
5.04.03 Tasa interna de retorno.....	97
5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión	97
5.04.05 RCB (Relación de Costo Beneficio)	98
5.04.06 Punto de Equilibrio	99
5.04.07 Análisis de Índices Financieros.....	100
5.04.07.01 Rentabilidad sobre el patrimonio	100
5.04.07.02 Rentabilidad sobre los activos.....	101
5.04.07.03 Índice de liquidez	101
5.04.07.04 Índice de endeudamiento.....	102
5.04.07.05 Rentabilidad sobre la Inversión.....	103
CAPÍTULO VI.....	104
6. Análisis de Impacto.....	104
6.01 Impacto Ambiental.....	104
6.02 Impacto Económico	106
6.03 Impacto Social.....	108
CAPÍTULO VII	110
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	110

7.01 CONCLUSIONES	110
7.02 RECOMENDACIÓN.....	112
ANEXOS.....	113
Formato de la encuesta.....	113
Bibliografía	122

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1:Pib 2012-2018.....	6
Tabla 2: Inflación Agosto 2018- Enero 2019.....	7
Tabla 3:Tasa De Interés Activa.....	8
Tabla 4: Tasa De Interés Pasiva	9
Tabla 5:Clientes Externo.....	17
Tabla 6: Proveedores.....	18
Tabla 7: Competidores Directos.....	19
Tabla 8: Competidores Indirectos	19
Tabla 9: Gerente General	23
Tabla 10:Perfil Y Funciones Gestión Financiera	24
Tabla 11:Perfil Y Funciones Gestión Administrativa	25
Tabla 12:Perfil Y Funciones Gestión De Operación.....	26
Tabla 13:Perfil Y Funciones Gestión De Personal	26
Tabla 14:Perfil Y Funciones Gestión Marketing	27
Tabla 15:Foda.....	33
Tabla 16:Población.....	36
Tabla 17: Genero Del Encuestado.....	39
Tabla 18:Nacionalidad Del Encuestado	40
Tabla 19:Edad Del Encuestado	41
Tabla 20:Lugar De Consumo De Alimentos Incorporado El Servicio De Hospedaje....	42
Tabla 21: Número De Personas Que Viajan	43
Tabla 22: Disposición De Pago Por El Servicio Por Persona	44

Tabla 23: Servicio Que Incorpora	45
Tabla 24: Aspectos Que Se Consideran Al Hospedarse	46
Tabla 25: Recurrencia Al Ocupar El Servicio.....	47
Tabla 26: Reservación Del Servicio Por La Web	48
Tabla 27: Tipos De Comida	49
Tabla 28: Tipos De Pago.....	50
Tabla 29: Tour Turístico	51
Tabla 30: Descuentos	52
Tabla 34: Demanda Insatisfecha	54
Tabla 35: Macro-Localización	61
Tabla 36: Matriz De Localización.....	62
Tabla 37: Distribución De Planta.....	66
Tabla 38: Maquinaria	67
Tabla 39: Equipo De Oficina	67
Tabla 40: Muebles Y Enseres	68
Tabla 41: Equipo De Computo	68
Tabla 42: Suministros De Oficina.....	69
Tabla 43: Total Activos No Corrientes	69
Tabla 44: Ingresos Operacionales	71
Tabla 45: Ventas Proyectadas	72
Tabla 46: Gastos Fijos.....	73
Tabla 47: Suministros De Oficina.....	73
Tabla 48: Sueldo Y Salario Personal Administrativo 2020	74

Tabla 49: Sueldos Y Salarios Mano De Obra Directa 2020	74
Tabla 50: Sueldos Y Salarios Personal Administrativo 2021	75
Tabla 51: Sueldos Y Salarios Mano De Obra Directa 2021	75
Tabla 52: Sueldos Y Salarios Personal Administrativo 2022	76
Tabla 53: Sueldos Y Salarios Mano De Obra Directa 2022	76
Tabla 54: Imagen Corporativa	77
Tabla 55: Lavadora & Secadora Samsung	78
Tabla 56: Aspiradora	79
Tabla 57: Plancha	79
Tabla 58: Enceradora	80
Tabla 59: Cama De Plaza Y Media	80
Tabla 60: Cama Dos Plazas	81
Tabla 61: Armario	81
Tabla 62: Televisión 32"	82
Tabla 63: Veladores	82
Tabla 64: Escritorio De Oficina	83
Tabla 65: Sillas De Oficina	83
Tabla 66: Archivador	84
Tabla 67: Ventilador	84
Tabla 68: Computadora De Escritorio	85
Tabla 69: Impresora	85
Tabla 70: Laptop Hp	85
Tabla 71: Costos Fijos	86

Tabla 72: Costos Variables	86
Tabla 73: Activos Fija.....	87
Tabla 74:Activos Diferidos	88
Tabla 75:Capital De Trabajo.....	88
Tabla 76:Inversión Total.....	89
Tabla 77:Amortización Y Financiamiento.....	90
Tabla 78: Depreciación	91
Tabla 79:Prevision De Ingresos, Costos Y Gastos.....	92
Tabla 80: Estado De Situación Inicial.....	93
Tabla 81: Estado De Resultados Proyectado	94
Tabla 82: Flujo De Caja Libre	95
Tabla 83: Tasa De Descuento	96
Tabla 84: Tasa Interna De Retorno	97
Tabla 85:Periodo De Recuperación De La Inversión	97
Tabla 86:Pri (Periodo De Recuperación De La Inversión)	98
Tabla 87:Relación Costo Beneficio	98
Tabla 88: Rentabilidad Sobre El Patrimonio	100
Tabla 89: Rentabilidad Sobre Los Activos	101
Tabla 90: Índice De Liquidez.....	101
Tabla 91: Índices De Endeudamiento	102
Tabla 92: Rentabilidad Sobre La Inversión	103

ÍNDICE DE GRAFICO

Figura 1: PIB-2012-2018	6
Figura 2: Inflación Agosto 2018- Enero 2019	7
Figura 3: Riesgo País diario	10
Figura 4: Tasa de Empleo	11
Figura 5: Organigrama Estructural.....	28
Figura 6: Organigrama Estructural.....	29
Figura 7: Logotipo empresarial antiguo	30
Figura 8: Logotipo Empresarial Actual.....	31
Figura 9: Localización.....	32
Figura 10: Genero del encuestado.....	39
Figura 11: Nacionalidad del encuestado	40
Figura 12: Edad del encuestado	41
Figura 13: Lugar de consumo de alimentos incorporado el servicio de hospedaje	42
Figura 14: Número de personas que viajan normalmente.....	43
Figura 15: Disposición de pago por el servicio por persona.....	44
Figura 16: Servicio que incorpora.....	45
Figura 17: Aspecto que se consideran al hospedarse	46
Figura 18: Recurrencia al ocupar el servicio.....	47
Figura 19: Reservación del servicio por web	48
Figura 20: Tipo de comida	49
Figura 21: Tipos de pagos	50
Figura 22: Tour turístico	51

Figura 23: Descuentos.....	52
Figura 24: Macro localización	61
Fuente 25: Micro localización.....	62
Figura 26:Flujo de procesos.....	63
Figura 27: Flujo Administrativo.....	64
Figura 28: Distribución de planta.....	65
Figura 29: distribución de planta.....	65
Figura 30: Distribución de planta.....	66
Figura 31: Punto de equilibrio.....	99

ANEXO

Anexo 1: Proforma Muebles Y Enseres.....	117
Anexo 2: Proforma Equipo De Computo.....	117
Anexo 3: Proforma Muebles Y Enseres.....	117
Anexo 4: Proforma Muebles Y Enseres.....	118
Anexo 5: Proforma Muebles Y Enseres.....	118
Anexo 6: Proforma Maquinaria Y Equipo	118
Anexo 7: Proforma Muebles Y Enseres.....	119
Anexo 8: Proforma Muebles Y Enseres.....	119
Anexo 9: Proforma Equipo De Computo.....	119
Anexo 10: Proforma Muebles Y Enseres.....	120
Anexo 11: Proforma Maquinaria Y Equipo	120
Anexo 12: Proforma Equipo De Computo.....	121
Anexo 13: Proforma Muebles Y Enseres.....	121

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de factibilidad para la implementación de un hostel en el Cantón Espejo, Provincia del Carchi, se realizó con el objetivo de determinar la factibilidad de elaborar este proyecto para eso se hizo una investigación del lugar y la localización, en donde se conoce las principales características y ventajas turísticas del Cantón Espejo.

Se continuó se elaboró análisis con respecto al servicio, como micro y macroentorno para así conocer necesidades y preferencias de futuros clientes potenciales y adicionalmente determinar objetivos que ayude al crecimiento de la micro empresa.

Una vez identificado los principales objetivos se procede a realizar estrategias de marketing para ser aplicadas en el presente proyecto.

Posteriormente se realizó el estudio técnico en donde se describió la ubicación del hostel, los respectivos datos generales de la obra y la distribución y descripción de las áreas determinadas el presupuesto a ejecutarse.

Finalmente se analizó la viabilidad financiera de emprender este proyecto. Este estudio proporciona los datos de la inversión de la implementación del hostel, la estructura de financiamiento, el presupuesto de ingresos, costos y gastos, la demanda y oferta proyectada y el flujo de caja en donde podemos establecer los indicadores de rentabilidad y factibilidad como es a que tiempo recuperaremos nuestra inversión.

ABSTRACT

The present feasibility project for the implementation of a hostel in the Cantón Espejo, Province of Carchi, was carried out with the objective of determining the feasibility of preparing this project for that purpose an investigation of the place and location was made, where the main characteristics and tourist advantages of the Canton Mirror.

An analysis was then carried out regarding the service, such as micro and macroenvironment in order to meet the needs and preferences of future potential customers and additionally determine objectives that help the growth of the company.

Once the main objectives have been identified, marketing strategies are carried out to be applied in this project.

Subsequently, the technical study where the location of the hostel, the respective general data of the work and the distribution and description of the areas determined the budget to be executed was described.

Finally, the financial viability of undertaking this project was analyzed. This study provided the investment data of the implementation of the hostel, the financing structure, the budget of income, costs and expenses, the projected demand and supply and the cash flow where we can establish the profitability and feasibility indicators as it is At what time we will recover our investment

CAPITULO I

1 INTRODUCCIÓN

Se elabora el proyecto con el propósito de implementar una micro empresa dedicada a la prestación de servicio de hospedaje y alimentación en un mismo lugar en la ciudad del Ángel, provincia del Carchi, estableciendo precios que estén acorde a la mediana y baja población.

La idea de la implantación del hostel en el Restaurante Doña Mary surge de la necesidad de ofrecer un servicio a nacionales y extranjeros, con la posibilidad de que el cliente disfrutar los diferentes lugares turísticos de la localidad.

La propuesta es convertirse en uno de los lugares preferidos del visitante que desea un servicio que incorpore alimentación y alojamiento en un mismo lugar siendo atractivo y diferenciándose con los otros hostales.

Hostal Restaurante Doña Mary estará ubicado en la Ciudad del Ángel, Cantón Espejo, Provincia del Carchi, debido a la cercanía de los diferentes lugares turístico que tiene la zona.

Para el desarrollo de este dicho proyecto es realizar una investigación adecuada de las necesidades y gustos del cliente potencial, para así brindar un servicio acorde a las necesidades del usuario.

1.01 Justificación

Teniendo en cuenta la falta de un servicio de hospedaje y alimentación en un solo lugar en la Provincia del Carchi-Cantón Espejo se ha proyecta la idea de implementar un hostel en el Restaurante Doña Mary que consiste en dar un servicio de hotelería que busca satisfacer al cliente nacional y extranjero, con el fin de dar una mejor comodidad, con la contratación de personal capacitado y motivado, notando a que los hostales existentes en la localidad no están acorde a lo que busca el usuario lo que mucha de las veces se recibe visitantes de “ida y vuelta” y no tienen la oportunidad de disfrutar del clima, cultura, gastronomía y tradiciones del lugar, sin embargo en la localidad, debido a lo observado se implementa la creación de una infraestructura hotelera para aquellos turistas que les gustaría alojarse debido a la falta de una oferta de hospedaje y alimentación en un mismo lugar, buscan otros lugares donde visitar y hospedarse.

Beneficiando aquellas personas que visiten los lugares turísticos de la ciudad del El Ángel que deseen un servicio de hospedaje y alimentación que brinde comodidad y bienestar.

Apoyando con fuentes de trabajo, con la realización y puesta en marcha el proyecto y la ciudad se verá igualmente beneficiada por proyectar una imagen diferente en la localidad.

1.02 Antecedentes

Hostal es un lugar de alojamiento que se caracteriza por tener servicios básicos en cada una de las habitaciones, con su respectiva limpieza siendo un establecimiento inferior al hotel.

El primer hotel en el mundo fue estadounidense, el City Hotel, se inauguró en 1794, en la ciudad de Nueva York. El City Hotel contaba con 73 cuartos para huéspedes, cuyo propósito único era el hospedaje.

El City Hotel inspiró la construcción de otros hoteles pioneros. La Exchange, Coffe House en Boston, seguido de la Mansión House en Filadelfia y el Adelphy Hotel en Nueva York. Estos hoteles se convirtieron en importantes centros sociales.

En el año de 1829, el arquitecto Isaiah Rogers emprendió la construcción de un gran hotel en Boston. La Tremont House, fue el primer hotel de primera clase y el hito hacia la revolución en la hospitalidad. Fue el primer hotel que ofreció habitaciones con llave. Cada habitación tenía un lavabo, una jarra y una barra de jabón. Otra de sus innovaciones fue emplear personal de tiempo completo. Tremont House fue la precursora de una nueva generación de prestigiosos establecimientos de hospedaje (MEDINA HERNANDEZ, 2010).

En América Latina los hoteles tienen una gran aglomeración de cultural con tradiciones es así como se conoce al hotel Monasterio, construido en 1595 y está ubicado en Perú a unas cuadras de plaza de Armas de Cuzco, en donde está constituido por 126 habitaciones siendo un hotel 5 estrellas.

En el 2014, 10 hoteles fueron elegidos como los mejores en Ecuador según sus huéspedes. Entre ellos la Casa Gangotena está en el Centro Histórico de Quito en la zona más tradicional de la capital ecuatoriana por su historia, cultura y tradiciones. La comodidad de las habitaciones y la calidad del servicio hicieron que este hospedaje se convierta en el más votado en Tripadvisor dentro de Ecuador y también de Sudamérica. Casa Gangotena está en la Plaza de San Francisco que es muy antigua y existe desde la época incaica. Si hay un hotel en Quito lleno de historia es precisamente Casa Gangotena. En la época del Imperio Inca (Siglo. XV) fue un templo, en la conquista española se convirtió en casa de las órdenes religiosas que llegaron a Quito, en 1914 un incendio la destruyó y la reconstruyeron en 1918 por la familia Gangotena. Finalmente, con el paso de los años se remodelo el lugar para que sea un lujoso hotel. (Landeta, 2014)

En la provincia del Carchi, ubicada al norte del país en donde se encuentran maravillosos lugares turísticos, y uno de ellos está situado en la ciudad de El Ángel en donde se aprecia sus tradiciones y riqueza cultural Polylepis Lodge es una hostería ecológica que está empleada a 6km del caserío del Jesús del gran poder medio de la gran fauna en donde sus huéspedes descansan con tranquilidad el hostel cuenta con tres comidas diarias, caminatas y tiene un costo de 38.50\$ para extranjeros y 50 para nacionales.

CAPITULO II

2. Análisis Situacional

El análisis situacional comprende la realización de una investigación sobre el entorno del lugar el cual se logra detallar y describir factores o elementos como:

2.01 Ambiente Externo de las organizaciones

El ambiente externo se refiere a la empresas o instituciones que son elementos que ayuda a la organización analiza el micro y macro ambiente para el mejoramiento de funcionamiento de la empresa, haciendo énfasis en factores que ejercen patrones que pueden influir sobre su desempeño o desarrollo a los cuales no se tiene un control.

2.01.01 Factor Económico

Los factores económicos de una empresa pueden ser materiales o inmateriales que permita la satisfacción de la necesidad del cliente ayudando a la organización a cumplir con sus objetivos.

2.01.01.01 Producto Interno Bruto (PIB)

El productor interno bruto es un indicador económico el cual mide el crecimiento o la producción de un bien lo cual representa como un reflejo de la empresa en un periodo determinado.

Tabla 1: PIB 2012-2018

AÑO	PIB (Millones de dólares)	PIB (Millones de dólares de 2007)	Tasa de variación
2012	87.924,54	64.362,43	5,6
2013	95.129,66	67.546,13	4,9
2014	101.726,33	70.105,36	3,8
2015	99.290,38	70.174,68	0,1
2016 sd	99.937,70	69.314,07	-1,2
2017 prov.	104.295,86	70.955,69	2,4
2018 prel	108.398,06	71.932,84	1,4

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Clara Irua

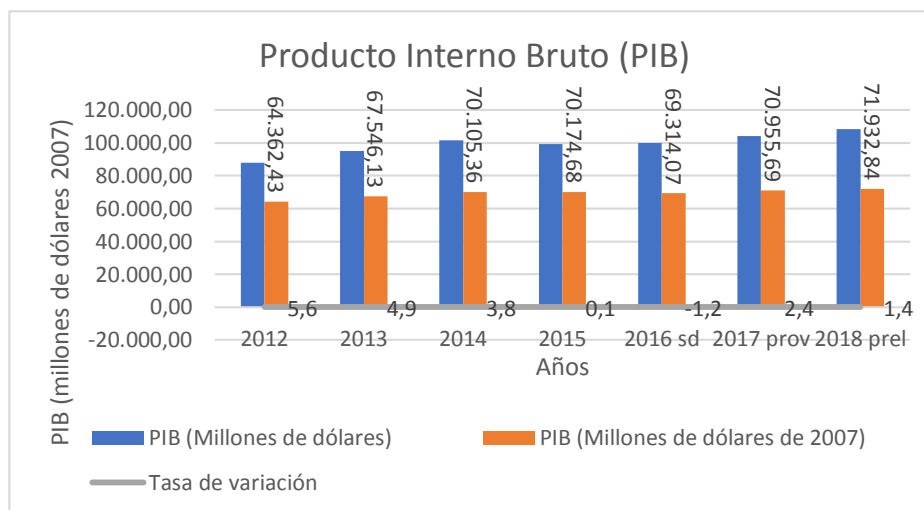


Figura 1: PIB-2012-2018

Fuente: Banco central del Ecuador

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. - En la figura 1 se observa un incremento de 1,4% entre el año 2012 en referencia al año del 2018. Esto representa una oportunidad para el proyecto ya que refleja un aumento en la actividad económica

2.01.01.02 Inflación

La inflación tiene como objetivo indicar el aumento sostenible de los precios en los bienes y servicios de un determinado país en un periodo de tiempo establecido

Tabla 2: Inflación agosto 2018- enero 2019

Mes	%
Agosto 2018	0.08%
Septiembre 2018	0.47%
Octubre 2018	0,42%
Noviembre 2018	0,17%
Diciembre 2018	0,27%
Enero 2019	0,47%

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaborado por: Clara Irua

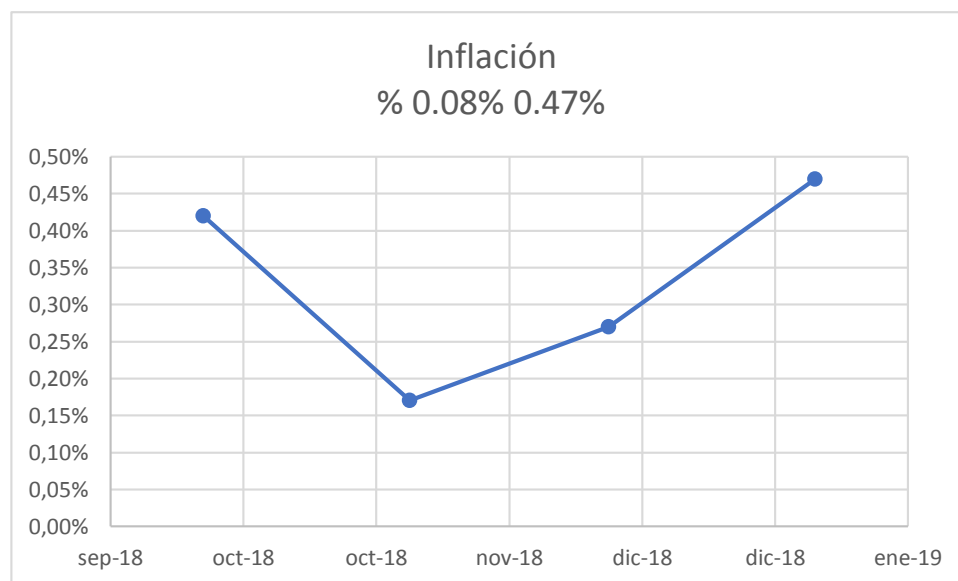


Figura 2: Inflación Agosto 2018- Enero 2019

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. – En la tabla 2 se observar que existe un incrementó de 0,39% entre el mes de agosto del 2018 en referencia de enero del 2019. Esto implica una Amenaza para el proyecto ya que los costos aumentan y provocan que incurren al negocio para ponerlo en funcionamiento.

2.01.01.03 Tasa de Interés

La tasa de interés se entiende como un gasto que tiene por la adquisición de un crédito o por la rentabilidad en ahorros en una entidad financiera.

2.01.01.03.01 Tasa Activa

La tasa de interés activa se conoce como un interés por la adquisición de un crédito bancario a una identidad financiera que presta dinero a sus usuarios con una tasa de utilidad para empresa que financia el crédito y préstamo.

Tabla 3: Tasa de interés activa

Año	Mes	Tasa Activa Referencial
2019	Mayo	8,62
2019	Abril	8,62
2019	Marzo	8,75
2019	Febrero	8,82
2019	Enero	7,99
2018	Diciembre	8,69
2018	Noviembre	8,47
2018	Octubre	8,34
2018	Septiembre	8,01
2018	Agosto	7,63
2018	Julio	7,48
2018	Junio	7,33
2018	Mayo	6,67
2018	Abril	7,63
2018	Marzo	7,26
2018	Febrero	7,41
2018	Enero	7,72

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. – En la tabla 3 se puede denotar un incremento para el 2019 es 8,62% entre el mes de Mayo en referencia del mes de Mayo del año 2018 que la tasa es de 6,67%. Esto implica una Amenaza al momento de financiar el proyecto mediante la consecución de un crédito bancario.

2.01.01.03.01. Tasa Pasiva

La tasa de interés pasiva es un interés que una entidad financiera paga por un depósito que pueden ser por plazo, a la vista entre otros. Lo cual beneficiara a la empresa para tener un capital.

Tabla 4: Tasa de interés pasiva

Año	Mes	Tasa Pasiva Referencial
2019	Mayo	5,61
2019	Abril	5,84
2019	Marzo	5,67
2019	Febrero	5,70
2019	Enero	5,62
2018	Diciembre	5,43
2018	Noviembre	5,32
2018	Octubre	5,27
2018	Septiembre	5,08
2018	Agosto	5,25
2018	Julio	5,14
2018	Junio	5,11
2018	Mayo	4,99
2018	Abril	4,99
2018	Marzo	4,96
2018	Febrero	5,06
2018	Enero	4,98

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. - En la tabla 4 se puede observar un incremento en el mes de mayo del año 2019 pagan una tasa de 5,61% en referencia del mes de mayo del año 2018 pagaban una tasa de 4,99%. Esto implica una Oportunidad para el proyecto, debido a que con un ahorro constante se puede recurrir a una inversión a plazo que incremente el capital de trabajo de la empresa.

2.01.01.04 Riesgos País

Riesgo país es un indicador en donde analiza la capacidad y desarrollo que tiene un país para cumplir con sus deudas.

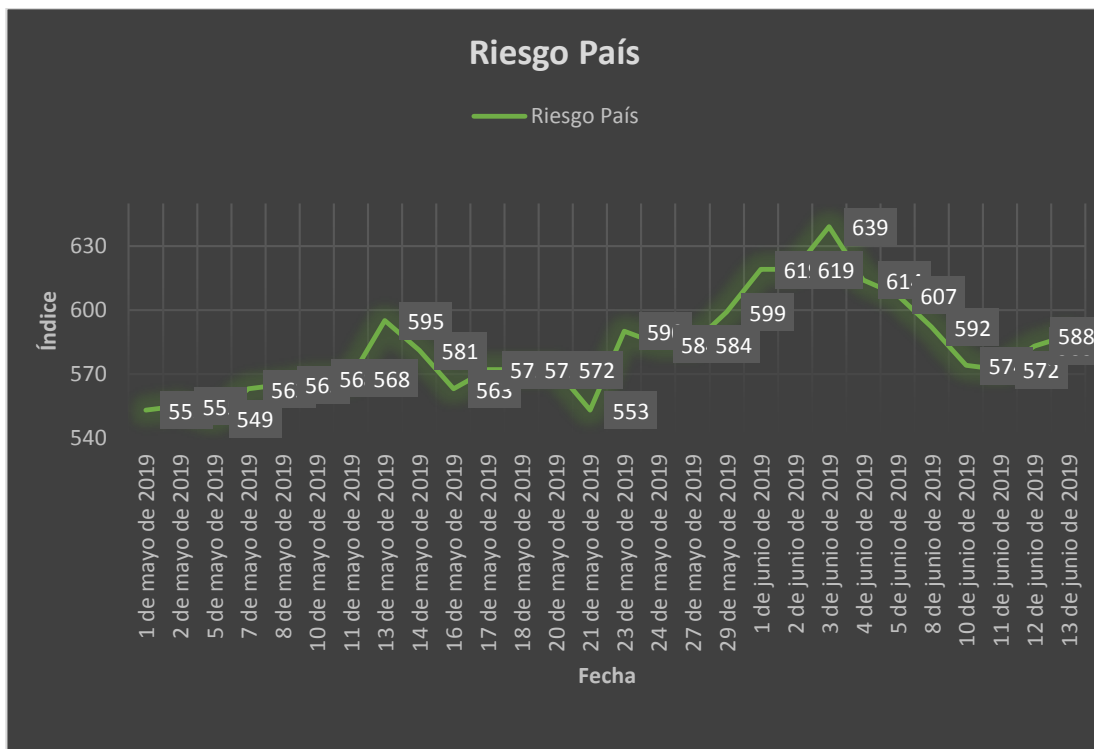


Figura 3: Riesgo País diario
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Clara Irua

Análisis. – En la figura 4 se observa un incremento de 35 puntos entre el mes de Mayo en referencia del mes de Junio del año 2019. Esto representa una amenaza para el proyecto debido a que no se puede atraer inversión al país.

2.01.02 Factor Social

(Dongo M, 2014) Menciona que “El estudio de los factores sociales y culturales que intervienen en el desarrollo de la cognición se refiere a su tratamiento global y unilateral en relación con los factores individuales.”

2.01.02.01 Tasa de Empleo

“Una tasa es un coeficiente que expresa la relación entre dos magnitudes. El empleo, por otra parte, es una ocupación, profesión u oficio remunerado.” (Pérez Porto & Merino, 2013)

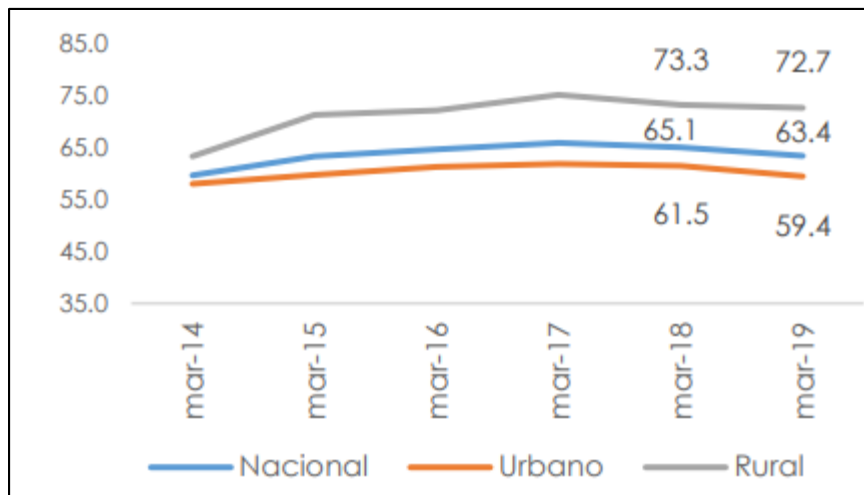


Figura 4:Tasa de Empleo

Fuente: ENEMDU

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. - En la figura 4 se observa una baja de 1.7% entre el mes de Marzo 2018 en referencia al mes Marzo 2019. Esto genera una Debilidad, al proyecto debido a que por la falta de un empleo los ingresos de cada persona o familia son menor y no están en la capacidad de gastar en viajes o en visitar otros lugares lo cual afectaría a la micro empresa.

2.01.04 Factor Legal

En los negocios internacionales interviene diferentes factores a la hora de entrar en negociaciones con los demás países. Los factores legales, los cuales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tienen que pasar para entrar en operaciones en ese país. (hernandez, 2008)

Son distintos los mecanismos de normatividad en cada país ya que son influenciados por el tipo de gobierno que prevalece en ese momento, es decir a la ideología política que tenga. (hernandez, 2008)

2.01.04.01 Requisitos Parar Constituirse

Para poder dar en marcha al proyecto debemos conocer cuáles son los principales requisitos que se necesita

- Solicitud a la Superintendencia de Compañías, pidiendo la aprobación del tipo de compañía, y registro del nombre o denominación, en la cual se presenta varias alternativas, para el consentimiento de una de ellas, una vez que este organismo compruebe que no existe otra denominación idéntica o semejante.

- Elaboración de la minuta del contrato de la compañía, suscrita por abogado, en la que se debe especificar el nombre de la empresa, el domicilio, alcance de las actividades de la misma, el nombre de los socios con la estructura del capital, y los demás aspectos que se deben considerar para la elevación de este documento a escritura pública.
- Apertura de una cuenta de integración de capital en cualquier institución financiera autorizada para este fin, realizando el primer depósito que debe ser no menor al 50% del capital social.
- Los estatutos aprobados por la Superintendencia de Compañías, se elevan a escritura pública ante un Notario de la localidad en donde la compañía realizará sus actos de comercio con las firmas de los socios fundadores.
- Mediante resolución de la Superintendencia de Compañías se aprueba la constitución, emitiendo un extracto de prensa de la aprobación de la escritura, que debe ser publicado por una sola vez, en un diario de gran circulación en la ciudad del domicilio de la compañía. 86
- Un ejemplar de la escritura pública de constitución de la compañía ingresa a la Superintendencia de Compañías para la obtención de la resolución de aprobación de la constitución.
- Obtención de la patente municipal
- Afiliación a la Cámara de la Producción que corresponda al giro del negocio, así, por ejemplo: Cámara de Comercio, Cámara de Industriales, Cámara de la Pequeña Industria, etc.

- Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
- Elaboración e inscripción de los nombramientos de las personas encargadas de la administración de la compañía en el Registro Mercantil.
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes, en el Servicio de Rentas Internas (SRI).”

Primeramente, debemos, poseer un RUC lo cual es la identificación de todas las personas naturales u organización que tiene bienes o derechos por lo que se debe cancelar un impuesto. Los requisitos que se necesita para iniciar la inscripción en el RUC son:

PERSONAS NATURALES

- Mostrar original y copia de cedula de identificación
- En caso de ser extranjero pasaporte y tipo de visa
- papeleta de votación.
- Documento en donde certifique ubicación domiciliaria

2.01.04.02 Registrar Notaria Publica

Se legalizará la creación de la compañía de responsabilidad Limitada, donde debe de estar presente la firma del notario público y el detalle del Capital Social pagado.

2.01.04.03 Afiliación a la Cámara de Turismo

Es necesario esta afiliación a la cámara de turismo para operar en el área Turística.

2.01.04.04 Permiso de funcionamiento del MSP

Nos sirve el buen funcionamiento teniendo en cuenta las actividades comerciales al control sanitario

Requisitos

- Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC)
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario del establecimiento
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Copia de certificados de salud conferidos por centros de Salud del MSP
- Pago de tasa, valor según la categoría

2.01.04.02 Patente Municipal

- Formulario de declaración del impuesto de patente,
- Original y copia de cedula de ciudadanía
- Original y copia del RUC
- Valor de la patente de acuerdo a la actividad de la Empresa

2.01.04.03 Cuerpo de Bomberos

Requisitos

- Llenar un formulario de inspección

- Copia de la patente municipal
- Copia de la cedula de ciudadanía si es persona natural o representante legal
- Original y copia del Registro Único del Contribuyente (RUC)

Análisis. - Mediante todos los datos y requisitos adquiridos podemos implicar una Oportunidad al proyecto debido a que se podrá hacer con facilidad los trámites necesarios para el funcionamiento legal de la empresa.

2.01.03 Factor Tecnológico

“Un recurso es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.” (Pérez Porto & Merino, 2013)

Análisis. - La tecnología implica una oportunidad, al proyecto debido a que facilita al cliente conectarse con el establecimiento al momento de realizar la adquisición del servicio.

2.02 Entorno Local

Entorno local las fuerzas cercanas a la compañía que influyen en su capacidad de satisfacer a los clientes. (Unknown, 2014)

2.02.01 Clientes

Cliente se refiere a todas las personas o entidades que hace uso de recursos o servicios que brinda otra.

2.02.01.01 Clientes Internos

(Ameca Carrión, 2014) Afirma que “El cliente interno es el elemento dentro de una empresa, que toma el resultado o producto de un proceso como recurso para realizar su propio proceso”.

Análisis propio el cliente interno es aquel individuo principal de una empresa ya que es el cual obtiene su punto de vista de la organización y del cliente.

2.02.01.02 Clientes Externos

“El cliente externo es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad (bien o servicio)”. (Ameca Carrión, 2014)

Tabla 5: Clientes externo

CLIENTES EXTERNO	UBICACIÓN
Cooperativa de Transportes Espejos	Parque central la libertad
Cooperativa de Camionetas	Parque central la libertad
Turistas Nacionales	Parque central la libertad
Turistas Extranjeros	Parque central la libertad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. – En la tabla 5 se observa que el cliente externo ayudara a que la micro empresa sea conocida. Esto implica una fortaleza para el proyecto debido a que el servicio de hospeda y alimentación en un mismo lugar sea elegido por los turistas nacionales y extranjeros, brindando un servicio seguro y de calidad.

2.02.02 Proveedores

“Una entidad de negocios que suministra a la compañía bienes y/o servicios necesarios para, y utilizados en, la producción de los bienes y/o servicios de la compañía” (Carneiro Caneda, 2004, pág. 121)

Tabla 6: Proveedores

PROVEEDORES	PRODUCTOS	UBICACIÓN
PRODISPRO	Kits de limpieza	Av. Rodrigo de miño N° 378 y Fray Vacas Galindo
MICRO MERCADO ESPEJO	Bebidas	Calle José Benigno Grijalva Y Salinas
	Control de plagas	
PRODISPRO	Kits de aseo	Av. Rodrigo de miño N° 378 y Fray Vacas Galindo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. - En la tabla 7 indica que para la implementación del hostel se debe conocer los tipos de proveedores que puedan distribuir productos de calidad, precios accesibles y tenga disponibilidad. Esto implica una Oportunidad, para el proyecto debido a que se tiene la facultad de fidelizar a los proveedores mediante estrategias y de esta manera lograr mayores descuentos lo que permitirá reducción de costos.

2.02.03 Competidores

Los competidores son aquellas organizaciones que se enfoca en productos o servicios similares o iguales es decir venden bienes iguales que otras empresas.

2.02.03.01 Competidores directos

Tabla 7: Competidores Directos

ESTABLECIMIENTO	SERVICIO	UBICACIÓN
Polylepis Lodge	El alojamiento alberga Restaurante wifi gratis y jardín	Bosque De Polylepis Sector El Colorado, Hacienda Hoja Blanca

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. - En la tabla 8 se observa que en la Ciudad del Ángel existe un hostel restaurante lo que cual está ubicado en el Bosque De Polylepis Sector El Colorado, Hacienda Hoja Blanca a una distancia alejada de la ciudad con costos elevados. Esto implica una oportunidad para la ejecución del proyecto ya que no afecta el competidor directo por la distancia y sus precios.

2.02.03.01 Competidores indirectos

Tabla 8: Competidores Indirectos

Establecimiento	Servicio	Ubicación
Hostal Paisajes Andinos	Habitaciones simples, dobles y triple	Calle Rio Frio y segunda transversal
Hostal las Chimeneas	Ofrece un jardín y conexión wifi gratis El alojamiento cuenta con terraza.	Segunda Transversal Y Av Espejo Diagonal Instituto Alfonso Herrera, Los Tauras

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. – En la tabla 9 se observa que en la ciudad del Ángel se encuentran varios competidores indirectos los cuales son conocidos por los usuarios, pero no cumplen con lo que el cliente busca. Esto implica una Oportunidad para el proyecto ya que sería único en ciudad por su ubicación y el servicio en un mismo lugar de alimentación y alojamiento, satisfaciendo las necesidades de los clientes nacionales y extranjeros.

2.03 Análisis interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

Elaborar una alianza estratégica para seguir creciendo en el mercado, brindando un servicio de calidad cumpliendo los estándares respectivos produciendo confianza y lealtad de los clientes obteniendo un reconocimiento como uno de los hostales mejor posicionado a nivel provincial por los servicios ofertados.

1. Potenciar la publicidad.
2. Determinar convenios con empresas del sector.
3. Elaboración de una estrategia para una buena contratación de personal calificado.
4. Buscar ser reconocidos en la cadena hotelera a nivel provincial por los clientes y competidores.

2.03.01.01 Misión

Restaurante Doña Mary brinda un servicio seguro y de calidad, satisfaciendo el gusto de clientes, utilizando mano de obra calificada, generando una aceptación gastronómica del sector.

2.03.01.02 Visión

Para el año 2022 implementar un servicio de hospedaje al restaurante Doña Mary ofreciendo alojamiento y alimentación en un mismo lugar, manteniendo personal altamente capacitado con el fin de cumplir estándares de calidad.

2.02.01.03 Objetivos

(Raffino M. E., 2019) Afirma que “Un objetivo o finalidad es una meta o fin último hacia el cual se dirigen las acciones o las operaciones de algún proyecto específico”

2.03.01.03.01 Objetivo General

Implementar un Hostal al restaurante Doña Mary ubicado en la provincia del Carchi, Canto Espejo.

2.03.01.03.02 Objetivo Especifico

- Realizar un análisis macro y micro que permita determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.
- Elaborar un análisis FODA para implementar estrategias en el negocio
- Realizar un estudio de mercado que permita conocer las necesidades del cliente y poder elaborar estrategias innovadoras.
- Elaborar estrategias de mercado.
- Realizar un estudio técnico que permita determinar la viabilidad del proyecto

- Elaborar un plan de fuentes de financiamiento para llevar a cabo el proyecto.
- Establecer cuáles son las inversiones que precisa la micro empresa para la puesta en marcha del proyecto.

2.03.01.04 Principios y/o Valores

2.03.01.04.01 Valores

- **Calidad:** Prestar una buena atención a los requerimientos de los clientes
- **Honestidad:** Actuar con seriedad, respeto ante el cliente dando un servicio de un ambiente seguro y agradable
- **Trabajo en equipo:** Ayudarnos mutuamente en lo que se necesita con el fin de alcanzar el objetivo de dar el mejor servicio de hospedaje y tener una buena imagen de la empresa.
- **Respeto:** tener amabilidad y respeto con los clientes y equipo de trabajo.

2.03.01.04.02 Principios

- **Servicio:** ofrecer un servicio de calidad con el fin de satisfacer al cliente dando una buena atención al público
- **Lealtad:** cumplir con las políticas de la empresa
- **Compromiso:** comprometerse con el servicio de una buena atención al cliente dando seguridad

2.03.02 Gestión Administrativa

Toda micro empresa necesita en su funcionamiento diario, ya sea por exigencia legales o por propia organización interna, llevar a cabo una serie de procesos que se refieran en la documentación administrativa.

Le gestión administrativa de la empresa se encarga de dicho proceso se hagan de la manera más eficaz y eficientes posible (CARRION HERRAEZ, CALDAS BLANCO, & HERAS FERNANDEZ, 2011, pág. 242).

Tabla 9: Gerente General

Gerente General	
Funciones	<p>Coordina las actividades de cada departamento del hotel y restaurante.</p> <p>Liderar con los clientes y empleados utilizando respeto y profesionalismo asegurando un buen funcionamiento de la empresa.</p> <p>Supervisar y hacer un seguimiento de rendimiento y responsabilidades de cada personal de trabajo</p> <p>Supervisar mantenimiento de máquinas y mobiliarios.</p>
Responsabilidad	<p>Realizar negociaciones con contratistas, proveedores</p> <p>Interactuar con los clientes dándoles la bienvenida y escuchando opiniones para satisfacer los servicios que ofrece.</p>

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación propia

Tabla 10: Perfil y funciones gestión financiera

Gestión Financiera

Funciones

Registros de ingresos y gastos de la empresa con objetivo de tener un registro de información actual e histórica.

Evaluar información registrada para observar la situación de la empresa.

Planificar estrategias de cobro e inversión buscando un crecimiento y un mejor rendimiento de la empresa.

Elaboración de declaraciones mensuales de la empresa.

Registro de facturas de recibidas de los proveedores para tener en cuenta las cuentas por pagar.

Tener conocimiento del manejo del sistema software para el registro del movimiento contable.

Revisar cumplimiento de los registros de ingresos y gastos de la empresa

Capacitación al personal de operaciones de contabilidad y finanzas.

Responsabilidad

Confidencialidad de la información del cliente y organización

Mantener actualización sobre las leyes y normas cambiantes.

Elaborado por: Clara Irua
Fuente: Investigación propia

Tabla 11: Perfil y funciones gestión Administrativa.

Gestión Administrativa	
Funciones	Organizar capacitación al personal de servicio al cliente
	Realizar proceso de contratación de proveedores de bienes y servicios.
	Mantener actualizado el sistema de información de persona
	Elaborar selección de vacantes para las diferentes áreas.
	Coordinar y vigilar el cumplimiento de las normas generales del personal.
	Elaborar plan de mantenimiento y servicios para una buena atención.
	Elaborar nomina para garantizar a los empleados su nómina a tiempo
	Control de movimientos y saldas de cuentas.
	Elaboración y supervisión de los libros.
	Orden y conservación de los documentos legales de la empresa y personal.
Responsabilidad	Vigilar las actividades administrativas dentro de la organización.

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación propia

Tabla 12: Perfil y funciones Gestión de Operación

Gestión de Operación	
Funciones	<p>Supervisar sobre las actividades de recepción, caja.</p> <p>Organizar al servicio de limpieza, y mantenimiento de la empresa.</p> <p>La toma de decisiones sobres el ingreso de la materia prima.</p>
Responsabilidad	<p>Liderar al equipo de trabajo.</p> <p>Supervisar la atención al cliente</p>

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación propia

Tabla 13: Perfil y Funciones Gestión de Personal

Gestión de Personal	
Funciones	<p>Identificar al personal sobre sus talentos y habilidades para la asignación en las diferentes áreas.</p> <p>Elaborar un perfil de cada empleado para evaluar su desempeño en el trabajo</p> <p>Seleccionar personal capacitado para mejorar la reputación y una mejor presentación de servicio</p>
Responsabilidad	<p>Capacitar para mejorar habilidades del personal.</p> <p>Reforzar los valores y principios de la empresa con los empleados</p> <p>Hacer conocer de los objetivos a cumplir para brindar un mejor servicio</p>

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación propia

Tabla 14: Perfil y Funciones Gestión Marketing

Gestión de Marketing	
Funciones	Elaborar un plan de marketing para la empresa
	Buscar estrategias para hacer conocer el servicio que se ofrece
	Organizar publicidad para el servicio mediante canales de distribución
	Elaborar análisis de mercado para optar con estrategias.
	Diseñar propagandas y publicidad Establecer normas para descuentos, ofertas y promociones.
Responsabilidad	Mejorar la imagen corporativa de la empresa.
	Buscar alianzas estratégicas. Formular un presupuesto para la publicidad.

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación propia

2.03.02.01 Organigrama Estructural

“Este organigrama, se grafica la estructura de la organización por áreas y se detalla las relaciones jerárquicas que hay en la empresa en todos sus niveles institucionales, administrativos y operativos. “ (Ascaribay Carrion & Auquilla Galan, 2014, pág. 18)

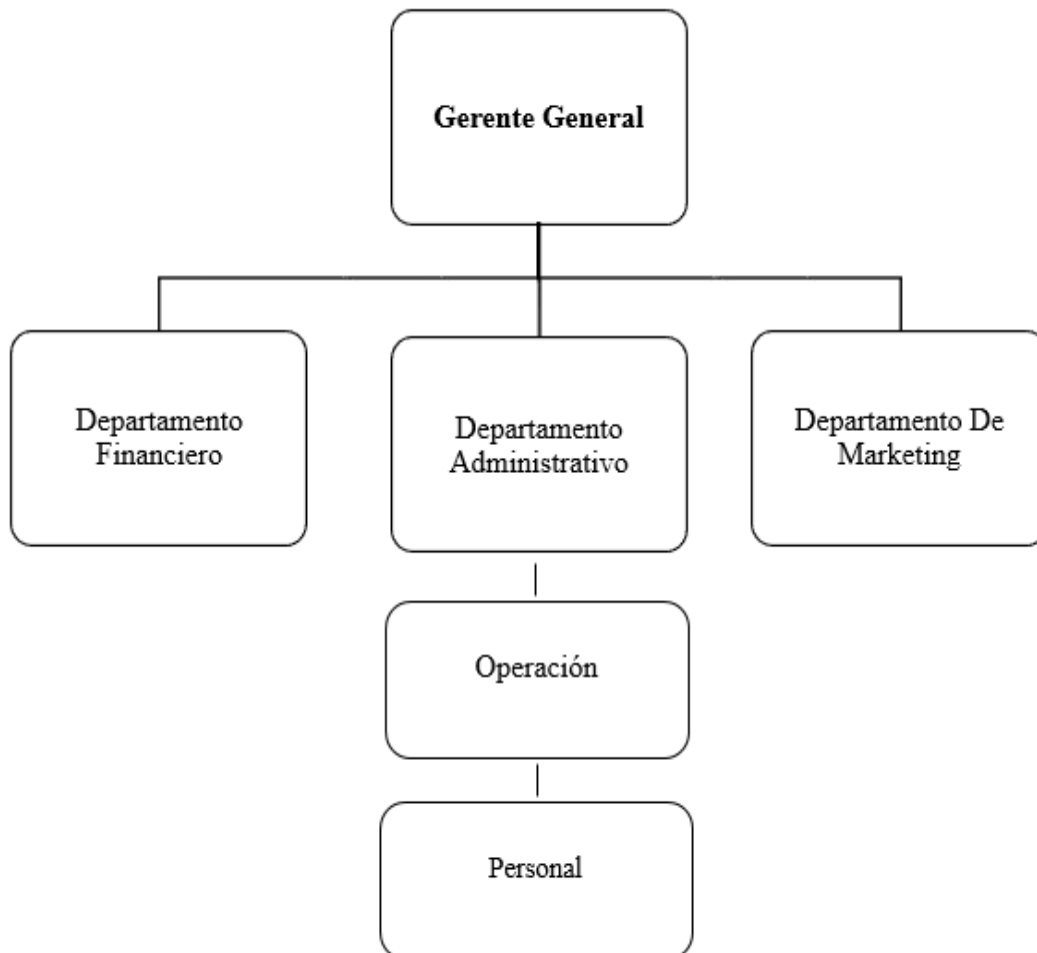


Figura 5: Organigrama Estructural

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación propia

2.03.02.02 Organigrama Funcional

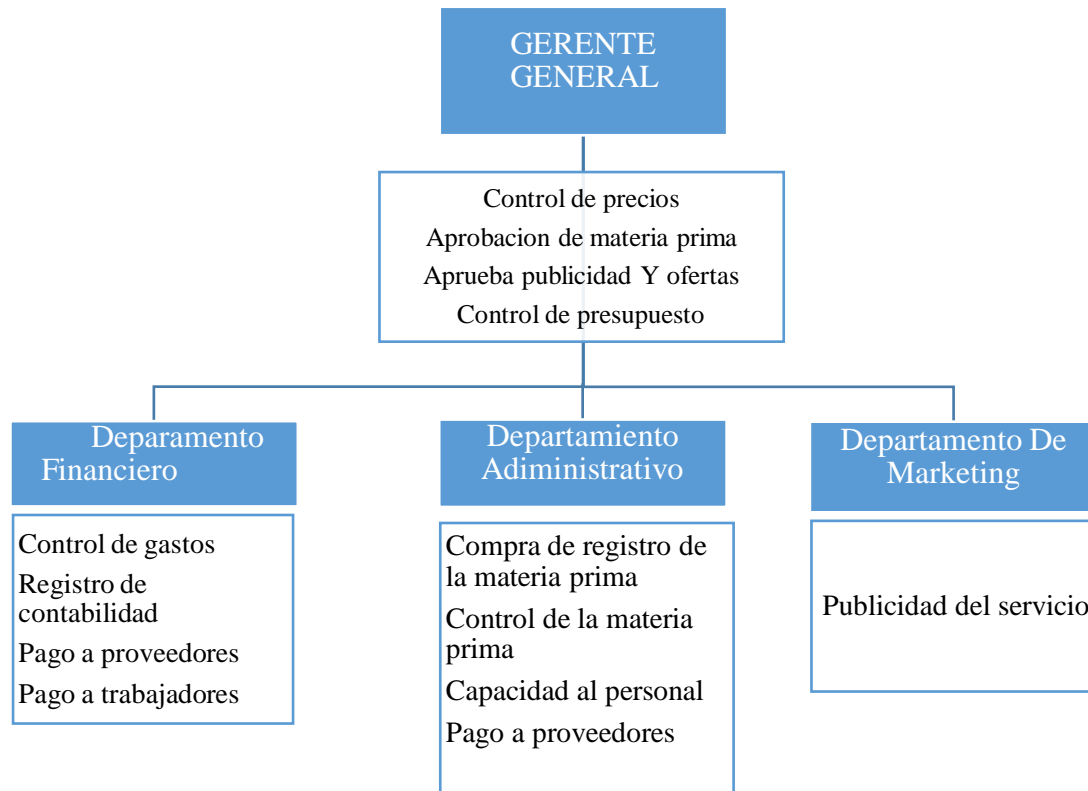


Figura 6: Organigrama Estructural

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación propia

2.03.03 Gestión Operativa

La gestión operativa es la planeación organización, control implementación y estrategias que se realiza para la transformación de la materia prima y la elaboración del producto o servicio de una empresa u organización

2.03.04 Gestión comercial

La gestión comercial indica que es la encargada de buscar llamar la atención del cliente para así vender el producto o servicio del cual está ofreciendo la empresa.

Nombre de la Micro empresa

Hostal y Restaurante “Doña Mary “

Slogan “Disfruta de todo en un mismo lugar”

Logotipo



Figura 7: Logotipo empresarial antiguo

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación Propia



Figura 8: Logotipo Empresarial Actual

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación Propia

2.03.04.01 Estrategia del Servicio

- Estrategias de incluir características que diferencia a la competencia.
- Estrategia de diseño de una buena presentación del personal e infraestructura del hotel.
- Estrategia de redes abiertas, como wifi, servicio de lavado.

2.03.04.02 Estrategias de Precio

- Estrategia de tener un precio de las habitaciones acorde al cliente al que está dirigido.
- Establecer acuerdos con proveedores para reducir costos y así ofrecer un precio como para los clientes.
- Generar acuerdos de fidelidad con los clientes para establecer reducción del precio establecido.

2.03.04.03 Estrategias de Promoción

- Se ofrecerá un descuento para el cliente que utilice el servicio de alimentación.
- Se obsequiará de una bebida en cada habitación.
- Se ofrecerá un descuento en platos típicos de la localidad por grupos grandes que se huéspedes.
- Se ofrecerá un tur turístico por determinado número de huéspedes y días de hospedaje.

2.03.04.04 Localización

La empresa se encuentra ubicada en la Ciudad del Ángel-Carchi calle José benigno Grijalva y salinas número de lote 05-96 Frente al parque libertad.



Figura 9: Localización

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

2.04 Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta de carácter gerencial válida para las organizaciones privadas y públicas, la cual facilita la evaluación situacional de la organización y determina los factores que influyen y existen desde el exterior hacia la institución gubernamental. Estos factores se convierten en amenazas u oportunidades que condicionan, en mayor o menor grado, el desarrollo o alcance de la misión, la visión, los objetivos y las metas de la organización. (Zambrano Barrios, 2006)

Tabla 15: FODA

Estrategias	Fortalezas: F1: Ahorro constante para un capital de trabajo para una inversión a futuro. F2: Innovación constante de servicio por parte de la empresa F3: Ubicación estrategia de la empresa	Debilidades: D1: Bajo precio en competidores indirectos D2: personal de trabajo sin la capacitación necesaria. D3: Recuperación de la inversión a largo plazo
Oportunidades: O1: Convenio de distribución con los proveedores a precios accesibles O2: No existe competencia directa en el sector O3: crecimiento de turistas nacionales y extranjeros en el sector	F2.O2. Establecer estrategias con el cliente nacional y extranjero ya que existe innovación del servicio en la localidad	D1.O3. Establecer publicidad mediante medios de comunicación permitiendo que el cliente conozca características, precios y promociones, tratando de generar acogida tanto personal extranjero como nacionales.
Amenazas: A1: aumento de precios de los productos de los proveedores A2: No poder acceder a un crédito bancario A3: Falta de empleo A4: El riesgo país con el incremento genera que con el endeudamiento causa un alza en los impuestos A5: Ingreso de nuevos competidores a la localidad	F3.A5. Al estar el restaurante posicionado en la zona el ingreso de nuevos competidores no genera mayor impacto como competencia, sin embargo, se establecerá estrategias para captar la atención del cliente y evitar que se vayan con la nueva competencia.	D2. A3 La falta de empleo al establecerse en una zona determinada produce bajos ingresos lo cual la implementación del hospedaje ayudara a capacitar al personal y a generar empleo.

Elaborado por: Clara Irua

Investigación: Propia

CAPITULO III

3. Estudio De Mercado

Estudio de mercado es el que ayuda analizar la viabilidad de la empresa con el fin de tener ideas más claro sobres la actividad económica como información de clientes y distintos competidores en mercado.

Objetivo

Analizar la información obtenida para así conocer lo que busca el cliente con la introducción de un servicio, además buscar la aceptación del nuevo servicio que se implementara en el mercado.

3.01 Servicio

El Hostal y Restaurante “Doña Mary” se dedicará a dar un servicio de hospedaje y alimentación en un solo lugar con el fin de dar al cliente un servicio accesible y acorde con precios y a la población media, baja y alta.

Características del Servicio

- Bienvenida
- Limpieza
- Seguridad

- Comodidad
- Privacidad

Aspectos Novedosos

- Una bienvenida con detalle al cliente
- Contar con un software en donde abarque la reserva y el control de las habitaciones.
- Buena vista a la ciudad
- Habitaciones amplias y cómodas con un buen ambiente
- Promociones de tour turísticos para el usuario
- Platos típicos de la localidad

3.02 Análisis del Consumidor

3.02.01 Cliente

Son aquellos individuos que necesitan los servicios o productos de una empresa satisfaciendo aquellas necesidades que prestan los mismos.

3.03 Mercado

El mercado es un lugar en donde se compone de compradores y vendedores demandando y ofertando productos o servicios al usuario visualizando la competencia y creando estrategias para diferenciarse

3.04 Determinación de la población y muestra

3.04.01 Población

La población se refiere al conjunto de personas que están ubicadas en un área o espacio geográfico.

Tabla 16: Población

DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
Provincia de Carchi	185.523
Cantón Espejo	13.855

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: INEC

3.04.01.01 Tipos de Población

Población de estudio: es la población, viable, que se puede aprender. Es un subconjunto de la población diana que está definida por unos ciertos de selección que son los criterios de selección que son criterios de inclusión y exclusión. La selección de esta población ha de posibilitar el cumplimiento de los objetivos del estudio y ha de permitir generalizar los resultados obtenidos a la población diana. (Icart Isern, Fuentelsaz Gallego, & Pulpón Segura , 2006)

3.04.02 Muestra

La muestra es un grupo de personas a la que se estudiara en una determinada ubicación para obtener análisis de ciertos resultados que se ha recopilado de la población

3.04.02.01 Tipos de muestreo

3.04.02.01.01 Probabilístico

- Muestreo aleatorio simple
- Muestreo sintético
- Muestreo artificial.

La colocación de la muestra es tomando de la población que conocida como “fijación” y se la conoce como:

- Afijación simple
- Afijación proporcional
- Afijación óptima.

3.04.02.01.02 No Probabilístico

- Muestreo por cuotas
- Muestreo internacional o de convención
- Muestreo por bola de nieve
- Muestreo discrecional

3.04.02.02 Formula de la Muestra

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

n= Tamaño de la muestra

n= Tamaño de la muestra

e= Error de estimación

P= Probabilidad de ocurrencia “éxito”

Q= Probabilidad no ocurrencia “fracaso”

Z = Valor 00 expresado en desviación típica y que está en función de un nivel de confianza dado

3.05 Tabulación

$$n = \frac{1,96^2 * 13.855 * 0,5 * 0,5}{(13.855 - 1)0,05^2 + 0,5 * 0,5 * (1,96^2)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 13.855 * 0,25}{(13.855 - 1) * 0,0025 + 0,25 * 3,8416}$$

$$n = \frac{13.306,3402}{34,635 + 0,9604}$$

$$n = \frac{13.306,3402}{35,5954}$$

$$n = 374$$

3.06 Técnica de la obtención de la información

3.06.01 Encuesta

La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que sea obtener, y posteriormente “reunir estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados. (Díaz de Rada, 2011, pág. 13)

3.07 Tabulación

Tabla 17: Genero del encuestado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	241	64%
Femenino	133	36%
TOTAL	374	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

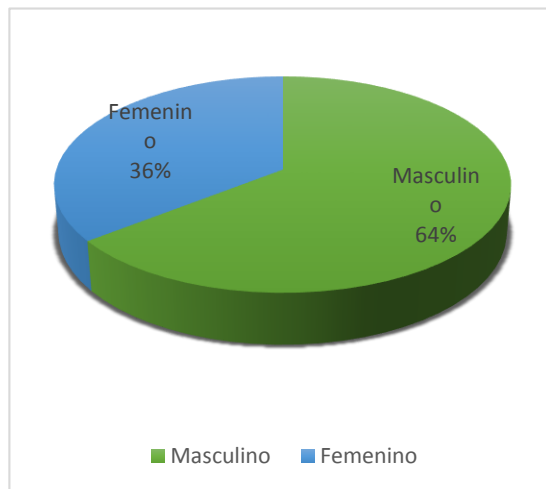


Figura 10: Genero del encuestado

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. – Del 100% de las personas encuestadas el 64% son de género masculino, mientras que el 36% son de género femenino.

Tabla 18: Nacionalidad del encuestado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Extranjero	31	8%
Loca	343	92%
TOTAL	374	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

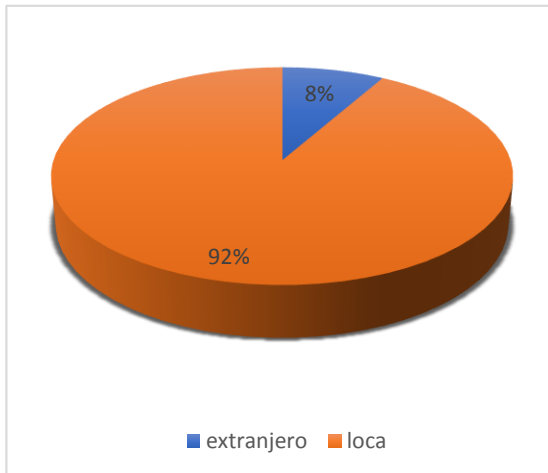


Figura 11: Nacionalidad del encuestado

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. – Del 100% de personas encuestadas el 92% son personas locales y el 8% son personas extranjeras.

Tabla 19: Edad del encuestado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18-30	127	34%
31-45	89	24%
46-60	117	31%
60 en Adelante	41	11%
TOTAL	374	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

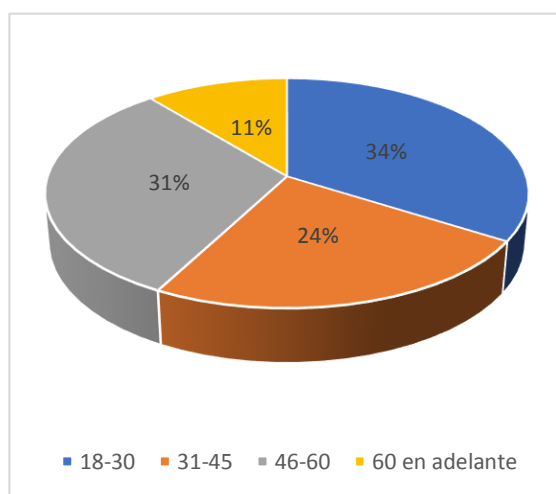


Figura 12: Edad del encuestado

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. –Del 100% de personas encuestadas el 34% están entre los 18 a 30 años continuo con un 24% que están en una clase de 31 a 45 años, a continuidad, con 31% están en la clase de 46 a 60 años y finalizando del 11% de 60 en adelante

1.- ¿Cuándo realiza un viaje por: negocio, turismo, ¿estudio u otro prefiere que el lugar donde consume alimentos (desayuno, almuerzo y merienda) tenga incorporado el servicio de hospedaje?

Tabla 20: Lugar de consumo de alimentos incorporado el servicio de hospedaje

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	310	83%
No	64	17%
TOTAL	374	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

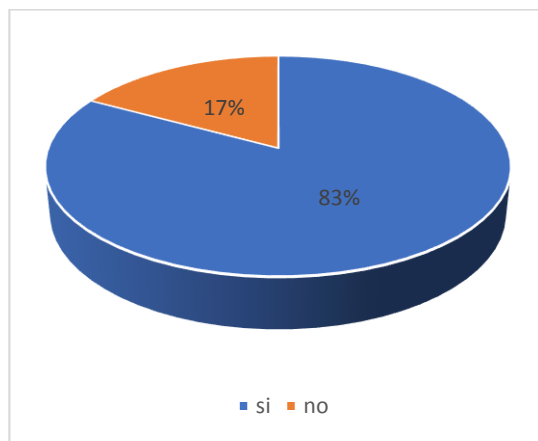


Figura 13: Lugar de consumo de alimentos incorporado el servicio de hospedaje

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis: Del 100% de personas encuestadas, el 83% prefiere que el lugar en donde consume alimentos tenga incorporado el hospedaje, lo que el servicio tiene una gran acogida en el mercado y el 17% no le gustaría que el servicio en un mismo lugar.

2.- ¿Con cuantas personas viaja normalmente?

Tabla 21: Número de personas que viajan

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 a 2	128	41%
3 a 4	149	48%
Más De 4	33	11%
TOTAL	310	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

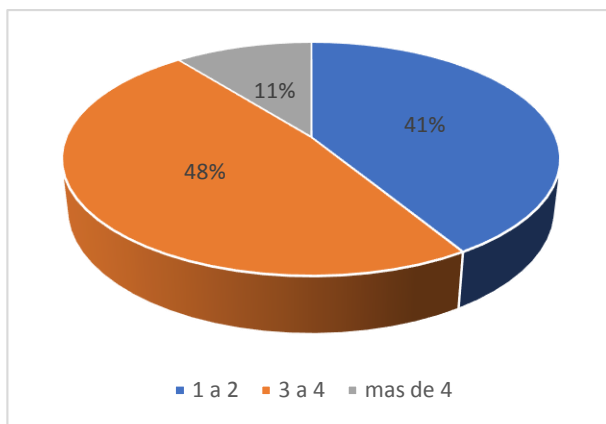


Figura 14: Número de personas que viajan normalmente

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. - Del 100% de las personas encuetadas se determina que el 41% viajan entre 1 a 2 personas, el 48% viajan entre 3 a 4 personas, y el 11% viajan más de 4 personas

3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje y alimentación diaria por persona?

Tabla 22: Disposición de pago por el servicio por persona

Variable	Frecuencia	Porcentaje
25-30	216	70%
31-40	72	23%
41-50	21	7%
Más De 51	1	0%
TOTAL	310	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

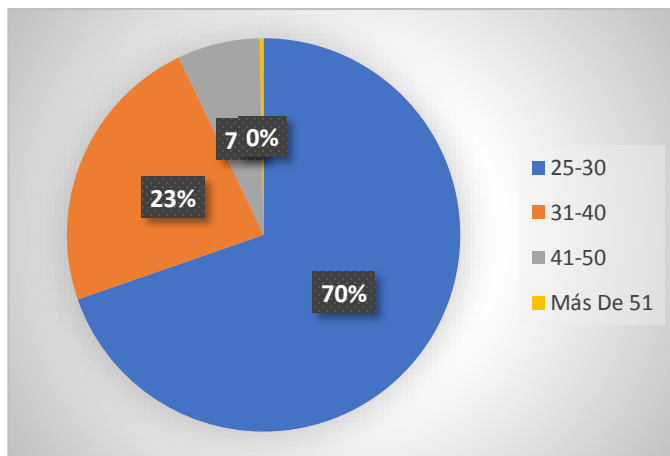


Figura 15: Disposición de pago por el servicio por persona

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. - Del 100% de personas encuestadas se determina que el 70% de las personas que les gustaría un servicio de hospedaje y alimentación en un mismo lugar están dispuestas a cancelar desde 25\$ a 30\$, mientras el 23% desde 31\$ a 40\$, y por último con el 7% desde 41\$ a 50\$, este indicador es muy importante para así poder colocar nuestros precios del servicio y poder ingresar al mercado con facilidad.

4.- ¿Qué servicios le gustaría tener cuando se hospede?

Tabla 23: Servicio que incorpora

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión De Cable	63	18%
Restaurante	58	17%
Piscina	51	15%
Gimnasio	31	9%
Wifi	70	20%
Lavandería	33	10%
Bar	37	11%
TOTAL	343	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

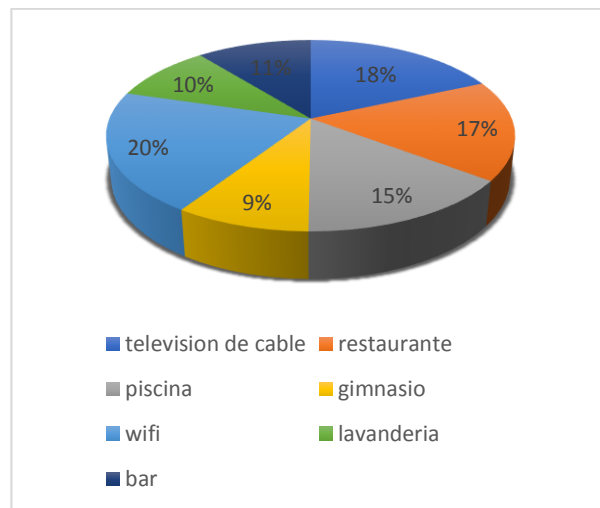


Figura 16: Servicio que incorpora

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. – Del 100% de las personas encuestadas el 20% de individuos prefieren tener como servicio óptimo la implementación de WIFI, mientras que el 18% y 17% prefiere acompañar el hospedaje con servicio de televisión por cable y restaurante respectivamente, mientras que un porcentaje mínimo de encuestados les gustaría servicios de piscina, bar, lavandería y gimnasio con porcentajes de 15%, 11%, 10% y 9% respectivamente.

5.-Para determinar el lugar donde hospedarse que aspectos toma en consideración

Tabla 24: Aspectos que se consideran al hospedarse

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Servicio Que Ofrece	123	40%
Ubicación	89	29%
Precio	96	31%
Otros	2	0%
TOTAL	310	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado



Figura 17: Aspecto que se consideran al hospedarse

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. - Del 100 % de los encuestados la razón principal al escoger un lugar en donde hospedarse, su principal fue según el servicio que ofrece con un porcentaje del 40%, seguido del precio un 31% y finalmente la ubicación un 29%.

6.-Con que recurrencia ocupa los servicios de hospedaje

Tabla 25: Recurrencia al ocupar el servicio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	23	7%
Mensual	138	45%
Anual	125	40%
Otro	24	8%
TOTAL	310	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

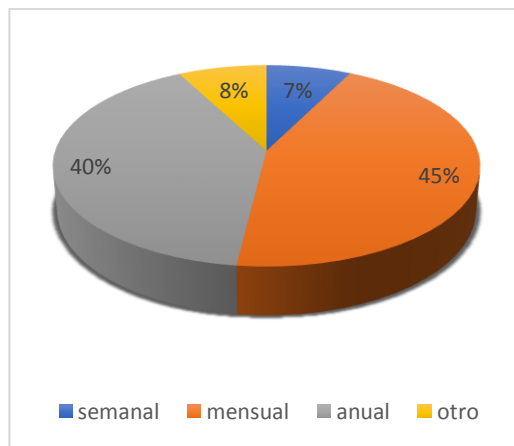


Figura 18: Recurrencia al ocupar el servicio

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. - Del 100% de encuestados, el 45% de personas definieron que ocupan el servicio de hospedaje mensualmente, mientras que el 40% especifico que anualmente adquieren el servicio, y con un 7% semanalmente lo ocupan ya sea por viaje de trabajo, vacaciones o de estudios.

7.- ¿Le gustaría poder realizar la reserva de una habitación por medio de la web?

Tabla 26: Reservación del servicio por la web

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	290	94%
No	20	6%
TOTAL	310	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

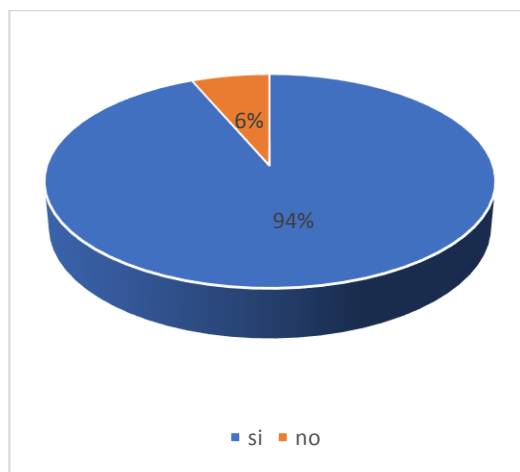


Figura 19: Reservación del servicio por web

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. - Del 100% de las personas encuestados menciono que le gustaría que la adquisición de servicio de hospedaje prefiere que se lo haga mediante la web con un 94%, y con el 6% elige que la reservación se en el lugar y personalmente.

8.- ¿Qué tipo de comida le gustaría que el hostel sirva?

Tabla 27: Tipos de comida

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Platos A La Carta	106	34%
Comida Típica	171	55%
Comida Internacional	21	7%
Comida Rápida	12	4%
TOTAL	310	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

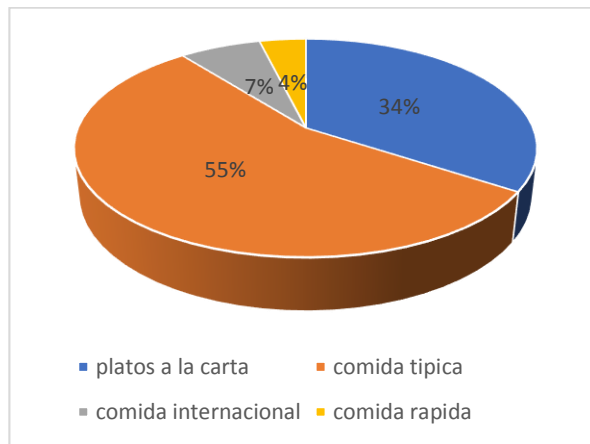


Figura 20: Tipo de comida

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. - Del 100% de las personas encuestadas con un 55% le gustaría que se elabore comida típica de la localidad, seguido con un 34% platos a la cara y por último con porcentajes mínimos de 7% y 4% lo que es comida internacional y rápida.

9.- ¿Cuál es la forma habitual de pago al momento de hospedarse?

Tabla 28: Tipos de pago

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pago Al Contado	240	77%
Tarjeta De Crédito	70	23%
TOTAL	310	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

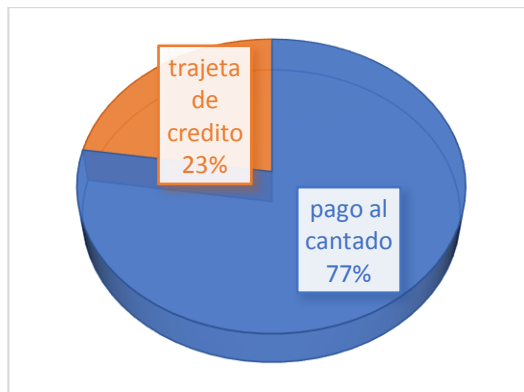


Figura 21: Tipos de pagos

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. - Del 100% de personas encuestadas el 77% prefieren cancelar al contado la adquisición del servicio y con un 23% con tarjetas de crédito.

10.-Le gustaría un tour turístico por la adquisición del servicio de hospedaje y alimentación

Tabla 29: Tour turístico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	231	75%
No	79	25%
TOTAL	310	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

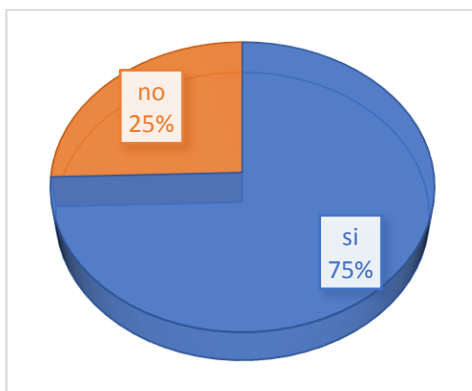


Figura 22: Tour turístico

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. - Del 100% de las personas encuestadas el 75% les gustaría un tour turístico por los lugares más relevante de la localidad y con el 25% prefiere otras actividades que acompañan al hospedaje.

11.- ¿Cuándo viaja con su familia que tipo de descuento le agrada?

Tabla 30: Descuentos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
2x1	150	47%
Niños gratis	96	30%
Descuento de alimentación	72	23%
Ninguna	1	0%
Total	319	100%

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

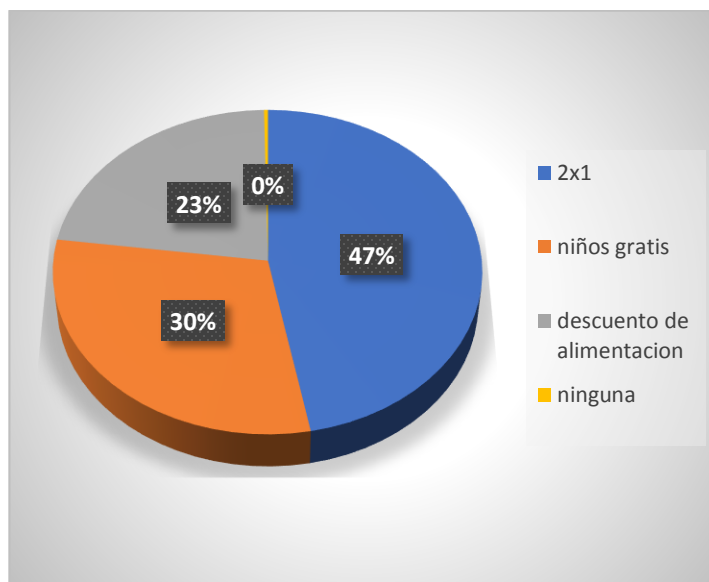


Figura 23: Descuentos

Elaborado por: Clara Irua

Fuente: Investigación de mercado

Análisis. - Del 100% de las personas encuestadas se concluyó que el 47% prefiere en el momento de hospedaje una oferta de 2x1, así mismo el 30% de sujetos señalo que la mejor opción de oferta para el hospedaje es que los niños no paguen, mientras que el 23% señalo de con su hospedaje se ofrezca servicio de alimentación gratis.

3.08 Oferta

Oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que ofrece en un mercado teniendo en cuenta el precio y tiempo que satisfaga las necesidades de un cliente en bienes y servicios

3.08.01 Oferta Actual

Tabla 31: Oferta Actual

AÑOS	DEMANDO PROYECTADA	ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA	OFERTA ACTUAL
2019	1707698,03	0,50	853849,02

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

3.08.02 Oferta proyectada

Tabla 32: Oferta Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2019	1707698,03	0,50	853849,02
2020	1708978,80	0,50	854489,40
2021	1710260,54	0,50	855130,27
2022	1711543,23	0,50	855771,62
2023	1712826,89	0,50	856413,45
2024	1714111,51	0,50	857055,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

3.09 Demanda

La demanda indica la cantidad de bienes y servicios que solicita el cliente y la empresa es la que entrega al comprador dispuesto a adquirir a los precios que están establecidos.

Tabla 32: Demanda Proyectada

Años	Demanda Actual	Tasa De Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2019	1.707.698,03	1	1.707.698,03
2020	1.707.698,03	1,00075	1.708.978,80
2021	1.708.978,80	1,00075	1.710.260,54
2022	1.710.260,54	1,00075	1.711.543,23
2023	1.711.543,23	1,00075	1.712.826,89
2024	1.712.826,89	1,00075	1.714.111,51

Fuente Investigación propia

Elaborado por Clara Irua

3.10 Demanda insatisfecha

(Marketing social, 2018) Afirma que “Demanda insatisfecha en este caso los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios.

Aquí, los especialistas deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente”.

Tabla 31: Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2020	1708978,80	854489,40	854489,40
2021	1710260,54	855130,27	855130,27
2022	1711543,23	855771,62	855771,62
2023	1712826,89	856413,45	856413,45
2024	1714111,51	857055,76	857055,76

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

3.11 análisis del control de mercadeo

De acuerdo a las encuestas realizadas los datos reveladores resumidos para el presente proyecto, el género y la edad no tiene mayor relevancia, mientras que la nacionalidad de cada persona sea nacional o extranjero ya que se puede determinar cómo podemos ingresar al mercado y así poder satisfacer sus necesidades y cumplir con sus exigencias.

Con respecto a las preguntas de la respectiva encuesta se ha determinado lo siguiente:

La primera pregunta es significativa ya que ayuda a ver, la aceptación del servicio al momento de introducir al mercado y poder ver si será factible.

La segunda pregunta sirve para tener conocimiento de cuantas personas viajan normalmente para determinar la disponibilidad de las habitaciones.

En cuanto a la tercera, cuarta y sexta pregunta es importante ya que permite saber lo que estaría dispuesto a cancelar el cliente por todos los servicios incluidos que ofrece, saber con qué frecuencia viajan, la cantidad de personas de esta manera poder determinar la disponibilidad de habitaciones.

La quinta pregunta es importante ya que ayuda a determinar los aspectos más relevantes sobre las preferencias y necesidades de los clientes al momento de hospedarse.

La séptima pregunta ayudaría a tener en cuenta la disponibilidad del servicio después de haber efectuado reservas por la web.

La octava pregunta sirve para conocer qué tipo de comida que se ofrecería teniendo en cuenta los gustos más relevantes del cliente.

La novena pregunta es relevante debido a que se puede conocer la forma habitual de pago del cliente

La décima pregunta no tiene relevancia ya que no influye directamente al giro del negocio.

La décima primera pregunta es importante para conocer que descuentos se podría implementar al momento de ofrecer el servicio.

CAPITULO IV

4. Estudio Técnico

Estudio técnico es en donde permite analizar las posibilidades técnicas de elaborar el producto o prestar el servicio identificando la información técnica del proyecto de ubicación, equipos.

4.01 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Rojas, 2007)

4.02. Capacidad del proyecto

4.02.01 Capacidad diseñada

La capacidad total diseñada del hotel está conformada por 20 habitaciones en las cuales tendrá capacidad hasta de 4 personas.

Tabla 32: Capacidad diseñada

HABITACIONES	NUMERO DE HABITACIONES	CAPACIDAD PERSONAS	VALOR POR PERSONA
Estándar 1 Cama	5	2	27,50\$
Estándar 2 Camas	15	2	27,50\$
TOTAL	20	4	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

4.02.02 Capacidad Instalado

Es aquella que el proyecto utilizara para alcanzar condiciones reales, considerando las limitaciones en un tiempo determinado, acorde a la capacidad diseñada, teniendo en cuenta todos recursos necesarios lo que ayuda a determinar el rendimiento máximo.

Análisis. – La capacidad instalada del hostel está determinada por el rendimiento máximo que pueda alcanzar en un terminado tiempo. El hostel contra con 5 habitaciones matrimoniales y 15 habitaciones dobles. Respeto a la capacidad instalada, se puede mencionar que el hostel tendrá a capacidad para acoger a 40 personas diarias.

4.02.02.01 El mercado

El mercado es un factor que ayuda a determinar el tamaño de la empresa considerando las fuerzas de la oferta y la demanda para establecer la capacidad máxima reflejado en el estudio de mercado.

4.02.02.02 Disponibilidad de recursos financieros

Es importante identificar las condiciones económicas, financieras que se disponer para el proyecto, determinando la capacidad de financiar la inversión, ya sea con capital propio o mediante un crédito bancario, lo cual es importante conocer el mercado financiero.

4.02.02.01 Capacidad Administrativa

Debemos tener en claro que si se puede conseguir fácilmente el personal capacitado que haga posible el funcionamiento adecuado y eficiente lo que implica que deberá tener un conocimiento claro de las diferentes actividades en lo que se va a emprender para la operación de la empresa ya que no solo se debe asegurar que se cuente con el número de personal necesario, si no también que este sea el más apto para cada puesto de trabajo.

4.02.03 Capacidad Óptima

El proyecto deberá contar con la capacidad para los diferentes departamentos para el desarrollo de las acciones de la organización.

Departamento.

Tabla 33: Tabla: Capacidad Optima

DEPARTAMENTO	ÁREA	TOTAL
Recepción	3 *3	9 m2
Departamento financiero	3*4	12m2
Departamento administrativo	3*4	12m2
Departamento de marketing	3*4	12m2
Gerencia	3*4	12m2
Baño 1	2*2	4m2
Habitaciones	3*3	9m2
Baño habitación	1*2	2m2
TOTAL		72m2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

4.03 localización

El estudio de la localización está formado por la ubicación geográfica el lugar en donde se implementará el servicio lo que se debe analizar un estudio macro y micro localización a través de métodos cualitativos y cuantitativos ya que son fundamentales y constituye la razón de la ubicación, y debemos tener en cuenta que no son solo factores económicos si no todo aquello relacionado con el entorno empresarial y de mercado.

4.03.01 Marco-Localización

La microempresa “Hostal Restaurante Doña Mary” se ubicará en la Provincia del Carchi, Cantón Espejo.

Tabla 34: Macro-Localización

País	Ecuador
Provincia	Carchi
Cantón	Espejo
Parroquia	El Ángel
Sector	Centro

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

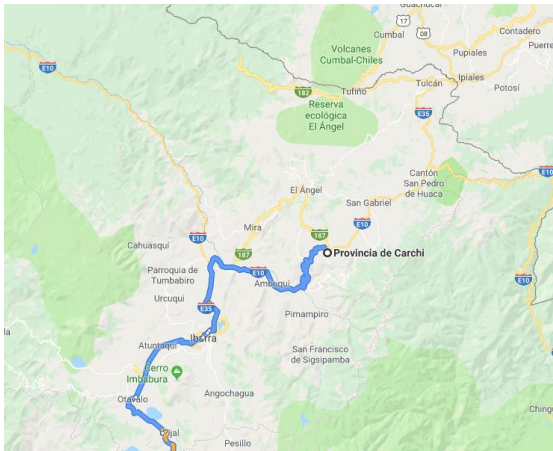


Figura 24: Macro localización

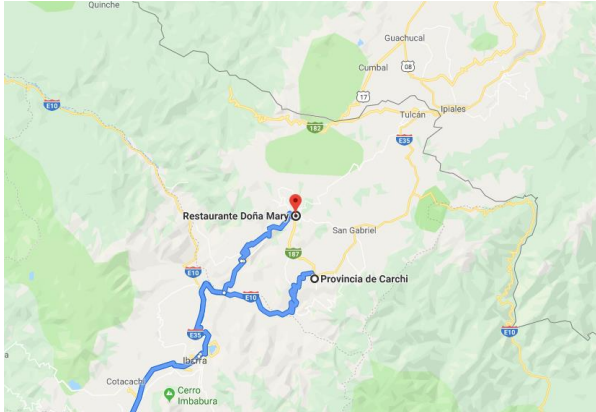
Fuente Google Maps

Elaborado por: Clara Irua

El proyecto se ubicará en la Provincia del Carchi Cantón Espejo

4.03.02 Micro – Localización

La microempresa “Hostal Restaurante Doña Mary” está ubicado en el centro de la ciudad del Ángel, Cantón espejo. La localización micro fue considerado el lugar exacto dentro de un mercado local.



Fuente 25: Micro localización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Clara Irua

4.03.04 Matriz de localización

La localización del proyecto es una ventaja competitiva ya que estará ubicado en el centro de la Ciudad del Ángel, lo cual en el sector es una en donde es conocido por el acceso y la comercialización en dicho sector lo cual es favorable para la empresa ya que será visto por público en general.

Tabla 35: Matriz de localización

Factores Relevantes	1	2	3	4
Vías de acceso				X
Transporte Interprovincial			X	
Seguridad			X	
Competencia		X		
Servicios Básico				X
Cercamiento fuentes de abastecimiento				X
Telefonía publica				X
Transporte de Taxi				X
Zona comercial			X	
Riesgo ambiental		X		
TOTAL	0	2	3	5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clarita Irua

Análisis. – Como observamos en la tabla 36 concluimos que la localización para los clientes favorable y conveniente ya que está situado en una zona con la facilidad de accesibilidad de llegada.

4.04. Ingeniería de productos

4.04.01 Diagrama de flujos

El diagrama de flujos se caracteriza por detallar actividades principales de cómo funciona una empresa en una representación gráfica.

Flujo de procesos

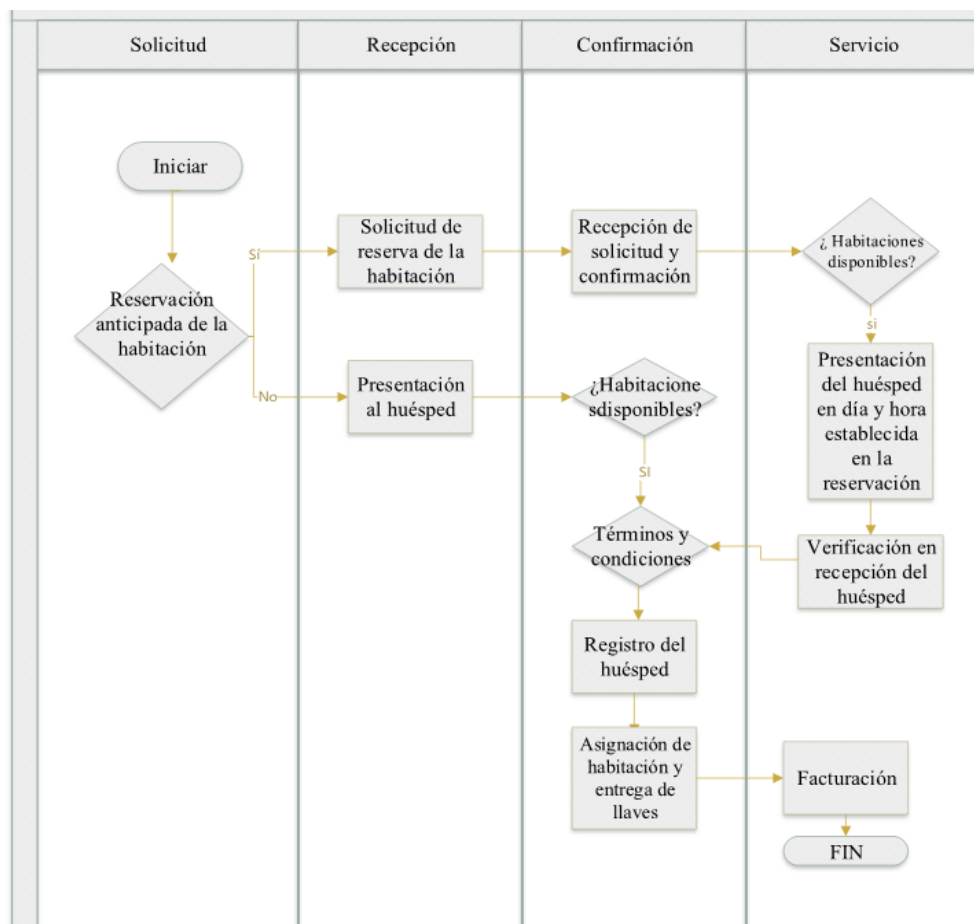


Figura 26: Flujo de procesos

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Flujo administrativo

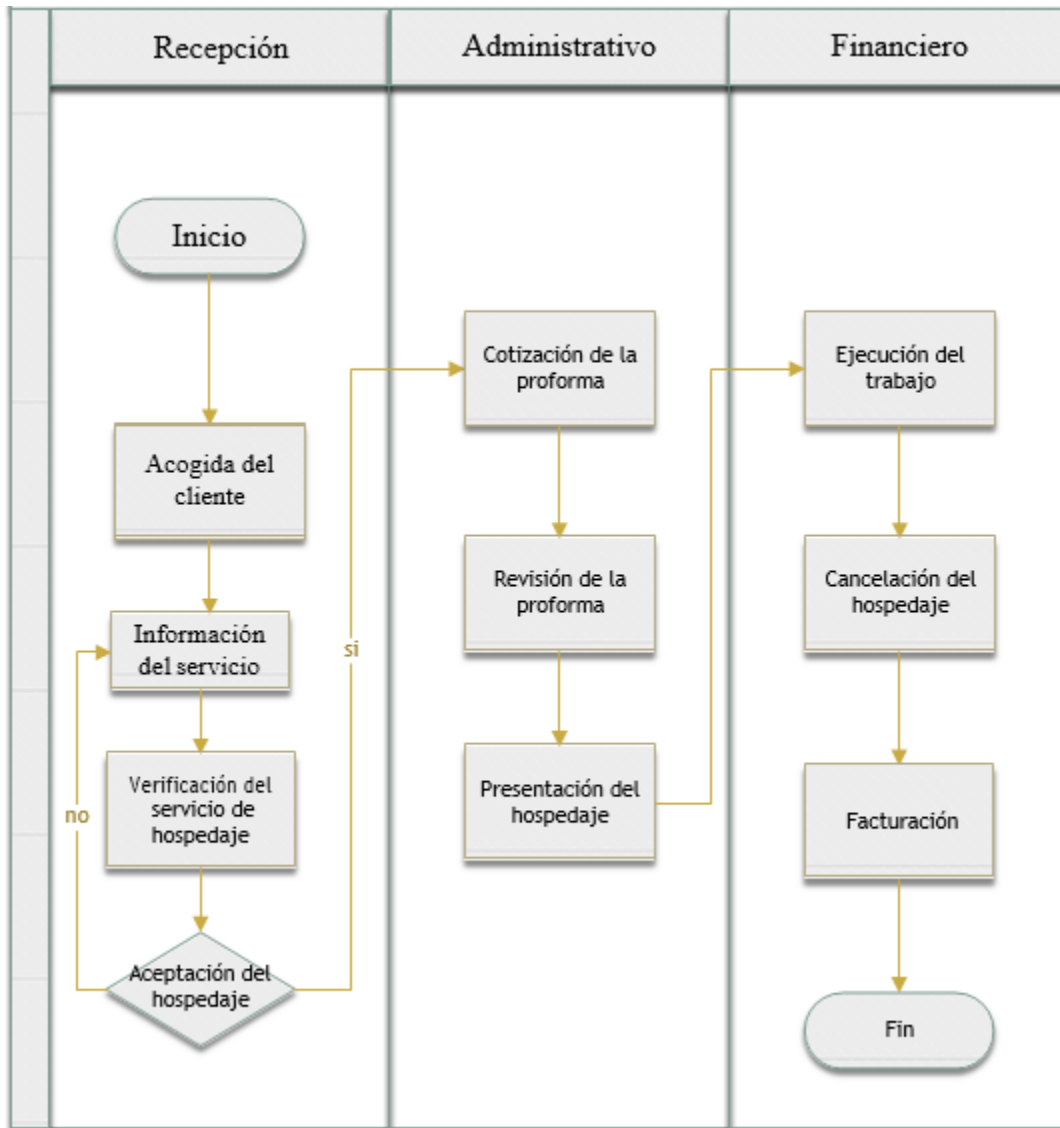


Figura 27: Flujo Administrativo

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

4.04.01.01 Distribución de planta

La distribución de planta hace referencia de cómo va a estar ubicado los diferentes departamentos en la empresa u organización lo cual cada área tendrá su espacio para cada actividad.

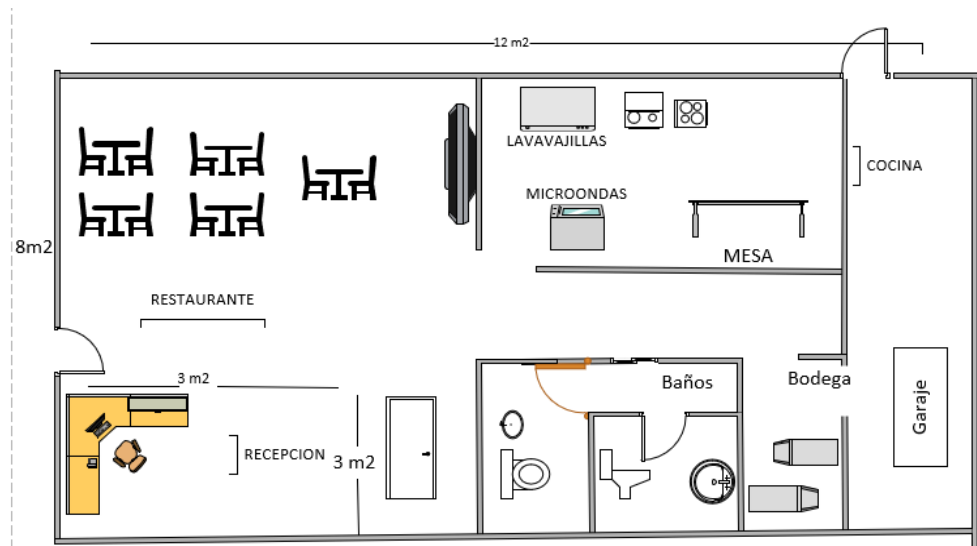


Figura 28: Distribución de planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

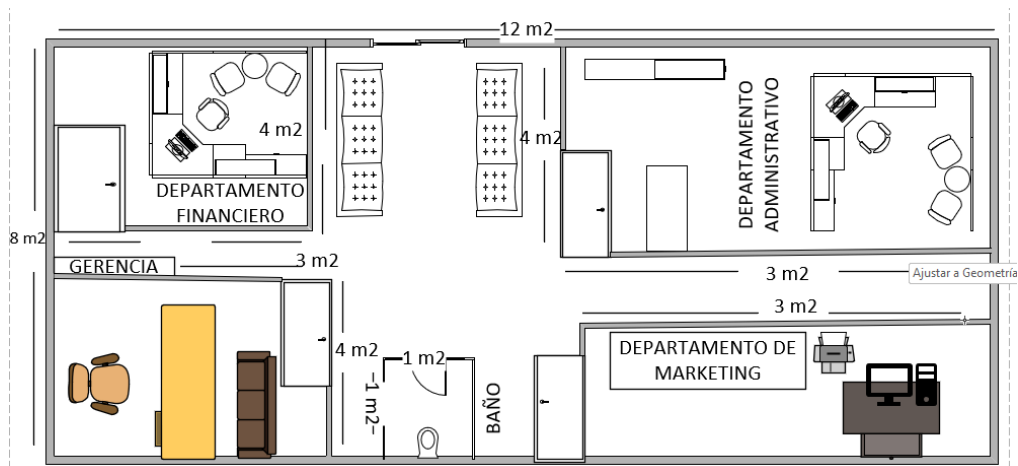


Figura 29: distribución de planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

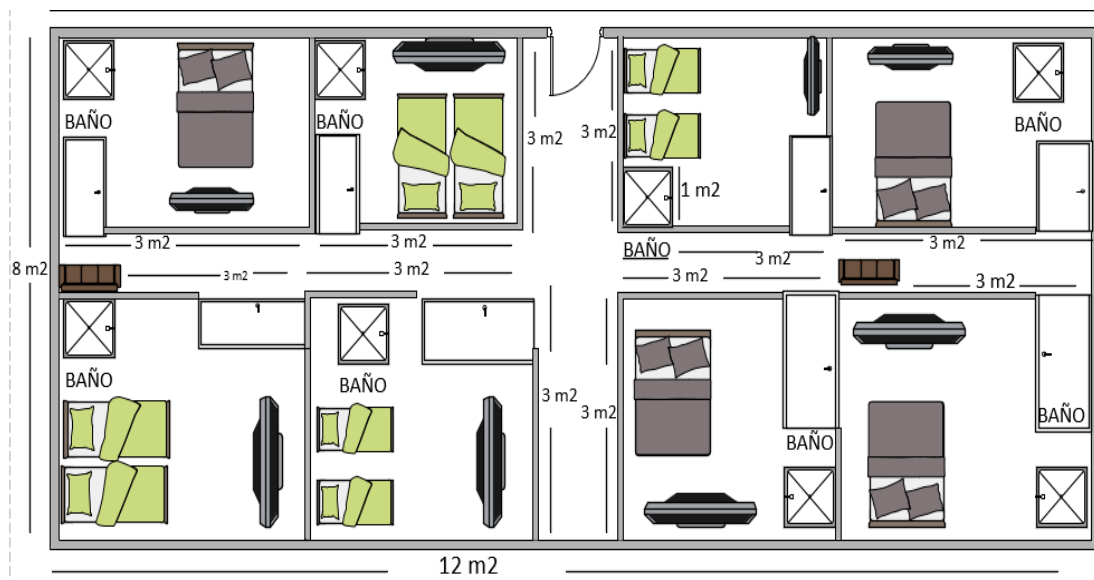


Figura 30: Distribución de planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 36: Distribución de planta

DEPARTAMENTO	ANCHO	LARGO
Recepción	3 m2	3 m2
Gerencia	3 m2	4 m2
Departamento de marketing	3 m2	4 m2
Departamento financiero	3 m2	4 m2
Departamento administrativo	3 m2	4 m2
Baño 1	2 m2	2 m2
Habitaciones	3 m2	3 m2
Baño de habitaciones	1 m2	2 m2
TOTAL	21 m2	26 m2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

4.04.02 Maquinaria y equipo

Tabla 37: Maquinaria

Descripción	Unidades	Frecuencia	Valor Unitario	Valor Total
Lavadora				
Secadora	1	anual	748,99	748,99
Samsung				
Aspiradora	2	Anual	50,00	100,00
Plancha	4	Anual	22,50	90,00
Enceradora	1	Anual	180,00	180,00
TOTAL				1118,99

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 38: Equipo de oficina

Descripción	Unidades	Frecuencia	Valor Unitario	Valor Total
Cámara Lp				
Full Hd	3	Anual	28,99	86,97
Robótica				
Teléfonos	25	Anual	12,59	314,75
Calculadora	4	Anual	14,99	59,96
TOTAL				461,68

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 39: Muebles y Enseres

Descripción	Unidades	Frecuencia	Valor Unitario	Valor Total
Camas De Plaza Y Media	15	Anual	130	1950
Cama Dos Plazas	5	Anual	117	585
Armarios	20	Anual	94,2	1884
Televisión 32"	20	Anual	199	3980
Veladores	40	Anual	25	1000
Escritorios De Oficina	5	Anual	129	645
Sillas De Oficina	5	Anual	25	125
Archivador	2	Anual	89	178
Ventilador	20	Anual	7,99	159,8
TOTAL				10506,8

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 40: Equipo de Computo

Descripción	Unidades	Frecuencia	Valores Unitarios	Valor Total
Computadora De Escritorio	3	Anual	490	1470
Impresora	2	Anual	196	392
Laptop	1	Anual	359	359
TOTAL				2221

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 41: Suministros de oficina

Descripción	Unidades	Frecuencia	Valores Unitarios	Valor Total
Resma De Papel Bond	3	semestral	2,6	15,6
Esferos	1	Anual	5,75	5,75
Grapadoras	3	Anual	18,66	55,98
Grapas	10	semestral	1,5	30
Perforadora	3	Anual	3	9
Archivadores	5	mensual	1,5	90
Block De Facturas	2	semestral	10	40
TOTAL				246,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 42: Total activos no corrientes

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria	1118,99
Equipo De Oficina	461,68
Muebles Y Enseres	10506,8
Equipo De Computo	2221,00
Suministros De Oficina	246,33
TOTAL, DE ACTIVOS NO CORRIENTES	14554,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

CAPITULO V

5. Estudio financiero

El estudio financiero indica los recursos económicos necesarios para la implementación de una empresa con el fin de tener en cuenta la proyección de ingresos gastos y va ser viable o no. (fcarvajals, 2009) Afirma que:

El estudio financiero tiene por objeto determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, y los costos totales de operación del proceso productivo y el monto de los ingresos que se aspira recibir en cada uno de los períodos de vida útil. Los datos que son registrados en los componentes del estudio financieros, son el resultado de los estudios previos de mercado, técnico y organizacional, los cuales van a ser utilizados para determinar la viabilidad económica del proyecto.

5.01 Ingresos

Los ingresos son incrementos del patrimonio neto, distintos de las aportaciones de fondos a la entidad por partes de los propietarios, como consecuencia de las actividades económicas de ventas de bienes o prestación de servicios o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos deben reconocerse contablemente. (J. & Alcarria , 2008/2009)

5.01.01 Ingresos operacionales

Los ingresos operacionales se los conoce como los ingresos de las actividades económicas de la empresa lo cual mide la cantidad de las ventas que obtiene diario, mensual o anual.

Tabla 43: Ingresos operacionales

MES	DESCRIPCIÓN	# PERSONAS	CRECIMIENTO
Enero	Feriado Año Nuevo	112	179
Febrero	Feriado Carnaval	112	179
Marzo		112	112
Abril	Feriado De Semana Santa	112	179
Mayo		112	112
Junio		112	112
Julio		112	112
Agosto		112	112
Septiembre	Fiestas Del Cantón	112	179
Octubre		112	112
Noviembre	Feriado Día De Los Difuntos	112	179
Diciembre	Feriado Navidad Y Fin De Año	112	179
TOTAL		1344	1747

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. – Mediante información de indicadores turísticos del Ecuador del año 2018 señala un crecimiento del 60 % de personas que visitan a la Ciudad del Ángel en feriados y fiestas de cantonización.

Tabla 44: Ventas proyectadas

CRECIMIENTO 10,1%			
INFLACIÓN		2,54%	
AÑOS	CANTIDAD	PRECIO	VALOR TOTAL
2019	1747	27,50	48048,00
2020	1924	28,20	54244,53
2021	2118	28,91	61240,20
2022	2332	29,65	69138,06
2023	2567	30,40	78054,48
2024	2827	31,17	88120,81

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.02. Gastos

La definición de gasto es el desembolso en forma de dinero que tiene como contrapartida una contraprestación en bienes o servicio. En el instante en que tiene lugar el gasto se produce al mismo tiempo una doble circulación económica, ya que por un lado sale el dinero y por el otro entran servicios o bienes, a través de los cuales será posible conseguir unos ingresos presentes de la actividad económica. (García, 2018)

5.02.01 Gastos administrativos

“Constituye el conjunto de gastos incurridos en la dirección general de una empresa no relacionados con una actividad específica de la misma, como en el caso de las actividades de ventas o de fabricación.” (Rivadeneira Unda, 2014)

Tabla 45: Gastos Fijos

Detalle	Unidades	Frecuencia	Precio Unitario	Precio Total
Televisión Satelital	1	Mensual	46,90	562,80
Agua	1	Mensual	40	480
Luz	1	Mensual	50	600
Teléfono	1	Mensual	40	480
Internet	1	Mensual	34,99	419,88
Total				2542,68

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 46: Suministros de Oficina

Descripción	Unidades		Valores Unitarios	Valor Total
Resma De Papel Bond	3	Semestral	2,60	15,60
Esferos	1	Anual	5,75	5,75
Grapadoras	3	Anual	18,66	55,98
Grapas	10	Semestral	1,50	30,00
Perforadora	3	Anual	3,00	9,00
Archivadores	5	Mensual	1,50	90,00
Block De Facturas	2	Semestral	10,00	40,00
TOTAL				246,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 47: Sueldo y Salario personal administrativo 2020

CARGO	SUELDO	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15 %
Gerente General	600	7200	600	394	300	802,8
Contador	400	4800	400	394	200	535,2
Recepcionista	394	4728	394	394	197	527,172
Analista De Publicitario	394	4728	394	394	197	527,172
TOTAL	1788	21456	1788	1576	894	2392,344

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 48: Sueldos y Salarios Mano de Obra Directa 2020

CARGO	SUELDO	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15 %
Personal Aseo	394	4728	394	394	197	527,172
Personal De Limpieza	394	4728	394	394	197	527,172
Botones	394	4728	394	394	197	527,172
TOTAL	1182	14184	1182	1182	591	1581,516

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 49: Sueldos y Salarios Personal Administrativo 2021

CARGO	SUELDO	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15 %	FONDOS DE RESERVA 8,33%
Gerente General	600	7200	600	394	300	802,8	599,76
Contador	400	4800	400	394	200	535,2	399,84
Recepcionista	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
Analista De Publicitario	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
TOTAL	1788	21456	1788	1576	894	2392,344	1787,2848

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 50: Sueldos y Salarios Mano de Obra Directa 2021

CARGO	SUELDO	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15 %	FONDOS DE RESERVA 8,33%
Personal Aseo	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
Personal De Limpieza	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
Botones	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
TOTAL	1182	14184	1182	1182	591	1581,516	1181,5272

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua.

Tabla 51: Sueldos y Salarios Personal Administrativo 2022

CARGO	SUELDO	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15 %	FONDOS DE RESERVA 8,33%
Gerente General	600	7200	600	394	300	802,8	599,76
Contador	400	4800	400	394	200	535,2	399,84
Recepcionista	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
Analista De Publicitario	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
TOTAL	1788	21456	1788	1576	894	2392,344	1787,2848

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 52: Sueldos Y Salarios Mano de Obra Directa 2022

CARGO	SUELDO	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL 11,15 %	FONDOS DE RESERVA 8,33%
Personal Aseo	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
Personal De Limpieza	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
Botones	394	4728	394	394	197	527,172	393,8424
TOTAL	1182	14184	1182	1182	591	1581,516	1181,5272

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.02.02 Gastos ventas

“Los gastos ventas son los relacionados con la comercialización de los productos de la compañía sueldos de ventas; comisiones de ventas; publicidad; depreciación, renta y servicios públicos de edificios de tiendas, y gastos de envío.” (T. Horngre, T. Harrison Jr., & Smith Bamber, 2003, pág. 183)

Table 53: Imagen Corporative

Detalle	Unidades	Frecuencia	Precio Unitario	Valor Total
Trípticos	60	Semestral	1,25	150
Volantes	200	Semestral	0,75	300
Gafetes	7	Anual	5,00	35
Logotipo	1	Anual	50,00	50
Página Web	1	Anual	300,00	300
Uniformes				
Del Personal	7	Anual	25,00	175
Tarjetas De Presentación	200	Anual	0,10	20
TOTAL				1030

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Depreciaciones

(Banda, 2016) Afirma que “En términos de contabilidad, llamamos depreciación a la reducción o el desgaste del valor de un bien o de una propiedad debido al paso del tiempo, al uso o a la obsolescencia.”

Formula

$$\text{DEPRECIACION} = \frac{\text{VALOR ACTUAL}}{\text{AÑOS DE VIDA UTIL}}$$

- **Depreciación Maquinaria**

La maquinaria es un activo un activo no corriente que tiene como vida útil de 10 años al 10%, la maquinaria que deprecia la empresa Hostal y Restaurante Doña Mary es Lavadora & Secadora, aspiradora, plancha y enceradora necesarios para la presta de un servicio de calidad.

Tabla 54: Lavadora & Secadora Samsung

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				748,99
1	74,90	74,90	6,24	674,09
2	74,90	149,80	6,24	599,19
3	74,90	224,70	6,24	524,29
4	74,90	299,60	6,24	449,39
5	74,90	374,50	6,24	374,50
6	74,90	449,40	6,24	299,60
7	74,90	524,29	6,24	224,70
8	74,90	599,19	6,24	149,80
9	74,90	674,09	6,24	74,90
10	74,90	748,99	6,24	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 55: Aspiradora

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				100,00
1	10,00	10,00	0,83	90,00
2	10,00	20,00	0,83	80,00
3	10,00	30,00	0,83	70,00
4	10,00	40,00	0,83	60,00
5	10,00	50,00	0,83	50,00
6	10,00	60,00	0,83	40,00
7	10,00	70,00	0,83	30,00
8	10,00	80,00	0,83	20,00
9	10,00	90,00	0,83	10,00
10	10,00	100,00	0,83	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 56: Plancha

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				90,00
1	9,00	9,00	0,75	81,00
2	9,00	18,00	0,75	72,00
3	9,00	27,00	0,75	63,00
4	9,00	36,00	0,75	54,00
5	9,00	45,00	0,75	45,00
6	9,00	54,00	0,75	36,00
7	9,00	63,00	0,75	27,00
8	9,00	72,00	0,75	18,00
9	9,00	81,00	0,75	9,00
10	9,00	90,00	0,75	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 57: Enceradora

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				180,00
1	18,00	18,00	1,50	162,00
2	18,00	36,00	1,50	144,00
3	18,00	54,00	1,50	126,00
4	18,00	72,00	1,50	108,00
5	18,00	90,00	1,50	90,00
6	18,00	108,00	1,50	72,00
7	18,00	126,00	1,50	54,00
8	18,00	144,00	1,50	36,00
9	18,00	162,00	1,50	18,00
10	18,00	180,00	1,50	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Depreciación de Muebles y Enceres

Los muebles y enceres es el mobiliario que le da un diseño y forma parte decorativa de la empresa estos activos no corrientes se depreciación a 10 años a 10% lo cual adquiere camas de una plaza y media y dos plazas, armarios, televisiones, veladores, escritorio de oficina, sillas de oficina, archivadores, ventiladores.

Tabla 58: Cama de Plaza y media

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				1950,00
1	195,00	195,00	16,25	1755,00
2	195,00	390,00	16,25	1560,00
3	195,00	585,00	16,25	1365,00
4	195,00	780,00	16,25	1170,00
5	195,00	975,00	16,25	975,00
6	195,00	1170,00	16,25	780,00
7	195,00	1365,00	16,25	585,00
8	195,00	1560,00	16,25	390,00
9	195,00	1755,00	16,25	195,00
10	195,00	1950,00	16,25	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 59: Cama dos plazas

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				585,00
1	58,50	58,50	4,88	526,50
2	58,50	117,00	4,88	468,00
3	58,50	175,50	4,88	409,50
4	58,50	234,00	4,88	351,00
5	58,50	292,50	4,88	292,50
6	58,50	351,00	4,88	234,00
7	58,50	409,50	4,88	175,50
8	58,50	468,00	4,88	117,00
9	58,50	526,50	4,88	58,50
10	58,50	585,00	4,88	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 60: Armario

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				1884,00
1	188,40	188,40	15,70	1695,60
2	188,40	376,80	15,70	1507,20
3	188,40	565,20	15,70	1318,80
4	188,40	753,60	15,70	1130,40
5	188,40	942,00	15,70	942,00
6	188,40	1130,40	15,70	753,60
7	188,40	1318,80	15,70	565,20
8	188,40	1507,20	15,70	376,80
9	188,40	1695,60	15,70	188,40
10	188,40	1884,00	15,70	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 61: Televisión 32"

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				3980,00
1	398,00	398,00	33,17	3582,00
2	398,00	796,00	33,17	3184,00
3	398,00	1194,00	33,17	2786,00
4	398,00	1592,00	33,17	2388,00
5	398,00	1990,00	33,17	1990,00
6	398,00	2388,00	33,17	1592,00
7	398,00	2786,00	33,17	1194,00
8	398,00	3184,00	33,17	796,00
9	398,00	3582,00	33,17	398,00
10	398,00	3980,00	33,17	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 62: Veladores

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				1000,00
1	100,00	100,00	8,33	900,00
2	100,00	200,00	8,33	800,00
3	100,00	300,00	8,33	700,00
4	100,00	400,00	8,33	600,00
5	100,00	500,00	8,33	500,00
6	100,00	600,00	8,33	400,00
7	100,00	700,00	8,33	300,00
8	100,00	800,00	8,33	200,00
9	100,00	900,00	8,33	100,00
10	100,00	1000,00	8,33	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 63: Escritorio de oficina

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				645,00
1	64,50	64,50	5,38	580,50
2	64,50	129,00	5,38	516,00
3	64,50	193,50	5,38	451,50
4	64,50	258,00	5,38	387,00
5	64,50	322,50	5,38	322,50
6	64,50	387,00	5,38	258,00
7	64,50	451,50	5,38	193,50
8	64,50	516,00	5,38	129,00
9	64,50	580,50	5,38	64,50
10	64,50	645,00	5,38	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 64: Sillas de oficina

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				125,00
1	12,50	12,50	1,04	112,50
2	12,50	25,00	1,04	100,00
3	12,50	37,50	1,04	87,50
4	12,50	50,00	1,04	75,00
5	12,50	62,50	1,04	62,50
6	12,50	75,00	1,04	50,00
7	12,50	87,50	1,04	37,50
8	12,50	100,00	1,04	25,00
9	12,50	112,50	1,04	12,50
10	12,50	125,00	1,04	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 65: Archivador

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				230,00
1	23,00	23,00	1,92	207,00
2	23,00	46,00	1,92	184,00
3	23,00	69,00	1,92	161,00
4	23,00	92,00	1,92	138,00
5	23,00	115,00	1,92	115,00
6	23,00	138,00	1,92	92,00
7	23,00	161,00	1,92	69,00
8	23,00	184,00	1,92	46,00
9	23,00	207,00	1,92	23,00
10	23,00	230,00	1,92	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 66: Ventilador

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				480,00
1	48,00	48,00	4,00	432,00
2	48,00	96,00	4,00	384,00
3	48,00	144,00	4,00	336,00
4	48,00	192,00	4,00	288,00
5	48,00	240,00	4,00	240,00
6	48,00	288,00	4,00	192,00
7	48,00	336,00	4,00	144,00
8	48,00	384,00	4,00	96,00
9	48,00	432,00	4,00	48,00
10	48,00	480,00	4,00	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

- **Depreciación Equipo de Computación**

Los equipos de computación son herramientas necesarias que servirá para guardar información básica y necesaria de la empresa, son activos que se deprecian a 3 años a 3,33%. Lo que se adquiere computadora de escritorio, impresora y una laptop.

Tabla 67: Computadora de escritorio

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				1470,00
1	490,00	490,00	40,83	980,00
2	490,00	980,00	40,83	490,00
3	490,00	1470,00	40,83	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 68: Impresora

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				392,00
1	130,67	130,67	10,89	261,33
2	130,67	261,34	10,89	130,66
3	130,67	392,01	10,89	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 69: Laptop hp

Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Depreciación Mensual	Valor En Libros
0				359,00
1	119,67	119,67	9,97	239,33
2	119,67	239,34	9,97	119,66
3	119,67	359,01	9,97	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.02.03 Gasto financiero

Los gastos financieros son gastos que tiene una persona natural o empresa con una institución financiera que adquirió de un prestamos bancario.

5.02.04 Costos fijos

Tabla 70: Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Detalle	
Sueldos	28106,34
Administrativos	
Gastos Fijos	2542,68
Imagen	
Corporativa	1030,00
Suministros De	
Oficina	246,33
Depreciación	1908,12
Amortización	144,00
Interés	2643,21
TOTAL	36620,68

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.02.05 Costos variables

Tabla 71: Costos Variables

COSTO VARIABLES	
Detalle	
Mano De Obra	18720,52
Directa	
Insumos	7428
TOTAL	26148,52

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03 Inversiones del proyecto

La inversión del proyecto “comprende la inversión inicial constituida por todos los activos, tangibles e intangibles necesarios para operar y el capital de trabajo”. (Cordova Padilla, 2011)

5.03.01 Inversión Fija

“Son aquellos recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto. La inversión fija tiene una vida útil mayor a un año”. (Paspuel, 2012)

5.03.02 Activos Fijos

Tabla 72: Activos Fija

Detalle	Precio total
Maquinaria	1118,99
Equipo De Computación	222,00
Muebles Y Enseres	12264,00
Equipo De Oficina	461,68
TOTAL	16065,67

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03.03 Inversión diferida

“Son aquella que se realizan por la compra de servicios por parte del proyecto o las acciones que se realizan desde el punto de vista legal y organizativa para la puesta en marcha del proyecto”. (Zúniga González, 2011, pág. 108)

Tabla 73: Activos diferidos

Detalles	Total
Escritura De Construcción	500,00
Bomberos	70,00
ARSA	50,00
Patentes	50,00
Previo Urbano	50,00
TOTAL	720,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03.04 Capital de trabajo

“El capital de trabajo bruto equivale al activo corriente de la empresa.

Representa las inversiones a corto plazo (inversiones que se pueden convertir en efectivo en un plazo de hasta un año) y este compuesto por partidas como caja bancos, valores negociables, cuentas por cobrar comerciales, otras cuentas por cobrar, existencias y cargas diferidas”. (Tanaka Nakasone, 2005)

Tabla 74: Capital de trabajo

Descripción	Total
Gastos Fijos	2542,68
Suministro De Oficina	530,64
Sueldos Y Salarios	49794,46
Insumos	10641,15
Imagen Corporativa	1030,00
TOTAL	64538,93

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03.05 Fuentes de financiamiento y uso de fuentes

Las fuentes de financiamiento son las inversiones por la cual la empresa puede adquirir ya sea con capital propio o ajeno analizando de los gastos que obtendrá al implementar una empresa.

Tabla 75: Inversión Total

CONCEPTO	RECURSOS PROPIOS	RECURSOS FINANCIADOS	USO DE FONDOS
Inversión Fija			
Maquinaria	1118,99	0	1118,99
Equipo De Computo	2221	0	2221
Muebles Y Enseres	5253,4	5253,4	10506,8
Equipo De Oficina	461,68	0	461,68
Subtotal	9055,07	5253,4	14308,47
Inversión Diferida			
Escritura De Construcción	500	0	500
Bomberos	70	0	70
ARSA	50	0	50
Patentes	50	0	50
Previo Urbano	50	0	50
Subtotal	720	0	720
Capital De Trabajo			
Gastos Fijos	0	423,78	423,78
Suministros De Oficina	0	41,06	41,06
Sueldos Y Salarios	0	7804,48	7804,48
Insumos	0	7428,00	7428,00
Imagen Corporativa	0	171,67	171,67
Subtotal	0	15868,99	15868,99
TOTAL, DE INVERSIÓN	9775,07	21122,39	30897,46

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03.05 Amortización de financiamiento

La amortización es un término contable que analiza el interés y cuotas de la adquisición de un préstamo o crédito bancario distribuyendo los diferentes pagos identificando fechas y tiempo de liquidación de la deuda

Tabla 76: Amortización y financiamiento

INVERSIÓN		100%	30701,68	
CAP. PROPIO		31,84%	9775,07	
FINANCIAMIENTO		68,16	25000	
PLAZO		5 años		
INTERÉS		5,5% Semestral		
PAGO		Semestral		
BANCO		BanEcuador		
Periodo	Amortización	Interés	Valor Total	Saldo Inicial
0				25.000,00
1	1941,69	1375,00	3316,69	23.058,31
2	2048,48	1268,21	3316,69	21.009,83
3	2161,15	1155,54	3316,69	18.848,68
4	2280,01	1036,68	3316,69	16.568,66
5	2405,41	911,28	3316,69	14.163,25
6	2537,71	778,98	3316,69	11.625,54
7	2677,29	639,40	3316,69	8.948,25
8	2824,54	492,15	3316,69	6.123,72
9	2979,89	336,80	3316,69	3.143,83
10	3143,83	172,91	3316,74	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03.06 Depreciaciones

Tabla 77: Depreciación

Años		2020	2021	2022	2023	2024	Saldo		
Cant	Detalle	Precio USD	Vida útil años	Depreciación anual USD	Depreciación acumulada USD	Depreciación acumulada USD	Depreciación acumulada USD	Depreciación	
1	lavadora & secadora	748,99	10	74,90	149,80	224,70	299,60	374,49	
2	Aspiradoras	100,00	10	10,00	20,00	30,00	40,00	50,00	
4	planchas	90,00	10	9,00	18,00	27,00	36,00	45,00	
1	Enceradora	180,00	10	18,00	36,00	54,00	72,00	90,00	
15	camas de una plaza y media	1950,00	10	195,00	390,00	585,00	780,00	975,00	
5	camas de dos plazas	585,00	10	58,50	117,00	175,50	234,00	292,50	
20	Armarios	1884,00	10	188,40	376,80	565,20	753,60	942,00	
20	televisiones 32"	3980,00	10	398,00	796,00	1194,00	1592,00	1990,00	
40	Veladores	1000,00	10	100,00	200,00	300,00	400,00	500,00	
5	escritorios de oficina	645,00	10	64,50	129,00	193,50	258,00	322,50	
5	sillas de oficina	125,00	10	12,50	25,00	37,50	50,00	62,50	
2	Archivadores	230,00	10	23,00	46,00	69,00	92,00	115,00	
20	ventiladores	159,80	10	15,98	31,96	47,94	63,92	79,90	
3	computadoras de escritorio	1470,00	3	490,00	980,00	1470,00	0,00	0,00	
2	Impresoras	392,00	3	130,67	261,34	392,01	0,00	0,00	
1	Laptop	359,00	3	119,67	239,34	359,01	0,00	0,00	
TOTAL				1908,12	3816,24	5724,36	4671,12	5838,90	5838,89

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03.07 Previsión de ingresos, costes y gastos

Se establece, la inversión previa para cada año, detallando los ingresos posibles que se va a obtener y los diferentes costos y gastos que tiene la empresa en un futuro. Lo cual para los gastos que se presentan en la tabla 74 se tomó el porcentaje de la inflación anual del país que es de 2,54%.

Tabla 78: Previsión de ingresos, costos y gastos

AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024
Ventas	54244,53	61240,20	69138,06	78054,48	88120,81
TOTAL, DE INGRESOS	54244,53	61240,20	69138,06	78054,48	88120,81
Maquinaria	1118,99	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles Y Enseres	10506,80	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo De Computo	2221,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo De Oficina	461,68	0,00	0,00	0,00	0,00
Mano de Obra Directa	28106,34	19902,04	19902,04	19902,04	19902,04
Sueldos Administrativo	18720,52	29893,63	29893,63	29893,63	29893,63
Gastos Fijos	2542,68	2607,26	2673,49	2741,40	2811,03
Suministros De Oficina	530,64	544,12	557,94	572,11	586,64
Insumos	7428,00	0,00	3808,34	0,00	3808,34
Imagen Corporativa	1030,00	1056,16	1082,99	1110,50	1138,70
TOTAL, DE COSTES Y GASTOS	72666,65	54003,21	57918,43	54219,67	58140,38

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03.08 Estado de situación inicial

“El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado”. (Chicaiza Chasiguano D. R., 2016, pág. 100)

Tabla 79: Estado de situación Inicial

HOSTAL - RESTAURANTE DOÑA MARY			
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Bancos	25000,00	PASIVO NO CORRIENTE	
Caja	5701,68	Préstamo A Largo Plazo	25000,00
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	30701,68	TOTAL, PASIVO NO CORRIENTE	25000,00
ACTIVO FIJO		PATRIMONIO	
Terreno	10000,00	Capital Social	30730,15
Maquinaria	1118,99	TOTAL, PATRIMONIO	
Equipo De Oficina	461,68	30730,15	
Muebles Y Enceres	10506,80		
Equipo De Computo	2221,00		
Depreciación	0,00		
TOTAL, ACTIVOS FIJOS	24308,47		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos Constitución	720,00		
TOTAL, ACTIVOS DIFERIDOS	720,00		
TOTAL, ACTIVOS	55730,15	TOTAL, ACTIVO MAS PATRIMONIO	55730,15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03.09 Estado de resultados proyectado

En el estado de resultados o estado de pérdida o ganancia establece los ingresos que presenta la empresa, de igual manera los gastos y costos que presenta la empresa, por lo cual indica las pérdidas o ganancias que ha generado la empresa durante un periodo de tiempo.

Tabla 80: Estado de resultados proyectado

HOSTAL- RESTAURANTE DOÑA MARY					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos					
Ventas	54244,53	61240,20	69138,06	78054,48	88120,81
(-) Costo De Ventas	26148,52	19902,04	23710,38	19902,04	23710,38
Mano De Obra Directa	18720,52	19902,04	19902,04	19902,04	19902,04
Insumos	7428,00	0,00	3808,34	0,00	3808,34
(=) Utilidad Bruta	28096,01	41338,16	45427,68	58152,44	64410,43
(-) Gastos Operacionales	29883,16	36001,86	35599,37	35142,67	34625,41
Gastos Administrativos	26209,95	32753,48	32826,12	32900,61	32976,99
Gastos Fijos	2541,68	2607,26	2673,49	2741,40	2811,03
Suministros De Oficina	246,33	252,59	259,00	265,58	272,33
Sueldos Administrativos	23421,94	29893,63	29893,63	29893,63	29893,63
Gasto Ventas	1030,00	1056,16	1082,99	1110,50	1138,70
Imagen Corporativa	1030,00	1056,16	1082,99	1110,50	1138,70
Gastos Financieros	2643,21	2192,22	1690,26	1131,56	509,72
Gasto Interés	2643,21	2192,22	1690,26	1131,56	509,72
(=) Utilidad Operacional	-1787,15	5336,30	9828,31	23009,77	29785,02
(+) 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 A.P.E. I	-1787,15	5336,30	9828,31	23009,77	29785,02
(-) 15% Participación Laboral	-268,07	800,45	1474,25	3451,47	4467,75
(=) Utilidad Antes De I.R	-1519,08	4535,86	8354,06	19558,31	25317,27
(-) 22% Impuesto A La Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta	-1519,08	4535,86	8354,06	19558,31	25317,27
(+) Depreciación	1908,12	3816,24	5724,36	4671,12	5838,90
(=) FLUJO DE CAJA OPERATIVO	389,04	8352,10	14078,42	24229,43	31156,17

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.03.10 Flujo de caja libre

El flujo de caja es un estado financiero en el cual detalla los flujos de ingresos y egresos que tiene la empresa y permite conocer la liquidez de la empresa

Tabla 81: Flujo De Caja Libre

HOSTAL- RESTAURANTE DOÑA MARY FLUJO DE CAJA LIBRE						
Años	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos						
Saldo Inicial	0	3877,60	13274,05	18828,48	28880,47	52119,60
Ventas	34775,07	54244,53	61240,2	69138,06	78054,48	88120,81
TOTAL, DE INGRESOS	34775,07	58122,13	74514,25	87966,54	106934,95	140240,41
Salida De Efectivo						
Maquinaria	1118,99	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Muebles Y Enseres	10506,80	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo De Computo	2221,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Insumos	7428,00	0,00	0,00	3808,34	0,00	3808,34
Mano De Obra Directa	3120,09	15600,43	19902,04	19902,04	19902,04	19902,04
Sueldo Administrativo	4684,40	23421,94	29893,63	29893,63	29893,63	29893,63
Imagen Corporativa	171,67	858,33	880,13	902,49	925,41	948,92
Gastos Fijos	423,78	2118,90	2607,26	2673,49	2741,40	2811,03
Gastos De Constitución	720,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo De Oficina	461,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Suministros De Oficina	41,06	205,27	210,48	215,83	221,31	226,93
Interés Prestamos	0,00	2643,21	2192,22	1690,26	1131,56	509,72
TOTAL, SALIDAS	30897,47	44848,08	55685,77	59086,08	54815,35	58100,61
FLUJO DE CAJA NETO	3877,60	13274,05	18828,48	28880,47	52119,60	82139,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.04. Evaluación financiera

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar los niveles de rentabilidad de un proyecto, también la estructura y condiciones de financiamiento con los costos que se proyecta tomando en cuenta costos de oportunidad y los fondos.

5.04.01 Tasa de descuento

Tabla 82: Tasa de descuento

Tasa de Descuento	
TMAR	$i + f + (i \times f)$
TA = Tasa Activa	
TP = Tasa Pasiva	
Tasa Activa =	8,62%
Tasa Pasiva =	5,61%
TMAR =	$0,0862 + 0,0561 + (0,0862 \times 0,0561)$
TMAR =	0,1423 + 0,0048358
TMAR =	0,147135
TMAR =	14,71%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.04.02 Valor actual neto

VAN

$$VAN = -P + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -30.897,46 + \frac{13.274,05}{1,1423} + \frac{18.880,47}{1,30484929} + \frac{28.880,47}{1,490529344}$$

$$+ \frac{52.119,60}{1,70263167} + \frac{82.139,80}{1,944916156}$$

$$VAN = -30.701,68 + 11.620,46 + 14.469,46 + 19.375,98 + 30.611,20 \\ + 42.233,08$$

$$VAN = 87.412,73$$

5.04.03 Tasa interna de retorno

TIR

Tabla 83: Tasa Interna de Retorno

Flujo de Efectivo	13.274,05	18.880,47	28.880,47	52.119,60	82.139,80
TIR	72,57%				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.04.04 Periodo de recuperación de la inversión

Tabla 84: Periodo de recuperación de la inversión

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-30.010,15	-30.010,15	1,00	-30.010,15	-30.010,15
1	13.274,05	-16.736,10	0,87	11.571,83	-18.438,32
2	18.880,47	2.144,37	0,76	14.348,62	-4.089,69
3	28.880,47	31.024,84	0,66	19.133,76	15.044,07
4	52.119,60	83.144,44	0,58	30.102,04	45.146,11
5	82.139,80	165.284,24	0,50	41.356,83	86.502,94

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Tabla 85: PRI

PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES CORRIENTES			PERIODO DE RECUPERACIÓN A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 3	28.880,47	2.144,37	AÑO 4	30.102,04	15.044,07
1 mes	2406,71	4.551,08	1 mes	2508,50	17.552,57
2 mes	2406,71	6.957,78	2 mes	2508,50	20.061,08
3 mes	2406,71	9.364,49	3 mes	2508,50	22.569,58
4 mes	2406,71	11.771,19	4 mes	2508,50	25.078,09
5 mes	2406,71	14.177,90	5 mes	2508,50	27.586,59
6 mes	2406,71	16.584,61	6 mes	2508,50	30.095,09
7 mes	2406,71	18.991,31	7 mes	2508,50	32.603,60
8 mes	2406,71	21.398,02	8 mes	2508,50	35.112,10
9 mes	2406,71	23.804,72	9 mes	2508,50	37.620,60
10 mes	2406,71	26.211,43	10 mes	2508,50	40.129,11
11 mes	2406,71	28.618,13	11 mes	2508,50	42.637,61
12 mes	2406,71	31.024,84	12 mes	2508,50	45.146,11
Periodo De Recuperación		3 años	Periodo De Recuperación		4 años

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. – El cálculo del periodo de recuperación de la inversión asume que su recuperación será en 4 años.

5.04.05 RCB (Relación de Costo Beneficio)

Tabla 86: Relación Costo Beneficio

	2020	2021	2022	2023	2024	actualizado
ventas	54244,53	61240,20	69138,06	78054,48	88120,81	350798,08
costo de ventas	26148,52	19902,04	23710,38	19902,04	23710,38	113373,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos}}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{350.798,08}{113.373,36}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = 3,09$$

5.04.06 Punto de Equilibrio

$$PE = \frac{\text{Costo Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variables}}{\text{Venta}}}$$

$$PE = \frac{36620,68}{1 - \frac{26148,52}{54244,53}}$$

$$PE = \frac{36620,68}{0,52}$$

$$PE = 70.702,98$$

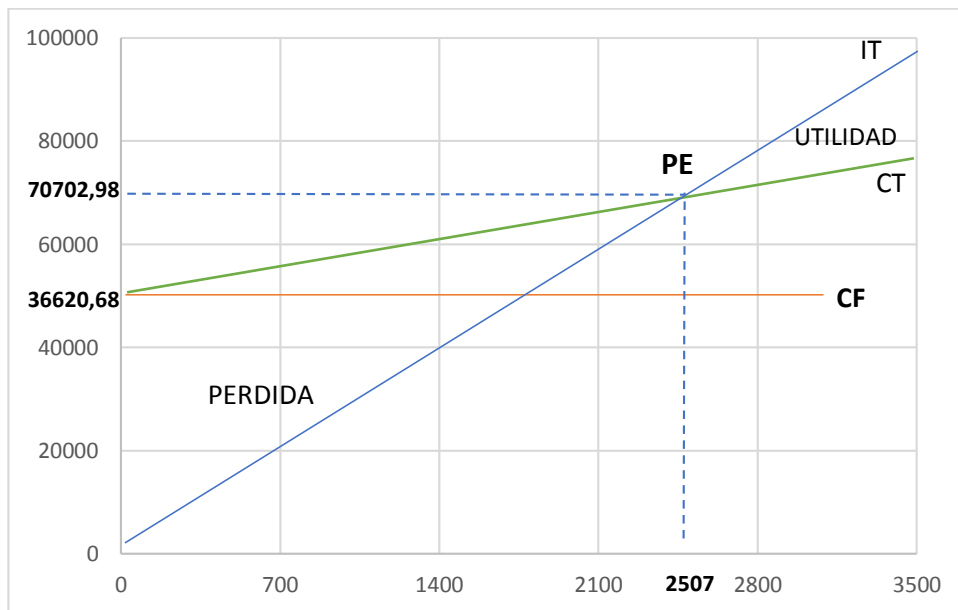


Figura 31: Punto de equilibrio

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

5.04.07 Análisis de Índices Financieros

“El análisis financiero es una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, diagnóstico de la situación actual y predicción de eventos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos previamente definidos.” (Hernández Cabrera, 2005)

5.04.07.01 Rentabilidad sobre el patrimonio

Tabla 87: Rentabilidad sobre el patrimonio

Indicador de Rentabilidad

Rentabilidad Sobre el Patrimonio

$$ROE = \frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Patrimonio}}$$

$$ROE = \frac{-1519,08}{9.775,07}$$

$$ROE = -0,16$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. –El ROE mide la eficiencia de los recursos tanto ajenos como propios para generar una utilidad, respectiva a esto se deduce que en el primero año de funcionamiento la empresa tendrá una pérdida de 0,16 centavos de cada dólar invertido

5.04.07.02 Rentabilidad sobre los activos

Tabla 88: Rentabilidad sobre los activos

Indicador de Rentabilidad

Rentabilidad de los Activos

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$
$$ROA = \frac{-1519,08}{14.308,47}$$
$$ROA = -0,10$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. - ROA al realizar su correspondiente calculo, se determina que la micro empresa está perdiendo 0,10 centavos por cada dólar invertido en los activos, lo que se deduce que los activos no trabajan no están siendo utilizados de una forma eficiente y rentable.

5.04.07.03 Índice de liquidez

Tabla 89: Índice de Liquidez

Índice de Liquidez

$$R. L = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costo de Venta}}$$
$$R. L = \frac{54.244,53}{26.148,52}$$
$$R. L = 2,07$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. - el índice de liquidez determina por cada dólar del costo de ventas que se establezca en la microempresa Hostal Restaurante Doña Mary tiene un dólar para cubrir gastos lo que cuenta con 1,07 centavos para nuevas inversiones y tener ganancias para la microempresa

5.04.07.04 Índice de endeudamiento

El índice de endeudamiento financiero es una relación de deuda que sirve para medir el apalancamiento financiero de una empresa. Este índice se calcula dividiendo el pasivo total de una empresa por su patrimonio neto, e indica cuánta deuda usa una empresa para financiar sus activos con relación al patrimonio neto. (eFXto, 2017)

Tabla 90: Índices de Endeudamiento

Índice de Endeudamiento

$$Endeudamiento = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}} * 100$$
$$Endeudamiento = \frac{25.000,00}{30.730,10} * 100$$
$$Endeudamiento = 81,35$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. – El índice de endeudamiento determina un 81.35% de patrimonio la cual está relacionada con el pasivo de la empresa lo cual se determina que no es factible un nuevo endeudamiento a futuro ya que se determinó que al segundo año iniciara a recuperar la invertido.

5.04.07.05 Rentabilidad sobre la Inversión

Tabla 91: Rentabilidad Sobre la Inversión

Rentabilidad Sobre la Inversión

$$R. O. I = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Inversion}} \times 100$$
$$R. O. I = \frac{5.336,30}{30.897,46} \times 100$$

$$R. O. I = 17,27$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Clara Irua

Análisis. – El indicador de rentabilidad sobre la inversión determina que por cada dólar de inversión realizada retorna 17,27 centavos a Hostal y Restaurante Doña Mary.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impacto

6.01 Impacto Ambiental

Se efectuó un respectivo análisis, con relación al impacto ambiental que el proyecto tendrá una vez puesto en marcha, se pudo llegar a concluir que dicho impacto será mediano, ya que, al momento de la construcción del edificio en el terreno, se espera la utilización de maquinaria de tipo pesada, que de una u otra manera afectará en cierta medida al ambiente. Es razonable mencionar que mediante sede el avance de la construcción del edificio, se buscara una mínima incidencia con respecto a los árboles en los alrededores, ya que no se procederá en lo absoluto a la tala de ningún tipo de vegetación endémica de la zona, más por el contrario se buscara que una vez terminada la construcción se realice acciones tales como; plantar un número considerable de plantas y árboles que ayuden al aire de la zona como tal buscando que esto a su vez sea un plus adicional para los clientes que requieran de nuestros servicios.

Tras este análisis se sabe que la empresa busca ser completamente amigable con el medio ambiente por lo cual, se plantea diferentes ideas mediante las cuales poder ahorrar y optimizar los mayores recursos así como: usar de manera responsable el agua verificando siempre fugas en todo el edificio, la utilización de bombillas ahorradoras

que permitan el menor consumo de electricidad, tratar de usar en lo más mínimo plásticos desechables reemplazándolos con artículos reutilizables entre otros, no desechar artículos que hasta que estos estén completamente obsoletos con el fin de reducir la cantidad de desperdicios y por último generar formas de reciclaje con artículos que se pueden utilizar de otra manera, todo esto con la finalidad de ser una empresa que sea un aporte integral en la búsqueda de frenar el cambio climático actual.

Lo que procuramos como empresa es que nuestro impacto sea en su mayor parte positiva generando conciencia de cuidado y protección ambiental en nuestros clientes y así también en nuestros colaboradores.

6.02 Impacto Económico

Consideramos que la empresa posee gran capacidad para convertirse en un aporte en la economía ecuatoriana, ya que Ecuador posee un gran potencial turístico, queremos explotar dicho potencial para constituirnos como una empresa que participe activamente en la economía del país, por medio de la creación de fuentes de trabajo y así también poder contribuir de manera directa al estado mediante el pago de impuestos y tributos siendo así un partícipe de la economía activa del Estado.

Analizando varios factores es justo poder decir que se espera tener un impacto bajo, pero ampliamente positivo a corto plazo, ya que, al ser una empresa recién constituida, no es posible que podamos aportar en gran cantidad a corto plazo, pero si nos proyectamos a ser una empresa con un mayor aporte económico en un futuro, también es importante mencionar que consideramos que al crear y mantener relaciones comerciales con otras empresas no únicamente locales sino también con algunas extranjeras de distinta actividad comercial las cuales nos proveen de diferentes productos, estamos aportando de una u otra manera en la economía, ya que estas a su vez deberán generar mayor producción provocando una mayor rotación de inventario, y esto incide en la economía de los colaboradores de dichas empresas.

Buscamos aprovechar nuestra cercanía con la frontera Norte con Colombia, por medio de estrategias que atraigan al turista tanto interno como externo ya que consideramos que este es un paso de gran afluencia turística en nuestro país, tenemos también la intención de atraer inversión extranjera para futuras alianzas en otros países y quizá apuntar a la apertura de franquicias dentro y fuera del país. La organización busca así también la comercialización del turismo interno ya que se desea impulsar a la zona

del Ángel como un lugar favorito para turistas internos, pero también sin dejar de un lado a aquellos clientes que vienen de otros países. Logrando de esta manera que la empresa aporte de manera significativa a la economía de la zona, promoviendo alianzas estratégicas con pequeños negocios cerca de nosotros así también que nuevas empresas se creen en nuestra localidad esto es sin duda un factor positivo para que dicha localidad se convierta posteriormente en un atractivo turístico y de inversión de pequeños y grandes negocios.

Se sabe que la micro empresa tiene la capacidad de contribuir al desarrollo sostenible de un país, es por eso que concluimos con que el impacto económico que tendrá la empresa va a ser en su mayor porcentaje positivo y de aporte al país.

6.03 Impacto Social

En el impacto social que la empresa tendrá, es aportar socialmente al país, mediante la generación de empleo, lo que a su vez será de gran aporte en las pequeñas economías familiares, de modo en que estas puedan pretender un mejor estilo y calidad de vida con mejor educación, salud y seguridad social. Esto se busca por el motivo de impulsar una mejor vida en el ecuatoriano y en especial a aquellas personas de bajos recursos que necesitan de un empleo estable, el cual les proporcione mayor seguridad en todos los ámbitos posibles.

En este factor podemos decir que la empresa influye en gran manera en la zona y esta influencia se torna completamente positiva al generar fuentes de empleo y también proporcionar un servicio de gran calidad al alcance de las clases económicas media, media baja y baja, ya que los precios destinados para la prestación de estos servicios son con el objetivo de que cualquiera pueda acceder a ellos.

Se espera también que en un futuro la empresa crezca de tal manera que pueda contratar a mayor cantidad de personas para que podamos seguir apoyando al desarrollo social del país y en especial a la zona del Ángel, se piensa también en un futuro el poder implementar una estrategia de educación para nuestros colaboradores, mediante la utilización de un plan carrera que permita a los trabajadores capacitarse de mejor manera y con esto mejorar su preparación académica, con lo que pueda ser un mejor aporte para su familia y por ende para la sociedad ecuatoriana.

Como conclusión se puede decir que buscamos llegar a ser un gran aporte social con estrategias que aporten y ayuden al crecimiento de la comunidad con diferentes actividades, que vayan más allá de las de prestar un servicio, como tal el impacto que tendrá la empresa es completamente positivo y de un nivel de impacto mediano por el momento.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 CONCLUSIONES

- Espejo es un Cantón que está situado en la Provincia del Carchi es una zona conocida especialmente por sus atractivos turísticos visitado por nacionales y extranjeros, siendo privilegiada por sus paisajes, clima y un misterio para el turista que busca aventura.
- Con base de la preparación de las ventas proyectadas indica que en la zona existe un 60% de personas nacionales y extranjeras que visitan la Ciudad de el Ángel lo cual la implantación de este proyecto sería muy favorable para el inversionista como para la localidad del Cantón Espejo, ya que promovería el desarrollo económico, comercial creando fuentes de trabajo.
- Al elaborar las encuestas respectivas las mayorías de las personas encuestadas un porcentaje alto les agradaría que en la Ciudad del Ángel hubiera un servicio que abarque hospedaje y alimentación en un mismo lugar y así siendo el primero hostel y restaurante dentro de la zona.

- Para la iniciación del proyecto se requiere una inversión con financiación propia y ajena lo cual se adquiere un préstamo de \$25.000,00 con una tasa de interés del 11% lo cual los pagos serán semestrales a 5 años.
- De los datos establecidos se determina que el proyecto es factible financieramente debido a que se obtuvo una tasa interna de retorno que es de 72,57% mayor al que el TMAR que es de 14,71% y esto nos indica que el proyecto es rentable originando un VAN de 87.412,73 que es un valor positivo determinando la factibilidad del proyecto.

7.02 RECOMENDACIÓN

- Implementar estrategias para aumentar ventas en el servicio ya que es un lugar turístico y muy visitado por personas nacionales y extranjeras lo cual permitirá el mejoramiento continuo del servicio y la satisfacción del cliente.
- Realizar innovación del servicio la cual llame la atención del cliente mediante actualizaciones de la página web, afiches, tríptico, promociones entre otros.
- Al poner en marcha el proyecto se deberá realizar en base al estudio del mercado satisfaciendo lo que el cliente busca y prefiera al momento de hospedarse.
- Implementar un sistema de control de cada servicio que se ofrece como hostel y restaurante y asegurarse de cada una de ellas, sin tener pérdidas y poder así cubrir gastos y dar un buen servicio al cliente.
- Desarrollar estrategias que permita promover y fomentar el crecimiento de la empresa en sus ventas teniendo una mayor eficiencia del servicio durante el transcurso de los años haciéndose incentivando el crecimiento de turistas nacionales y extranjeros a la localidad

ANEXOS

Formato de la encuesta



OBJETIVO

La presente investigación tiene como finalidad incorporar el servicio de hospedaje y alimentación al Restaurante Doña Mary.

Código: _____

Instrucciones: Lea detenidamente y marque con una x según su criterio.

Datos Informativos				
Género:	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>	
Nacionalidad:	Extranjera <input type="checkbox"/>	local	<input type="checkbox"/>	
Edad:	a) 18-30	b) 31-45	c) 46 -60 <input type="checkbox"/>	d) 60 en Adelante <input type="checkbox"/>

1. ¿Cuándo realiza un viaje por: negocio, turismo, ¿estudio u otro prefiere que el lugar donde consume alimentos (desayuno, almuerzo y merienda) tenga incorporado el servicio de hospedaje?

Sí

No

Si su respuesta es sí continúe con la encuesta, caso inverso la encuesta a finalizadas gracias por su atención.

2. ¿Con cuántas personas viaja normalmente?

1 a 2 3 a 4 más de 4

3. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje y alimentación diaria por persona?

\$ 25-30

\$ 31-40

\$41-50

Más de \$ 51

4. ¿Qué servicios le gustaría tener cuando se hospede?

Televisión con cable

Restaurante

Piscina

Gimnasio

Wifi

Lavandería

Bar

5. Para determinar el lugar donde hospedarse que aspectos toma en consideración

Precio

Servicio que ofrece

Ubicación

Otro

Si su respuesta es otra explique

6. Con que frecuencia ocupa los servicios de hospedaje

- Semana
- Mensual
- Anual
- Otro

Si su respuesta es otra explique.....

7. ¿Le gustaría poder realizar la reserva de una habitación por medio de la web?

- Si No

8. ¿Qué tipo de comida le gustaría que el hostel sirva?

- Platos a la carta
- Comida típica
- Comida internacional
- Comida rápida

9. ¿Cuál es la forma habitual de pago al momento de hospedarse?

- Pago al Contado
- Tarjeta de crédito

10. Le gustaría un tour turístico por la adquisición del servicio de hospedaje y alimentación

- Sí No

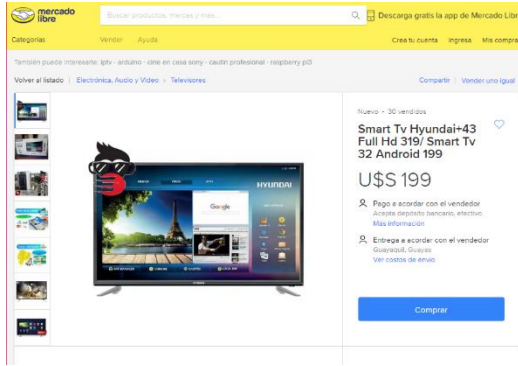
11. ¿Cuándo viaja con su familia que tipo de descuento le agrada?

2x1

Niños gratis

Descuento de alimentación

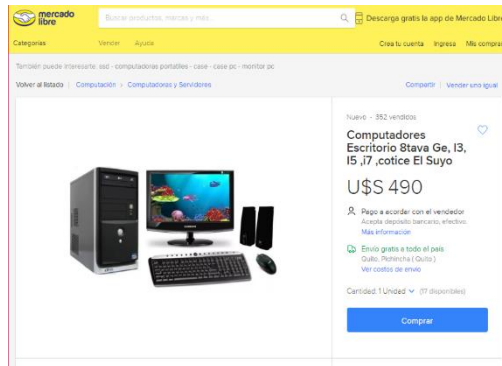
Ninguna



Anexo 1: Proforma Muebles y Enseres

Fuente: Investigación Propia

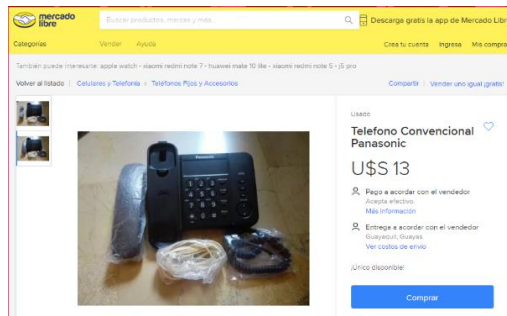
Elaborado por: Clara Irua



Anexo 2: Proforma Equipo de Computo

Fuente: Investigación Propia

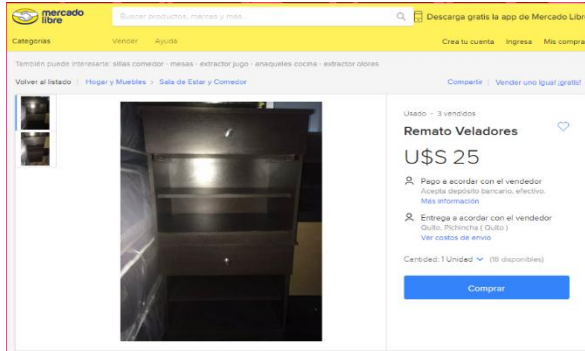
Elaborado por: Clara Irua



Anexo 3: Proforma Muebles y Enseres

Fuente: Investigación Propia

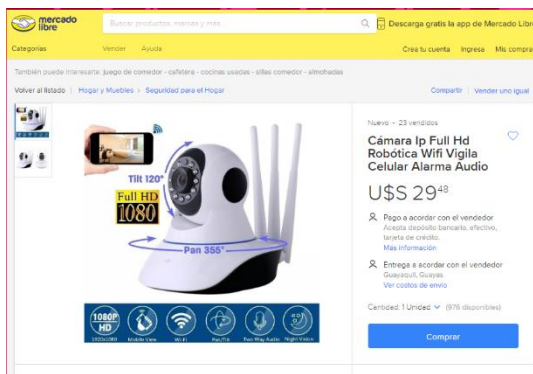
Elaborado por: Clara Irua



Anexo 4: Proforma Muebles y Enseres

Fuente: Investigación Propia

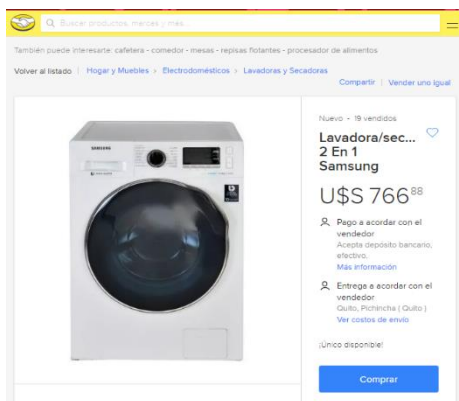
Elaborado por: Clara Irua



Anexo 5: Proforma Muebles y Enseres

Fuente: Investigación Propia

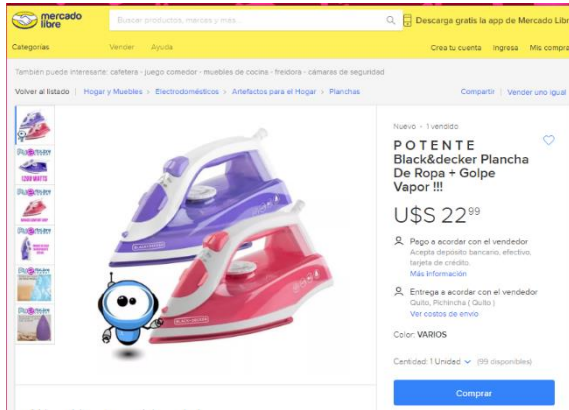
Elaborado por: Clara Irua



Anexo 6: Proforma Maquinaria y

Fuente: Investigación Propia

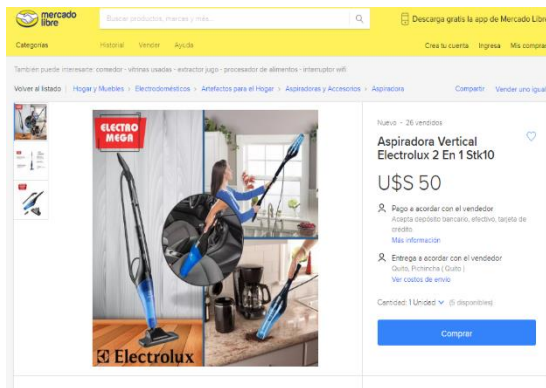
Elaborado por: Clara Irua



Anexo 7: Proforma Muebles y Enseres

Fuente: Investigación Propia

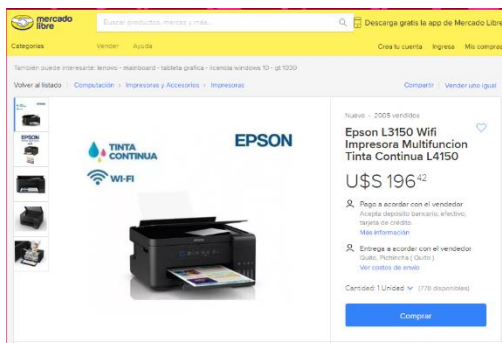
Elaborado por: Clara Irua



Anexo 8: Proforma Muebles y Enseres

Fuente: Investigación Propia

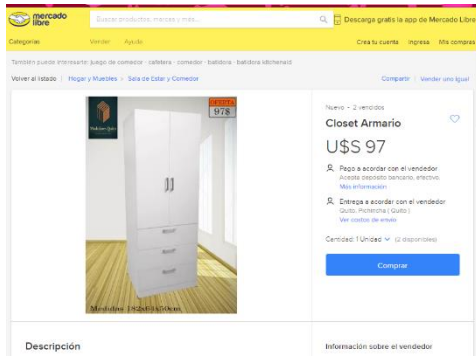
Elaborado por: Clara Irua



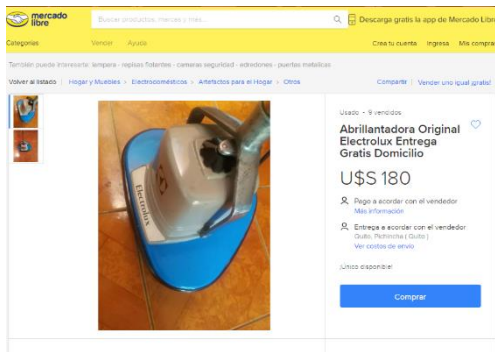
Anexo 9: Proforma Equipo de Computo

Fuente: Investigación Propia

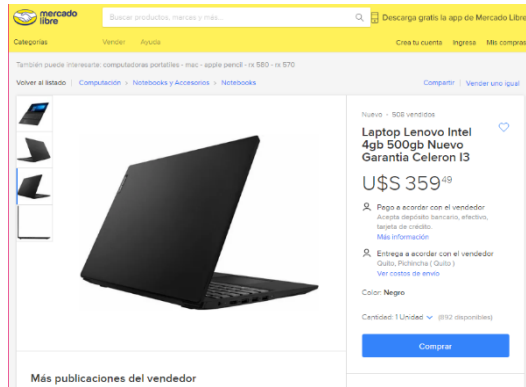
Elaborado por: Clara Irua



Anexo 10: Proforma Muebles y Enseres
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Clara Irua



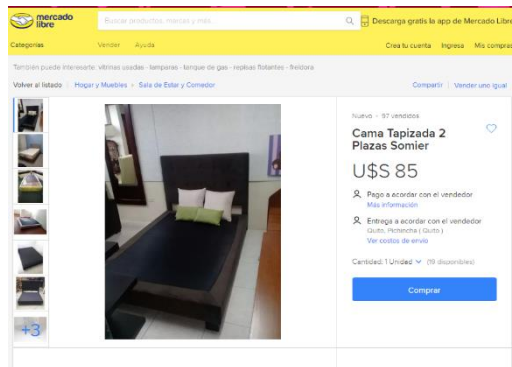
Anexo 11: Proforma Maquinaria y Equipo
Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Clara Irua



Anexo 12: Proforma Equipo de Computo

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Clara Irua



Anexo 13: Proforma Muebles y Enseres

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Clara Irua

Bibliografía

- Ameca Carrión, J. A. (07 de 10 de 2014). *GESTIOPOLIS*. Obtenido de clientes internos y externos en una organizacion : <https://www.gestiopolis.com/cliente-interno-y-externo-en-una-organizacion/>
- Ascaribay Carrion, N. L., & Auquilla Galan, G. R. (2014). *universidad salesiana* . Obtenido de universidad salesiana:
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/6500>
- Banda, J. (9 de agosto de 2016). *economiasimple*. Obtenido de definicion de depreciacion: <https://www.economiasimple.net/glosario/depreciacion>
- Carneiro Caneda, M. (2004). *la responsabilidad social corporativa interna* . Madrid: ESIC.
- CARRION HERRAEZ, R., CALDAS BLANCO, M. E., & HERAS FERNANDEZ, A. J. (2011). *EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA*. S.A. EDITEX.
- Chicaiza Chasiguano, D. R. (mayo de 2016). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODCUTORA Y COMERCIALIZACION DE MERMELADAS DE ROSA, FOMENTANDO EL SECRETO ALIMENTACION, EN EL NORORIENTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. *INSTITUTO TECNOLOGIO SUPERIOR CORDILLERA*. QUITO, PICHINCHA, ECUADOR. Obtenido de balance de situacion inicial:
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2932/19-EMP-FIN-15-16-1725528069.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cordova Padilla, M. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota : Ecoe Ediciones .
- Díaz de Rada, V. (2011). *diseño y elaboracion de cuestionarrio para la investigacion*. Madrid: ESIC.
- Dongo M, A. (04 de 03 de 2014). *significado de los factores sociales y culturales en el desarrollo cognitivo*. Obtenido de Revista de Investigación en Psicología:
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3767>
- eFXto. (22 de enero de 2017). *EFXTO*. Obtenido de indice de endeudamiento financiero : <https://efxto.com/diccionario/indice-de-endeudamiento#targetText=El%20C3%ADndice%20de%20endeudamiento%20financiero,con%20relaci%C3%B3n%20al%20patrimonio%20neto.>
- fcarvajals. (2 de oct de 2009). estudio financiero. *slideshare*. Obtenido de estudio financiero: <https://es.slideshare.net/fcarvajals/estudio-financiero-2114226>

- García, I. (18 de mayo de 2018). *economiasimple*. Obtenido de definición de gastos:
<https://www.economiasimple.net/glosario/gasto>
- Hernández Cabrera, J. (03 de 11 de 2005). *gestiopolis*. Obtenido de análisis financiero:
<https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/#targetText=Los%20indicadores%20financieros&targetText=El%20an%C3%A1lisis%20financiero%20es%20una,obtenci%C3%B3n%20de%20objetivos%20previamente%20definidos>.
- hernandez, p. (18 de noviembre de 2008). *blogspot*. Obtenido de los factores legales :
<http://factoreslegales.blogspot.com/>
- hernandez, p. (18 de noviembre de 2008). *blogspot*. Obtenido de factores legales:
<http://factoreslegales.blogspot.com/>
- Icart Isern, M. T., Fuentelsaz Gallego, C., & Pulpón Segura , A. M. (2006). *elaboracion y presentacion de un proyecto de investigacion y una tesis*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- J., J., & Alcarria , J. (2008/2009). *Contabilidad financier I*. Universitat jaume I.
- Landeta, D. (3 de junio de 2014). El Comercio . *los 5 mejores hoteles en Ecuador* , pág. 1.
- Marketing social. (18 de diciembre de 2018). *marketingparados*. Obtenido de demanda insatisfecha: <https://marketingparados.wordpress.com/tag/demanda-insatisfecha/>
- MEDINA HERNANDEZ, J. J. (Mayo de 2010). *Blogger*. Obtenido de Blogger:
<https://www.blogger.com/profile/13544065693151014951>
- Paspuel, J. (7 de julio de 2012). *slideshare*. Obtenido de inversion fija:
<https://es.slideshare.net/JimenaPaspuel/exposicion-inversion-fija>
- Pérez Porto , J., & Merino, M. (2013). *definicion.de*. Obtenido de definición recursos tecnologicos: <https://definicion.de/recursos-tecnologicos/>
- Pérez Porto, J., & Merino, M. (2013). *definicion.de*. Obtenido de definición de tasa de empleo: <https://definicion.de/tasa-de-empleo/>
- Raffino, M. E. (24 de mayo de 2019). *CONCEPTO DE*. Obtenido de OBJETIVO:
<https://concepto.de/objetivo/>
- Rivadeneira Unda, M. (21 de 11 de 2014). *wordpress*. Obtenido de <https://presupuestosunivia.wordpress.com/tag/gastos-de-administracion/>
- Rojas, F. (14 de noviembre de 2007). *mailxmail*. Obtenido de tamaño del proyecto:
<http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- T. Horngre, C., T. Harrison Jr., W., & Smith Bamber, L. (2003). *Contabilidad* . mexico: pearson educacion .

- Tanaka Nakasone, G. (2005). *análisis de estados financieros para la toma de decisiones*. Perú: Pontificia Universidad Católica del Perú .
- Unknown. (1 de octubre de 2014). *entornoglobal*. Obtenido de entorno global y local: <http://entornoglobalylocal.blogspot.com/>
- Zambrano Barrios, A. (2006). *Planificación Estratégica Presupuestos y Control de la Gestión Pública*. Montalban, Caracas: Texto C.A.
- Zúñiga González, C. A. (2011). *texto básico de economía agrícola* /. Nicaragua: Universitaria UNAN-león.

Urkund Analysis Result

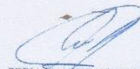
Analysed Document: tesis corregida.docx (D57030110)
Submitted: 10/15/2019 6:55:00 AM
Submitted By: claritairua49@gmail.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

TESIS DE FACTIBILIDAD TE DE MAIZ.docx (D56651102)
tesis Jazmin Urkund.docx (D56193480)
TESIS_ CAROLINA FERNANDEZ FINAL.pdf (D12999689)
Tomasqui Jiménez Christian Sergio.pdf (D43283386)
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3767>
<http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/4710/1/113-BF-18-18-1721945572.pdf>
<https://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/3773/1/31-PR-17-17-1722636519.pdf>

Instances where selected sources appear:

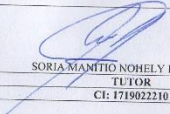
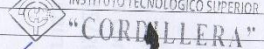
5


SORIA MANTTO NOBELY KATHERINE
TUTOR

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA									
BITÁCORA PARA EL CONTROL DE PROYECTOS DE TITULACIÓN									
NOMBRE TUTOR:		SORIA MANITTO NOHEL Y KATHERINE							
NOMBRE ESTUDIANTE:		BRUA GUAMIALAMA CLARA LUZ							
CARRERA:		ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA							
TEMA DE TITULACIÓN:		ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UN HOSTAL UBICADO EN LA PROVINCIA DEL CARCHI, CANTÓN ESPEJO, 2019							
IMPRESIÓN REPORTE:		Quito, 02 de diciembre del 2019 10:02:16							
TIPO REPORTE:		ACUMULATIVO							
ESTADO FINAL/OBSERVACION:		PROYECTO ACTIVO / NO GRADUADO /							
MODALIDAD:		INCUBADORA EMPRESARIAL				PERIODO:		ABR 2019_SEP 2019	
NO.	CODIGO	FECHA TUTORIA	TIPO ASESORIA	HORA INICIO	TEMA TRATADO	HORA FIN	HORAS	OBSERVACION	ESTADO SC
1	180103	2019-05-09	INSITU	2019-05-09 20:00:00	INTRODUCCION / JUSTIFICACION	2019-05-09 21:00:00	1.00	PRESENTA SU TEMA Y SE ENVIA LAS CORRECCIONES	PROCESADO
2	180104	2019-05-16	INSITU	2019-05-16 20:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-05-16 21:00:00	1.00	PRESENTA LAS CORRECCIONES DEL TEMA Y CONTINUA CON EL SIGUIENTE CAPITULO	PROCESADO
3	192631	2019-05-02	AUTONOMA	2019-05-02 13:00:00	INTRODUCCION / ANTECEDENTES	2019-05-02 23:00:00	10.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
4	180105	2019-05-23	INSITU	2019-05-23 20:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / AMBIENTE EXTERNO	2019-05-23 21:00:00	1.00	PRESENTA CON LAS CORRECCIONES DEL CASO	PROCESADO
5	180106	2019-05-30	INSITU	2019-05-30 20:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-05-30 21:00:00	1.00	PRESENTA LAS CORRECCIONES Y CONTINUA CON EL PROCESO	PROCESADO
6	180107	2019-07-30	INSITU	2019-07-30 19:49:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-07-30 19:49:00	0.00 [INVÁLIDO]	PRESENTA LAS CORRECCIONES Y CONTINUA CON EL PROCESO	PROCESADO
7	192592	2019-05-16	AUTONOMA	2019-05-16 13:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ENTORNO LOCAL	2019-05-16 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
8	192593	2019-05-28	INSITU	2019-05-28 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-05-28 16:00:00	4.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
9	192594	2019-05-31	AUTONOMA	2019-05-31 13:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS INTERNO	2019-05-31 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
10	192595	2019-05-31	AUTONOMA	2019-05-31 13:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-05-31 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
11	192596	2019-10-23	INSITU	2019-10-23 12:00:00	ANALISIS SITUACIONAL / ANALISIS FODA	2019-10-23 15:00:00	3.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
12	192597	2019-06-05	INSITU	2019-06-05 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-06-05 15:00:00	3.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
13	192598	2019-06-07	AUTONOMA	2019-06-07 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / ANALISIS DEL CONSUMIDOR	2019-06-07 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
14	192599	2019-06-13	INSITU	2019-06-13 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-06-13 15:00:00	3.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
15	192600	2019-06-08	AUTONOMA	2019-06-08 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / OFERTA	2019-06-08 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
16	192601	2019-06-12	INSITU	2019-06-12 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-06-12 14:00:00	2.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
17	192602	2019-06-14	AUTONOMA	2019-06-14 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / PRODUCTOS SUSTITUTOS	2019-06-14 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
18	192603	2019-06-19	INSITU	2019-06-19 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-06-19 15:00:00	3.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
19	192604	2019-06-20	AUTONOMA	2019-06-20 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / DEMANDA	2019-06-20 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
20	192605	2019-06-26	INSITU	2019-06-26 12:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-06-26 15:00:00	3.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
21	192606	2019-06-27	AUTONOMA	2019-06-27 13:00:00	ESTUDIO DE MERCADO / BALANCE OFERTA-DEMANDA	2019-06-27 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
22	192607	2019-07-03	INSITU	2019-07-03 13:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-07-03 15:00:00	2.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
23	192608	2019-07-04	AUTONOMA	2019-07-04 13:00:00	ESTUDIO TECNICO / TAMAÑO DEL PROYECTO	2019-07-04 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
24	192609	2019-07-10	INSITU	2019-07-10 12:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-07-10 15:00:00	3.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
25	192611	2019-07-11	AUTONOMA	2019-07-11 13:00:00	ESTUDIO TECNICO / LOCALIZACION	2019-07-11 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
26	192612	2019-07-17	INSITU	2019-07-17 13:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-07-17 15:00:00	2.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
27	192613	2019-07-18	AUTONOMA	2019-07-18 13:00:00	ESTUDIO TECNICO / INGENIERIA DEL PRODUCTO	2019-07-18 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
28	192614	2019-07-24	INSITU	2019-07-24 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-07-24 15:00:00	2.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
29	192615	2019-07-25	AUTONOMA	2019-07-25 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES	2019-07-25 21:00:00	8.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
30	192616	2019-07-31	INSITU	2019-07-31 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-07-31 17:00:00	4.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
31	192617	2019-07-30	INSITU	2019-07-30 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / INVERSIONES	2019-07-30 22:00:00	9.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
32	192618	2019-08-07	INSITU	2019-08-07 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-07 14:00:00	1.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
33	192619	2019-08-01	AUTONOMA	2019-08-01 13:00:00	ESTUDIO FINANCIERO / EVALUACION	2019-08-01 23:00:00	10.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO
34	192620	2019-08-13	INSITU	2019-08-13 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO AMBIENTAL	2019-08-13 14:00:00	1.00	PRESENTA LA INFORMACION ADECUADA	PROCESADO

36	192622	2019-08-21	INSITU	2019-08-21 13:00:00	IMPACTO AMBIENTAL	2019-08-15 23:00:00	10.00	PRESENTA LA INFORMACIÓN ADECUADA	PROCESADO
37	192623	2019-08-16	AUTONOMA	2019-08-16 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-08-21 14:00:00	1.00	PRESENTA LA INFORMACIÓN ADECUADA	PROCESADO
38	192624	2019-08-17	AUTONOMA	2019-08-17 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO ECONOMICO	2019-08-16 23:00:00	10.00	PRESENTA LA INFORMACIÓN ADECUADA	PROCESADO
39	192625	2019-08-18	AUTONOMA	2019-08-18 13:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO PRODUCTIVO	2019-08-17 23:00:00	10.00	PRESENTA LA INFORMACIÓN ADECUADA	PROCESADO
40	192626	2019-08-18	AUTONOMA	2019-08-18 12:00:00	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS / IMPACTO SOCIAL	2019-08-18 23:00:00	10.00	PRESENTA LA INFORMACIÓN ADECUADA	PROCESADO
41	192627	2019-08-19	AUTONOMA	2019-08-19 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-08-19 23:00:00	11.00	PRESENTA LA INFORMACIÓN ADECUADA	PROCESADO
42	192628	2019-08-20	AUTONOMA	2019-08-20 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / CONCLUSIONES	2019-08-20 23:00:00	11.00	PRESENTA LA INFORMACIÓN ADECUADA	PROCESADO
43	192629	2019-08-26	AUTONOMA	2019-08-26 12:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-08-26 23:00:00	11.00	PRESENTA LA INFORMACIÓN ADECUADA	PROCESADO
44	192630	2019-08-27	AUTONOMA	2019-08-27 13:00:00	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES / RECOMENDACIONES	2019-08-27 23:00:00	10.00	PRESENTA LA INFORMACIÓN ADECUADA	PROCESADO

TOTAL HORAS: 260

 SORIA MANTTO NOHELY KATHERINE TUTOR CI: 1719022210	Clarita Irua IRUA GUAMIALAMA CLARA LUZ ALUMNO CI: 0401862313	 INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA" CONSEJO DE CARRERA CHANDI CASTRO MAYRA ALEXANDRA DELEGADO Adm. Recursos y Financiera
		CI: 1718756933



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
CORDILLERA**

ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ORDEN DE EMPASTADO

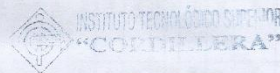
Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso del Trabajo de Integración Curricular, se **AUTORIZA** realizar el empastado del Trabajo de Integración Curricular, del alumno(a) **IRUA GUAMIALAMA CLARA LUZ**, portador de la cédula de identidad N° **0401862313**, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 18 de noviembre de 2019
INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR



VISTO FINANCIERO

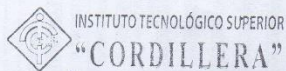
Sra. Mariela Balseca
CAJA



02 DIC 2019

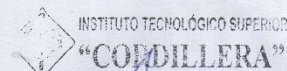
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



CONSEJO DE CARRERA

Ing. Mayra Chandi
DELEGADO DE LA UNIDAD
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



DIRECCIÓN DE CARRERA

Mg. María Fernanda Burga
Adm. Bancaria y Producción
DIRECTOR DE CARRERA



Ing. William Parra López
BIBLIOTECA



Ing. Luis Hernández
SECRETARÍA ACADÉMICA

Luis Hernández Benavidez