



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO

INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE
SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA,
CANTÓN ANTONIO ANTE**

AUTORA: Ligia Gabriela Valdospinos Játiva

DIRECTOR: Dr. Fausto Lima

IBARRA, MAYO DE 2015

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad propone la creación de una microempresa de servicios de hospedaje, que tiene como finalidad brindar a turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de contar con un establecimiento donde alojarse y disfrutar del entorno y amabilidad propia de los habitantes de la parroquia San José de Chaltura. Se expone un breve resumen sobre lo contemplado en cada capítulo del documento final del trabajo de grado. El primer capítulo, presenta el diagnóstico situacional de la zona donde se pretende implementar el proyecto, se analiza la información primaria obtenida a través de encuestas y entrevistas. Seguidamente se encuentra el marco teórico, el mismo que enuncia conceptos básicos que se toman en cuenta en todo el proceso de elaboración del proyecto. En el estudio de mercado se determinó que existe demanda insatisfecha con relación a la oferta. En el estudio técnico e ingeniería del proyecto se contemplan aspectos de infraestructura de la microempresa, además se determinan procesos adecuados y sus costos. La evaluación financiera permite determinar la rentabilidad del proyecto con su respectiva factibilidad. Posteriormente fueron documentados en la estructura organizacional del proyecto la normativa legal vigente en el país y los requerimientos. Finalmente se establece en el séptimo capítulo los posibles impactos que generará este proyecto dentro del aspecto social, económico, turístico y ambiental. Se concluye con las conclusiones y recomendaciones de la investigación, destacándose la factibilidad y sustentabilidad del proyecto.

SUMMARY


The present study of feasibility proposed the creation of a micro- hosting services, which aims to provide national and foreign tourists the opportunity to have an establishment to stay and enjoy the surroundings and friendliness of the people of the parish San Jose of Chaltura. Is exposed a brief summary of what each chapter referred to in the final document of the thesis. The first chapter presents the situational analysis of the area where it is intended to implement the project, were analyzed the primary information obtained through surveys and interviews. Then there is the theoretical framework, which states the same basic concepts that are taken into account all the process of developing the project. In the market study found that exist unsatisfied demand in relation to the offer. In the technical study and engineering of the project contemplated aspects of infrastructure of the microenterprise. The financial evaluation allows to determine the profitability of the project with their respective feasibility. Later, were documented in the organizational structure of the project the actual legal regulations in the country and requirements. Finally set in the seventh potential impacts that generate this project within the social, economic, tourism and environmental aspect. It concludes with the conclusions and recommendations of the research, highlighting the feasibility and sustainability of the project.

AUTORÍA

Yo, **Ligia Gabriela Valdospinos Játiva**, portadora de cedula de ciudadanía N° 100266829-9, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE**, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se siga.

En la ciudad de Ibarra a los 28 días del mes de mayo de 2015.

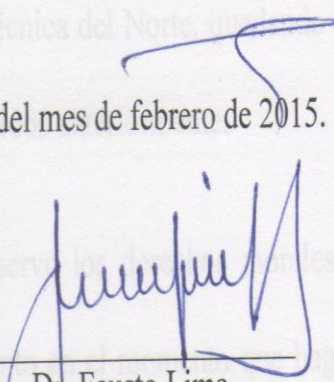

Ligia Gabriela Valdospinos Játiva

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la estudiante **Ligia Gabriela Valdospinos Játiva**, egresada de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Carrera de Contabilidad y Auditoría a previo a la obtención del Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría cuyo tema es: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE.**

Considero que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 28 días del mes de febrero de 2015.




Dr. Fausto Lima

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE
LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

Yo, **Ligia Gabriela Valdospinos Játiva**, con cédula de ciudadanía N°100266829-9, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.


Ligia Gabriela Valdospinos Játiva
CC: 100266829-9

Ibarra, a los 09 días del mes de Mayo de 2015



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100266829-9		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Valdospinos Játiva Ligia Gabriela		
DIRECCIÓN:	Chaltura, Calles Juan Bosco s/n y Obispo Mosquera		
E-MAIL:	lgaby1979@hotmail.com		
TELÈFONO FIJO:	062-533 114	TELÈFONO CELULAR	0997232222
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS DE HOSPEDAJE EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE.		
AUTOR:	Ligia Gabriela Valdospinos Játiva		
FECHA: aa-mm-dd	2015-05-09		

SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO:			
PROGRAMA:	PREGRADO		POSTGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:		Ingeniera en Contabilidad y Auditoría	
ASESOR/DIRECTOR:		Dr. Fausto Lima	

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE


Yo, **Ligia Gabriela Valdospinos Játiva**, con cédula de ciudadanía Nro. 100266829-9, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y su uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 09 días del mes de mayo de 2015.

LA AUTORA:


 Ligia Gabriela Valdospinos Játiva
 CC: 100266829-9

DEDICATORIA

Dedico con todo cariño este trabajo, fruto de un perseverante esfuerzo durante mi formación académica; a mi familia, la cual me ha formado con los más altos principios morales y me ha brindado su apoyo incondicional, en especial a una verdadera heroína, mi madre, quien con su ejemplo de coraje y valentía me ha enseñado a ver el lado positivo de todas las circunstancias y especialmente a entender que si en la vida no existirían las adversidades esta no tendría emoción alguna al momento de superarlas, no existirían los sueños y sería monótono vivirla.

A mi abuelita “Bachita” que a pesar de no estar físicamente conmigo, siempre mantengo la hermosa sensación de tenerla a mi lado como mi angelito de la guarda. De seguro estaría orgullosa del logro que hoy alcanzamos juntas.

De igual manera a quien ha soportado muchos desvelos, y con su paciencia ha comprendido que con sacrificios se consiguen las metas, a mi hijo Sebastián, quien con sus dulces besos me dio apoyo y compartió conmigo este sueño para ahora ejercerlo en beneficio de la sociedad.

Gabiota

AGRADECIMIENTO

El más profundo agradecimiento a Dios por bendecirme con una vida tan dichosa, a mis abuelitos que en vida y ahora desde el cielo me dejaron como herencia un legado de lucha y superación, a mi familia quien hizo posible mi formación como persona y profesional.

A mi amado esposo Juan Pablo Vega por tener siempre confianza en mí y sobre todo fue quien me brindó su apoyo en todos los momentos difíciles que hemos pasado, sé que Dios sabrá recompensarnos nuevamente...

A ustedes Papito, Pablo, Erik y Christian grandes seres humanos que forman parte de mi vida y sin duda alguna su presencia tiene un espacio en la realización de este trabajo.

Agradezco también a la Universidad Técnica del Norte, a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, y sobre todo a la gran mayoría de mis profesores, los cuales generosamente compartieron a más de ciencia, experiencias de vida profesional.

A mis compañeros de trabajo y amigos quienes de una u otra manera ayudaron a que esta instancia de mi proyecto de vida se haga realidad.

Gabiota

PRESENTACIÓN

El trabajo de grado que se presenta, expone el desarrollo de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de hospedaje en la parroquia de San José de Chaltura, cantón Antonio Ante, el mismo que se comprende de siete capítulos descritos a continuación:

Capítulo I: Diagnóstico Situacional.- Describe técnicamente la situación actual de la parroquia San José de Chaltura, con el fin de conocer la realidad del sector en lo que ha servicio de hospedaje se refiere, estableciendo cual es la problemática y proponiendo estrategias mediante un análisis externo para aprovechar la oportunidad de negocio.

Capítulo II: Marco Teórico.- Detalla la recopilación de la información de diferentes fuentes bibliográficas y lincográficas, la cual es el sustento técnico - científico que asiste la veracidad y desarrollo del estudio de factibilidad descrito en este documento.

Capítulo III: Estudio de Mercado.- Demuestra un análisis minucioso del comportamiento actual de los elementos del mercado de servicios de alojamiento en la parroquia de San José de Chaltura, analiza: servicio, demanda, oferta, precio, comercialización y publicidad; se sustenta en el análisis de información generada por la investigación de campo y proyecciones.

Capítulo IV: Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto.- Describe en términos económicos la cantidad de servicios a prestarse, se establece cuáles serán los métodos aplicados, la localización del proyecto, el talento humano, y las modelos de infraestructura y tecnología, asimismo se demuestra los montos de inversión para el respectivo análisis de financiamiento.

Capítulo V: Estudio Financiero.- Se presenta la puesta en marcha del proyecto a través de la proyección de ingresos y la proyección de egresos, de estados financieros que serán sometidos a un proceso de evaluación y análisis para determinar el nivel de viabilidad y sostenibilidad de

la microempresa de servicios de hospedaje “La Posada” cabañas & comida.

Capítulo VI: Estructura Organizacional.- Se determina de acuerdo a la matriz de cruces estratégicos del diagnóstico externo para plantear la misión, visión, objetivos, principios y valores con que operará, la estructura orgánica y funcional, y las estrategias que se aplicará para conseguir los objetivos propuestos.

Capítulo VII: Análisis de Impactos.- Se establece en un análisis ampliado de los posibles problemas sociales, económicos, turísticos y ambientales que podrían generarse debido a la prestación del servicio de hospedaje, con el objeto de definir el impacto general que el proyecto provocaría en la parroquia de San José de Chaltura.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xiii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxii
ÍNDICE DE IMÁGENES	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxiv
JUSTIFICACIÓN	xxv
OBJETIVOS	xxvii
Objetivo general.....	xxvii
Objetivos específicos	xxvii
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes	28
Justificación	29
Objetivos diagnósticos	31
Objetivo general.....	31
Objetivos específicos	32
Variables diagnósticas	32
Indicadores.....	32

Matriz de relación	33
Análisis de variables diagnósticas	34
Características del sector.....	34
Referencias geográficas	42
Aspectos demográficos	44
Situación socio-económica	45
Análisis del entorno	47
AOOR del diagnóstico.....	47
Cruces estratégicos AOOD	50
Problema diagnóstico.....	51
CAPÍTULO II.....	54
MARCO TEÓRICO.....	54
Empresa.....	54
Clasificación y características de la Pequeña, Mediana y Gran Empresa.....	55
La microempresa.....	55
Características de la microempresa.....	56
Importancia de las PYMES en el Ecuador.....	57
El mercado	59
Definición de contabilidad.....	60
Contabilidad general	60
Contabilidad hotelera	60
Presupuesto	60
Contabilidad de costos	61
Elementos del costo	61
Costos indirectos de fabricación	62
Recursos financieros	62
Estados financieros	62
Balance general.....	63
Estado de resultados.....	63
Indicadores de evaluación financiera.....	63
Flujo de caja.....	63
Valor presente neto (VAN).....	63
Tasa interna de retorno (TIR)	64
Tiempo de recuperación de la inversión	65

Costo / Beneficio.....	65
Punto de equilibrio (PE).....	65
Estudio de mercado.....	66
Segmentación del mercado	66
La oferta.....	66
La demanda.....	67
El consumidor.....	67
La comercialización.....	68
Producto o servicio	68
Precio	68
Plaza.....	69
Promoción.....	69
Publicidad	69
El turismo.....	69
Gastronomía.....	70
CAPÍTULO III.....	71
ESTUDIO DE MERCADO	71
Objetivos del estudio de mercado	71
Objetivo general.....	71
Objetivos específicos	71
Identificación del servicio.....	72
El servicio	73
Segmentación del mercado	74
Mercado meta.....	75
Mecánica operativa.....	75
Identificación de la población proveedora de servicios de hospedaje en el cantón Antonio Ante.....	75
Identificación de la población.....	75
Identificación de la muestra	76
Tabulación y análisis de la información	77
Análisis de la oferta	93
Proyección de la oferta.....	94
Análisis de la demanda	94
Proyección de la demanda	95

Proyección de la demanda total	97
Determinación de la demanda insatisfecha.....	97
Fijación de la demanda a satisfacer	97
Determinación del precio	98
Precio del servicio.....	98
Precio proyectado.....	99
Canal de distribución	100
Estrategias de comercialización.....	100
Producto o servicio	100
Precio	101
Plaza.....	101
Publicidad y promoción	101
CAPÍTULO IV.....	103
ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	103
Tamaño del proyecto.....	103
Factores que determinan el tamaño de la empresa.....	103
Localización del proyecto	104
Macrolocalización.....	105
Microlocalización	105
Ingeniería del proyecto	106
Proceso del servicio	107
Mobiliario y materiales de la infraestructura	108
Listado de equipamiento	113
Maquinaria y equipo	115
Identificación de los procesos para la prestación del servicio de hospedaje	116
Diagramas de flujo de proceso.....	117
Distribución de la empresa.....	119
Capital de trabajo	121
Resumen de inversiones.....	122
Financiamiento.....	122
CAPÍTULO V.....	123
ESTUDIO FINANCIERO	123
Objetivos.....	123
Objetivo general.....	123

Objetivos específicos	123
Datos de entrada.....	123
Capacidad de hospedaje	124
Plan de inversiones	125
Inversión fija	125
Depreciaciones de activos fijos.....	125
Inversión diferida	126
Ingresos	127
Costo de ventas	128
Gastos.....	128
Gasto administrativo	128
Gasto financiero	129
Estados financieros	129
Estado de situación inicial	129
Estado de pérdidas y ganancias.....	130
Flujo de caja.....	131
Valor actual neto	131
Tasa interna de retorno.....	132
Periodo de recuperación de la inversión	132
Índice de Beneficio - Costo.....	132
CAPÍTULO VI.....	133
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	133
Razón social.....	133
Logotipo	134
Conformación jurídica	134
Constitución e inscripción.....	135
Base legal para la constitución.....	136
Base filosófica de la empresa.....	136
Misión	137
Visión.....	137
Políticas.....	137
Sobre las reservas.....	137
Sobre las cancelaciones de las reservas	138
Sobre el pago.....	138

Referente a las niñas y niños.....	138
Mascotas	138
Valores	139
Otras normativas que rigen a la empresa	140
Registro de turismo	141
Ley de Gestión Ambiental	142
Estructura organizacional de la microempresa	143
Organización estructural	143
Niveles propuestos	144
Nivel directivo	144
Nivel auxiliar	145
Nivel operativo.....	145
Organización funcional.....	145
Gerente administrativo.....	147
Recepcionista	147
Cocinero.....	147
Mesero.....	147
Ama de llaves.....	148
Ayudante de servicios	148
CAPÍTULO VII	161
IMPACTOS	161
Principales impactos del proyecto	162
Impacto social	162
Impacto económico.....	164
Impacto turístico	166
Impacto ambiental.....	168
Impacto general del proyecto.....	171
CONCLUSIONES	172
RECOMENDACIONES.....	174
BIBLIOGRAFÍA	176
LINKOGRAFÍA INTERNET.....	179
ANEXOS	181
Anexo N° 1.....	182
Anexo N° 2.....	183

Anexo N° 3.....	188
-----------------	-----

ÍNDICE DE CUADROS

1. Matriz diagnóstica.....	34
2. Servicios básicos.....	38
3. Red vial que conecta a la parroquia	39
4. Rama de actividad y sexo de la parroquia	40
5. Paraderos de la parroquia de San José de Chaltura.....	41
6. Densidad Poblacional de la parroquia.....	43
7. Población Parroquial por Sexo %	44
8. Grupo de edad de la parroquia	45
9. Tasa de Auto identificación en la parroquia en %	45
10. Establecimientos educativos de la Parroquia de Chaltura	46
11. Población económicamente activa	46
12. Tasa global de participación laboral	47
13. Clasificación de las empresas	55
14. Simbología de la muestra.....	76
15. Género de los encuestados	77
16. Edad de los encuestados.....	78
17. Lugar de procedencia	79
18. Ocupación de los encuestados	80
19. Condiciones para el turista.....	81
20. Frecuencia.....	82
21. Permanencia.....	83
22. Motivos de visita.....	84
23. Que le ha llamado la atención	85
24. Zona de interés.....	86
25. Costo de la visita.....	87
26. Paquetes turísticos.....	88
27. Infraestructura adecuada	89
28. Implementación de alojamiento.....	90

29. Servicios del alojamiento	91
30. Pago por servicios de hospedaje	92
31. Establecimientos de servicio de hospedaje en Antonio Ante	93
32. Proyección de la demanda	96
33. Proyección de la demanda total	97
34. Demanda insatisfecha	97
35. Demanda a cubrir	98
36. Precio actual de los servicios	99
37. Proyección de precios del servicio.....	99
38. Proyección de precios entre el año 1 y el año 5	99
39. Equipos de cómputo.....	113
40. Muebles y enseres	114
41. Equipos	115
42. Suministros de oficina.....	115
43. Insumos de limpieza	116
44. Capital de trabajo	121
45. Inversión total	122
46. Estructura del financiamiento	122
47. Datos aplicados en el proyecto	124
48. Capacidad de la hostería	124
49. Inversión fija del proyecto	125
50. Depreciaciones	126
51. Activos diferidos	126
52. Inversión total del proyecto	127
53. Total de ingresos por servicios	127
54. Costo de ventas	128
55. Gasto administrativos.....	128
56. Tabla de amortización.....	129
57. Estado de Situación Inicial.....	129
58. Estado de Pérdidas y Ganancias	130
59. Flujo de caja.....	131
60. Valor actual neto	131
61. Tasa interna de retorno.....	131
62. Período de Recuperación de la Inversión.....	132

63. Valoración de impactos.....	161
64. Impacto social	162
65. Impacto económico	164
66. Impacto turístico	166
67. Impacto ambiental.....	168
68. Clasificación y almacenamiento de desechos	170
69. Impacto general del proyecto.....	171

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Porcentaje del género de los encuestados	77
2. Porcentaje de la edad de los encuestados.....	78
3. Porcentaje de la procedencia de los encuestados	79
4. Porcentaje de la ocupación de los encuestados.....	80
5. Condiciones para el turista.....	81
6. Frecuencia.....	82
7. Permanencia.....	83
8. Motivos de visita.....	84
9. Que le ha llamado la atención.....	85
10. Zona de interés.....	86
11. Costo de la visita.....	87
12. Paquetes turísticos.....	88
13. Infraestructura adecuada	89
14. Implementación de alojamiento	90
15. Servicios de alojamiento	91
16. Pago por servicios de hospedaje	92
17. Análisis de la demanda	95
18. Proceso productivo de atención al cliente.....	117
19. Proceso productivo de hospedaje.....	118
20. Proceso productivo de alimentación	119
21. Plano de distribución de la empresa.....	120
22. Organigrama estructural propuesto.....	144
23. Organigrama funcional propuesto.....	146
24. Perfil Gerente	149
25. Funciones y responsabilidades Gerente	150
26. Perfil recepcionista.....	151
27. Funciones y responsabilidades Recepcionista	152
28. Perfil cocinero	153
29. Funciones y responsabilidades Cocinero	154
30. Perfil mesero	155
31. Funciones y responsabilidades Mesero.....	156
32. Perfil Ama de llaves.....	157

33. Funciones y responsabilidades Ama de llaves.....	158
34. Perfil Ayudante	159
35. Funciones y responsabilidades Ayudante	160
36. Clasificación y almacenamiento de desechos	170

ÍNDICE DE IMÁGENES

1. Macrolocalización de la Parroquia de Chaltura	105
2. Croquis de ubicación de la microempresa	106
3. Razón social.....	134
4. Misión	137
5. Visión.....	137

INTRODUCCIÓN

Hace más de 30 años la parroquia de San José de Chaltura se dio a conocer a nivel provincial, gracias a un importante emprendimiento productivo e innovador, la comercialización del cuy, herencia gastronómica del Cacique Shaltura desde los tiempos del Reino Shiry Cacha y posteriormente de nuestros abuelos.

Con el paso de los años la afluencia de turistas ha crecido enormemente, ya que este atractivo culinario ha permitido que los pobladores de este pequeño valle incursionaran en este negocio, tal es así, que los establecimientos existentes en la parroquia muchas veces no son suficientes para atender a la demanda de clientes que acuden a este rincón del país para degustar de este plato típico, es por ello que actualmente se identifica esta parroquia a nivel nacional e internacional como “la capital mundial del cuy”.

La implementación de la microempresa de servicios de hospedaje “La Posada” Cabañas & Comida, está encaminada a brindar una atención personalizada a los turistas que visitan este sector, ofreciendo además del servicio principal que es alojamiento, la oportunidad de degustar de la gastronomía propia de la zona norte del país, de esta manera el portafolio de servicios será variado e innovador.

El estudio de factibilidad se enfoca a ofertar otro tipo de servicio con el cual se pretende posicionar a la parroquia como uno de los lugares más visitados y atractivos del país, enfocando estrategias de mercadeo que retribuyan económicamente a la microempresa, tomando en cuenta que la parroquia de San José de Chaltura ha sido beneficiada ya que es un paso de acceso obligatorio a la ciudad del conocimiento “Yachay”, ubicada en el cantón de Urcuquí, esta circunstancia sin duda, genera la oportunidad para mejorar e innovar servicios de calidad con calidez, mediante los cuales se fomentará el desarrollo económico-social de este valle hermoso.

JUSTIFICACIÓN

La creación de la microempresa de servicios de hospedaje “La Posada” Cabañas & Comida en la parroquia de San José de Chaltura contribuirá fundamentalmente en el desarrollo económico y turístico del sector que evidentemente no ha sido explotado en este bello lugar del Ecuador, donde gracias a sus paisajes y bondadoso clima crece cada vez la afluencia de turistas nacionales y extranjeros quienes buscan apartarse del asfalto de la ciudad para relajarse y degustar los manjares de esta tierra.

La implementación de la microempresa de servicios de hospedaje es factible desde el punto de vista económico debido a que se pretende generar beneficios cliente - empresa permitiendo satisfacer las necesidades de los clientes ante su requerimiento de alojamiento, brindando varios servicios encaminados a potencializar el turismo y a su vez incrementar el margen de utilidad para la empresa al brindar no solo un tipo de servicio, sino aplicar como política la diversificación de productos para atraer al cliente y disminuir riesgos al no estar sujeto a la prestación de un solo tipo de servicio.

Con la diversificación del sector empresarial el desarrollo económico de la zona se verá considerablemente beneficiado generando significativos réditos. Manejando esta estrategia de transformación turística relacionada con la gastronomía del sector que mantiene numerosa competencia, se incursiona en el sector de servicios de hospedaje permitiendo ofrecer un servicio con la cualidad de ser pionero en la zona.

Es factible desde el punto de vista humano debido a que en la parroquia y en el cantón existe la oportunidad de contar con talento humano capaz y eficiente. La microempresa generará fuentes de trabajo directas como indirectas, siendo el talento humano propio de la zona el principal beneficiado de las fuentes directas al obtener trabajo digno, capacitaciones permanentes y excelentes remuneraciones que además de contar con beneficios de ley. De igual

manera, en las fuentes indirectas se benefician personas que cuentan con su pequeño negocio o microempresa, tal es el caso de agricultores, proveedores de productos de aseo y limpieza, artesanos de la zona que elaboran adornos en madera y bordados.

La microempresa ofrecerá además servicios con valor agregado con el fin de satisfacer las diversas exigencias de sus clientes, para ello se brindará el espacio ideal para realizar fogatas, camping y agroturismo, actividades que permiten al cliente encontrarse con la naturaleza en un ambiente seguro y tranquilo. La operación de la microempresa estará basada en principios de responsabilidad social enfocados en generar impactos positivos aportando al mejoramiento del desarrollo social, permitiendo cubrir necesidades insatisfechas y otorgar mayores comodidades.

OBJETIVOS

Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de hospedaje “La Posada” Cabañas & Comida, en la parroquia de San José de Chaltura, cantón Antonio Ante, para satisfacer las necesidades de los turistas, tendencias que aumentan debido a los atractivos de la zona.

Objetivos específicos

- Elaborar un diagnóstico situacional de la parroquia de San José de Chaltura con la finalidad de conocer las características de la zona donde se desea desarrollar el proyecto.
- Realizar un marco teórico que respalde el proyecto mediante la investigación documental y bibliográfica.
- Elaborar un estudio de mercado que permita identificar la demanda insatisfecha, considerando aspectos como: oferta, demanda, precios, servicios específicos.
- Realizar un estudio técnico que permita cuantificar la viabilidad del proyecto.
- Efectuar el estudio de factibilidad financiera para la instalación de una microempresa de servicios de alojamiento y alimentación, y determinar la viabilidad del proyecto.
- Diseñar la estructura organizacional para la implementación de una microempresa de servicios de hospedaje “La Posada” cabañas & comida.
- Definir los impactos más relevantes para prevenirlos a futuro y aprovechar las oportunidades.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El crecimiento del cantón Antonio Ante y de la parroquia de San José de Chaltura en los últimos 10 años ha dado como consecuencia que se presenten diferentes cambios, lo que ha producido el desarrollo de varias actividades cotidianas como la gastronomía, las artesanías y la agricultura, debido a las favorables condiciones climáticas.

Uno de los aspectos importantes es la creación de microempresas, como paraderos gastronómicos turísticos con la especialidad de platos típicos de cuy, lo que ha producido que muchos de los turistas que llegan a la provincia visiten la parroquia de San José de Chaltura. No cabe duda que esta actividad económica y comercial se ha convertido en la principal fuente de ingreso de varias familias del sector e indirectamente de la población.

El crecimiento constante de la parroquia ha incrementado la visita de turistas, factor que incide en el aumento de todas las necesidades de los servicios públicos y privados, es por este motivo se realiza un diagnóstico de las oportunidades que existen, por la falta de un servicio de hospedaje, como crear el mismo, dotar de infraestructura tomando en cuenta que a la parroquia llegan turistas nacionales y extranjeros, este diagnóstico nos permite determinar la dificultad de los turistas al conseguir un servicio de alojamiento dentro de la parroquia.

Ubicada la problemática es necesario precisar mediante un estudio diagnóstico como diseñar la estructuración de actividades, utilizando los elementos propios del entorno de la parroquia para captar y generar un atractivo para los visitantes, además de implementar nuevas plazas de trabajo para quien la habitante, con la identificación del manejo adecuado de los

recursos, de la cultura y de la gastronomía que nos permite establecer de forma contundente la necesidad de crear una microempresa de servicio de hospedaje, que brinde a los clientes confort y que esté interrelacionado con la gastronomía. Debemos además, determinar el éxito de la implementación del proyecto en su totalidad con el diagnóstico situacional, buscando fortalecer el desarrollo económico, productivo y cultural de la parroquia.

El logro del objetivo general dependerá del análisis que se realice a las necesidades que tenga el visitante y la parroquia referente a la creación de una microempresa de servicios de hospedaje, dejando en claro qué se quiere obtener, garantizando además la sustentabilidad y sostenibilidad del proyecto.

1.2. Justificación

En la actualidad los proyectos deben tener sustentabilidad y sostenibilidad en el uso adecuado de sus recursos, con este enfoque la realización de ésta investigación se encuentra enfocada a aprovechar la oportunidad que se observa en la parroquia de San José de Chaltura al no contar con el servicio de hospedaje.

Se ha palpado la necesidad de que exista servicio de alojamiento y dar un valor agregado al mismo, utilizando elementos propios del entorno para captar y generar atracción de los clientes nacionales y extranjeros, tomando en cuenta que la provincia se caracteriza por ofrecer diversidad en hoteles, hosterías, hostales, cabañas y residenciales gracias a la visita masiva de turistas que lo demandan.

La creación de una microempresa de servicio de hospedaje es una oportunidad que permitirá dar a conocer el desarrollo de la parroquia, así como generar plazas de trabajo para gente del sector, demostrando de ésta manera la calidez y hospitalidad de la gente chaltureña, además se ha identificado que el uso adecuado de los recursos naturales, cultura y gastronomía

promueve el adelanto económico, turístico, social que indudablemente mejorará la calidad de vida de sus habitantes y por ende generará rentabilidad para sus propietarios. El objetivo de este servicio es brindar confort al cliente, interrelacionando la gastronomía, artesanías y prácticas de agroturismo de tal manera que se dé a conocer el potencial de esta tierra rica en cultura y tradición.

Es importante resaltar por otro lado, que toda idea creativa e innovadora es susceptible de ser implementada y tiene una alta probabilidad de éxito, toda vez que la competencia es inexistente lo que garantiza la demanda del servicio de hospedaje, percibiendo que se estaría brindando un servicio oportuno y de calidad en este campo, debido a que en la parroquia de San José de Chaltura aún no ha sido explotado.

La ejecución del proyecto favorecerá el desarrollo comercial y turístico del sector, por lo que se determina una gama de beneficiarios directos e indirectos tanto en el área social como económica de la parroquia, una de las partes fundamentales del proyecto es socializar con organismos Gubernamentales y No Gubernamentales para la puesta en marcha de la microempresa.

Es necesario mencionar que se desarrollará un estudio diagnóstico para determinar la factibilidad del proyecto, éste se realizará en la parroquia de San José de Chaltura perteneciente al cantón Antonio Ante y con los resultados, se prevé la proyección de implementar más servicios inherentes a fin de generar más plazas de trabajo y rentabilidad.

En un mercado de libre competencia, el consumidor o comprador es quien tiene la decisión final sobre el éxito o fracaso de un producto o servicio, por esta razón, se pretende llegar al cliente ofreciendo el servicio de hospedaje de calidad, que satisfaga su necesidad inmediata.

El estudio realizado también nos ayudó a definir el ambiente en el que las personas les agradaría hospedarse fusionando lo tradicional con el buen gusto, la calidez de la gente con la sazón característica de la zona, detalles que son de gran importancia en el momento de aplicar estrategias para competir.

La ejecución de este proyecto beneficiará de forma directa al inversionista, al personal que ha de prestar sus servicios en la nueva microempresa e indirectamente a los artesanos, productores agrícolas y de cárnicos de la parroquia, por la existencia de un nuevo demandante.

La unidad empresarial cooperará en forma directa con la disminución del desempleo y subempleo en la parroquia de San José de Chaltura que oscila entre el 9,6% de desempleo y del 68% de subempleo, de acuerdo a fuentes del INEC y de los estudios realizados en la investigación.

En el aspecto de la comercialización de los servicios se realizará la venta directa al cliente, buscando además nuevos canales de distribución, estableciendo políticas y estrategias de publicidad y promoción, que permita una correcta introducción de la microempresa y su servicio al mercado, afianzando un crecimiento sostenido y equilibrado en el tiempo.

1.3. Objetivos diagnósticos

Ha sido necesario determinar una serie de objetivos diagnósticos, los cuales permitieron que la investigación de campo tenga claramente identificado lo que persigue.

1.3.1. Objetivo general

- Elaborar un diagnóstico situacional de la parroquia de San José de Chaltura con la finalidad de conocer las características de la zona donde se desea desarrollar el proyecto.

1.3.2. Objetivos específicos

- Analizar las características del sector donde se desarrollará la investigación.
- Estudiar el área de ubicación geográfica.
- Establecer los datos demográficos del área de influencia del proyecto.
- Evaluar los aspectos socio-económicos del área.

1.4. Variables diagnósticas

Se cree conveniente para el presente diagnóstico, captar información sobre la base de aspectos generales bajo la denominación de variables diagnósticas, mismas que son:

- Características del Sector
- Referencias Geográficas
- Aspectos Demográficos
- Situación Socio-Económica

1.5. Indicadores

Si bien es cierto las variables antes mencionadas determinan los ámbitos de la investigación de campo, para lo cual será necesario determinar sub aspectos o indicadores que permitan emitir juicios de valor de cada una de las variables; por lo tanto para cada variables se plantea los siguientes indicadores:

Variable 1: *Características del Sector*

Indicadores: Datos históricos

Cultura e identidad

Servicios básicos

Vías de acceso

Potencialidades

Variable 2: *Referencias Geográficas*

Indicadores: Ubicación

Superficie

Límites

Clima

Barrios

Variable 3: *Aspectos Demográficos*

Indicadores: Estadísticas

Género

Grupos de edad

Autoidentificación

Variable 4: *Situación Socio-Económica*

Indicadores: Fuentes de empleo

Nivel de educación

Actividades económicas

1.6. Matriz de relación

La matriz de relación diagnóstica relaciona los componentes del diagnóstico anteriormente manifestados, con la técnica de investigación científica, que permitirá captar la información deseada de cada indicador, así como también relacionarlo dicha técnica con la fuente que nos brindará la información, por tal motivo a continuación se presenta la siguiente matriz que nos permite visualizar y operativizar la investigación de campo.

Cuadro N° 1**Matriz diagnóstica**

OBJETIVOS DIAGNOSTICO	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN
Elaborar un diagnóstico situacional con la finalidad de conocer las características de la zona donde se desea desarrollar el proyecto.	CARACTERISTICAS DEL SECTOR	Datos históricos	INEC 2010	Documento PDOT Chaltura 2011
		Cultura e Identidad		
		Servicios básicos		
		Vías de acceso		
		Potencialidades		
Analizar el área de ubicación geográfica de la investigación.	REFERENCIAS GEOGRÁFICAS	Ubicación	INEC 2010	Documento PDOT Chaltura 2011
		Superficie		
		Límites		
		Clima		
		Barrios		
Establecer los datos demográficos del área de influencia del proyecto	ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	Estadísticas	INEC 2010	Documento PDOT Chaltura 2011
		Género		
		Grupos de edad		
		Autoidentificación		
Evaluar los aspectos socio-económicos de la parroquia de San José de Chaltura	SITUACIÓN SOCIO-ECONÓMICA	Actividades económicas	INEC 2010	Documento PDOT Chaltura 2011
		Nivel de educación		

Elaboración: La Autora

1.7. Análisis de variables diagnósticas**1.7.1. Características del sector****1. Antecedentes históricos**

Cuenta la historia que en las tierras del norte de Atuntaqui habitaba una tribu denominada “Takis”, al cacique de este pueblo se le conocía como “Shaltura” por este motivo se conocía como LAS TIERRAS DEL CACIQUE SHALTURA, nombre que se pronunció hasta el año de 1890, posteriormente se cambia el nombre a CHALTURA palabra que viene de dos voces: una de origen quechua Shal o Chal que significa charco, ciénega o pantano y la otra palabra castellana altura o sea lugar alto donde existe un charco.

Durante el reinado de Shiry Cacha, Chaltura era lugar de refugio y descanso de los

caciques y se conectaban con Hatuntaqui, Agualongo, Ilumán, Otavalo, Mojanda, San José de Minas y la capital del Reino de Quito, (Quitú), por medio del denominado Camino Real. Chaltura, no es únicamente es un pedazo de suelo, ni tampoco la suma de individuos de diferentes caracteres que viven en su localidad, “Chaltura” más bien es un conjunto armónico de gente, sentimientos, costumbres, tradiciones, actuaciones patrióticas, trabajo tesonero que irradia con luz propia el ejemplo de su acción bienhechora y el amor que de cerca o lejos tributan sus hijos a ésta madre (tierra) bondadosa, que sin esperar nada a cambio acoge a sus hijos prodigando sus encantos.

Con el pasar del tiempo la tierra que hoy se conoce como San José de Chaltura pasó por varios propietarios, uno de ellos y tal vez uno de los más importantes era el señor José Ignacio Gangotena, e por el año de 1926 decidió parcelar y vender a los pobladores la hacienda “La Violeta” y los sectores de “San Ricardo” y “Los Isales” para formar el caserío de Chaltura, el mismo traza la futura parroquia dejando los espacios necesarios para las calles, dona los terrenos para la Iglesia, el Convento, la Plaza Central y la Escuela. El 9 de noviembre de 1932 Monseñor Alejandro Pasquel Monge Obispo de la Diócesis de Ibarra resuelve elevar al caserío de Chaltura a la categoría de Parroquia Eclesiástica, designando como Patrono de la Parroquia, al Patriarca “San José “; y como primer Párroco, al Rvdo. Padre, Joaquín Santelí Pérez, poseedor de nobles y grandes virtudes, cualidades que sirvieron para guiar a su pueblo por la senda del desarrollo, y sembrando claros valores morales y espirituales.

Con una visión tradicional y hermosamente diseñada por la naturaleza, se levanta airosa forjando diariamente su grandeza, de verdes praderas y campos de luz, cada rincón tiene algo de historia ancestral, tradición y anécdotas, sus casas escondidas entre el follaje verde de los árboles es bañada por las brisas del río Ambi, custodiada por la mama Cotacachi y el taita Imbabura, y cobijada por un cielo generoso que irradia a sus pobladores la suerte de criar hijos

buenos, de trabajo y patrimonio, de mujeres bellas y generosas que todos unidos en un solo palpar, hacen a San José de Chaltura un lugar de regocijo, sueños y esperanzas.

2. Cultura e identidad

Etnia - Cultura Natabuela

Esta cultura es de mediana estatura, dedicada a las labores del campo, se caracteriza principalmente por sus tradiciones y celebraciones culturales, manifestadas en los meses de abril, julio y octubre. No es menos importante lo vistoso y llamativo de su vestimenta, única en el mundo en el que predomina el excelente bordado hecho a mano y que se le puede apreciar con mayor vistosidad en los días festivos del pueblo.

También realizan actividades de beneficio comunal que se las realiza de manera colectiva conocidas como las mingas comunitarias, que son fiestas de trabajo; utilizadas para la construcción de caminos, canales de riego, para apoyarse entre familias en las cosechas, siembras, en la construcción de casas y preparación de matrimonios, donde se manifiesta la solidaridad comunitaria.

A pesar de la descendencia cultural, la parroquia de San José de Chaltura actualmente no lleva el atuendo típico pues con el pasar del tiempo se ha impuesto nueva vestimenta y muy pocos habitantes usan el anaco, sombrero y alpargatas.

La identidad del pueblo ha ganado espacio gracias a las manifestaciones artísticas, dentro de este grupo tenemos las esculturas de madera, asimismo la pintura en murales y cuadros, obras reconocidas por sus acabados de alta calidad.

Idioma

Castellano y Kichwa. Desde hace más de sesenta años el Kichwa ha perdido vigencia y

en la actualidad la mayoría de la población habla solo el Castellano.

A pesar de haber perdido su idioma, el pueblo Natabuela conserva muchos aspectos esenciales de su cultura que los diferencia de los otros pueblos de la zona. Aparte de las formas organizativas, quizá una de sus características más importantes es la vestimenta. Como todos los pueblos de la nacionalidad Kichwa mantienen la minga como forma de cooperación colectiva en el trabajo; así mismo continúa vigente la práctica de la medicina ancestral conocida como Jambi Yachak.

El grupo étnico Natabuela valora la presencia y participación de la mujer en todos los aspectos.

Música

Constituye otro elemento cultural que merece especial mención; en la actualidad cuentan con grupos de música y de danza que han asumido el papel de voceros de una cultura histórica, de una manera de ser y de convivir que debe ser conocida, valorada y difundida.

Economía

Sus actividades económicas se han proliferado por la propia influencia de las ciudades vecinas e incluso de la Capital de la República del Ecuador, ya no es únicamente la agricultura la que prima, es ahora el campo artesanal, agroindustrial, comercial, artístico, otras actividades constituyen la albañilería, pequeños comercios manejados por mujeres y la crianza de animales menores, pero en los últimos tiempos se encuentra en auge la actividad turística, que atrae a personas de diferentes latitudes y estatus, ha contribuido en la difusión de sus cualidades, pues ahora en cualquier parte se oye hablar de Chaltura tan solo en referencia a los famosos cuyes.

3. Servicios básicos

De acuerdo a la observación realizada se constató que los barrios del centro de la parroquia cuentan con los servicios básicos como alcantarillado, eliminación de basura mediante carro recolector, agua potable, luz eléctrica permanente, servicio de telefonía fija, etc., mientras que en los barrios de los alrededores no existe disposición completa de los principales servicios como agua potable racionada y luz pública.

Cuadro N° 2

Servicios básicos

SERVICIOS BASICOS EN LA PARROQUIA DE SAN JOSE DE CHALTURA							
ALCANTARIL LADO	ELIMINACION DE BASURA (carro recolector)	AGUA POTABLE	LUZ ELECTRICA (viviendas)	UTILIZACION focos ahorradores	Servicio telefónico	Uso de gas	Uso de leña
62,95%	86,20%	13,67 m ³	98,43%	85,61%	33,60%	93,98%	5,42%

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

4. Vialidad

La parroquia cuenta con una red vial que conecta a las principales ciudades y cantones de la Provincia con la parroquia de San José de Chaltura, el asfaltado de la principal arteria, así como otros caminos adoquinados y empedrados en muy buen estado permiten a los visitantes llegar con comodidad y observar el hermoso paisaje de la zona.

Cuadro N° 3**Red vial que conecta a la parroquia**

VIAS EXISTENTES SEGÚN SU JERARQUIA FUNCIONAL			
PARROQUIA	TIPO	LONGITUD (km)	%
A MARIN	1er, 2do, 3er, 4to orden	64,29	14,16
ATUNTAQUI		97,87	21,55
CANTÓN URBANO		162,16	35,71
IMBAYA		45,87	10,1
NATABUELA		68,33	15,05
CHALTURA		62,77	13,82
SAN ROQUE		114,98	25,32
CANTÓN RURAL		291,95	64,29
TOTAL CANTÓN		454,11	100

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

5. Potencialidades

La Parroquia de San José de Chaltura como es evidente, es reconocida por el desarrollo del turismo gastronómico, dentro de este aspecto cada paradero ha podido emplear a gente del sector, por lo que es una de las fuentes generadora de trabajo tanto comercial como del talento humano.

En el siguiente cuadro podremos apreciar las principales actividades económicas a las cuales se dedica la población de San José de Chaltura.

Es importante detallar que en estas cifras existen diferencias marcadas entre hombres y mujeres referente a sus actividades, en la rama de la agricultura, ganadería por ser un trabajo que demanda de fuerza, los hombres ocupan un gran porcentaje, en la rama de las industrias manufactureras las mujeres ocupan mayor porcentaje y las otras ramas como construcción, comercialización de productos de la zona ocupan menor representatividad pero no por esto son

relegadas.

Cuadro N° 4

Rama de actividad y sexo de la parroquia

SEXO / PORCENTAJE	Agricultura / Ganadería / Silvicultura y Pesca	Industrias Manufactureras	Construcción	Comercio al por mayor y menor	Enseñanza	Total
Hombre	324	103	76	59	22	789
	41,06%	13,05%	9,63%	7,48%	2,79%	
Mujer	107	123	5	60	25	542
	19,74%	22,69%	0,92%	11,07%	4,61%	
TOTAL	431	226	81	119	47	1331
	32,38	16,98%	6,09%	8,94	3,53	

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

Agricultura

La parroquia de San José de Chaltura cuenta con una variedad de micro climas, estos aspectos climáticos permiten cultivar una diversidad de productos agrícolas de ciclo corto como: maíz, fréjol, arveja, hortalizas, y permanentes entre los cuales tenemos: árboles frutales de limón, mandarina y naranja silvestre, aguacates, tomate de árbol y riñón, chirimoyas, guayabas, manzanas, mandarinas, moras, pepinos, etc., en la zona de Santiago del Rey por ser más abrigado se cultiva la caña de azúcar.

La actividad agrícola por su variedad de cultivos, fortalece la producción generando un flujo comercial agrícola importante para la población, los mismos que son comercializados en mercados internos de la provincia como también en supermercados de elite dentro del país, por citar el más importante SUPERMAXI.

Turismo gastronómico

La afluencia turística, tanto nacional como extranjera, es una actividad bien desarrollada en la parroquia de San José de Chaltura, la cual permite considerables ingresos

tanto para los propietarios de restaurantes, quienes a su vez generan plazas de trabajo, como para el sector de la ganadería con la crianza de cuyes y aves.

Se constata que la principal actividad generadora de ingresos de la parroquia es la agricultura, toda vez que la mayoría de sus pobladores se dedican a esto, pero no se puede dejar de lado al turismo y su gastronomía que a pesar de ser generadora de ingresos solo se reparte en pocas manos.

Además del turismo gastronómico y la agricultura, existen varias actividades inherentes al desarrollo parroquial entre ellas: comerciantes, artesanos, entre otras.

Basándonos al aspecto turístico citado, surge la necesidad de buscar nuevos proyectos para contribuir con el desarrollo turístico de la parroquia, la idea principal es implementar servicios de hospedaje para un descanso placentero, además nos permite dar a conocer al país y al mundo entero la gastronomía típica de esta zona de la provincia.

Cuadro N° 5

Paraderos de la parroquia de San José de Chaltura

ESTABLECIMIENTOS	ACTIVIDAD COMERCIAL	SERVICIOS	
		Nº local	HOSPEDAJE
Alas Asadas	Restautante	1	No
El Chozón	Paradero Turístico	2	No
Hatun Cuy	Paradero Turístico	1	No
La Colina	Paradero Turístico	1	No
La Hornilla	Paradero Turístico	2	No
Rancho San José	Paradero Turístico	1	No
Valle Hermoso	Hostería	1	No
Villa Real	Hostería	1	No
TOTAL		10	0

Fuente: *Patente Municipal*

Elaboración: *La Autora*

En la parroquia de Chaltura existen 10 establecimientos registrados dentro de la actividad comercial turística inmersa en su desarrollo, sin embargo ninguno de ellos brinda servicios de hospedaje.

1.7.2. Referencias geográficas

1. Ubicación

La parroquia rural de San José de Chaltura, pertenece al cantón Antonio Ante de la provincia de Imbabura, está ubicada a 4,509 km de la ciudad de Atuntaqui, y 5,801 km de la capital de los imbabureños Ibarra, está a 128 km de la capital ecuatoriana Quito. Astronómicamente, la cabecera parroquial consta con las coordenadas geográficas 0° 21´ 19” de latitud norte y 78° 11´ 32” de longitud oeste.

2. Superficie

La superficie de la parroquia de San José de Chaltura es de 13.96 km².

3. Límites

La Parroquia de San José de Chaltura se encuentra delimitada de la siguiente manera:

- Al Norte con la parroquia de Urcuquí y en parte con la parroquia de Imbaya.
- Al Sur con la parroquia de San Francisco de Natabuela.
- Al Este con la parroquia Imbaya y con la parroquia de San Antonio, y,
- Al Oeste con la parroquia de Atuntaqui.

4. Clima

Goza de un clima templado y cálido, con una temperatura de 14 a 18° centígrados, la

pluviosidad es de 600 a 800 mm., generalmente existe la presencia de días de moderado calor, noches abiertas y acompañadas de neblina, en esta zona las lluvias son normales con escasas precipitaciones fuertes.

5. Altura

De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 1920 m.s.n.m. y 2200 m.s.n.m.

6. Barrios

San José de Chaltura, es una parroquia rural que la conforman 8 barrios, cada uno liderado por un presidente que los representa y se encarga de la organización y progreso de cada uno de ellos, en coordinación con las autoridades parroquiales y cantorales, esta información se la puede visualizar en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 6

Densidad Poblacional de la parroquia

DENSIDAD POBLACIONAL DE LA PARRQUIA			
BARRIOS/COMUNIDADES	Has	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIONAL
Central	123,75		
El Carmen	122,46		
El Incario	92,87		
El Rosario	229,05		
La Merced de Cobuendo	226,00		
La Violeta	213,28		
Loma de Ramírez	34,38		
San Vicente	253,08		
PARROQUIA	1294,87	3.147	2,43

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

1.7.3. Aspectos demográficos

1. Estadísticas

Según los datos obtenidos del último Censo de Población realizado por el INEC en el año del 2010, la parroquia de San José de Chaltura cuenta con 3.147 habitantes. Constituidos por hombres y mujeres.

2. Género

La población se encuentra definida por su género en el 47,76% de hombres y el 52,24% de mujeres.

Cuadro N° 7

Población Parroquial por Sexo %

PARROQUIAS / CANTON / PROVINCIA / PAIS	HABITANTES	HOMBRES %	MUJERES %	% DEL CANTON
San José de Chaltura	3.147	47,76	52,24	
Cantón	43.518	48,41	51,59	7,23
Provincia	398.244	48,63	51,37	0,79
País	14'483.499	49,56	50,44	0,02

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

3. Edad

En el cuadro podemos evidenciar que del total de la población de la parroquia, el 22,69% está comprendido por niños y niñas de 0 a 11 años, el 12,62% por adolescentes de 12 a 17 años, el 17,57% por jóvenes de 18 a 28 años, el 36,7% por adultos y adultas de 29 a 64 años y un 10,42% por adultos y adultas mayores de 65 años en adelante.

Cuadro N° 8**Grupo de edad de la parroquia**

DESCRIPCIÓN	EDAD	HOMBRE	MUJER	TOTAL	%
Niños / as	0 a 11	350	364	714	22,69
Adolescentes	12 a 17	188	209	397	12,62
Jóvenes	18 a 28	267	286	553	17,57
Adultos / as	29 a 64	548	607	1155	36,7
Adultos / as Mayores	65 a más	150	178	328	10,42
TOTAL		1503	1644	3147	100%

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

4. Auto identificación

De acuerdo a los siguientes datos la población de la parroquia de San José de Chaltura en su gran parte se autoanaliza tener descendencia mestiza, seguida de la raza indígena y blanca.

Cuadro N° 9**Tasa de Auto identificación en la parroquia en %**

PARROQUIA	INDIGENA			AFROECUATORIANO / a AFRODESCENDIENTE			NEGRO/A			MULATO/A			MONTUBIO/A			MESTIZO/A			BLANCO/A			OTRO/A		
	I	H	M	I	H	M	I	H	M	I	H	M	I	H	M	I	H	M	I	H	M	I	H	M
San José de Chaltura	5,1	4,9	5,3	1	0,9	1	0,4	0,6	0,2	0,4	0,6	0,3	0,03	0	0,1	89	88	89	4,2	4,5	4	0,1	0,2	0,1

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

1.7.4. Situación socio-económica**1. Actividades económicas**

Con lo que respecta a este tema, actualmente y según los datos obtenidos de las Asambleas de Planificación Parroquial, se determina que las fuentes de empleo dentro de la parroquia están enfocadas en la agricultura y albañilería en el caso de los hombres, las

artesanías, comercialización de aguacates y otros productos agrícolas en el caso de las mujeres, no obstante el crecimiento del turismo gastronómico ha generado fuentes de trabajo para los pobladores quienes directa o indirectamente están vinculados ya sea con mano de obra directa y como proveedores de productos cárnicos y agrícolas.

2. Nivel de educación

De acuerdo a la investigación realizada, la parroquia de San José de Chaltura cuenta con un establecimiento educativo de gran importancia en su desarrollo, la Unidad Educativa Chaltura dispone de educación inicial, básica y bachillerato, entidad encaminada a fortalecer el sistema educativo de la parroquia.

Cuadro N° 10

Establecimiento educativo de la Parroquia de San José de Chaltura

ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS	FISCAL	%	PARTICULAR	%	TOTAL	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
UNIDAD EDUCATIVA CHALTURA										
Chaltura	1	100	0	0	1	323	53	290	47	613

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

3. Población económicamente activa

Analizamos los resultados obtenidos referentes a la Población Económicamente Activa y la Tasa Global de Participación Laboral de la parroquia de San José de Chaltura.

Cuadro N° 11

Población económicamente activa

PARROQUIAS / CANTON / PROVINCIA / PAIS	POBLACION	HOMBRES	MUJERES	PEA	HOMBRES	MUJERES	%	% H	% M
San José de Chaltura	3.147	1.503	1.644	1.331	789	542	42,29	52,5	32,97
Cantón Rural	22.232	11.874	11.350	9.002	5.525	3.477	38,76	46,53	30,63
Cantón	43.518	22.090	22.420	18.974	10.980	7.994	43,6	49,71	35,66
Provincia	398.244	193.664	204.580	168.734	100.250	68.484	42,37	51,76	33,48
País	14'483.499	7'177.683	7'305.816	6'093.173	3'850.417	2'242.756	42,07	53,64	30,7

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

Podemos observar que la parroquia de San José de Chaltura tiene bajos índices de participación laboral, tanto en relación al total de población así como en relación a la población económicamente activa, todo ello en comparación a lo que sucede en el cantón y provincia.

Cuadro N° 12

Tasa global de participación laboral

PARROQUIAS / CANTON / PROVINCIA / PAIS	HOMBRES %	MUJERES %	TOTAL %
San José de Chaltura	68,43	42,19	54,62
Cantón Rural	65,71	38,63	51,71
Cantón	70,14	46,84	57,99
Provincia	66,01	41,83	53,46
País	68,03	38,44	53,01

Fuente: INEC 2010, PDOT 2011

Elaboración: La Autora

De acuerdo a la tasa global de participación laboral podemos visualizar que tanto hombres como mujeres mantienen una actividad económica con importante porcentaje, asimismo existe una mayor inclusión de las mujeres en el desarrollo económico de la parroquia.

1.8. Análisis del entorno

1.8.1. AOR del diagnóstico

Como parte del diagnóstico externo y luego de haber determinado varias características del entorno donde funcionará el proyecto, a continuación se expone la información recogida sobre los indicadores: Aliados, oponentes, oportunidades, y riesgos, que constituyen el área de influencia que tendrá el nuevo proyecto, de manera que se podrá visualizar la situación general actual y sus posibles estrategias de mejoramiento y proyecciones.

1. Aliados

- El empresario posee gran dinamismo, capacidad y deseos de progresar en el manejo de un negocio.
- Disponibilidad de terreno para construir la infraestructura.
- Capacidad de financiamiento para emprender el proyecto.
- Oportunidad de implementar el negocio
- Manejo de precios competitivos en el servicio de hospedaje
- Amabilidad y honestidad del emprendedor.
- Personal capacitado para la actividad turística
- Disponibilidad de materia prima, mano de obra e insumos.
- Servicio de hospedaje sin explotar en el lugar del proyecto.
- Amplio conocimiento de sistemas contables.

2. Oportunidades

- La parroquia de San José de Chaltura tiene gran cantidad de turistas gracias a su gastronomía típica.
- Al implementar un negocio que brinde servicios de hospedaje permitirá generar plazas de trabajo a personas del sector.
- No existe oferta del servicio de hospedaje.
- Existen organizaciones que apoyan la creación de microempresas.

- Nueva alternativa de servicio para la provincia.
- Facilidad de publicidad en el sector y fuera de él.
- Ubicación estratégica del negocio.
- Clima apropiado para esta actividad.
- Obtener la licencia como artesano calificado.
- Opciones en el servicio de hospedaje, recreación y gastronomía.
- Existencia de proveedores locales de materia prima e insumos.
- Mejorar el desarrollo económico, social y cultural de la parroquia de San José de Chaltura.
- Vías de acceso en buen estado.

3. Oponentes

- Se analiza la posible oferta a nivel parroquial y cantonal, donde existen cinco establecimientos de hospedaje en la parroquia de Natabuela, uno en la parroquia de Andrade Marín, tres en la ciudad de Atuntaqui, sin embargo por su target al que están dirigidas no constituyen una competencia directa ya que los precios por los servicios ofertados o son muy bajos o muy altos.
- Dos en la parroquia de San José de Chaltura que a pesar de ser hosterías no cuentan con el servicio de hospedaje.
- Políticas económicas financieras gubernamentales.
- Mala competencia.
- Altas tasas de interés de instituciones financieras.

- Mano de obra con débil capacitación en el servicio de hospedaje.

4. Riesgos

- Poca experiencia en el negocio que por su naturaleza exige calidad.
- Inicio de operaciones administrativas y financieras.
- El emprendedor del proyecto corre con el riesgo de la inversión y es su responsabilidad aplicar las medidas específicas para cumplir los objetivos propuestos.

1.8.2. Cruces estratégicos AOOD

1. Cruce AO - Aliados Oportunidades

- Aprovechar la afluencia de turistas gastronómicos que tiene la parroquia de San José de Chaltura como efectiva oportunidad para implementar una microempresa de servicios de hospedaje, mediante la cual se generen plazas de trabajo, apoyando al desarrollo económico, productivo, social y cultural sustentable.
- Crear una microempresa para generar oferta de este servicio ya que no existe en la parroquia, esto permite ampliar el portafolio de servicios aplicando precios competitivos que incluyan valor agregado.
- El buen estado de las vías de acceso permite el fácil desplazamiento de los clientes ya que la ubicación del proyecto es claramente estratégica.
- Poner en práctica los conocimientos contables que permitan cuantificar el ingreso de cada servicio generado, constituyéndose en un elemento fundamental para la programación presupuestaria para cada ejercicio financiero de la microempresa.

2. Cruce AR - Aliados Riesgos

- Analizar correctamente la operatividad del proyecto para evitar inversiones irreales e inadecuadas.
- Aprovechar las alianzas con las entidades públicas de turismo y comercio a fin de disminuir la escasa capacitación de calidad que la rama del hospedaje requiere.

3. Cruce OO - Oponentes Oportunidades

- Aprovechar la implementación de la microempresa, para introducir en el mercado un servicio novedoso y de factible adquisición.
- Manejar estrategias publicitarias adecuadamente a fin de dar a conocer la particularidad de los servicios que ofrece la microempresa pretendiendo ser competidores honestos.
- Aprovechar el apoyo de organizaciones para formar microempresas de servicios en el sector, permitiendo un crecimiento mutuo tanto de pequeños productores locales como de la microempresa.

4. Cruce OR - Oponentes Riesgos

- Manejar de forma adecuada los servicios que brinda la microempresa de hospedaje a los clientes teniendo en cuenta que la hospitalidad, buen trato, responsabilidad y honestidad contrarrestan la poca experiencia en el negocio.

1.9. Problema diagnóstico

Realizados los cruces estratégicos, se identifica el problema diagnóstico analizando causas y efectos, de tal manera que, queda debidamente establecida una secuencia lógica para poder proponer las soluciones más adecuadas, esto permitirá señalar un proyecto adecuado que

sea factible y real.

En resumen, se puede señalar las oportunidades de crear una microempresa dedicadas al servicio de hospedaje en la parroquia de San José de Chaltura, está dada por las diferentes necesidades que tienen los clientes para tal efecto, son útiles para explotar oportunidades y contrarrestar amenazas, además conjuntamente con la corrección de debilidades podemos seleccionar las alternativas estratégicas más adecuadas que permitan cristalizar los objetivos planteados por la empresa.

Una vez realizado el diagnostico situacional se establece que existen el escenario apropiado para la implementación de una microempresa de servicios de hospedaje aprovechando la afluencia del turismo gastronómico con el que cuenta la parroquia de San José de Chaltura, sin embargo no se ha potencializando aspectos como la cultura de la zona, amabilidad de su gente e interés de progreso, fortaleciendo iniciativas productivas locales.

Tomando en cuenta que la demanda del plato típico de la parroquia de San José de Chaltura se encuentra en constante crecimiento por su alta aceptación, se prevé la expansión de servicios, toda vez que brindar un servicio completo es sin duda una excelente carta de presentación en el mercado nacional e internacional.

Al no existir este tipo de servicios como el hospedaje, se ocasiona que el cliente acuda a otras ciudades, provocando el incremento de costos, pérdida de tiempo y que los operadores hoteleros no tengan competencia significativa y se produzca centralización de servicios.

Débil relación directa con operadoras turísticas por medio de las cuales dar a conocer las bondades de esta tierra rica en gastronomía, cultura y tradición, limitándose únicamente a la comercialización de su plato típico como es “el cuy”.

Por lo tanto, este proyecto propone ciertos aspectos que permitan lograr la inserción de

una nueva actividad comercial en el mercado, manejando procesos estandarizados de calidad, costos de servicio accesibles, y lograr un adecuado retorno de la inversión. Además indirectamente se prevé mejorar el ingreso y calidad de vida de la mano de obra del sector.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

En esencia existen muchas empresas que se dedican al hospedaje y alimentación en el norte del país, no habiéndose logrado a la fecha distinguir cual es modelo adecuado de empresas de hospedaje para las diferentes actividades de turismo en la provincia y en especial en la parroquia de San José de Chaltura.

Las bases teóricas relacionadas con la investigación deben estar enmarcadas en enfoques científicos, criterios de expertos, experiencias de investigación secundaria de los respectivos autores sobre las empresas y en especial de las empresas de hospedaje, su función y administración.

Este tipo de empresas deben buscar el incremento del interés de los clientes, es por esto que varios estudios de campo demuestran que los clientes leales a una determinada marca o compañía son mucho más rentables para la compañía, que crear otros clientes (Schneider, 1998). Un buen servicio post-venta o mejorar la calidad de servicio son ejemplos de estrategias tomadas para mantener clientes.

El objetivo de este trabajo es conocer en qué medida los atributos de la calidad de servicio que perciben los clientes de establecimientos turísticos, fomentan la predisposición a ser un cliente para crear a una microempresa de servicio de hospedaje.

2.1. Empresa

(GARZA, 2011), manifiesta que:

“La empresa es todo ente con vida propia que asociando personas y capital por medio del trabajo en determinado mercado, satisface una o varias necesidades existentes o incentivadas en términos de productos o servicios obteniendo una rentabilidad razonable u obteniendo lo necesario para compensarse por todos los costos agregados y gastos relacionados con el esfuerzo de producción o de servicio”.

Debo decir que la empresa es un conjunto de personas que aportan los recursos que poseen además de sus conocimientos, con un fin de servicio mutuo y de complementación, poniendo en práctica los recursos tecnológicos modernos e invenciones humanas para satisfacer sus necesidades, mediante la unión de esfuerzos bajo una dirección que le permite cumplir sus propósitos y aportar beneficios a la sociedad.

2.1.1. Clasificación y características de la Pequeña, Mediana y Gran Empresa

Cuadro N° 13

Clasificación de las empresas

PEQUEÑA	MEDIANA	GRAN EMPRESA
Se dividen a su vez en:		
Pequeña: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.	Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.	Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
Micro: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos solo se establecen en cuantías muy personales, el número de trabajadores no excede de 10 (trabajadores y empleados).		
Famiempresa: Es un nuevo tipo de explotación en donde la familia es el motor del negocio convirtiéndose en una unidad productiva.		

Fuente: *Investigación propia*

Elaboración: *La Autora*

2.2. La microempresa

Para la revista digital “NUESTRO PRODUCTO ES LA MICROEMPRESA” dice:

“Se define como Microempresa o Pequeña Empresa a aquella empresa que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.

Es la unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho, formales o informales que tiene características como: actividades de producción, comercio o servicios, en los subsectores de alimentos, cerámico, confecciones -textil, cuero y calzado, electrónico, radio y TV, gráfico, químico, plástico, materiales de construcción, maderero, metalmecánica, transporte, restaurantes, hotelería y turismo ecológicos, cuidado de carreteras y otros afines; este tipo de iniciativa que pareciera ser más “estable” o por lo menos no “transitoria”, las cuales son emprendidas por personas generalmente de escasos ingresos, actividades de autoempleo que tengan hasta 10 colaboradores, con un capital de trabajo hasta veinte mil dólares USD \$20.000, que no incluya inmuebles y vehículos que sean herramientas de trabajo.

2.2.1. Características de la microempresa

Se conoce como MY PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

Por lo general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.

- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

2.2.2. Importancia de las PYMES en el Ecuador

En Ecuador, las PYMES han sido históricamente actores importantes en la generación de empleos y proveedores de bienes y servicios básicos para la sociedad. En referencia a su producción, destacan los sectores de: alimentos (20,7%), textil y confecciones (20,3%), maquinaria y equipos (19,9%) y productos químicos (13,3%); generando el 74% de las plazas de trabajo de la PYMES.

Por otro lado, dentro de las PYMES, la microempresa o pequeña empresa es el gran motor de empleo, debido a que provee trabajo a gran parte de los trabajadores de ingresos medios y bajos. En América Latina, este tipo de empresa es la principal fuente de trabajo con alrededor de 57 millones de microempresas, brindando empleo a por lo menos 110 millones de personas. Para el año 2005, en el caso de Ecuador, las microempresas proporcionaron trabajo a un total de 1'018,135 personas, lo cual representó el 25% de la mano de obra urbana. Adicionalmente, de acuerdo a cifras oficiales al 2005, el 33,5% de hogares en áreas urbanas de ingresos medios y bajos contaba con uno o más miembros de la familia con una microempresa.

Con respecto a su definición, la microempresa suele ser de carácter personal o familiar, con enfoque en el área de producción, comercio o servicios que emplean hasta 10 trabajadores y con una administración de carácter independiente. Actualmente, de las 38.000 compañías registradas el 56% (20.428) son consideradas microempresas, de las cuales el 64% se asientan

en las provincias de Guayas y Pichincha, seguidas con el 20% en Azuay, Manabí y Tungurahua y el 15,6% restante en otras provincias.

No obstante, la mayoría de las microempresas opera en la informalidad, debido al tiempo que toma abrir un negocio (65 días) y los procedimientos que estos involucran. A su vez, según el estudio realizado por USAID, de un total de 17.738 microempresarios solo el 25% contaba con un RUC (Registro Único de Contribuyente) y un número similar poseía licencias municipales. Adicionalmente, solo el 20% llevaba registros contables.

Para su financiamiento, la mayoría de microempresarios (67,1%) inicia sus actividades gracias a sus ahorros personales, mientras que los préstamos a familiares o amigos (12,6%) e instituciones financieras formales (8%), suelen ser la segunda fuente de financiamiento utilizada por las microempresas. Es importante resaltar, que el 97% de los microempresarios que solicitaron un crédito, tanto hombres, como mujeres y más pobres mantuvieron la tasa de éxito anteriormente mencionada.

En cuanto al marco legal, la Ley de Fomento de la pequeña industria establecida en 1973, es la encargada de normar al sector de la pequeña empresa. Esta otorga beneficios como exoneración de impuestos, siempre y cuando estos sean calificados por el Comité Interministerial de Fomento para acogerse a los beneficios de la ley. Actualmente, dicha ley busca ser sustituida por la Ley de Creación, Promoción y Fomento de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas, la cual busca simplificar los trámites de la actividad empresarial a través de la Superintendencia de Compañías, Creación de un Consejo Superior de MIPYMES y exoneración tributaria. Sin embargo, en caso de ser aplicada, beneficios como la exoneración tributaria no podrían aplicarse, debido a que dicho beneficio se basa en la ley de beneficios tributarios, la cual fue derogada en el 2007, con la ley reformativa de equidad tributaria.

Finalmente, para lograr generar un ambiente apropiado para la generación y realización

de los negocios entorno a la microempresa, el gobierno deberá proveer seguridad jurídica, libertad de ingreso a las empresas e incentivos tributarios, los cuales serían bases importantes para la creación de una economía dinámica y próspera.

De las bases teóricas consultadas se concluye que las Microempresas son ideas generadas por emprendedores, para mejorar sus ingresos con el ánimo de utilizar las habilidades y destrezas con las que cuentan, en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo.

2.3. El mercado

Linkografía de Rivas Gómez, Víctor (ELEMENTOS DE LA TÉCNICA BANCARIA) manifiesta que:

“En una época de globalización y de alta competitividad de productos o servicios, como lo es en el cambiante mundo del marketing es necesario estar alerta a las exigencias y expectativas del mercado, para ello es de vital importancia para asegurar el éxito de las empresas hacer uso de técnicas y herramientas, una de ellas es llevar a cabo un estudio de mercado, en conjunto con una serie de investigaciones como lo son: competencia, los canales de distribución, lugares de venta del producto, que tanta publicidad existe en el mercado, precios, etc.”

En referencia al concepto de mercado se puede argumentar por mercado al lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

2.4. Definición de contabilidad

2.4.1. Contabilidad general

FERNÁNDEZ C., Eliseo (2009), Definen a la contabilidad como:

“...el arte de anotar, clasificar y abreviar de un modo significativo y en término de dinero, las transacciones comerciales y los sucesos que son generalmente de carácter financiero, lo mismo que la interpretación de los resultados obtenidos” Pág. 33.

Debo manifestar que la contabilidad es una técnica que permite elaborar y presentar la información financiera, de las transacciones comerciales, financieras y económicas realizadas por las entidades comerciales, industriales, de servicios públicos y privados y se utilizan en la toma de decisiones.

2.4.2. Contabilidad hotelera

La contabilidad hotelera permite contabilizar los ingresos que percibe el hotel por la prestación de servicios, es necesario en primer lugar diferenciarlos por áreas principales, de tal manera que facilite el reconocimiento del ingreso de cada servicio al permitir cuantificar por cada departamento o sección que genera ingresos e identificar la importancia de cada servicio respecto del ingreso total; además, constituye un elemento fundamental para la programación presupuestaria para cada ejercicio financiero.

2.4.3. Presupuesto

El presupuesto es un plan integrado y coordinado que se expresa en términos financieros con respecto a las operaciones y recursos que forman parte de una empresa para un periodo determinado con el fin de lograr los objetivos fijados por la alta gerencia.

2.4.4. Contabilidad de costos

La contabilidad de costos es un sistema de información para predeterminar, registrar, acumular, distribuir, controlar, analizar, interpretar e informar de los costos de producción, distribución, administración y financiamiento para el uso interno de los directivos de la empresa.

2.4.5. Elementos del costo

1. Mano de obra

Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados. Se divide en:

a) Mano de Obra Directa:

Son los salarios, prestaciones y obligaciones que den lugar de todos los trabajadores de la fábrica, cuya actividad se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

b) Mano de Obra Indirecta:

Son los salarios, prestaciones y obligaciones que den lugar de todos los trabajadores y empleados de la fábrica, cuya actividad no se puede identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados

2. Materia prima

Son los materiales que serán sometidos a operaciones de transformación o manufactura para su cambio físico y/o químico, antes de que puedan venderse como productos terminados.

Se divide en:

c) Materia Prima Directa:

Son todos los materiales sujetos a transformación, que se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

d) Materiales Indirectos:

Son todos los materiales sujetos a transformación, que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados.

2.4.6. Costos indirectos de fabricación

Son los elementos que intervienen en la transformación de los productos pero no se identifican o cuantifican plenamente con la elaboración de partidas específicas de producción.

2.5. Recursos financieros

Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta la empresa, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser:

- a) Recursos financieros propios, se encuentran en: dinero en efectivo, aportaciones de los socios (acciones), utilidades, etc.
- b) Recursos financieros ajenos; están representados por: prestamos de acreedores y proveedores, créditos bancarios o privados y emisiones de valores, (bonos).

2.6. Estados financieros

Son aquellos que muestran la situación económica de una empresa, la capacidad de pago, el resultado de operaciones obtenidas en un periodo dado; nos permiten analizar la información mediante la cual podemos evaluar la situación económica y financiera de la empresa.

La evaluación financiera se la realiza mediante diferentes estados, entre ellos:

2.6.1. Balance general

Es el documento contable que refleja la situación patrimonial y posición financiera de una empresa, permitiendo al empresario conocer la disponibilidad de dinero en efectivo, cuentas por cobrar y pagar en determinado momento.

2.6.2. Estado de resultados

Permite obtener resultados como utilidad o pérdida en una empresa, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados, a fin de determinar el aumento o disminución en el patrimonio de la empresa.

2.7. Indicadores de evaluación financiera

2.7.1. Flujo de caja

JÁCOME, Walter (2011), expresa que:

“Representa el comportamiento del efectivo en la fase operativa prevista para el proyecto, tomar muy en cuenta que son datos basados en pronósticos o aproximaciones que en ningún momento constituyen certezas o afirmaciones seguras de los posibles ingresos y egresos del dinero”.

Este instrumento financiero permite anticiparnos a futuras utilidades o déficit de efectivo y, de ese modo, poder tomar la decisión de buscar inversiones o financiamiento oportunamente.

2.7.2. Valor presente neto (VAN)

JÁCOME, Walter (2011), manifiesta:

“Representa la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo

presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma”.

Matemáticamente se determina por la siguiente fórmula:”

El valor presente neto es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN=0.

Fórmula:

$$VAN = <Inversión> + \sum FC / (1+i)^n$$

Simbología:

FC → Flujos de caja proyectados

i → tasa de descuento

n → Tiempo de vida útil del proyecto o inversión

VAN positivo, inversión rentable

VAN negativo, inversión no rentable

2.7.3. Tasa interna de retorno (TIR)

JÁCOME, Walter (2011), indica que la Tasa interna de retorno:

“Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en que el VAN = 0”.

La Tasa Interna de Retorno es la tasa que iguala al Valor Presente Neto VPN a cero, este cálculo se utiliza para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos, cuanto mayor sea la Tasa Interna de Retorno de un proyecto, más conveniente será llevar a cabo el proyecto.

Fórmula:

$$TIR = \frac{Ti + Ti(VAN(+)) - VAN(-)}{Ts - Ti}$$

2.7.4. Tiempo de recuperación de la inversión

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial, este indicador financiero permite optimizar el proceso de toma de decisiones en un proyecto.

2.7.5. Costo / Beneficio

Se toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se utiliza en el proyecto, es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.

Fórmula:

$$B = \frac{\sum \text{Ingresos (i)}}{\sum \text{Egresos (i)}}$$

1. Simbología:

\sum Ingresos (i) = Total Ventas Proyectadas

\sum Egresos (i) = Total de Costos y Gastos de Producción Proyectados

$$\text{Beneficio} - \text{Costo} = 1.71$$

2.7.6. Punto de equilibrio (PE)

Es el volumen de ventas en el cual no se obtiene ni pérdidas ni ganancias, en ese punto la empresa únicamente cubre los costos totales, es válido únicamente para el año 1 del proyecto.

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{MC}$$

1. Simbología:

MC → Margen contribución: Precio de Venta (PV) – Costo Variable Unitario (CV)

2.8. Estudio de mercado

Según JÁCOME, Walter (2011) señala que:

“El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no de un producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto”.

Este proceso tiene como finalidad estudiar cómo está estructurado el mercado en el cual se está pensando incursionar para realizar una investigación comercial, la herramienta que se utilizará para esta investigación son las encuestas las cuales buscarán proporcionar información acerca de la oferta y la demanda.

2.8.1. Segmentación del mercado

Es el proceso de dividir, como su palabra lo dice de segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes.

2.8.2. La oferta

Está conformada por el conjunto de proveedores que existen en el mercado y constituye la competencia actual que debe enfrentar el producto o servicio objeto del proyecto, si se trata de un nuevo producto o servicio es importante identificar cuáles son los posibles sustitutos,

para poder comparar con la demanda y se presentan dos situaciones importantes:

- a) Si la oferta es mayor que la demanda es importante determinar mediante una investigación a fondo si existe un nicho de mercado no saturado.
- b) Si la oferta es menor que la demanda, es decir existe una demanda insatisfecha el proyecto es viable.

2.8.3. La demanda

Es la función más importante que se necesita analizar, porque establece quienes van a ser los posibles demandantes del producto o servicio. Existen las siguientes clases de demanda:

- a) Demanda potencial o consumidores potenciales, que corresponde a los identificados en el mercado.
- b) Demanda real que constituye el mercado target o meta al que se quiere llegar.
- c) Demanda efectiva es el nicho de mercado al cual se satisface con el producto o servicio.

2.8.4. El consumidor

Se entiende por consumidor:

“.....al individuo que requiere satisfacer cierta necesidad a través de la compra u obtención de determinados productos, para lo cual debe llevar a cabo algún tipo de operación económica. Estas operaciones pueden ser muy básicas y simples o extremadamente complejas e involucrar a corporaciones de gran tamaño”.

Para que exista un consumidor, siempre tiene que haber otro ente que provea el servicio (proveedor) y un producto u objeto por el cual se establece toda la operación.

2.9. La comercialización

FRAZIER, Grez (2012) expresa que la comercialización es:

“El talento del empresario consiste en identificar cuál o cuáles son los factores que puedan constituirse en las ventajas comparativas ya que éstas son las que le interesan al cliente. En muchos productos el factor precio no es lo que provoca la decisión de compra, con frecuencia es la presentación o la funcionalidad”.

Esta actividad humana abarca todos los procesos que se llevan a cabo para encontrar un producto o servicio que la gente necesite, hacer que los clientes potenciales se den cuenta de que está disponible, lograr que lo deseen y finalmente vendérselo. Existen factores que permiten accionar a la comercialización como son:

2.9.1. Producto o servicio

Es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades.

La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente competitivo.

2.9.2. Precio

Fijar precios competitivos puede ser bastante complicado. Por lo general, precios más altos suponen menor volumen de ventas, precios más bajos implican volúmenes más grandes. Asegúrese de que los niveles de precios cubran sus costos e incluyan un margen de ganancia. Después determine si sus clientes van a querer pagar esos precios en vez de irse a la competencia.

2.9.3. Plaza

Si tiene un tipo de negocio que depende del tránsito de peatones o de aparcamiento adecuado, entonces el lugar de emplazamiento es un factor crítico para el éxito. Tal vez usted tenga un servicio que no se basa en la visita de los clientes a sus instalaciones. En ese caso, el lugar de emplazamiento no es un tema importante. La clave consiste en pensar siempre en los clientes cuando determine dónde van a tener acceso a sus productos y servicios.

2.9.4. Promoción

Piense tácticas que cuesten poco y alcancen a sus clientes propuestos. Si bien los gastos de comercialización son distintos según el tipo de negocio, no tiene por qué gastar una fortuna. En cambio, tómese tiempo para inventar un mensaje o una oferta que les llame la atención y los inspire a desear su producto o servicio.

2.9.5. Publicidad

Es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación. Como una forma de comunicación persuasiva, pretende informar y, sobre todo, convencer a los destinatarios para que actúen de una forma determinada.

2.10. El turismo

Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. El turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual, en forma temporal

con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros.

El Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad, la nuestra Costa, Sierra, Amazonía y Archipiélago de Galápagos, presentan una gran riqueza, convirtiéndose en pilar fundamental para la economía del país.

2.10.1. Gastronomía

Según la Real Academia de la Lengua, gastronomía es el arte de preparar una buena comida, relacionando al hombre con su alimentación, entorno y distintas culturas que existen en la tierra, ya que la gastronomía, está inexorablemente vinculada, a la cultura de un país. Por lo mismo es que podemos señalar, que cada país posee su propia gastronomía. Es así que hablamos de la gastronomía francesa, italiana, china, mexicana, peruana, etc. Todas se han ido popularizando, con el correr de los años, debido no sólo a que sus inmigrantes las han introducido por todo el mundo, sino que también por su excelencia en la preparación de diversos platos que han logrado imponerse, en los distintos paladares nacionales e internacionales.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

De acuerdo a la terminología económica un mercado es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

La presente investigación contiene el levantamiento de encuestas y entrevistas a los turistas que llegan al cantón Antonio Ante, provincia de Imbabura, tomando en cuenta la situación geográfica y sobre todo, que es una provincia comercial gracias al turismo propio de la región y su crecimiento poblacional.

3.1. Objetivos del estudio de mercado

Ha sido necesario determinar varios objetivos para el estudio de mercado, de tal manera, que permitieran que la investigación de campo tenga claramente identificado lo que persigue:

3.1.1. Objetivo general

- Elaborar un estudio de mercado que permita identificar la demanda insatisfecha, considerando aspectos como: oferta, demanda, precios, servicios específicos.

3.1.2. Objetivos específicos

- Establecer y segmentar el mercado objetivo para la comercialización del servicio de hospedaje y la degustación de platos típicos de la zona.
- Determinar la demanda potencial del servicio.

- Analizar la oferta del servicio para realizar las respectivas proyecciones.
- Determinar los precios óptimos de los servicios que brindará la empresa.

3.2. Identificación del servicio

El presente proyecto consiste en un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de hospedaje en la parroquia de San José de Chaltura, perteneciente al cantón Antonio Ante, iniciativa tomada gracias al incremento notable en el turismo gastronómico tradicional que existe en la parroquia, permitiendo de ésta manera el desarrollo económico de su población.

La microempresa brindará el servicio de hospedaje con la finalidad de aprovechar la afluencia de turistas que visitan la parroquia como el cantón, toda vez que dentro del desarrollo industrial que ha conseguido la cabecera cantonal Atuntaqui, se convirtió en un referente industrial de la moda, esto se debe al perfeccionamiento en la producción textil que se lleva a cabo en esta pequeña ciudad, la misma que crece cada año, permitiendo expandir la implementación de industrias a las parroquias aledañas.

Si bien la parroquia de San José de Chaltura cuenta con varios paraderos gastronómicos, ninguno de éstos brinda servicio de hospedaje o alojamiento, encontrando así, esta oportunidad de negocio.

Este servicio ha sido considerado para ser estudiado y dada su factibilidad pueda ser implementado en la zona predeterminada, pero, para tener mayor consistencia y seguridad de las inversiones que se efectúen, se procederá a realizar un estudio de mercado para la creación de esta microempresa de hospedaje.

Mediante un adecuado estudio de mercado, podemos lograr múltiples objetivos para ser

aplicados en la implementación de este servicio, que sin duda alguna, podrá llenar las expectativas de los clientes ya que por su naturaleza tiene un aspecto novedoso y sumamente útil, para esto, se realizará adecuadamente entrevistas y encuestas a los propietarios de paraderos gastronómicos y clientes del mercado potencial de manera que los resultados obtenidos, reflejen la aceptación o rechazo de la propuesta.

Finalmente, contar con la satisfacción de nuestros clientes nos permitirá posicionar en el mercado este servicio de manera que se pueda efectuar, competir honestamente con las demás empresas ofertantes del cantón y la provincia.

3.3. El servicio

Las nuevas modalidades de alojamiento han ido ganando preferencia entre los turistas de todo el mundo, según estudios sobre motivaciones y tendencias, demuestran que un alto porcentaje del mercado turístico se inclina por las formas no tradicionales de hotelería, actualmente proveer una cama y una habitación limpia ya no es suficiente para hacer de la estadía de un huésped una experiencia inolvidable.

En función de este antecedente, proponemos una de las características más importantes del servicio, que es poder brindar a nuestros clientes la calidez, confort, atención personalizada, buscando la posibilidad de que el cliente pueda sentirse como en su casa aun cuando esté de viaje, el contacto directo con el anfitrión permitirá un acercamiento más estrecho a la cultura y costumbres del lugar.

Por ello, la microempresa contará con infraestructura adecuada, la construcción de cabañas debidamente acondicionadas con las comodidades necesarias para un descanso agradable; permitirá al cliente conocer el ecosistema, agroturismo, cultura y tradición de la zona que además, se caracteriza por tener un clima apto para el desarrollo de actividades

agrícolas como sembríos y huertos con árboles frutales para su degustación, rescataremos la gastronomía típica propia de la provincia en el área de restaurante, una pequeña pero tranquila sala de descanso con chimenea, actividades recreacionales como ciclo paseo, caminatas diurnas y nocturnas para conocer la biodiversidad y las historias de la zona, el cliente podrá también optar con área de camping y fogatas, áreas verdes y un pequeño parqueadero, así como participar del agroturismo. Todas estas ideas serán el valor agregado que brindará la microempresa a su servicio principal, un aspecto relevante del negocio es que el valor de los servicios sea accesible al cliente, este objetivo será determinado una vez que se realice el estudio de factibilidad.

Para una mayor difusión de la microempresa, se ha visto necesaria la implementación de una página web que permitirá dar a conocer todos y cada uno de los servicios utilizando la tecnología hacia el mundo entero.

“En turismo no hay una segunda oportunidad; el cliente requiere el mejor servicio y una respuesta a cada necesidad en el momento preciso”.

3.4. Segmentación del mercado

Consideramos como segmentación del mercado, a la división de un universo heterogéneo en grupos por lo menos con una característica homogénea, los criterios que se toman en cuenta para segmentar el mercado en el proyecto de creación de una Microempresa de servicio de hospedaje en la parroquia de San José de Chaltura. La segmentación del mercado trata de concentrar las características concretas que posee nuestro “Target Group”.

Cuando hablamos mercado objetivo y del mercado potencial, indicábamos que éste último podía estar determinado por la demarcación territorial de nuestro mercado, o sea, si vamos a dirigirnos a una sola población, a una comarca, a una provincia, a una región, a una

nación, etc.

En nuestro caso el segmento del mercado al que se aplicó la investigación de campo fue de acuerdo a la variable de la edad de los habitantes en edades comprendidas entre 20 y 50 años, que vistan la parroquia de San José de Chaltura o que pudieren visitar como clientes potenciales, para establecer la demanda del servicio ofrecido.

3.5. Mercado meta

Nuestro mercado meta está relacionado con la influencia que pudiere tener nuestro servicio en el contexto local o seccional este será seleccionado para cubrir sus necesidades, en esta ocasión el servicio de hospedaje alcanza el entorno seccional y para el estudio pertinente se realizará a los turistas que visitan el cantón al que pertenece la parroquia de San José de Chaltura, por lo tanto se ha tomado a los Jefes de Familia como voceros del hogar a los cuales representan, de acuerdo al censo del 2010 realizado por el INEC los hogares a investigar serán 6.075, considerando que la investigación será demasiado grande y la finalidad es optimizar lo posible los recursos a nuestra disposición

3.6. Mecánica operativa

3.6.1. Identificación de la población proveedora de servicios de hospedaje en el cantón

Antonio Ante

Para conocer la población proveedora de servicios de hospedaje, se obtuvo de la base de datos del Departamento de Patentes Municipales del GAD Municipal de Antonio Ante la siguiente información:

3.6.2. Identificación de la población

La población a la que está dirigida la investigación es de 6075 personas que es el

número de la población que conforma los Jefes de Hogar del cantón Antonio Ante.

3.6.3. Identificación de la muestra

En lo que respecta a la identificación muestral, se aplicó la siguiente fórmula, cuya aplicación fue la siguiente:

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

1. Simbología:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

δ^2 = Varianza

Z = Nivel de confianza

E = Error

Cuadro N° 14

Simbología de la muestra

n	Tamaño de la muestra	desconocida
N	tamaño de la población	6075
δ	Varianza	0,25
Z	Nivel de confianza	1,92
E	Nivel de error	0,09

$$n = \frac{6075(1.92)^2 0.25}{0.09^2 (6075-1) + (1.92)^2 0.25}$$

n = 111 encuestas.

Entrevista: Se entrevistó a varios propietarios de establecimientos de servicios de hospedaje en el cantón Antonio Ante, ya que son empresas que se encuentran en el mercado desde hace varias décadas.

3.7. Tabulación y análisis de la información

ENCUESTA PARA JEFES DE HOGAR (TURISTAS) QUE VISITAN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE CHALTURA, CANTÓN ANTONIO ANTE Y SUS ALREDEDORES

Género de los encuestados

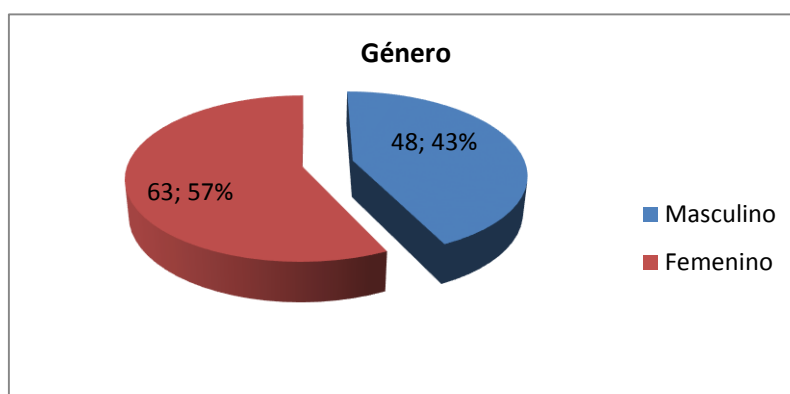
Cuadro N° 15

Género de los encuestados

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculinos	48	48,43%
Femenino	63	63,57%
Total	111	100%

Gráfico N° 1

Porcentaje del género de los encuestados



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

De los resultados examinados podemos determinar que el 63% de los encuestados son personas de sexo femenino y el 47% son personas de sexo masculino, para la investigación se tomó de forma aleatoria a las personas para realizar las encuestas.

Edad de los encuestados

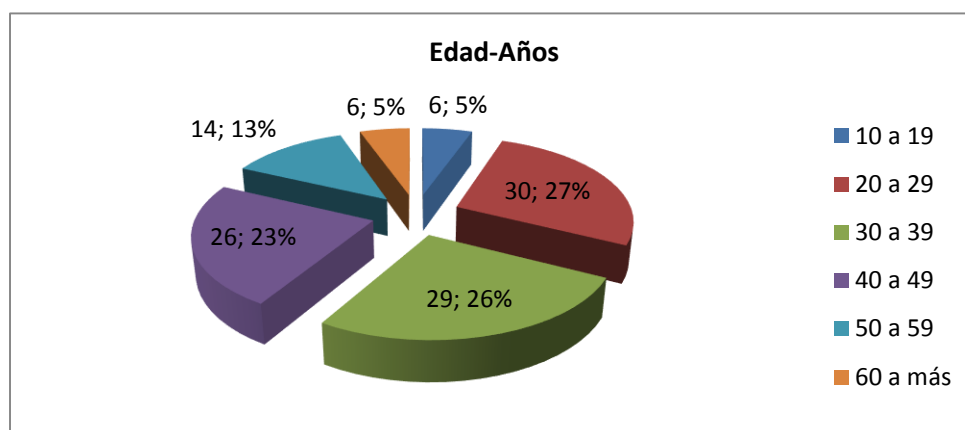
Cuadro N° 16

Edad de los encuestados

VARIABLE EN AÑOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 a 19	6	5,41%
20 a 29	30	27,03%
30 a 39	29	26,13%
40 a 49	26	23,42%
50 a 59	14	12,61%
Más de 60	6	5,41%
Total	111	100%

Gráfico N° 2

Porcentaje de la edad de los encuestados



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

De los resultados obtenidos y como se había manifestado que se realizaría las encuestas de forma aleatoria podemos darnos cuenta que encontramos personas de diferentes tipo de edades comprendidas entre los 19 años y los 65 años quienes son los que tienen poder adquisitivo para adquirir nuestros servicios, aleatoriamente se determina que para adquirir un producto o servicio cada vez se lo hace a temprana edad.

Lugar de procedencia de los encuestados

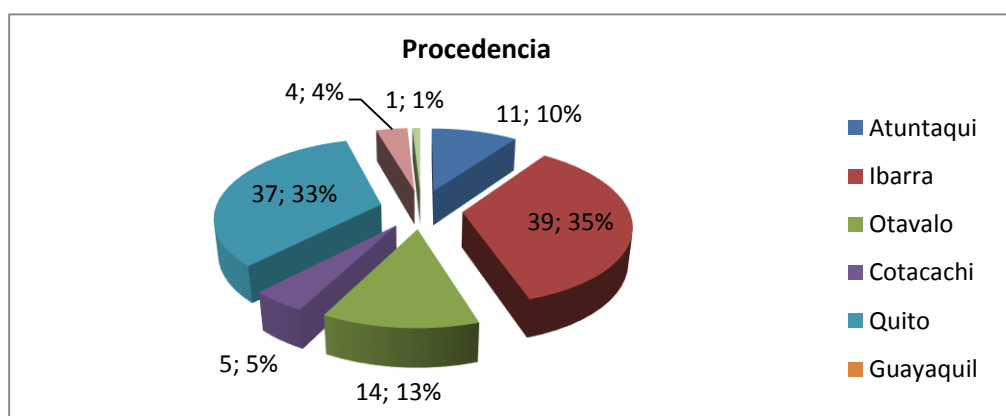
Cuadro N° 17

Lugar de procedencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atuntaqui	11	9,91%
Ibarra	39	35,14%
Otavalo	14	12,61%
Cotacachi	5	4,50%
Quito	37	33,33%
Guayaquil	0	0,00%
Cuenca	0	0,00%
Esmeraldas	4	3,60%
Otros	1	0,90%
Total	111	100%

Gráfico N° 3

Porcentaje de la procedencia de los encuestados



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

Debo manifestar que la mayoría de personas encuestadas son de la ciudad de Ibarra y de la ciudad de Quito, esto permite determinar que en su mayoría visitan el sector de las afueras de la parroquia de San José de Chaltura lo que permite proyectar la demanda del proyecto planteado.

Ocupación de los encuestados

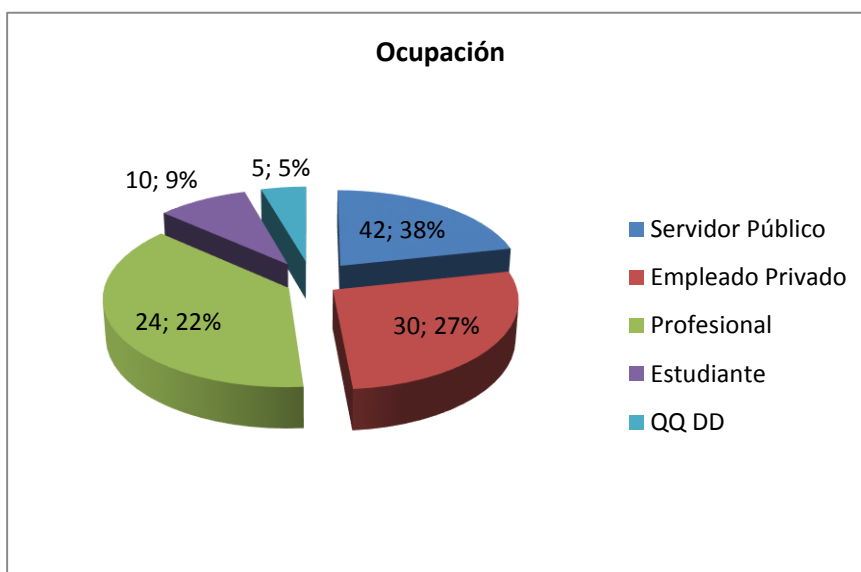
Cuadro N° 18

Ocupación de los encuestados

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servidor Público	24	21,62%
Empleado Privado	30	27,03%
Profesional	42	37,84%
Otros	15	13,51%
Total	111	100%

Gráfico N° 4

Porcentaje de la ocupación de los encuestados



Fuente: Investigación propia

Elaboración: La Autora

Análisis:

Como podemos observar al realizar la recolección de la muestra de forma aleatoria nos encontramos que tenemos personas de diferente ocupación, es así que la mayoría de los encuestados son empleados privados con un 30%, seguido del sector público con el 24%, este resultado permite conocer de qué sector económico provienen los encuestados.

1. **Considera que la parroquia de Chaltura es una localidad que presenta condiciones favorables para el turista.**

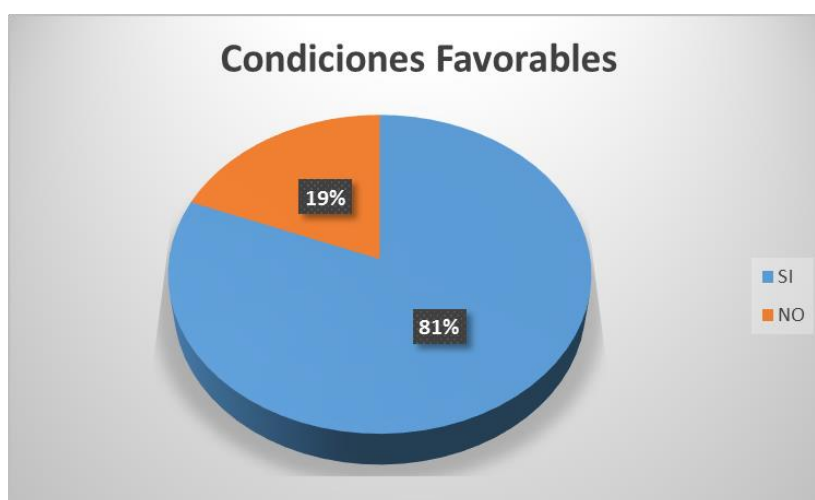
Cuadro N° 19

Condiciones para el turista

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	90	81,08%
NO	21	18,92%
Total	111	100%

Gráfico N° 5

Condiciones para el turista



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

De los turistas encuestados, el 81% de las personas manifiestan que ven como un destino turístico a la parroquia de San José de Chatura, en consecuencia, las personas encuestadas encuentran condiciones favorables para quienes visiten esta zona, formando una cadena de promoción positiva que permita transmitir las bondades y sus atractivos.

2. Con qué frecuencia visita esta zona?

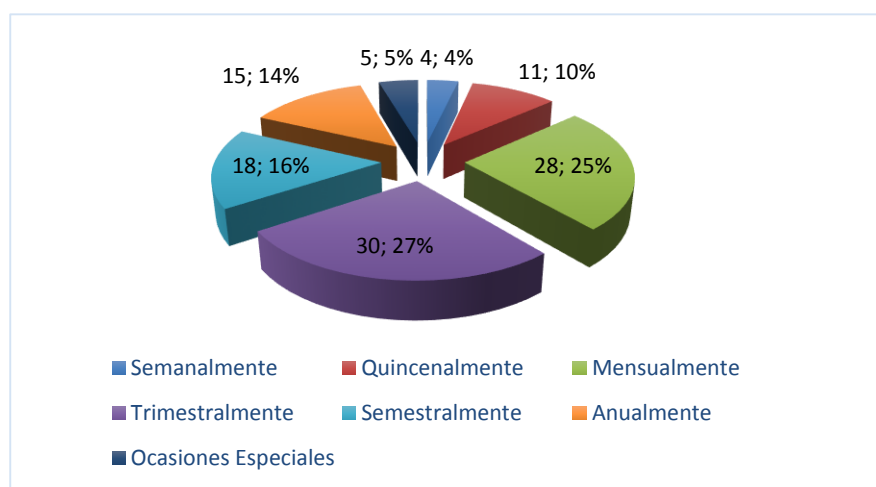
Cuadro N° 20

Frecuencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanalmente	4	3,60%
Quincenalmente	11	9,91%
Mensualmente	28	25,23%
Trimestralmente	30	27,03%
Semestralmente	18	16,22%
Anualmente	15	13,51%
Otros	5	4,50%
Total	111	100%

Gráfico N° 6

Frecuencia



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

De acuerdo a los resultados podemos determinar que el 30% de los encuestados frecuentan la parroquia de San José de Chaltura trimestralmente, así como el 28% la visitan mensualmente, sin embargo podemos aprovechar las actividades complementarias para dar a conocer lo que implica el desarrollo económico del sector enfocando el beneficio que recibe el turista.

3. ¿Cuánto tiempo permanece de visita?

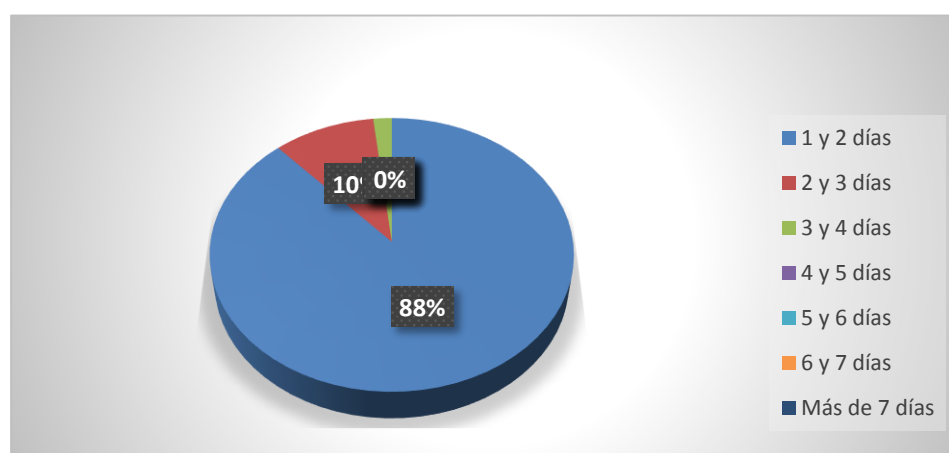
Cuadro N° 21

Permanencia

VARIABLE EN DÍAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 y 2	98	88,29%
2 y 3	11	9,91%
3 y 4	2	1,80%
4 y 5	0	
5 y 6	0	
6 y 7	0	
Más de 7 días	0	
Total	111	100%

Gráfico N° 7

Permanencia



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

El 88% de los encuestados manifestaron que permanecen de 1 a 2 días en la parroquia de San José de Chaltura, ya que llegan, se alimentan o realizan visitas y regresan a sus hogares por la ausencia de hospedaje y por el desconocimientos que tienen acerca de otras actividades que pueden realizar en la zona.

4. Por qué motivos está visitando la Parroquia de Chaltura?

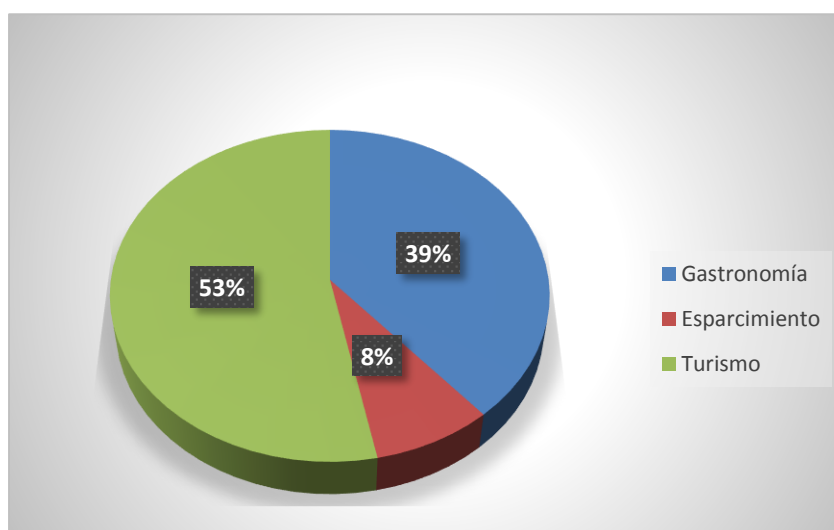
Cuadro N° 22

Motivos de visita

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gastronomía	43	38,74%
Esparcimiento	9	8,11%
Turismo	59	53,15%
Total	111	100%

Gráfico N° 8

Motivos de visita



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

Del total de los encuestados; el 53% de las personas indican que su motivo de visita es por conocer los atractivos y turismo; mientras que el 39% de los encuestados visitan la parroquia por su gastronomía, ya que el cuy es un plato nacionalmente conocido, en sí, ven como un lugar apropiado para dictar charlas, talleres, reuniones de trabajo ya que su ubicación tiene fácil acceso, además el sector cuenta con varios lugares de esparcimiento muy atractivos para el turista como sus parques y paisaje.

5. Qué es lo que le ha llamado la atención de la Parroquia de Chaltura y sus alrededores.

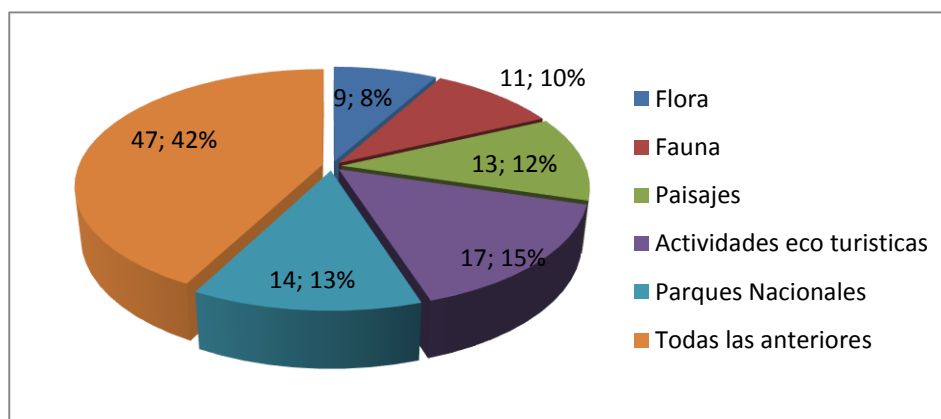
Cuadro N° 23

Que le ha llamado la atención

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Flora	9	8,11%
Fauna	11	9,91%
Paisajes	13	11,71%
Actividades ecoturísticas	17	15,32%
Parques Nacionales	14	12,61%
Todas las anteriores	47	42,34%
Total	111	100%

Gráfico N° 9

Que le ha llamado la atención



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

Muchas son las razones por las que los turistas visitan la parroquia de Chaltura, en su mayoría los encuestados concuerdan en que existen diversas actividades para realizar ya que es un sector tranquilo que permite conocer su paisaje, flora, fauna mediante, conocer las costumbres, creencias, manifestaciones culturales de acuerdo a la época del año, las actividades ecoturísticas hoy en día son bien recibidas por las personas ya que tienen la finalidad de proteger el ecosistema utilizando adecuados procesos de turismo.

6. ¿Cuál sitio considera usted el de mayor interés de la zona?

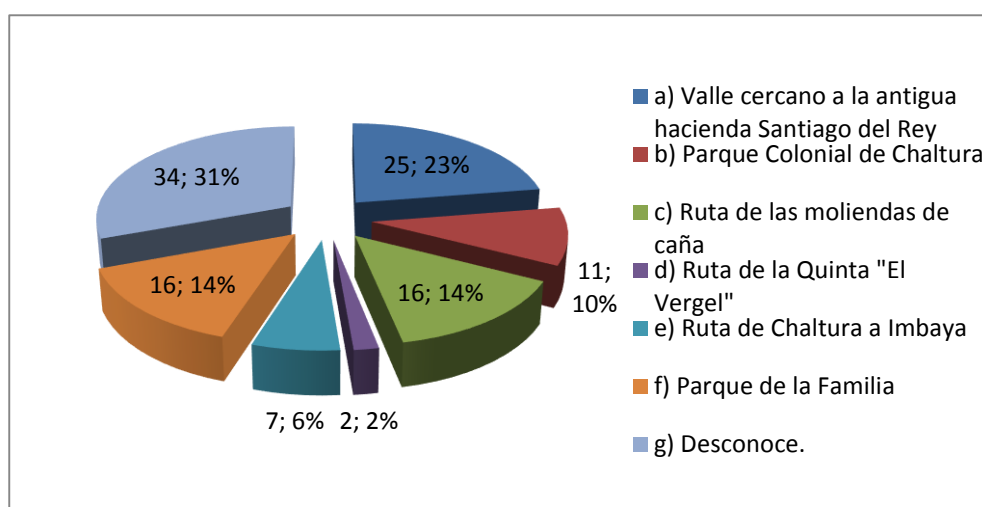
Cuadro N° 24

Zona de interés

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Valle cercano a la antigua hacienda Santiago del Rey	25	22,52%
Parque Colonial de Chaltura	11	9,91%
Ruta de las molindas de caña	16	14,41%
Ruta de la Quita "El Vergel"	2	1,80%
Ruta de Chaltura a Imbaya	7	6,31%
Otros	16	14,41%
Desconoce	34	30,63%
Total	111	100%

Gráfico N° 10

Zona de interés



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

Como se puede verificar todos los destinos son apetecidos por los turistas en especial la ruta Chaltura-Imbaya con un 25% y los demás destinos turísticos que tiene la parroquia son visitados de forma equitativa, sin embargo existe un desconocimiento sobre ellos, oportunidad que debe ser aprovechada para dar a conocer los mismos.

7. Cuánto le cuesta visitar esta zona?

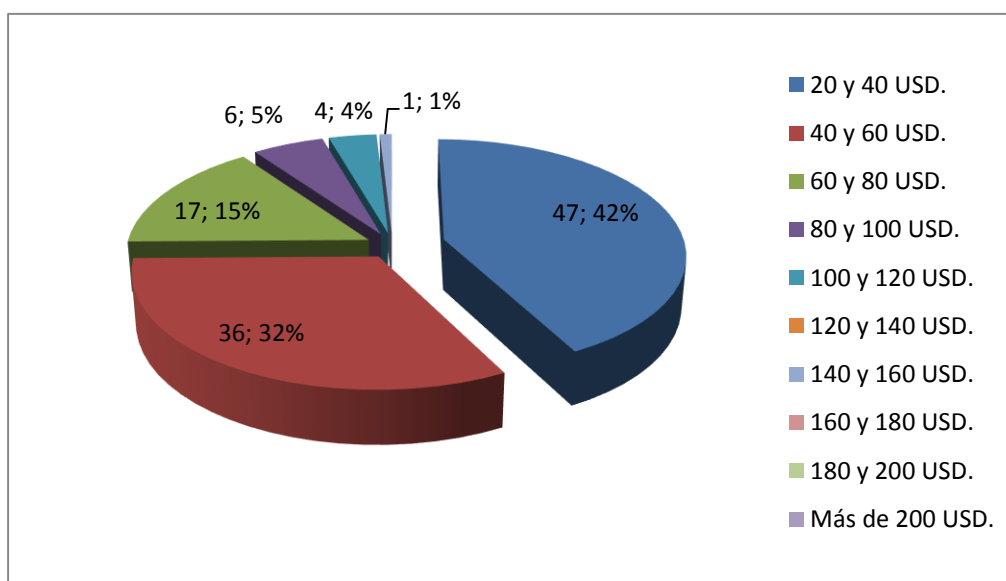
Cuadro N° 25

Costo de la visita

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
20 y 40	47	42,34%
40 y 60	36	32,43%
60 y 80	17	15,32%
80 y 100	6	5,41%
100 y 120	4	3,60%
120 y 140	0	
140 y 160	1	0,90%
160 y 180	0	
180 y 200	0	
Más de 200	0	
Total	111	100%

Gráfico N° 11

Costo de la visita



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

La mayoría de los encuestados concuerdan en un 47% gastan entre USD. 20 y 40 por visita, asimismo un 36% gastan entre USD 40 y 60, estos resultados determinan que existe un importante rubro básico para empezar a buscar la forma de financiar el proyecto.

8. Se debe preparar paquetes que incluyan: alimentación, estadía, paseos y actividades eco turísticas?

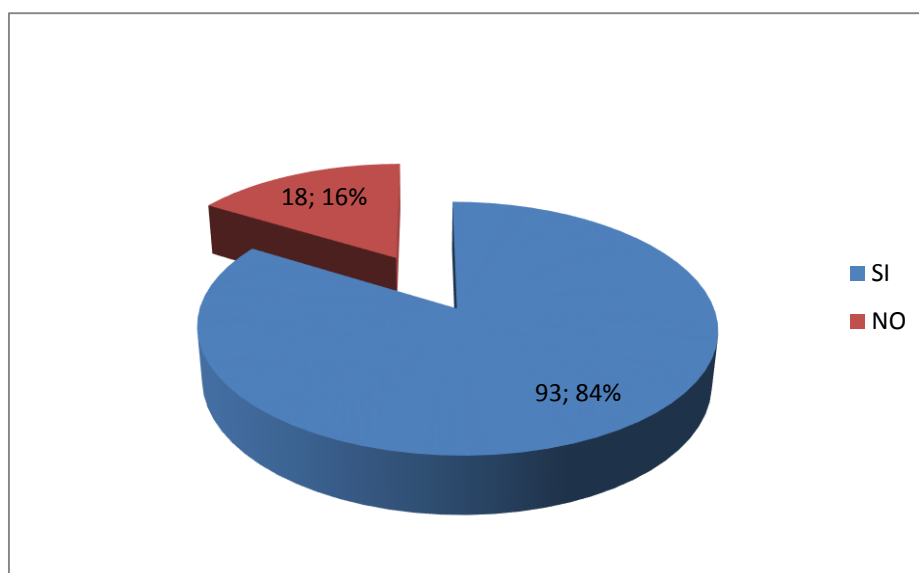
Cuadro N° 26

Paquetes turísticos

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	93	83,78%
NO	18	16,22%
Total	111	100%

Gráfico N° 12

Paquetes turísticos



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

Los encuestados en un 93% manifiesta que está de acuerdo o que le agrada que se entreguen paquetes completos que tengan alimentación, estadía, paseos y actividades turísticas, el 18% de los encuestados en cambio estaría de acuerdo no en todo pero si en algunos aspectos, estos resultados determinan que las personas estarían interesadas en obtener un producto o servicio que a su vez goce de servicios complementarios con valor agregado.

9. Conoce usted si existe infraestructura adecuada para que los turistas disfruten de los atractivos turísticos en la zona?

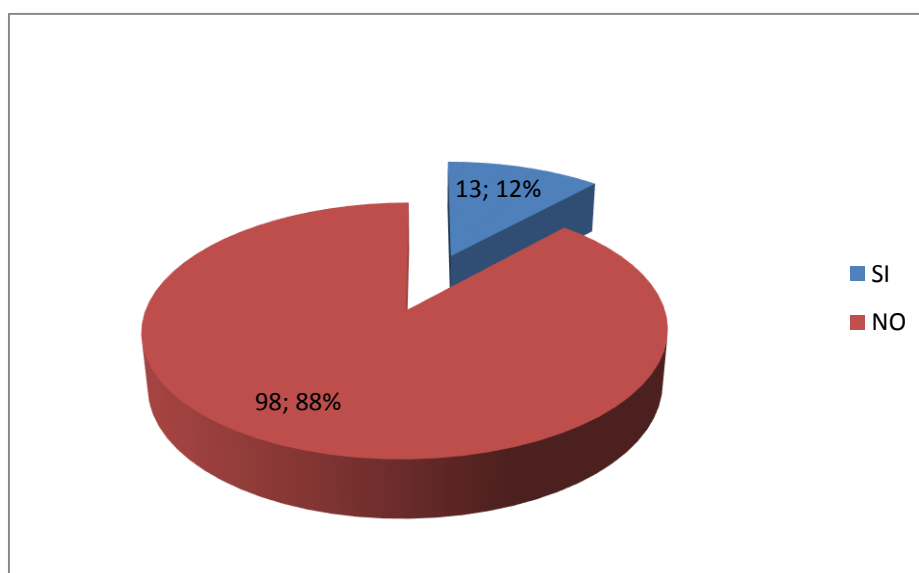
Cuadro N° 27

Infraestructura adecuada

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	13	11,71%
NO	98	88,29%
Total	111	100%

Gráfico N° 13

Infraestructura adecuada



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

De los encuestados el 88% manifiestan que llegan a la parroquia de San José de Chaltura y no encuentran infraestructura adecuada para realizar las diferentes actividades turísticas, ya que no cuenta con parqueaderos bien estructurados, zonas de camping, juegos, peor aún lugares donde hospedarse.

10. ¿Está de acuerdo que se implemente un lugar de alojamiento con atención personalizada en la zona?

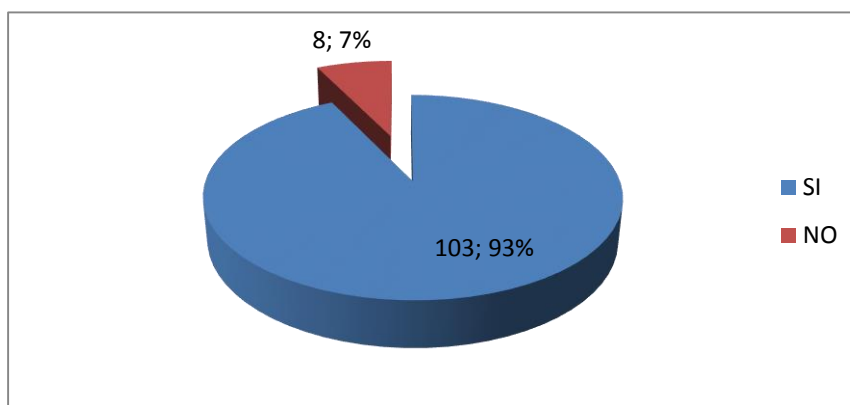
Cuadro N° 28

Implementación de alojamiento

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	103	92,79%
NO	8	7,21%
Total	111	100%

Gráfico N° 14

Implementación de alojamiento



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

La gran mayoría de los encuestados que es el 92% manifiesta que sí está de acuerdo en que se debe implementar un lugar para alojamiento de los turistas que visitan la parroquia de San José de Chaltura, en caso de implementarse escogerían un lugar donde existan habitaciones cómodas, realizar actividades diferentes a las cotidianas como caminatas ecológicas para estar en contacto con la naturaleza, asimismo existen quienes se inclinan por el camping en espacios verdes, este resultado es determinante en el proyecto porque se ha detectado y determinado que solo existen lugares para gastronomía y no para el esparcimiento y el descanso.

11. ¿Qué servicios debería prestar el alojamiento hotelero?

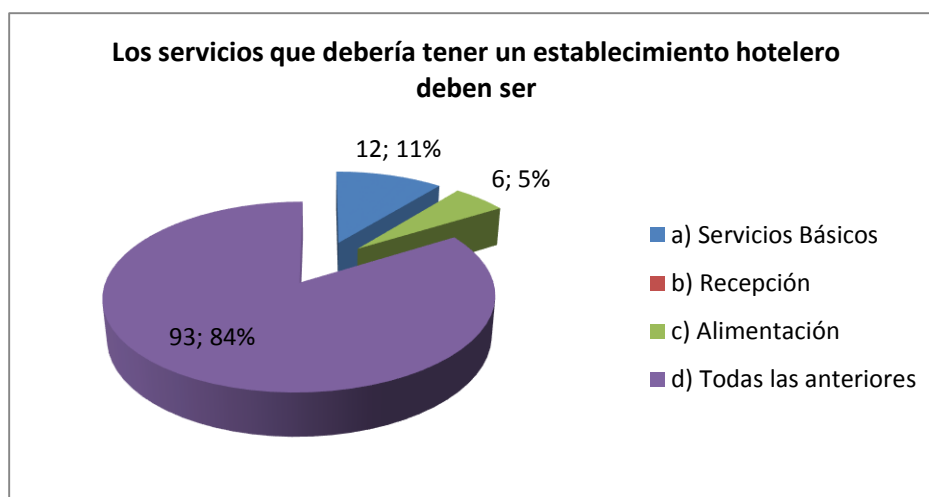
Cuadro N° 29

Servicios del alojamiento

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Servicios Básicos	12	7,21%
Recepción		
Alimentación	6	5,41%
Todas las anteriores	93	83,78%
Total	111	100%

Gráfico N° 15

Servicios de alojamiento



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

En su mayoría los encuestados responden gustosos que se implementen todos los servicios que sean necesarios con la finalidad de tener un buen lugar donde llegar y pasar unos días de sano esparcimiento y descanso, además de conocer sitios de interés y realizar actividades diversas como el agroturismo, hecho que en la última década se ha brindado a las personas que visitan lugares rodeados de naturaleza, los resultados de esta pregunta son positivos para establecer los servicios mejor aceptados por los encuestados, permitiendo al proyecto avanzar firmemente en su propuesta.

12. Cuánto es lo que usted estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje en la zona?

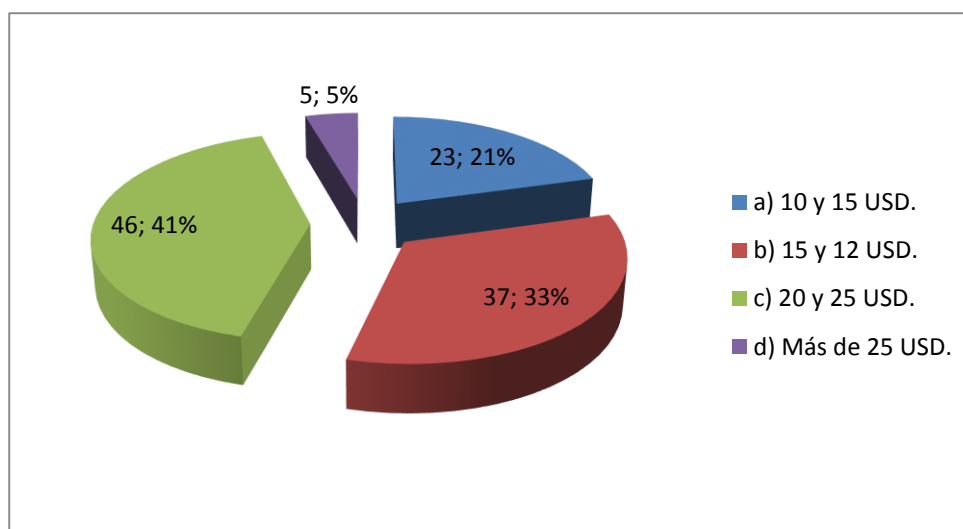
Cuadro N° 30

Pago por servicios de hospedaje

VARIABLE EN DÓLARES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 y 15	23	20,72%
15 y 20	37	33,33%
20 y 25	46	41,44%
Más de 25	5	4,50%
Total	111	100%

Gráfico N° 16

Pago por servicios de hospedaje



Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Análisis:

Los encuestados están primeramente dispuestos a visitar la parroquia de San José de Chaltura por sus atractivos turísticos y gastronómicos, y han manifestado que están dispuestos a gastar por los servicios de alojamiento entre USD. 20 a 25 dólares, promedio que permitirá determinar el valor del servicio a ofertar de manera segura, además que se podrá brindar una gama amplia de otros servicios complementarios con valor agregado.

3.8. Análisis de la oferta

Mediante las encuestas a las personas que pueden visitar nuestras instalaciones y de los resultados obtenidos llegamos a determinar que con mayor exactitud el comportamiento de la oferta actual y a futuro, para así conocer cuál es el posible mercado potencial o mercado meta.

Cuadro N° 31

Establecimientos de servicio de hospedaje en Antonio Ante

ESTABLECIMIENTOS	SERVICIOS QUE OFRECE				
	HOSPEDAJE	CAREGORIA	FUNCIONAMIENTO	LUGAR	DIRECCIÓN
Cabañas de Juan Sebastián	SI	TERCERA	PERMANENTE	Andrade Marín	Panamericana Norte
Hostal Imbabura Real	SI	TERCERA	PERMANENTE	Atuntaqui	Bolívar 1130 y General Enríquez
Hostería "Valle Hermoso"	NO	SEGUNDA	PERMANENTE	Chaltura	Obispo Mosquera y
Hostería Natabuela	SI	PRIMERA	PERMANENTE	Natabuela	Panamericana Norte
Hostería Pueblo Viejo	SI	PRIMERA	PERMANENTE	Natabuela	Juan de Velasco
Hostería Santa Rosa de Moras	SI	SEGUNDA	PERMANENTE	Atuntaqui	Barrio San José
Hosteria Villa Real	NO	SEGUNDA	PERMANENTE	Chaltura	Eloy Alfaro y Abdón Calderón
Hotel Panamericano	SI	PRIMERA	PERMANENTE	Atuntaqui	Panamericana Norte
Motel Cabañas Paraiso	SI	SEGUNDA	PERMANENTE	Natabuela	Panamericana Norte
Motel Cupido	SI	PRIMERA	PERMANENTE	Natabuela	Panamericana Norte
Motel Pulsaciones	SI	SEGUNDA	PERMANENTE	Natabuela	Panamericana Norte
TOTAL ESTABLECIMIENTOS				11	

Fuente: *Patente Municipal*

Elaboración: *La Autora*

Se procedió a segmentar el mercado, determinando que en el cantón Antonio Ante existen 11 establecimientos dentro de la actividad comercial de hospedaje y alimentación, de estos escogemos solamente los que brindan servicio de hospedaje, teniendo como resultado 9 empresas con una notable presencia, sin embargo no se determinan como oferta ya que no están ubicados en la parroquia de San José de Chaltura.

3.9. Proyección de la oferta

Existe oferta de algunos de restaurantes en lo que tiene que ver con los turistas que llegan a visitar la parroquia de San José de Chaltura pero la oferta es nula en lo que tiene relación a la estadía de los mismos dentro de la parroquia y disfrutar los atractivos turísticos que tiene, por este motivo hemos determinado que la microempresa será la única empresa que entregará este servicio, con una visión a futuro de cubrir el mercado nacional ya que la población en estudio es muy reducida.

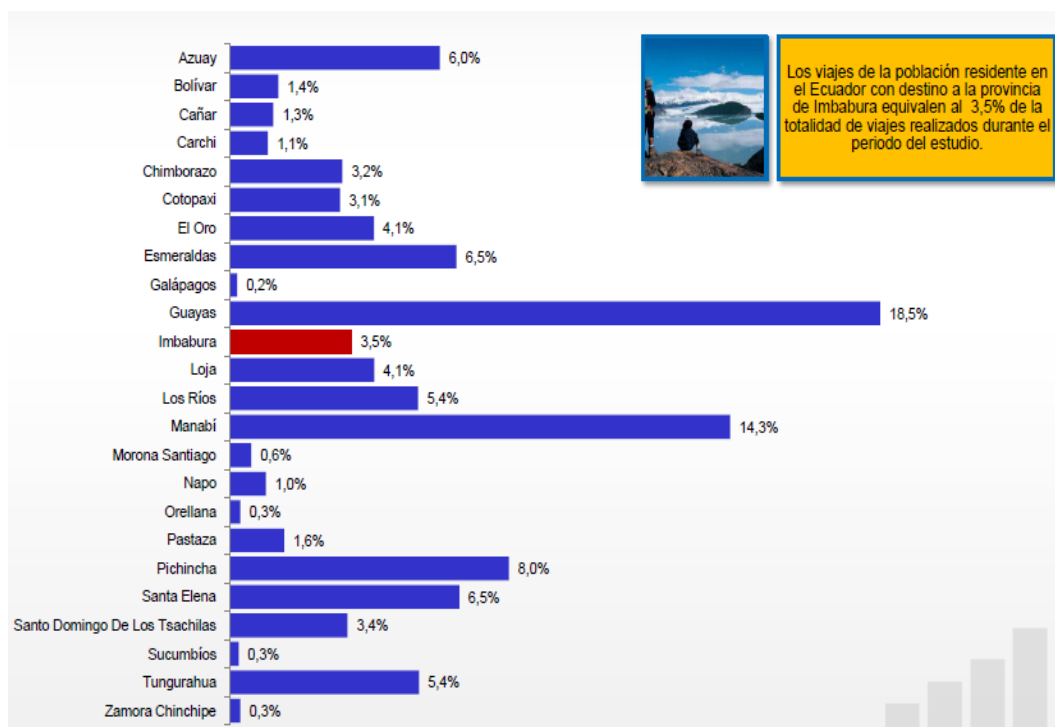
Se analiza que alrededor de la parroquia de San José de Chaltura existen hosterías que en función del precio de sus servicios e infraestructura están dirigidas a clientes muy selectos por esta razón manejan estándares de precios muy altos, este factor hace que no sean consideradas como una competencia directa. De la misma manera, existen negocios que se encuentran en el rango de moteles, que por su característica de servicio tampoco son considerados como competencia directa.

3.10. Análisis de la demanda

La demanda es grande y está conformada por las personas que visitan los atractivos turísticos de la provincia y exclusivamente de la parroquia de San José de Chaltura, de acuerdo al turismo receptor de la provincia de Imbabura en el Año 2011, ya que se trata de un servicio donde sus precios son relativamente bajos y gracias a ello hay un mercado efectivo que está dispuesto a consumirlo, por lo que la demanda actual estará constituida por el mercado efectivo del proyecto.

Gráfico N° 17

Análisis de la demanda



Fuente: MINTUR

Elaboración: La Autora

En consecuencia la demanda actual será del 3.5%

3.11. Proyección de la demanda

Como no se cuenta con datos estadísticos, para proyectar la demanda se tomará como referencia el método matemático de crecimiento exponencial, en donde la tasa de crecimiento de turistas en Ecuador es del 5% información obtenida del Ministerio del Turismo. La proyección se la realizará para cinco años de acuerdo a la vida útil del proyecto. La fórmula a aplicar es la siguiente:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

En donde:

P_p = Incremento de Turistas

Pb = Incremento de Turistas

i = Tasa de Crecimiento Anual

n = Año Proyectado

Cuadro N° 32

Proyección de la demanda

CÁLCULOS	
Año 0	Año 0 = 6.075
Año 1	$Pp = Pb (1+i)^n$
	$Pp = 6.075 (1 + 0,019)^1$
	Pp = 6.190
Año 2	$Pp = Pb (1+i)^n$
	$Pp = 6.075 (1 + 0,019)^2$
	Pp = 6.308
Año 3	$Pp = Pb (1+i)^n$
	$Pp = 6.075 (1 + 0,019)^3$
	Pp = 6.428
Año 4	$Pp = Pb (1+i)^n$
	$Pp = 6.075 (1 + 0,019)^4$
	Pp = 6550
Año 5	$Pp = Pb (1+i)^n$
	$Pp = 6.075 (1 + 0,019)^5$
	Pp = 6.675

Fuente: INEC 2010

Elaboración: La Autora

3.12. Proyección de la demanda total

Cuadro N° 33

Proyección de la demanda total

AÑO	POBLACIÓN
1	6.190
2	6.308
3	6.428
4	6.550
5	6.675

Fuente: *Investigación propia*
Elaboración: *La Autora*

3.13. Determinación de la demanda insatisfecha

Cuadro N° 34

Demanda insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
0	6.075	0	6.075
1	6.190	0	6.190
2	6.308	0	6.308
3	6.428	0	6.428
4	6.550	0	6.550
5	6.675	0	6.675

Fuente: *Investigación propia*
Elaboración: *La Autora*

De acuerdo con los datos obtenidos de la investigación, en el cuadro se muestra que existe una demanda insatisfecha, que el proyecto tiende a cubrir la demanda potencial existente.

3.14. Fijación de la demanda a satisfacer

Una vez establecida la demanda insatisfecha de producto, se determina que la microempresa estará en la capacidad de cubrir aproximadamente un 80% de la producción en el primer año y para los siguientes años se hace un incremento del 5%, tal como se demuestra

en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 35

Demanda a cubrir

AÑOS	SERVICIO DE ALOJAMIENTO	
	D. INSATISFECHA	D. CUBRIR
0	6.075	4.860
1	6.190	4.952
2	6.308	5.046
3	6.428	5.142
4	6.550	5.240
5	6.675	5.340

Fuente: *Investigación propia*

Elaboración: *La Autora*

Se determina que para la microempresa se presenta una buena oportunidad para comercializar los servicios de alojamiento ya que existe un déficit de oferta en la parroquia de San José de Chaltura específicamente.

3.15. Determinación del precio

3.15.1. Precio del servicio

Se determinó que el precio del servicio de alojamiento en la parroquia de San José de Chaltura es consecuencia de la funcionalidad que se le dé a la microempresa. Cabe detallarse que el precio que se determine para el servicio será de acuerdo a la temporada y al número de turistas que la visiten, esto quiere decir que sacaremos un promedio de precio de venta de servicio al público en USD. 20,00 por alojamiento al ser el servicio principal.

Esto hace que el precio que actualmente se ofrece en el mercado, concuerde con lo que los turistas están dispuestos a pagar por los servicios de hospedaje por día que es de USD 20,00 en donde el 37% está dispuesto a pagar este valor.

Cuadro N° 36**Precio actual de los servicios**

	PRECIO ACTUAL	PRECIO SUGERIDO (encuestas)
Hospedaje		
diario	20,00	20,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: La Autora

3.15.2. Precio proyectado

Cálculo del Índice de Crecimiento Proyectado del precio:

Cuadro N° 37**Proyección de precios del servicio**

	PRECIO ACTUAL	PRECIO PROYECTADO (encuestas)
Hospedaje		
diario	20,00	20,00

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: La Autora

Cuadro N° 38**Proyección de precios entre el año 1 y el año 5**

AÑO	PRECIO PROYECTADO USD.
1	21,60
2	23,33
3	25,19
4	27,21
5	29,39

Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

3.15.3. Canal de distribución

El objeto de este canal de distribución es colocar el servicio a disposición del cliente en el lugar adecuado y en el momento oportuno. Se piensa que para los próximos años se pueda utilizar otros canales de comercialización con el único fin de posicionar fuertemente el servicio de hospedaje en el mercado. Para hacer llegar el servicio al usuario, existe un conjunto de tareas y operaciones necesarias como:

Microempresa: Serán los encargados de la prestar el servicio de alojamiento y alimentación para las personas que visiten la parroquia.

Consumidor final.- El consumidor final es toda persona que adquiere el o los servicios para su consumo.

3.16 Estrategias de comercialización

La implementación del plan de comercialización tiene como componentes las 4P's, que son Producto, Plaza, Precio, Publicidad.

3.16.1 Producto o servicio

“La Posada” cabañas & comida implementará las siguientes estrategias de mercado:

- a) Brindar un producto y servicio de calidad, en un ambiente turístico especialmente muy acogedor y placentero, que incluirá amabilidad y responsabilidad.
- b) Demostrará la importancia que tiene la gastronomía tradicional para el desarrollo turístico de la zona.
- c) Ofrecer varios productos y servicios con valor agregado cuando el cliente así la requiera al momento que escoja cada una de ellos.

3.16.2 Precio

La estrategia para determinar el precio estará basada a los resultados reflejados de la encuesta, mismo que deberá estar dentro de los parámetros normales para no caer en exageración. Destacando la calidad del producto y servicio, esto se conseguirá demostrando elementos especiales como el agroturismo, actividad que permite unir al cliente con la naturaleza en vivo, aquí radica la diferencia del servicio ya que las condiciones ambientales, climáticas y sobre todo la biodiversidad que existe en esta zona, permitirán marcar la diferencia.

3.16.3 Plaza

Geográficamente se encuentra ubicada la plaza, sitio que permitirá brindar el producto y servicio de manera adecuada, por lo tanto “La Posada” cabañas & comida está ubicado, en el barrio central de la parroquia de San José de Chaltura, en el cantón Antonio Ante.

La ubicación del proyecto es un lugar estratégico para el cliente, está situado tras la iglesia central, existe la carretera principal por la que transita la única línea de bus “Flota Antaña” misma que viene desde la ciudad de Ibarra, atraviesa la parroquia y continua hasta llegar a la ciudad de Atuntaqui y viceversa.

3.16.4 Publicidad y promoción

Para “La Posada” cabañas & comida, la publicidad y promoción son herramientas imprescindibles para su posicionamiento en el mercado, es por ello que se dirigirá a los clientes aplicando las siguientes estrategias:

- a) Diseñar una página web informativa que permita promocionar el producto y servicio que se ofrece, la misma que contenga fotografías y datos como dirección y teléfonos, así también un mapa de ubicación de la empresa.
- b) Elaborar trípticos que contengan la información necesaria para dar a conocer el producto y servicio que ofrece la empresa.
- c) Realizar alianzas estratégicas con las agencias de viajes y operadoras turísticas con el fin de incrementar la afluencia de clientes.
- d) Con la finalidad de estimular a los clientes se implementarán estrategias de venta apropiadas, tales como descuentos, servicios gratuitos o pequeños recuerdos por cada visita, estos incentivos serán el portal para nuevos clientes.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

En el estudio técnico se realizó un análisis de los datos determinantes para cuantificar la viabilidad del proyecto. La información contenida en este capítulo permite contar con el tamaño, localización, ingeniería y el presupuesto técnico del proyecto.

4.1. Tamaño del proyecto

El sitio en donde se implantará la microempresa estará localizado en la parroquia de San José de Chaltura, cantón Antonio Ante, barrió central, en un terreno ubicado en las calles Juan Bosco s/n y Obispo Mosquera, para brindar un fácil acceso vial al cliente.

Cabe señalar que el tamaño de la microempresa estará establecido por la demanda insatisfecha, los recursos financieros y la frecuencia con la que nuestros posibles clientes potenciales necesiten de nuestro servicio, tomando en cuenta que el proyecto se refiere a un servicio a hospedaje que en la parroquia no se brinda.

4.1.1. Factores que determinan el tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa consiste en la capacidad a ser instalada para la producción, expresada en la cantidad de servicio brindado por persona, es decir está en función de la demanda insatisfecha y factores mencionados anteriormente.

La demanda es uno de los factores de gran importancia para la realización del estudio técnico, y determinar el tamaño del proyecto, el mismo que estará relacionado con el mercado meta o demanda insatisfecha claramente identificada en el estudio de mercado.

El tamaño de la microempresa está relacionado con el mercado de consumo, proveedores, recursos financieros, mano de obra, y características del servicio, todos estos factores contribuyen a determinar las alternativas de tamaño.

4.2. Localización del proyecto

El objetivo primordial para la óptima localización de la microempresa es encontrar la ubicación más apropiada para la ejecución del proyecto, que contribuyan al buen funcionamiento de la microempresa tomado en cuenta los siguientes factores:

- Mercado de consumo: debemos tomar en cuenta que nuestros clientes potenciales serán los turistas que visitan las principales ciudades de la provincia de Imbabura, principalmente la ciudad de Atuntaqui, ya que la microempresa brinda un servicio de hospedaje.
- Proveedores: nuestros proveedores deben tener la capacidad de abastecimiento inmediato para las adquisiciones de la microempresa.
- Talento Humano: La contratación de un grupo de personas de la zona que permita brindar un servicio de calidad como amabilidad propia de la gente chaltureña.
- Transporte y vías de comunicación: la microempresa está ubicada en un sector donde las vías de acceso sean adecuadas, con el fin de que nuestros clientes tengan fácil acceso a la misma.

Entre las vías de acceso terrestre, existen varias rutas que comunican con el interior de la parroquia de San José de Chaltura y comprenden los recorridos entre las poblaciones de Ibarra-Imbaya-Vía a Santiago del Rey; Natabuela-Chaltura (dos entradas) y las principales que son Ibarra – Bellavista y Atuntaqui-Chaltura.

- Servicios básicos: “La Posada” cabañas & comida contará con los servicios básicos, que permitan su correcto funcionamiento.

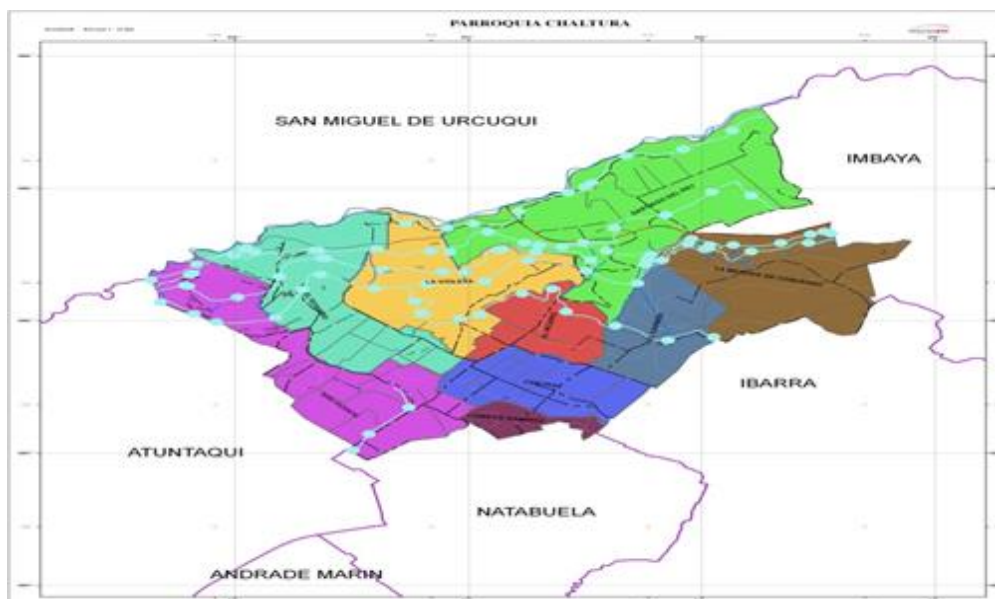
Un factor muy importante para la localización óptima de la microempresa, es su ubicación geográfica dentro del sector rural del cantón, de tal manera que los clientes miren los atractivos turísticos propios del sector.

4.2.1. Macrolocalización

La localización de la microempresa tendrá como ubicación, Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia de San José de Chaltura, sector rural.

Imagen N° 1

Macrolocalización de la Parroquia de Chaltura



Fuente: Ingeniería Civil & Construcciones
Elaboración: Ing. Marcelo Guerrero Suárez

4.2.2. Microlocalización

La microempresa se encontrará ubicada en las calles Juan Bosco s/n y Obispo Mosquera, barrio central de la parroquia San José de Chaltura. Es importante determinar que

para la ubicación de la microempresa, se aplicó el método técnico por puntos gps para la localización óptima, de manera macro como micro, determinándose la siguiente matriz:

Imagen N° 2

Croquis de ubicación de la microempresa



Fuente: www.google.map
Elaboración: La Autora

4.3. Ingeniería del proyecto

Establecida la existencia de la demanda del servicio, así como la determinación del tamaño y localización del proyecto, se analizan los requerimientos de infraestructura, materiales y económicos que intervienen en la investigación.

La microempresa cuenta con terreno propio para emprender sus actividades comerciales, con estos antecedentes, procedemos a determinar las áreas físicas y los procesos que se utilizarán para brindar el servicio.

4.3.1. Proceso del servicio

El servicio de hospedaje que se brindará a los clientes, se encuentra determinado paso a paso de la siguiente manera:

El terreno se encuentra ubicado a 60 metros del parque central de la parroquia, con una superficie de 1.700 metros².

El avalúo del terreno es de USD 30.000 con un área de construcción de 1500 metros cuadrados, según las Normas Técnicas que maneja el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Antonio Ante para efecto de construcciones.

La estructura de la microempresa será mixta, madera y ladrillo, modelo rustico y detalles como:

- Cubierta con cerchas de madera
- Techo de teja tradicional
- Tabiquería de madera en cuanto a divisiones (paredes)
- Puertas y ventanas de madera
- Pisos de cerámica rustica.

La infraestructura comprende diferentes áreas y se encuentran distribuidas de la siguiente manera:

En la parte frontal se encuentra el parqueadero, con capacidad para veinte autos. En la edificación se encuentra la recepción y la oficina administrativa con su respectivo baño para el personal, en el área central se encuentran el restaurante con su respectiva área de descanso, la cocina con una bodega para abarrotes y productos de mercado y área de lavado. En el ala

izquierda se encuentra el área de hospedaje con una capacidad para 9 cabañas entre simples, dúplex y múltiples; y el área de descanso, camping y fogatas. Esta infraestructura tendrá conexión estratégica con el área verde para diferentes tipos de eventos al aire libre, donde se puede observar jardines con flores de la zona.

4.3.2. Mobiliario y materiales de la infraestructura

Básicos de la recepción:

- Mostrador
- Casillero para llaves
- Cajones o muebles para archivar toda la documentación
- Calculadora, reloj y calendario
- Teléfono, fax e Internet
- Computadora
- Libro de registro de huéspedes, libro de visitantes
- Display para folletería
- Papelería e insumos de oficina
- Botiquín de primeros auxilios
- Revisteros
- Decoración de estancia

Básicos del comedor:

- Mesas con superficie no porosa
- Sillas
- Sillas para bebé
- Aparador o vajillero
- Muebles auxiliares
- Vajilla, cristalería, cubertería
- Mantales, cubremantales y servilletas

Cocina:

- Espacio de almacenamiento (congeladores y a temperatura ambiente)
- Área de manipulación de superficie plana
- Área de preparación
- Área de cocción
- Área de lavado de vajilla
- Sistema de extracción de olores en la cocina
- Paredes revestidas de latón
- Equipamiento y utensilios necesarios
- Zona de depósito de basura (contenedores tapados, ventilados y clasificados).

Cuarto de lavandería:

- Lavadora y secadora
- Mesones de planchado
- Anaqueles
- Productos de limpieza

Básicos del dormitorio:

- Cama comfortable
- Colchón firme
- Cubre colchones
- Juego de sábanas
- Mínimo 2 almohadas con fundas (más 2 extras de diferente firmeza, almohadones de lectura opcionales)
- Edredón o colcha
- Frazadas
- Televisión
- Cortinas
- Veladores de luz
- Silla o sillón

- Carpeta con información, plano e información turística general
- Armario pequeño
- Cuadros y adornos para dar una ambientación adecuada

Deberá contar al menos con 3 juegos de sábanas: uno en uso, otro en lavandería y otro para reponer. En cuanto a las habitaciones familiares, estas cuentan con cama matrimonial y literas según la necesidad.

Básicos para el baño:

- Agua fría y caliente
- Espejo
- Toalleros para toalla de mano y toallones
- Estante o repisa para artículos de tocador
- Jabonera en ducha y lavatorio
- Papelera limpia con bolsa plástica
- Ganchos o percheros

Las toallas se cambian cada día, aunque en la actualidad muchas empresas de hospedaje conscientes del cuidado del medio ambiente invitan a sus huéspedes a colgar las toallas si desean volver a usarlas o dejarlas en el piso si quieren que les sean cambiadas; de esta forma se da una imagen de compromiso, se reduce el consumo de electricidad, agua, jabón, suavizantes y se disminuye el desgaste provocado por lavados continuos, para ello se presenta como opción poner una tarjeta en el baño invitando a los huéspedes a colaborar con esta

propuesta.

Con respecto a los baños estarán provistos con amenities: shampoo, acondicionador y jabón (artesanal de preferencia), ya que son aquellos detalles o servicios extras que se puede ofrecer a los huéspedes y que van más allá de lo que ellos esperan recibir; detalles que contribuirán a destacar el servicio del resto, agregan valor y sensación de calidad.

Recepción

Es la línea de contacto directo con el cliente y es la primera impresión que tendrán los huéspedes de su alojamiento.

La persona que esté en la recepción tendrá a su cargo:

- Recibir a los huéspedes
- Chequear disponibilidad y llevar ordenadamente las reservas
- Registrar a los clientes y asignar habitaciones
- Realizar el check-in y check-out (ingreso y salida de los pax)
- Reportar al ama de llaves, salidas e ingresos.
- Responder a todos los pedidos de información
- Modificar y cotizar tarifas
- Controlar facturación de las cuentas de huéspedes
- Proceso de cobranza a los huéspedes
- Atender y solucionar quejas si las hubiera.

Hospitalidad en el recibimiento al huésped:

- Todo debe lucir ordenado en la recepción.
- Bienvenida cordial al huésped.
- Aspecto del personal: prolijo y cuidadoso.
- Tener las reservas en orden, habitación preparada y todo a punto.
- Indicar o acompañar al huésped hasta la habitación y mencionar los principales servicios.
- Hacer sentir a los huéspedes que nos sentimos contentos de poder recibirlos en el establecimiento.

4.3.3. Listado de equipamiento

Cuadro N° 39

Equipos de cómputo

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
ADMINISTRATIVA	Computador	1	695,2	695,2
	Impresora Samsung Laser	1	74,25	74,25
	Epson Matricial LX300	1	225	225
TOTAL				994,45

Fuente: Proforma Empresa Xpert Computers

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 40**Muebles y enseres**

ÁREA	DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
RECEPCIÓN	Mostrador	1	180,00	180,00
	Casillero para llaves	1	120,00	120,00
	Cajones o muebles para archivar toda la documentación	1	80,00	80,00
	Calculadora, reloj y calendario	1	25,00	25,00
	Libro de registro de huéspedes, libro de visitantes	1	12,00	12,00
	Display para folletería	1	15,00	15,00
	Papelera e insumos de oficina	1	50,00	50,00
	Botiquín de primeros auxilios	1	35,00	35,00
	Revisteros	1	45,00	45,00
	Decoración de estancia	1	60,00	60,00
COMEDOR	Mesas con superficie no porosa	10	55,00	550,00
	Sillas	40	12,00	480,00
	Silla para bebé	3	32,00	96,00
	Aparador o vajillero	2	15,00	30,00
	Muebles auxiliares	2	110,00	220,00
	Vajilla, cristalería, cubertería	240	0,80	192,00
	Manteles, cubremanteles y servilletas	20	16,00	320,00
LAVANDERÍA	Anaqueles	2	45,00	90,00
	Productos de limpieza	1	220,00	220,00
DORMITORIO	Cama confortable	10	140,00	1.400,00
	Colchón firme	10	90,00	900,00
	Cubre colchones	20	18,00	360,00
	Juego de sábanas	20	12,00	240,00
	Mínimo 2 almohadas con fundas (más 2 extras de diferente firmeza, almohadones de lectura opcionales)	40	6,00	240,00
	Edredón o colcha	10	40,00	400,00
	Frazadas	10	18,00	180,00
	Cortinas	10	12,00	120,00
	Veladores de luz	10	25,00	250,00
	Silla o sillón	4	60,00	240,00
	Armario pequeño	10	50,00	500,00
	Cuadros y adornos para dar una ambientación adecuada	10	12,00	120,00
Cenicero (si está permitido fumar)	10	5,00	50,00	
BAÑO	Espejo	15	12,00	180,00
	Toalleros para toalla de mano y toallones	15	12,00	180,00
	Estante o repisa para artículos de tocador	15	14,00	210,00
	Jabonera en ducha y lavatorio	15	4,00	60,00
	Papelera limpia con bolsa plástica	15	16,00	240,00
	Ganchos o percheros	15	4,00	60,00
			TOTAL	8.750,00

Fuente: Proforma Distribuidora Dávila

Elaboración: La Autora

4.3.4. Maquinaria y equipo

Cuadro N° 41

Equipos

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Teléfono, fax e Internet	1	135,00	135,00
Congeladores	2	450,00	900,00
Sistema de extracción de olores en la cocina	1	460,00	460,00
Equipamiento y utensilios necesarios	1	1.540,00	1.540,00
Cocina	1	670,00	670,00
Lavadora	1	560,00	560,00
Mesones de planchado	1	110,00	110,00
Secadora	1	450,00	450,00
Televisión	10	110,00	1.100,00
Estaciones de Trabajo	2	180,00	360,00
Estantería de madera con división	1	250,00	250,00
Mesa de computadora mixta	2	60,00	120,00
Sillas giratorias sin brazos	2	85,00	170,00
Sillón Semigerente Giratorio	1	150,00	150,00
Sillas de Oficina Tapizadas	8	18,00	144,00
Archivador Metálico de 3 Gavetas	1	120,00	120,00
TOTAL			7.239,00

Fuente: Proforma Distribuidora Dávila

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 42

Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Lapiz	10	0,17	1,70
Resma de papel	10	3,50	35,00
Bolígrafos	10	0,24	2,40
Marcadores	4	0,56	2,24
Caja de clips	2	1,20	2,40
Caja de grapas	2	1,20	2,40
Archivador	1	12,00	12,00
Paortacarpetas	12	1,20	14,40
Borradores	10	0,20	2,00
TOTAL			74,54

Fuente: Proforma Expo Papelería

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 43**Insumos de limpieza**

DESCRIPCIÓN	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Jabones	100	1,22	122,00
Cloro	40	2,40	96,00
Escobas	12	2,60	31,20
Trapeadores	12	3,20	38,40
Detergente	24	4,20	100,80
Limpiones	100	0,50	50,00
TOTAL			438,40

Elaboración: *La Autora*

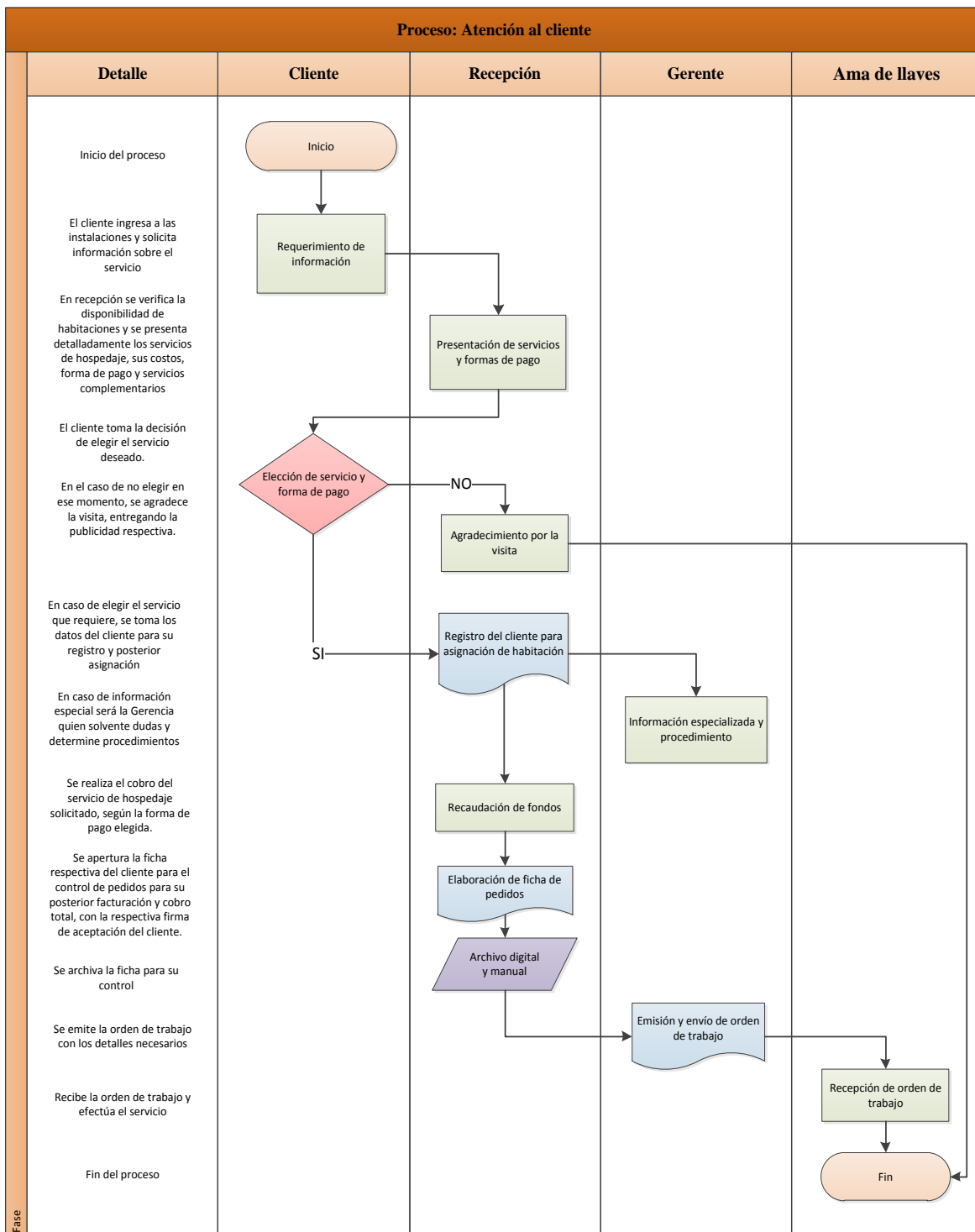
4.4. Identificación de los procesos para la prestación del servicio de hospedaje

En “La Posada” cabañas & comida, se han identificado cuatro procesos productivos, los cuales ordenada y secuencialmente concatenan todas las actividades necesarias para cumplir con la prestación de un servicio de hospedaje de calidad, son la lectura del desarrollo de cada una de las macro actividades internas y también herramientas útiles para la supervisión, control de calidad y seguimiento.

4.5. Diagramas de flujo de proceso

Gráfico N° 18

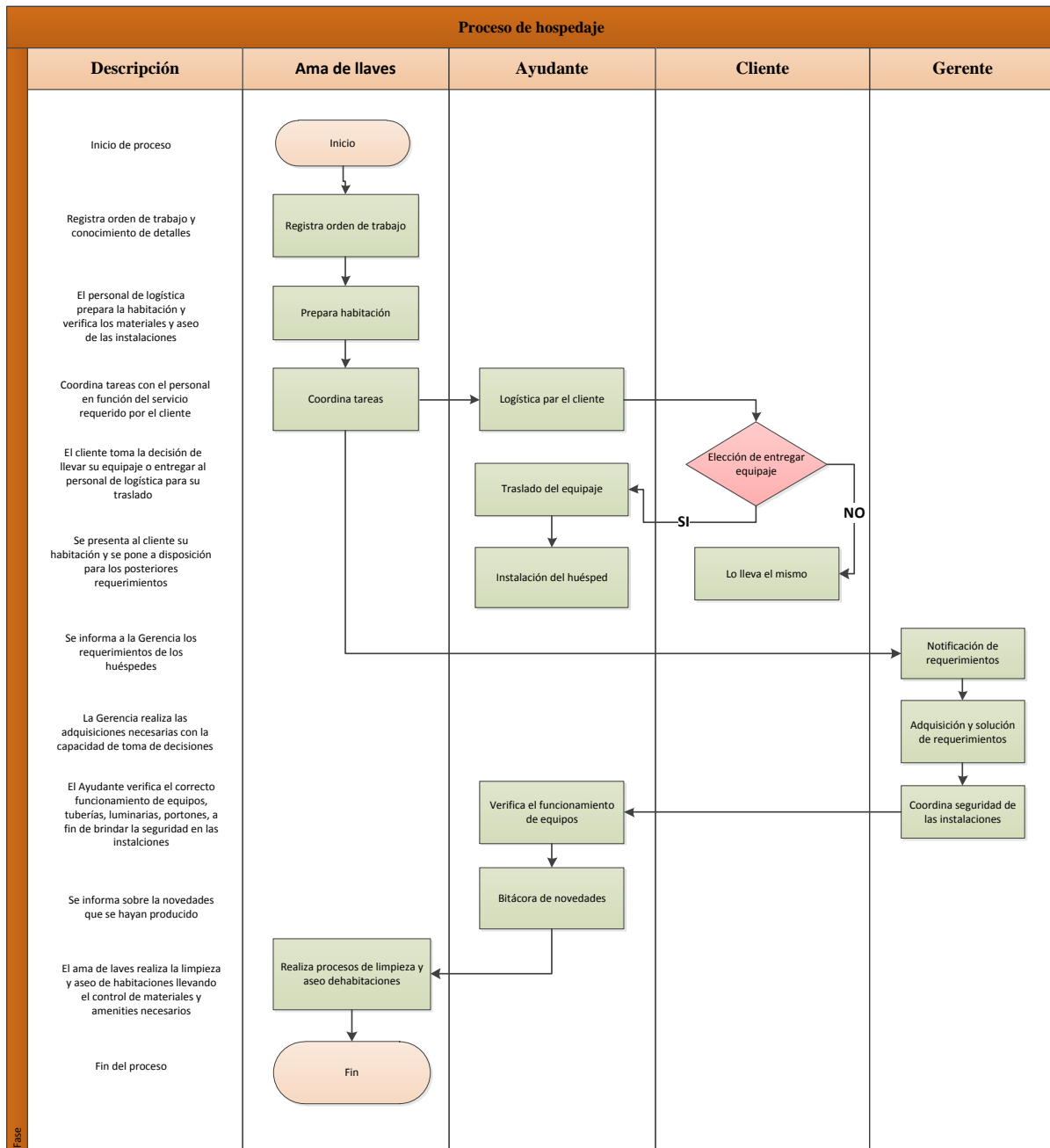
Proceso productivo de atención al cliente



Elaboración: La Autora

Gráfico N° 19

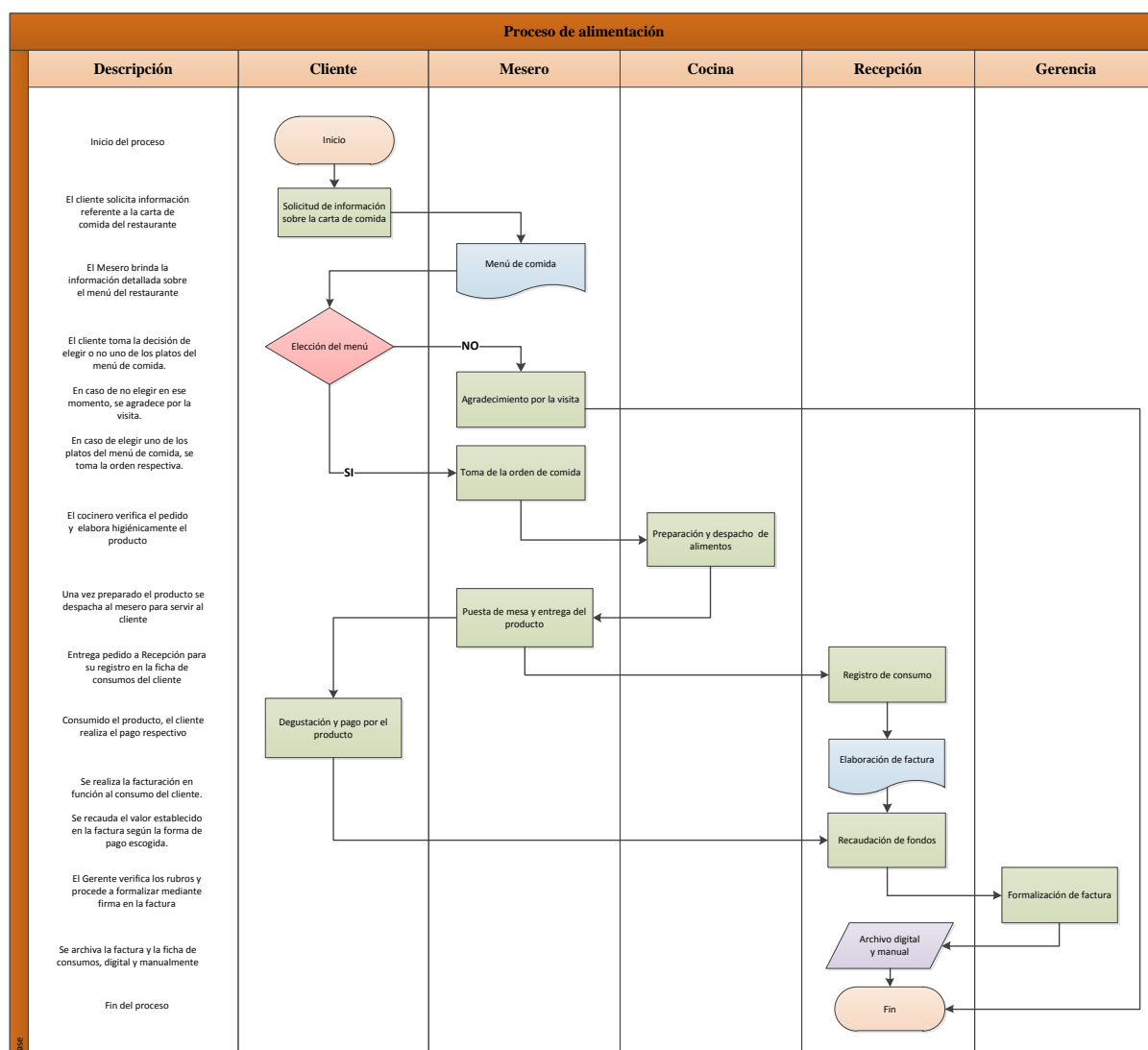
Proceso productivo de hospedaje



Elaboración: La Autora

Gráfico N° 20

Proceso productivo de alimentación



Elaboración: La Autora

4.6. Distribución de la empresa

La microempresa estará distribuida en varias áreas, donde se encontrarán las cabañas, el restaurante, cocina, almacenamiento de productos, lavado y limpieza, recepción, oficina de gerencia o administrativa, áreas de camping, fogatas, agroturismo y parqueadero.

1. Distribución de la empresa y su espacio físico

Gráfico N° 21

Plano de distribución de la empresa



Fuente: Ingeniería Civil & Construcciones
 Elaboración: Ing. Marcelo Guerrero Suárez

Ubicación de áreas

1. Área de restaurante y recepción
2. Área de cocina y almacenamiento
3. Cuarto de lavado y secado

4. Oficina de gerencia
5. Sala de descanso
6. Cabañas para hospedaje
7. Áreas verdes
8. Entrada y salida principal
9. Entrada y salida parqueadero
10. Parqueadero
11. Área de fogatas y camping

4.7. Capital de trabajo

El capital de trabajo es el efectivo requerido por la microempresa de hospedaje para cubrir costos antes de percibir los ingresos, este proyecto estima un capital de trabajo inicial presupuestado para doce meses. Se establece un cálculo de materia prima, insumos de limpieza, servicios básicos y pago de sueldos:

Cuadro N° 44

Capital de trabajo

DESCRIPCIÓN	CANT.	RMU	D. 13RO	D. 14TO	TOTAL	COSTO ANUAL
Administrador	1	450,00	37,50	40,65	528,15	6.337,80
Recepcionista	1	350,00	29,17	31,60	410,76	4.929,17
Cocinero	1	350,00	29,17	31,60	410,76	4.929,17
Camareros	1	350,00	29,17	31,60	410,76	4.929,17
Mucamas	1	350,00	29,17	31,60	410,76	4.929,17
Ayudante de Servicios	1	200,00	16,67	18,06	234,72	2.816,67
TOTAL						28.871,13

Elaboración: La Autora

4.7.1. Resumen de inversiones

Cuadro N° 45

Inversión total

RESUMEN DE LA INVERSION	
Terreno	30.000,00
Construcción	30.000,00
Equipos de computo	994,45
Muebles y enseres	8.750,00
Muebles y Equipos de Oficina	7.239,00
Suministros	74,54
Muebles de Oficina	1.927,00
Insumos de limpieza	438,40
Capital de Trabajo	29.471,13
TOTAL	108.894,52

Elaboración: *La Autora*

4.7.2. Financiamiento

El terreno que forma parte del financiamiento es de propiedad de la investigadora y que será puesto como capital propio.

Cuadro N° 46

Estructura del financiamiento

Capital propio	70%	76.226,16
Préstamo Entidad Financiera	30%	32.668,36
TOTAL	100%	108.894,52

Fuente: *Investigación propia*
Elaboración: *La Autora*

El plan de financiamiento de la inversión total de “La Posada” cabañas & comida se compondrá de capital propio y crédito de una institución financiera. El 70% de la inversión será cubierto con recursos financieros propios y el 30% de la inversión será cubierta con un crédito en una entidad financiera.

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Objetivos

5.1.1. Objetivo general

Efectuar el estudio de factibilidad financiera para la instalación de una microempresa de servicios de hospedaje y determinar la viabilidad del proyecto.

5.1.2. Objetivos específicos

- Determinar los ingresos y los gastos para poner en marcha el proyecto de creación de la microempresa.
- Establecer los mecanismos de financiamiento que requerirá para cumplir con las actividades operacionales del servicio propuesto.
- Plantear el presupuesto de ingresos y egresos y estados financieros presupuestado del proyecto.

5.2. Datos de entrada

El proyecto de creación tendrá como información, los datos aplicados en la elaboración de las diferentes cuadros así como en la proyección respectiva, siendo:

Cuadro N° 47**Datos aplicados en el proyecto**

DESCRIPCIÓN	DATOS APLICADOS
Plazo proyección (Años):	5
Variables Externas	
Tasa de Crecimiento Poblacional	1.2%
Inflación Anual a Diciembre 2014	4,11%
Tasa de Interés Activa nominal máxima (julio) 2008	12,13%
Tasa de Interés Pasiva nominal máxima (julio) 2008	5,60%
Variables Internas	
Incremento anual por servicio	40%
Tasa de descuento	12,30%
Financiamiento	
Propio	70%
Financiado	30%

Fuente: *Investigación de Mercado*Elaboración: *La Autora***5.2.1. Capacidad de hospedaje**

De acuerdo a los estudios realizados se puede establecer la siguiente capacidad diaria mensual y anual de hospedaje.

Cuadro N° 48**Capacidad de la microempresa**

CAPACIDAD	DIARIO	MENSUAL	ANUAL
CAMAS	20	600	7200
RESTAURANT	32	960	11520

Fuente: *Investigación de Mercado*Elaboración: *La Autora*

La capacidad instalada con la que contará el proyecto principalmente se establece en función al tiempo que se destinará para la prestación de los servicios hospedaje toda vez, que en la pregunta N° 3 de la encuesta realizada, aproximadamente el 88% de los encuestados manifiestan que permanecen de visita entre 1 y 2 días, lo cual permite proyectar la capacidad

de uso de las instalaciones.

Con este antecedente se plantea que la capacidad instalada de las cabañas es poder brindar una unidad de servicio al día de 20 camas, lo que al mes resultaría en un promedio de 600 y al año 7.200 servicios de hospedaje que ofrece “La Posada” cabañas & comida.

5.3. Plan de inversiones

El análisis financiero permite determinar la rentabilidad de un proyecto de inversión, a continuación se realiza un detalle de la inversión en activo corriente y activo no corriente, así como también el capital de trabajo que es el efectivo requerido para cubrir costos basados en preformas antes de percibir los ingresos.

5.3.1. Inversión fija

El proyecto tendrá la siguiente inversión fija en base a los siguientes rubros:

Cuadro N° 49

Inversión fija del proyecto

RESUMEN DE LA INVERSION	
Terreno	30.000,00
Construcción	30.000,00
Equipos de computo	994,45
Muebles y enseres	8.750,00
Muebles y Equipos de Oficina	7.239,00
Suministros	74,54
Insumos de limpieza	438,40
TOTAL	77.496,39

Fuente: Estudio Técnico
Elaboración: La Autora

5.3.2. Depreciaciones de activos corrientes

En la tabla inferior se detalla el desgaste que sufren los activos corrientes por su uso.

Cuadro N° 50**Depreciaciones**

DESCRIPCION	COSTOS	DEPRECIACION	ANUAL
Terreno	30.000,00		-
Construcción	30.000,00	5%	1.500,00
Equipos de computo	994,45	33%	328,17
Muebles y enseres	7.239,00	10%	723,90
Muebles y Equipos de Oficina	8.750,00	10%	875,00
Suministros	74,54	10%	7,45
Insumos de limpieza	438,40	10%	43,84
TOTAL	77.496,39		3.478,36

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

5.3.3. Inversión diferida

Se aplicará como gasto diferido a los rubros realizados para la constitución de la microempresa y para manejar la publicidad que requiera la misma, para ubicarse en el mercado.

Cuadro N° 51**Activos diferidos**

Gastos de Constitución	600,00
TOTAL	600,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 52**Inversión total del proyecto**

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivo no Corrientes	
Capital de Trabajo		Documentos por pagar	32.668,36
Gastos de Operación	28.871,13	TOTAL PASIVOS	32.668,36
Total Activos Corrientes	29.471,13		
Activos no Corrientes			
Equipo de Computo	994,45		
Muebles de Oficina	1.927,00		
Terreno	30.000,00		
Edificio	30.000,00	PATRIMONIO	
Muebles y enseres	8.750,00	Capital Propio	76.226,16
Muebles y Equipos de oficina	7.239,00		
Suministros	74,54	TOTAL PATRIMONIO	76.226,16
Insumos	438,40		
Total Activos no Corrientes	79.423,39		
TOTAL ACTIVOS	108.894,52	TOTAL PASIVO + PAT	108.894,52

Fuente: Estudio Técnico
Elaboración: La Autora

5.4. Ingresos

Los ingresos del proyecto estarán calculados en base a la cantidad de ventas de los servicios que se ofrecerá, las mismas que tendrán un costo competitivo en relación al mercado, los cuales se encuentran calculados así:

Cuadro N° 53**Total de ingresos por servicios**

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de Alojamiento					
Cantidad estimada	2.971,20	3.033,60	3.085,20	3.144,00	3.204,00
Precio promedio \$	21,60	23,33	25,19	27,21	29,39
Total	64.177,92	70.773,89	77.716,19	85.548,24	94.165,56
Servicio de Comida					
Cantidad estimada	1.980,80	2.022,40	2.056,80	2.096,00	2.136,00
Precio promedio \$	21,60	23,33	25,19	27,21	29,39
Total	42.785,28	47.182,59	51.810,79	57.032,16	62.777,04
TOTAL INGRESOS	106.963,20	117.956,48	129.526,98	142.580,40	156.942,60

Fuente: Estudio de Mercado
Elaboración: La Autora

Para obtener un valor promedio anual a nivel general de todos los servicios que se facilitará, se calculó el total tanto en cantidad como en precio dividido para los tres servicios, dando como resultado un solo costo estimado para cada año proyectado el cual nos servirá como dato referencial.

5.5. Costo de ventas

Cuadro N° 54

Costo de ventas

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicio de Alojamiento					
Costo del servicio	32.088,96	38.925,64	38.858,09	38.496,71	37.666,22
Servicio de comida					
Costo del servicio	25.671,17	23.591,30	31.086,48	34.219,30	37.666,22
Costos Indirectos					
Costos varios	4.278,53	5.897,82	7.771,62	9.267,73	6.277,70
TOTAL	62.038,66	68.414,76	77.716,19	81.983,73	81.610,15

Fuente: Estudio de Mercado

Elaboración: La Autora

5.6. Gastos

Son aquellos egresos que incurre la empresa para su buen funcionamiento.

5.6.1. Gasto administrativo

Son desembolsos que realiza en labores de planificación, organización, dirección y control de la empresa.

Cuadro N° 55

Gasto administrativos

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Constitución	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Gasto Sueldo Admin	6.337,80	6.598,28	6.869,47	7.151,81	7.445,75
TOTAL	6.557,80	6.818,28	7.089,47	7.371,81	7.665,75

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

5.6.2. Gasto financiero

También denominada carga financiera la misma que comprende cómo un 20% del capital financiado es decir USD. 32.668,36 del total de la inversión, a una tasa activa nominal (tasa de redescuento) 12.13%, para un periodo de cinco años.

Cuadro N° 56

Tabla de amortización

PERÍODO	DIVIDENDO	INTERÉS	CAPITAL	SALDO
0				32.668,36
1	10.496,34	3.962,67	6.533,67	26.134,68
2	9.703,81	3.170,14	6.533,67	19.601,01
3	8.911,27	2.377,60	6.533,67	13.067,34
4	8.118,74	1.585,07	6.533,67	6.533,67
5	7.326,21	792,53	6.533,67	-

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

5.7. Estados financieros

5.7.1. Estado de situación inicial

Cuadro N° 57

Estado de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activos Corrientes		Pasivo no Corrientes	
Capital de Trabajo		Documentos por pagar	32.668,36
Gastos de Operación	28.871,13	TOTAL PASIVOS	32.668,36
Total Activos Corrientes	29.471,13		
Activos no Corrientes			
Equipo de Computo	994,45		
Muebles de Oficina	1.927,00		
Terreno	30.000,00		
Edificio	30.000,00	PATRIMONIO	
Muebles y enseres	8.750,00	Capital Propio	76.226,16
Muebles y Equipos de oficina	7.239,00		
Suministros	74,54	TOTAL PATRIMONIO	76.226,16
Insumos	438,40		
Total Activos no Corrientes	79.423,39		
TOTAL ACTIVOS	108.894,52	TOTAL PASIVO + PAT	108.894,52

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

5.7.2. Estado de pérdidas y ganancias

El Estado de Pérdidas y Ganancias muestra los ingresos y los costos para el proyecto, los costos del proyecto tienen un crecimiento del 4,2% que es igual la tasa de inflación 2014.

Cuadro N° 58

Estado de Pérdidas y Ganancias

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos	106.963,20	117.956,48	129.526,98	142.580,40	156.942,60
- Costo de Ventas	62.038,66	68.414,76	77.716,19	81.983,73	81.610,15
= Utilidad Bruta	44.924,54	49.541,72	51.810,79	60.596,67	75.332,45
- Gastos Administrativos	6.557,80	6.818,28	7.089,47	7.371,81	7.665,75
- Depreciación	3.478,36	3.478,36	3.478,36	3.374,00	3.698,00
= Utilidad Operativa	34.888,38	39.245,08	41.242,96	49.850,86	63.968,70
- Amortización	3.962,67	3.170,14	2.377,60	1.585,07	792,53
- Gasto Financiero	6.533,67	6.533,67	6.533,67	6.533,67	6.533,67
= Utilidad antes de repartición	24.392,04	29.541,27	32.331,68	41.732,12	56.642,49
- 15% de Trabajadores	3.658,81	3.573,00	3.685,00	3.731,00	3.833,00
= Utilidad antes de impuestos	20.733,23	25.968,27	28.646,68	38.001,12	52.809,49
- Impuesto a la renta causado	917,48	1.702,74	2.104,50	3.507,67	6.302,90
= Utilidad Neta	19.815,75	24.265,53	26.542,18	34.493,45	46.506,60

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 59

Cálculo del Impuesto a la Renta

DATOS		BASE	DIFERENCIA	%	IMP FRAC BAS	IMPUESTO
AÑO 1	20.733,23	20.670,00	63,23	9,48	908,00	917,48
AÑO 2	25.968,27	20.670,00	5.298,27	794,74	908,00	1702,74
AÑO 3	28.646,68	20.670,00	7.976,68	1.196,50	908,00	2104,50
AÑO 4	38.001,12	20.670,00	17.331,12	2.599,67	908,00	3507,67
AÑO 5	52.809,49	41.330,00	11.479,49	2.295,90	4007,00	6302,90

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

5.7.3. Flujo de caja

El flujo de caja muestra los entradas y salidas efectivas de dinero para el proyecto, es la base para el cálculo del VAN y TIR. El Flujo de Caja parte de la utilidad operativa del Balance de Pérdidas y Ganancias, suma las depreciaciones y las amortizaciones.

Cuadro N° 60

Flujo de caja

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
= Utilidad Operativa		34.888,38	39.245,08	41.242,96	49.850,86	63.968,70
+ Depreciación		3.478,36	3.478,36	3.478,36	3.374,00	3.698,00
- Reparto a Trabajadores		3.658,81	3.573,00	3.685,00	3.731,00	3.833,00
- Impuesto a la Renta		917,48	1.702,74	2.104,50	3.507,67	6.302,90
- Pago Capital		6.533,67	6.533,67	6.533,67	6.533,67	6.533,67
= Flujo de Caja	108.894,52	27.256,78	30.914,03	32.398,15	39.452,52	50.997,13

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

5.7.4. Valor actual neto

Para encontrar el tiempo de recuperación de nuestra inversión debemos traer los ingresos futuros al presente teniendo los siguientes resultados:

Cuadro N° 61

Valor actual neto

	-108.894,52	24.308,20	24.587,36	22.980,25	24.956,72	28.769,79
VAN	16.707,79					

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

Los resultados obtenidos de los flujos de caja nos dan que el valor presente neto a favor es de USD 16.707,79 por lo que el proyecto es viable.

5.7.5. Tasa interna de retorno

Cuadro N° 62

Tasa interna de retorno

= Flujo de Caja	-108.894,52	23.046,11	27.634,61	29.361,49	37.754,03	51.948,87
TIR	14,5786					

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

La tasa interna de retorno en el que se cubre la inversión es igual al 15%.

5.7.6. Periodo de recuperación de la inversión

Cuadro N° 63

Período de Recuperación de la Inversión

	INVERSIÓN	FLUJO
0	-108.894,52	
AÑO 1	(81.637,74)	27.256,78
AÑO 2	(50.723,71)	30.914,03
AÑO 3	(18.325,57)	32.398,15
AÑO 4	21.126,96	39.452,52
AÑO 5	72.124,09	50.997,13

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

La inversión se recupera en tres años casi exactos.

5.7.7. Índice de Beneficio - Costo

El índice o relación beneficio – Costo, es otra herramienta útil para la toma de decisiones, relaciona los ingresos netos actualizados con el capital invertido, y refleja la cantidad monetaria que se está ganando o perdiendo en función a las invertidas.

COSTO BENEFICIO	653.969,66	1,56
	419.154,61	

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora

Por cada dólar que se invierte en el proyecto se llega a establecer que se tiene una utilidad de 0,56 centavos.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En el siguiente capítulo se demuestra lo importante del proyecto es decir si es rentable, para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión y gastos que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, poner precios más bajos o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles, entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

6.1. Razón social

El término La Posada se enfoca a la prestación de un servicio de alojamiento, cabañas & comida es un complemento para el valor agregado del lugar, estos significados son relativos a la apacible naturaleza del entorno, característica que atrae a muchos y encanta a la mayoría de turistas, quienes ven en el campo la oportunidad de disfrutar de paisajes diferentes a los que brinda la ciudad.

Según la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada en el Art. 10 menciona que *“Ninguna empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá adoptar una denominación igual o semejante al de otra preexistente”*.

Por tal motivo el nombre propuesto ha sido verificado en la Superintendencia de Compañías para evitar incumplir con lo indicado en esta ley.

6.1.1 Logotipo

Esta imagen publicitaria, como un distintivo de la microempresa nos permite dar a conocer de forma visual el servicio que ofrecemos.

Imagen N° 3

Razón social



Fuente: Lic. Cristian Maya
Elaboración: La Autora

6.1.2. Conformación jurídica

Por las características que presenta “La Posada” cabañas & comida, según su forma jurídica en apego a la Ley de Compañías se constituye como “Empresa unipersonal de responsabilidad limitada”, y su domicilio principal será en la provincia de Imbabura, cantón Antonio Ante, parroquia de San José de Chaltura; por lo tanto su funcionamiento legal se fundamentará en el estricto cumplimiento de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. Básicamente este tipo de empresa presenta las siguientes características:

- Su propiedad recae en una sola persona.
- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tendrá un solo domicilio principal.

- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá realizar ninguna de las siguientes actividades: bancarias, seguros, captación de efectivo, entre otros.
- El capital asignado a la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez.
- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, será administrada por su gerente-propietario, quien a su vez, será su representante legal.

6.1.3. Constitución e inscripción

Según el artículo 30 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, “...*la constitución, aprobación e inscripción de este tipo de empresa será mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, misma que contendrá lo a continuación detallado:*

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;

8. La determinación de la asignación mensual que habrá de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,
9. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa deseara incluir.

6.1.4 Base legal para la constitución

A continuación se nombra algunos aspectos legales que deben cumplirse como requisitos para poder constituirse:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC).
- Patente Municipal
- Permiso de Higiene para el funcionamiento otorgado por la Dirección Provincial de Salud de Imbabura.
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Antonio Ante.

6.2. Base filosófica de la empresa

Para que la microempresa y todo el personal que la conforma se proyecte adecuadamente para el futuro, realizando un eficiente trabajo en el presente, es básico definir la misión y visión que a continuación se presenta:

6.2.1. Misión

Imagen N° 4

Misión

Ofrecer a los turistas un servicio confortable para hospedarse, de encuentro y disfrute, que facilite la convivencia con el entorno natural y paisajístico, fomentando los valores culturales, turísticos y gastronómicos de la zona, integrando a la comunidad en el trabajo para que generen procesos de desarrollo local sustentable.

Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

6.2.2. Visión

Imagen N° 5

Visión

Para el año 2020 “La Posada” cabañas & comida será reconocida en el mercado como una empresa eficiente, brindando los servicios de hospedaje con responsabilidad, sujeta a procesos constantes de mejoramiento, comprometida con la conservación ambiental, con personal capacitado que trabaja en equipo para brindar un servicio agradable y de calidad.

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

6.3. Políticas

6.3.1. Sobre las reservas

“La Posada” cabañas & comida realizará la respectiva confirmación de sus reservas con el 50% del valor del total de la Proforma-Factura enviada que será cancelado por adelantado hasta 3 días antes del servicio, dejando el otro 50% a ser cobrado directamente

al momento de recibir el servicio. Esta política dependerá del número de personas que deseen hospedarse.

Para familias y grupos pequeños de hasta 10 personas podrán hacer sus reservaciones y confirmaciones entre las 48 y 24 horas antes del servicio, de igual manera el pago se lo deberá realizar por adelantado del 50% del valor total de la Proforma-Factura.

6.3.2. Sobre las cancelaciones de las reservas

Dado el caso de una cancelación de la reserva, “La Posada” cabañas & comida podrá retener el valor abonado por temas operacionales, sin que el cliente tenga opción a una devolución.

En caso de cancelación en el día del servicio la empresa, cobrará el valor del alojamiento de esa noche.

6.3.3. Sobre el pago

El pago se lo realizará directamente en las instalaciones, “La Posada” cabañas & comida, pudiendo ser: efectivo en dólares, tarjeta de crédito (Dinners Club, American Express, Visa y Master Card), depósito bancario en efectivo, transferencia bancaria.

6.3.4. Referente a las niñas y niños

Las niñas y niños menores de 5 años quienes compartan habitación con sus padres no son sujetos de cobro por el servicio.

6.3.5. Mascotas

El ingreso de los clientes con mascotas solo se admitirá previo un control de la mascota y dependerá del tipo de la característica del animalito, toda vez que existen varias razas que

podrían ser peligrosas y generar reclamos por parte de los huéspedes.

6.4. Valores

- **Responsabilidad:** Es un valor que está en la conciencia de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral, también es el que cumple con sus obligaciones o que pone cuidado y atención en lo que hace o decide.
- **Honestidad:** Constituye una cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con sinceridad, franqueza y coherencia, respetando a sus semejantes, a la justicia y la verdad.
- **Eficiencia:** Está vinculada a utilizar los medios disponibles de manera racional para llegar a una meta, se trata de la capacidad de alcanzar un objetivo fijado con anterioridad en el menor tiempo posible y con el mínimo uso posible de los recursos, lo que supone una optimización.
- **Calidad:** Es una entidad alcanzable, medible y rentable que puede ser un catalizador muy importante que establece la diferencia entre el éxito y el fracaso, es hacer que la gente haga mejor todas las cosas importantes que de cualquier forma tiene que hacer.
- **Respeto:** El cliente debe ser tratado respetuosamente ya que este interpretará la cortesía, confidencialidad, privacidad que se le ofrezca, es importante que el proveedor del servicio mantenga un contacto de cara a cara con el cliente para que la relación sea más estrecha.
- **Confiabilidad:** El servicio debe ser prometido con exactitud y seriedad, la confiabilidad no es solo cuestión de actitud sino también de procedimientos, en caso de que exista una

queja la empresa debe atender el reclamo de la manera más oportuna pues este es un derecho de todos los clientes.

- **Amabilidad:** Un comportamiento o acto que resulta caritativo, solidario o afectuoso con otras personas. Por eso engloba diversas actitudes, como la simpatía, la generosidad, la compasión y el altruismo.
- **Rapidez:** La atención deberá realizarse sin demoras innecesarias pero no con precipitación. Ya que el servicio es el resultado de una interacción entre vendedor y comprador, todo error siendo altamente visible, es siempre “oficial”, como consecuencia, es muy importante estar listo para aplicar acciones correctivas.
- **Seguridad:** Aquí intervienen aspectos tangibles como intangibles entre los primeros encontramos las instalaciones físicas, equipos, personal, mientras que en el último se encuentran los conocimientos que poseen los empleados es decir la habilidad para transmitir seguridad.
- **Servicio al Cliente:** el servicio que se ofrece a los clientes es importante siempre y actualmente constituye un elemento básico para el éxito o fracaso de muchas empresas, ya que una relación cordial entre el proveedor y el cliente y sobre todo una relación comprensiva ante cualquier tipo de reclamo conforman una ventaja competitiva.

6.5 Otras normativas que rigen a la empresa

Reglamento General de Actividades Turísticas

Art. 1.- Alojamiento.- Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios.

Art. 26.- Cabañas.- Son cabañas los establecimientos hoteleros situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en lugares donde predomine la naturaleza, en los que mediante el precio, se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, en edificaciones individuales que por su construcción y elementos decorativos están acordes con la zona de su ubicación y cuya capacidad no sea menor de seis cabañas.

6.5.1. Registro de turismo

LEY DE TURISMO (2002) “Es la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de la Ley de Turismo. En el registro se establece la clasificación y categoría que le corresponda”.

Catastros turísticos

Es un listado con la información general de todos establecimientos turísticos registrados a nivel nacional en el Ministerio de Turismo, los mismos que están colocados de acuerdo a la ubicación geográfica y de acuerdo a la actividad y tipo de servicio, en el caso de “La Posada” cabañas & comida se encuentra dentro de la clasificación número 4.

Condiciones mínimas que deben de tener los establecimientos para su registro:

Alojamiento:

1. Hoteles (mínimo 30 habitaciones)
2. Hostales (de 12 a 29 habitaciones)
3. Pensiones (de 6 a 11 habitaciones)
4. Hosterías, moteles, refugios y cabañas (mínimo 6 habitaciones)

5. Albergues (de 6 a 11 habitaciones)
6. Extra hoteleros.- Se clasificarán y registrarán en atención a sus instalaciones y servicios

6.5.2. Ley de Gestión Ambiental

Art. 19.- Las obras públicas, privadas o mixtas, y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

Art. 21.- Los sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental; evaluación de riesgos; planes de manejo; planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplidos estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos, el Ministerio del ramo podrá otorgar o negar la licencia correspondiente.

Acuerdo No. 068. Reformase el Texto Unificado de Legislación Secundaria del Libro VI. Título I del Sistema Único de Manejo Ambiental (SUMA).

CAPÍTULO V

De la Categorización Ambiental Nacional

Art. 39.- De la categoría II (licencia ambiental categoría II).- Dentro de ésta categoría se encuentran catalogados los proyectos, obras o actividades cuyos impactos ambientales y/o riesgo ambiental, son considerados de bajo impacto.

Todos los proyectos, obras o actividades catalogados dentro de ésta categoría, deberán regularizarse ambientalmente a través de la obtención de una licencia ambiental, que será

otorgada por la autoridad ambiental competente, mediante el SUIA.

6.6. Estructura organizacional de la microempresa

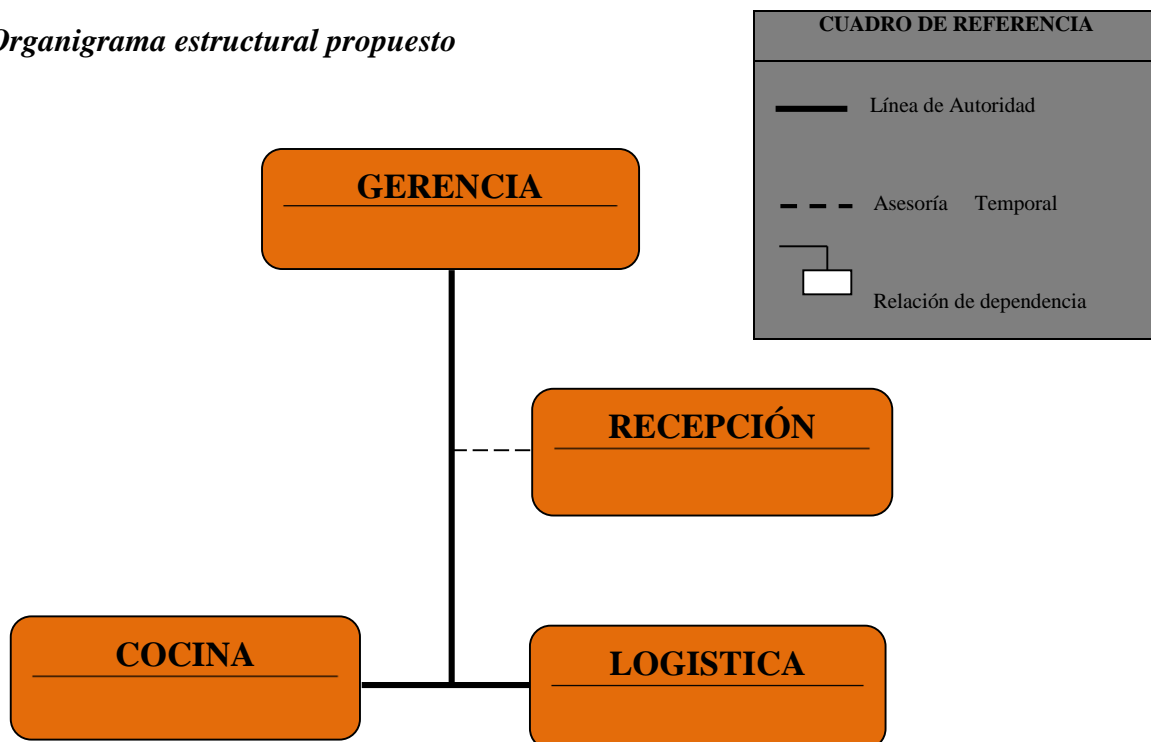
Una estructura organizacional es el conjunto de las funciones y de las relaciones que determinan formalmente las funciones que cada unidad deber cumplir y el modo de comunicación entre cada una de ellas.

“La Posada” cabañas & comida manejará su organización estructural y funcional de la siguiente manera:

6.6.1. Organización estructural

Mediante el siguiente organigrama vertical se demuestra la estructura administrativa bajo la cual funcionará “La Posada” cabañas & comida, se encuentran representadas las áreas funcionales de la empresa y sus relaciones existentes:

Gráfico N° 22

Organigrama estructural propuesto**6.7. Niveles propuestos**

- Nivel Directivo
- Nivel Auxiliar
- Nivel Operativo

6.7.1. Nivel directivo

Estará presidido por el Gerente Administrativo, el mismo que será el representante legal de la empresa, en calidad de propietario. Por su naturaleza legal será el responsable de la toma de decisiones, determinación y fijación de políticas, orientación, planificación y ejecución de las acciones a desarrollarse en los niveles administrativos.

6.7.2. Nivel auxiliar

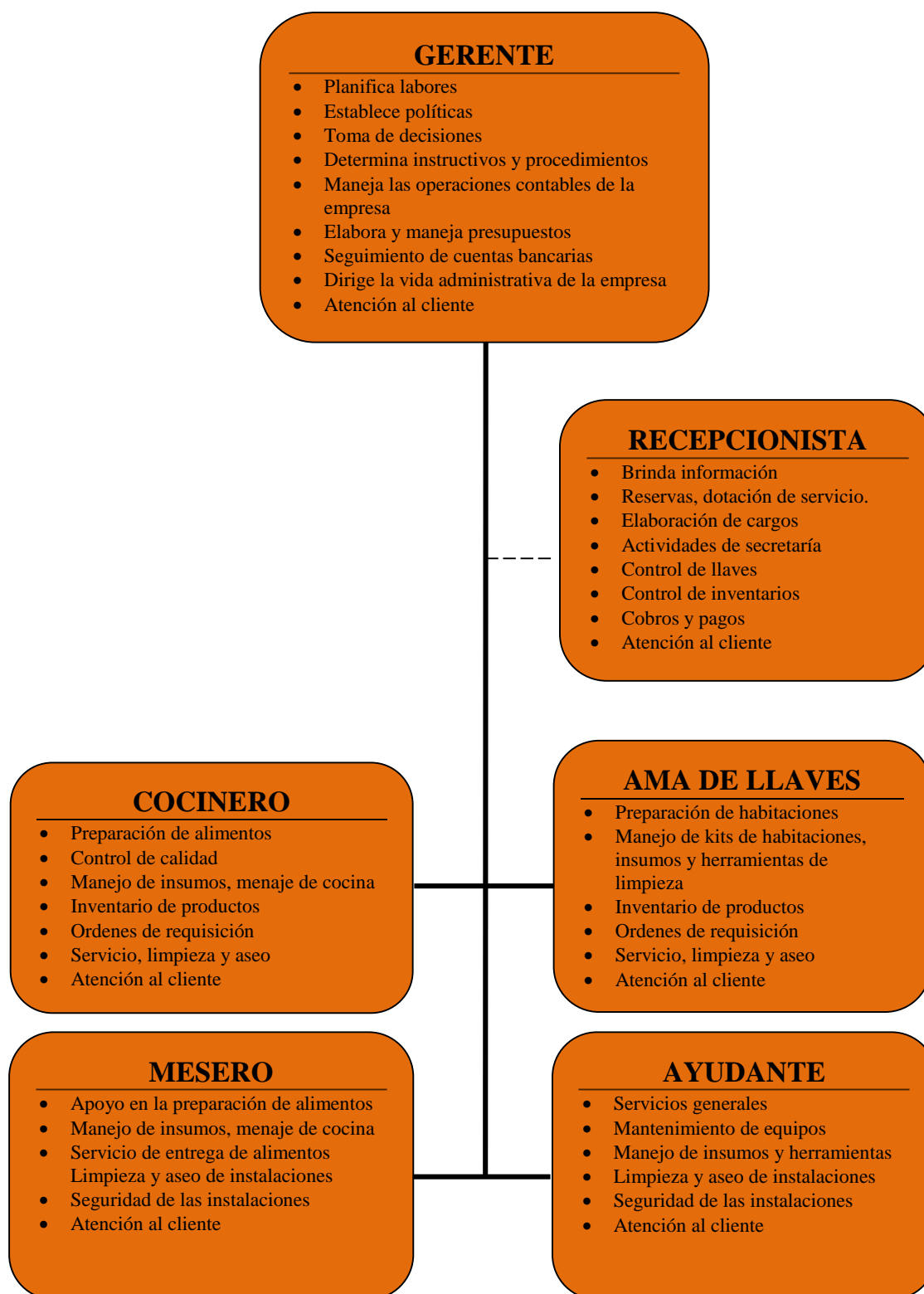
Este nivel tiene por finalidad ayudar a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, de tal manera que hace fluida la vida administrativa de la empresa.

6.7.3. Nivel operativo

Su estructura operativa estará manejada por el Gerente quien supervisará al personal operativo, este nivel es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la empresa.

6.8. Organización funcional

A través de este organigrama vertical se visualizan los diferentes puestos y las funciones que deberán cumplir los perfiles, de acuerdo a las necesidades de la empresa:

Gráfico N° 23**Organigrama funcional propuesto**

Elaboración: La Autora

6.8.1. Gerente administrativo

La conformación de las competencias identificadas para este perfil, marca como esencial el manejo de conocimientos en atención al cliente y en la planeación, organización, supervisión y coordinación del trabajo, desarrollando habilidades de liderazgo, motivación y optimización de procesos y procedimientos, demostrando actitudes como responsabilidad y amabilidad.

6.8.2. Recepcionista

Las competencias identificadas para este perfil marca como esencial la atención al cliente y las relaciones públicas, con orientación a la negociación y la persuasión, debe contar con conocimientos en el área y excelente expresión verbal, demostrando amabilidad, iniciativa, tolerancia y soluciones de problemas las cuales son fundamentales para el desempeño de sus funciones.

6.8.3. Cocinero

La conformación de las funciones de este perfil, establece como esencial el manejo de conocimientos en preparación y cocción de alimentos, así como elaboración de menús y control de los suministros, siendo esenciales habilidades como la comprensión verbal, escrita y numérica. Se requiere de orden y limpieza.

6.8.4. Mesero

Para este perfil se identifica como necesario el manejo de conocimientos en preparación y cocción de alimentos, manejo y utilización de menaje de cocina, así como la atención a los clientes, siendo esenciales las habilidades como la memoria, higiene y destreza.

6.8.5. Ama de llaves

Comprende las destrezas de aseo de áreas comunes e individuales, la limpieza en general de habitaciones, equipos, instalaciones, e insumos, aseo y mantenimiento de pisos. Sumado a lo anterior se requiere brindar información sobre los servicios e instalaciones, una excelente atención a clientes.

6.8.6. Ayudante de servicios

Se identifican las competencias para este perfil como esencial el trabajo directo enfocado a la atención al público. Siendo necesarias habilidades para la recolección y clasificación de residuos sólidos, limpieza en general de las instalaciones, mantenimiento de equipos y herramientas. Se requiere de responsabilidad. De la misma manera es esencial la honradez y el respeto.

Gráfico N° 24

Perfil Gerente

PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO			
1- DATOS GENERALES			
PUESTO:	GERENTE-PROPIETARIO	DEPTO:	ADMINISTRATIVO
AREA:	EJECUTIVA	PUESTO JEFE INMEDIATO:	GERENTE - PROPIETARIO
2- CARACTERÍSTICAS PERSONALES			
EDAD:	30 - 45 Años	EDO. CIVIL:	INDISTINTO
SEXO:		INDISTINTO	
IDIOMAS:			
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE
INGLÉS	75%	75%	75%
PROFESIONAL:			
ING. EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA			
PRESENTACIÓN PERSONAL:			
EXCELENTE PRESENCIA			
EXPERIENCIA:			
HORARIO DE TRABAJO:			
DISPONIBLE			
CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS PARA EL PUESTO:			
CRITERIO PARA TOMAR DECISIONES, HABILIDADES PARA ORGANIZAR, CONOCIMIENTO EN CONTABILIDAD, PLANIFICACIÓN, DIRECCIÓN, SUPERVISIÓN Y CONTROL.			
ACTITUDES PERSONALES:			
HONRADEZ:	<input type="radio"/>	CARÁCTER FIRME:	<input type="radio"/>
ACTITUD POSITIVA:	<input type="radio"/>	LIDER:	<input type="radio"/>
ENTUSIASTA:	<input type="radio"/>	SABER DELEGAR:	<input type="radio"/>
DON DE MANDO:	<input type="radio"/>	RESPONSABLE:	<input type="radio"/>
INICIATIVA:	<input type="radio"/>		
CONDICIONES FÍSICAS:			
BUEN ESTADO DE SALUD			
OTRAS:			
EXCELENTE MANEJO DE CONFLICTOS			
3- OBJETIVO DEL PUESTO			
ADMINISTRAR LA MICROEMPRESA CON EL FIN DE TENER RENTABILIDAD, MANTENIENDO LA BUENA IMAGEN DEL SERVICIO Y PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO PROMOViendo DENTRO Y FUERA DE LA CIUDAD LOS SERVICIOS E INSTALACIONES.			

Gráfico N° 25**Funciones y responsabilidades Gerente****4- FUNCIONES O ACTIVIDADES**

VERIFICAR OCUPACIÓN DE HABITACIONES
EVENTOS DEL DÍA (INSTRUCTIVO Y PROCEDIMIENTOS)
SEGUIMIENTO A EVENTOS INTERNOS
REVISIÓN DE GASTOS
ESTABLECER PUBLICIDAD Y PROMOCIONES
ELABORAR CONVENIOS CON AGENCIAS DE TURISMO
SEGUIMIENTO DE CUENTAS
ELABORACIÓN DE PRESUPUESTO Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS
REVISAR PLAN ANUAL DE GASTOS
MANEJAR LAS OPERACIONES CONTABLES DE LA MICROEMPRESA
ATENDER A CLIENTES Y HUÉSPEDES QUE REQUIERAN INFORMACIÓN
ASUMIR LAS DEMÁS FUNCIONES QUE PUEDAN APARECER EN LA MARCHA

5- RESPONSABILIDADES

MANTENER Y ACRECENTAR LA IMAGEN DEL SERVICIO, A TRAVÉS DE ESTÁNDARES DE CALIDAD Y ESTRATEGIAS DE VENTAS
ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO
LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN
TRABAJO EN EQUIPO
IMPLEMENTAR NUEVAS METODOLOGÍAS DE PRESENTACIÓN DEL SERVICIO.
OPTIMIZAR LOS PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS ENFOCADOS A LA EFICIENCIA.


Elaborado	Revisado	Autorizado	
			

Gráfico N° 26
Perfil recepcionista

PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO																							
1- DATOS GENERALES																							
PUESTO:	RECEPCIONISTA	DEPTO:	ADMINISTRATIVO																				
		CLAVE:																					
AREA:	RECEPCIÓN	PUESTO JEFE INMEDIATO:	GERENTE - PROPIETARIO																				
2- CARACTERÍSTICAS PERSONALES																							
EDAD:	20 - 35 Años	EDO. CIVIL:	INDISTINTO																				
		SEXO:	INDISTINTO																				
IDIOMAS:	PROFESIONAL:																						
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">IDIOMA</th> <th style="width: 25%;">HABLA</th> <th style="width: 25%;">LEE</th> <th style="width: 25%;">ESCRIBE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">INGLÉS</td> <td style="text-align: center;">75%</td> <td style="text-align: center;">75%</td> <td style="text-align: center;">75%</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE	INGLÉS	75%	75%	75%					LICENCIADO O EGRESADO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA										
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE																				
INGLÉS	75%	75%	75%																				
PRESENTACIÓN PERSONAL:	EXPERIENCIA:																						
EXCELENTE PRESENCIA	MÍNIMO 1 AÑO EN EL PUESTO																						
HORARIO DE TRABAJO:	CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS PARA EL PUESTO:																						
VARIABLE	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, COMPUTACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS																						
ACTITUDES PERSONALES:	CONDICIONES FÍSICAS:																						
<table style="width: 100%;"> <tr> <td>HONRADEZ:</td> <td><input type="radio"/></td> <td>CARÁCTER FIRME:</td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>ACTITUD POSITIVA:</td> <td><input type="radio"/></td> <td>LIDER:</td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>ENTUSIASTA:</td> <td><input type="radio"/></td> <td>SABER DELEGAR:</td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>DON DE MANDO:</td> <td><input type="radio"/></td> <td>RESPONSABLE:</td> <td><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>INICIATIVA:</td> <td><input type="radio"/></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	HONRADEZ:	<input type="radio"/>	CARÁCTER FIRME:	<input type="radio"/>	ACTITUD POSITIVA:	<input type="radio"/>	LIDER:	<input type="radio"/>	ENTUSIASTA:	<input type="radio"/>	SABER DELEGAR:	<input type="radio"/>	DON DE MANDO:	<input type="radio"/>	RESPONSABLE:	<input type="radio"/>	INICIATIVA:	<input type="radio"/>			BUEN ESTADO DE SALUD		
HONRADEZ:	<input type="radio"/>	CARÁCTER FIRME:	<input type="radio"/>																				
ACTITUD POSITIVA:	<input type="radio"/>	LIDER:	<input type="radio"/>																				
ENTUSIASTA:	<input type="radio"/>	SABER DELEGAR:	<input type="radio"/>																				
DON DE MANDO:	<input type="radio"/>	RESPONSABLE:	<input type="radio"/>																				
INICIATIVA:	<input type="radio"/>																						
OTRAS:	PROMOCIÓN TURÍSTICA																						
3- OBJETIVO DEL PUESTO																							
OFRECER AL HUÉSPED DESDE SU LLEGADA TODOS LOS SERVICIOS CON LOS QUE CUANTA A FIN DE SATISFACER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE, SIENDO AMABLE Y CORTES.																							

Gráfico N° 27**Funciones y responsabilidades Recepcionista**

4- FUNCIONES O ACTIVIDADES			
VERIFICA SOLICITUDES DE HUÉSPEDES			
VERIFICAR ESTANTE DE LLAVES			
RECIBIR EL REPORTE DEL AMA DE LLAVES			
ELABORAR CARGOS A HUÉSPEDES CONFORME A LOS SERVICIOS SOLICITADOS			
PREPARA EL CHECK OUT CORRESPONDIENTE A LAS SALIDAS DEL DÍA			
MANEJO DE LA DISPONIBILIDAD DE HABITACIONES			
COORDINAR MONTAJE DE HABITACIONES Y RESTAURANTE			
OPERACIONES MATEMÁTICAS PARA COBRO DE SERVICIOS			
REALIZAR FUNCIONES DE TESORERÍA			
GESTIONAR REQUERIMIENTOS CON PROVEEDORES			
ASUMIR LAS DEMÁS FUNCIONES DELEGADAS POR EL GERENTE			

5- RESPONSABILIDADES			
CUIDAR APARIENCIA PERSONAL			
OFRECER UN SERVICIO ÓPTIMO A LA ENTRADA Y SALIDA DEL HUÉSPED			
RESPONSABILIDAD INDIVIDUAL			
CUMPLIR CON LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD ESTABLECIDAS POR LA GERENCIA			
CUMPLIR CON EL OBJETIVO DEL PUESTO			
INSENTIVAR EL TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL			
FORTALECER ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN			

Elaborado	Revisado	Autorizado	
			

Fuente: Investigación propia

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 28

Perfil cocinero

PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO															
1- DATOS GENERALES															
PUESTO:	COCINERO	DEPTO:	OPERATIVO												
AREA:	COCINA	PUESTO JEFE INMEDIATO:	GERENTE - PROPIETARIO												
2- CARACTERÍSTICAS PERSONALES															
EDAD:	30 - 45 Años	EDO. CIVIL:	INDISTINTO												
SEXO:		INDISTINTO													
IDIOMAS:		PROFESIONAL:													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="padding: 2px;">IDIOMA</th> <th style="padding: 2px;">HABLA</th> <th style="padding: 2px;">LEE</th> <th style="padding: 2px;">ESCRIBE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 2px;">INGLÉS</td> <td style="width: 30px;"></td> <td style="width: 30px;"></td> <td style="width: 30px;"></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;"> </td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE	INGLÉS								TÍTULO NO INDISPENSABLE		
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE												
INGLÉS															
PRESENTACIÓN PERSONAL:		EXPERIENCIA:													
PRESENCIA AGRADABLE		MÍNIMO 1 AÑO EN EL PUESTO													
HORARIO DE TRABAJO:		CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS PARA EL PUESTO:													
DISPONIBLE		CONOCIMIENTOS GENERALES DE COCINA													
ACTITUDES PERSONALES:		CONDICIONES FÍSICAS:													
HONRADEZ: <input type="radio"/>	CARÁCTER FIRME: <input type="radio"/>	BUEN ESTADO FÍSICO													
ACTITUD POSITIVA: <input type="radio"/>	LIDER: <input type="radio"/>														
ENTUSIASTA: <input type="radio"/>	SABER DELEGAR: <input type="radio"/>														
DON DE MANDO: <input type="radio"/>	RESPONSABLE: <input type="radio"/>														
INICIATIVA: <input type="radio"/>															
OTRAS:															
HÁBITOS DE HIGIENE ALIMENTICIA															
3- OBJETIVO DEL PUESTO															
ASEGURAR LA PREPARACIÓN DE LOS ALIMENTOS, ELABORACIÓN DE COMIDA EN GENERAL, EN BASE A LOS ESTÁNDARES DE OPERACIÓN ESTABLECIDOS.															

Gráfico N° 29**Funciones y responsabilidades Cocinero****4- FUNCIONES O ACTIVIDADES**

CONOCER EL TIEMPO DE COCCIÓN DE LOS ALIMENTOS
CONOCER LAS RECETAS ESTÁNDARES DE LA COCINA ECUATORIANA
CONOCER Y APLICAR TÉCNICAS PARA ALMACENAR ALIMENTOS
EVITAR DESPERDICIOS DE MATERIA SOBRANTE AL ELABORAR PLATILLOS
DECORAR LA PRESENTACIÓN DE ALIMENTOS
ASEGURARSE DE LA CALIDAD, PRESENTACIÓN Y SABOR DE LOS ALIMENTOS
AUXILIAR DE EVENTOS
LIMPIAR CÁMARAS DE CONSERVACIÓN
IDENTIFICACIÓN DE PRECIOS DE SUMINISTROS Y DEFINICIÓN DE PRECIOS AL CONSUMIDOR
ORDENES DE REQUISICIÓN
ASUMIR LAS DEMÁS FUNCIONES DELEGADAS POR EL GERENTE

5- RESPONSABILIDADES

CUIDAR APARIENCIA E HIGIENE PERSONAL
CUMPLIR CON EL OBJETIVO DEL PUESTO
RESPONSABILIDAD INDIVIDUAL
CUMPLIR CON LOS ESTADARES DE CALIDAD Y DE SERVICIO ESTABLECIDOS POR LA GERENCIA.
PLANEACIÓN DE MENÚ
ASISTIR PERIÓDICAMENTE A TALLERES SOBRE TÉCNICAS ESPECÍFICAS, DIFERENTES TIPOS GASTRONÓMICOS Y DE BANQUETERÍA
OPTIMIZAR COSTOS A TRAVÉS DE MEJORAS EN LOS PROCESOS DE SUMINISTRO, ALMACÉN Y CONTROL DE INVENTARIO


Elaborado	Revisado	Autorizado	
			

Gráfico N° 30

Perfil mesero

PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO																							
1- DATOS GENERALES																							
PUESTO:	MESERO	DEPTO:	OPERATIVO																				
AREA:	COCINA	PUESTO JEFE INMEDIATO:	GERENTE - PROPIETARIO																				
2- CARACTERÍSTICAS PERSONALES																							
EDAD:	25 - 45 Años	EDO. CIVIL:	INDISTINTO																				
IDIOMAS:		PROFESIONAL:																					
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="padding: 2px;">IDIOMA</th> <th style="padding: 2px;">HABLA</th> <th style="padding: 2px;">LEE</th> <th style="padding: 2px;">ESCRIBE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 2px;">INGLÉS</td> <td style="padding: 2px;">25%</td> <td style="padding: 2px;">25%</td> <td style="padding: 2px;">25%</td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;"> </td> <td style="padding: 2px;"> </td> <td style="padding: 2px;"> </td> <td style="padding: 2px;"> </td> </tr> </tbody> </table>	IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE	INGLÉS	25%	25%	25%					TÍTULO NO INDISPENSABLE										
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE																				
INGLÉS	25%	25%	25%																				
PRESENTACIÓN PERSONAL:		EXPERIENCIA:																					
EXCELENTE PRESENCIA		MÍNIMO 1 AÑO EN EL PUESTO																					
HORARIO DE TRABAJO:		CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS PARA EL PUESTO:																					
VARIABLE		MANEJO DE ETIQUETA Y PROTOCOLO																					
ACTITUDES PERSONALES:		CONDICIONES FÍSICAS:																					
<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 2px;">HONRADEZ:</td> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/></td> <td style="padding: 2px;">CARÁCTER FIRME:</td> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">ACTITUD POSITIVA:</td> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/></td> <td style="padding: 2px;">LIDER:</td> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">ENTUSIASTA:</td> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/></td> <td style="padding: 2px;">SABER DELEGAR:</td> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">DON DE MANDO:</td> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/></td> <td style="padding: 2px;">RESPONSABLE:</td> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td style="padding: 2px;">INICIATIVA:</td> <td style="padding: 2px;"><input type="radio"/></td> <td colspan="2"></td> </tr> </table>	HONRADEZ:	<input type="radio"/>	CARÁCTER FIRME:	<input type="radio"/>	ACTITUD POSITIVA:	<input type="radio"/>	LIDER:	<input type="radio"/>	ENTUSIASTA:	<input type="radio"/>	SABER DELEGAR:	<input type="radio"/>	DON DE MANDO:	<input type="radio"/>	RESPONSABLE:	<input type="radio"/>	INICIATIVA:	<input type="radio"/>			BUEN ESTADO FÍSICO		
HONRADEZ:	<input type="radio"/>	CARÁCTER FIRME:	<input type="radio"/>																				
ACTITUD POSITIVA:	<input type="radio"/>	LIDER:	<input type="radio"/>																				
ENTUSIASTA:	<input type="radio"/>	SABER DELEGAR:	<input type="radio"/>																				
DON DE MANDO:	<input type="radio"/>	RESPONSABLE:	<input type="radio"/>																				
INICIATIVA:	<input type="radio"/>																						
OTRAS:																							
SER PACIENTE, TOLERANTE Y RESPETUOSO																							
3- OBJETIVO DEL PUESTO																							
APOYAR EN TODAS LAS ACTIVIDADES LOGÍSTICAS QUE SON PARTE DE CADA SERVICIO																							

Gráfico N° 31**Funciones y responsabilidades Mesero**

4- FUNCIONES O ACTIVIDADES			
AMABILIDAD			
RESPONSABILIDAD			
MANTENER EN ORDEN EL MENAJE DE COCINA			
REALIZAR LIMPIEZA EN GENERAL DE LAS INSTALACIONES			
LAVAR LA VAJILLA Y DEMÁS MENAJE DE COCINA			
ATENCIÓN AL CLIENTE			
INFORMAR AL CLIENTE SOBRE LOS SERVICIOS QUE SE OFRECE			
ASUMIR LAS DEMÁS FUNCIONES DELEGADAS POR EL GERENTE			
5- RESPONSABILIDADES			
CUIDAR APARIENCIA E HIGIENE PERSONAL			
CUMPLIR CON EL OBJETIVO DEL PUESTO			
RESPONSABILIDAD INDIVIDUAL			
CUMPLIR CON LOS ESTADARES DE CALIDAD Y DE SERVICIO ESTABLECIDOS POR LA GERENCIA.			
CAPACITACIÓN EN EL USO DE ELEMENTOS DE EMERGENCIA COMO EXTINTORES, PUERTAS DE EMERGENCIA, SISTEMAS DE ALARMA, ETC.			
Elaborado	Revisado	Autorizado	

PAG 2/2

Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

Gráfico N° 32

Perfil Ama de llaves

PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO															
1- DATOS GENERALES															
PUESTO:	AMA DE LLAVES	DEPTO:	OPERTATIVO												
		CLAVE:													
AREA:	LOGÍSTICA	PUESTO JEFE INMEDIATO:	GERENTE - PROPIETARIO												
2- CARACTERÍSTICAS PERSONALES															
EDAD:	20 - 35 Años	EDO. CIVIL:	INDISTINTO												
		SEXO:	FEMENINO												
IDIOMAS:	PROFESIONAL:														
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">IDIOMA</th> <th style="width: 25%;">HABLA</th> <th style="width: 25%;">LEE</th> <th style="width: 25%;">ESCRIBE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>INGLÉS</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE	INGLÉS								CONOCIMIENTOS DE ADMINISTRACIÓN		
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE												
INGLÉS															
PRESENTACIÓN PERSONAL:	EXPERIENCIA:														
BUENA PRESENCIA	NO INDISPENSABLE														
HORARIO DE TRABAJO:	CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS PARA EL PUESTO:														
VARIABLE	LABORES DOMÉSTICAS, TENDIDO DE CAMA, LAVADO DE BAÑO														
ACTITUDES PERSONALES:	CONDICIONES FÍSICAS:														
<table style="width: 100%;"> <tr> <td>HONRADEZ: <input type="radio"/></td> <td>CARÁCTER FIRME: <input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>ACTITUD POSITIVA: <input type="radio"/></td> <td>LIDER: <input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>ENTUSIASTA: <input type="radio"/></td> <td>SABER DELEGAR: <input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>DON DE MANDO: <input type="radio"/></td> <td>RESPONSABLE: <input type="radio"/></td> </tr> <tr> <td>INICIATIVA: <input type="radio"/></td> <td></td> </tr> </table>	HONRADEZ: <input type="radio"/>	CARÁCTER FIRME: <input type="radio"/>	ACTITUD POSITIVA: <input type="radio"/>	LIDER: <input type="radio"/>	ENTUSIASTA: <input type="radio"/>	SABER DELEGAR: <input type="radio"/>	DON DE MANDO: <input type="radio"/>	RESPONSABLE: <input type="radio"/>	INICIATIVA: <input type="radio"/>		NINGÚN IMPEDIMENTO FÍSICO				
HONRADEZ: <input type="radio"/>	CARÁCTER FIRME: <input type="radio"/>														
ACTITUD POSITIVA: <input type="radio"/>	LIDER: <input type="radio"/>														
ENTUSIASTA: <input type="radio"/>	SABER DELEGAR: <input type="radio"/>														
DON DE MANDO: <input type="radio"/>	RESPONSABLE: <input type="radio"/>														
INICIATIVA: <input type="radio"/>															
OTRAS:															
3- OBJETIVO DEL PUESTO															
MANTENER EN ÓPTIMAS CONDICIONES LAS HABITACIONES, ÁREAS PÚBLICAS Y DEMÁS INSTALACIONES															

Gráfico N° 33**Funciones y responsabilidades Ama de llaves****4- FUNCIONES O ACTIVIDADES**

SOLICITAR SUMINISTROS PARA DAR CONTINUIDAD A LA OPERACIÓN
LLEVAR BUEN USO DE LA DOTACIÓN DE MATERIALES EN LA HABITACIÓN
PARTICIPACIÓN DIRECTA EN INVENTARIOS DE MATERIALES Y EQUIPOS
RERIALIZAR LA ROTACIÓN DE COLCHONES
CONTROL DE LAS LLAVES DE LAS HABITACIONES
DISTRIBUIR INSUMOS DE ASEO A LAS HABITACIONES
LIMPIAR VENTANAS
ASEAR HABITACIONES
MANTENER LIMPIA Y ORDENADA LA ROPERÍA
BARREAR, TRAPEAR, SACUDIR, LAVAR
REALIZAR TENDIDO DE CAMAS
MONTAJE DE ACCESORIOS PARA BAÑOS
RETIRAR LA BASURA
ASUMIR LAS DEMÁS FUNCIONES DELEGADAS POR EL GERENTE

5- RESPONSABILIDADES

RESGUARDAR LAS LLAVES
CUMPLIR LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y SERVICIOS ESTABLECIDOS POR LA GERENCIA
USO DEL UNIFORME COMPLETO Y CREDENCIAL
CUIDAR LAS PERTENENCIAS DE LOS HUESPEDES
REPORTAR DESPERFECTOS Y ANOMALÍAS
CUMPLIR CON EL OBJETIVO DEL PUESTO
USO DE HERRAMIENTAS DE LIMPIEZA


Elaborado	Revisado	Autorizado	
			

Gráfico N° 34
Perfil Ayudante


PERFIL Y DESCRIPCIÓN DEL PUESTO															
1- DATOS GENERALES															
PUESTO:	AYUDANTE	DEPTO:	OPERATIVO												
AREA:	MANTENIMIENTO	PUESTO JEFE INMEDIATO:	GERENTE - PROPIETARIO												
2- CARACTERÍSTICAS PERSONALES															
EDAD:	20 - 40 Años	EDO. CIVIL:	INDISTINTO												
IDIOMAS:		PROFESIONAL:													
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">IDIOMA</th> <th style="width: 25%;">HABLA</th> <th style="width: 25%;">LEE</th> <th style="width: 25%;">ESCRIBE</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE									TÍTULO NO INDISPENSABLE		
IDIOMA	HABLA	LEE	ESCRIBE												
PRESENTACIÓN PERSONAL:		EXPERIENCIA:													
EXCELENTE PRESENCIA		MÍNIMO 1 AÑO EN EL PUESTO													
HORARIO DE TRABAJO:		CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS PARA EL PUESTO:													
VARIABLE		ELECTRICIDAD, JARDINERÍA, PLOMERÍA, ALBAÑILERÍA, ENTRE OTRAS.													
ACTITUDES PERSONALES:		CONDICIONES FÍSICAS:													
HONRADEZ: <input type="radio"/>	CARÁCTER FIRME: <input type="radio"/>	BUEN ESTADO FÍSICO, BUEN ESTADO DE SALUD, NO TENER PROBLEMAS DE LA COLUMNA													
ACTITUD POSITIVA: <input type="radio"/>	LIDER: <input type="radio"/>														
ENTUSIASTA: <input type="radio"/>	SABER DELEGAR: <input type="radio"/>														
DON DE MANDO: <input type="radio"/>	RESPONSABLE: <input type="radio"/>														
OTRAS:															
3- OBJETIVO DEL PUESTO															
MANTENER LAS INSTALACIONES EN ÓPTIMAS CONDICIONES, ASEGURANDO EL PERFECTO FUNCIONAMIENTO DE LAS MISMAS															

Gráfico N° 35**Funciones y responsabilidades Ayudante****4- FUNCIONES O ACTIVIDADES**

EJECUTAR LOS TRABAJOS ASIGANDOS POR SU JEFE INMEDIATO
VERIFICAR EL FUNCIONAMIENTO DE TODOS LOS EQUIPOS
EJECUTAR TRABAJOS RUTINARIOS ESTABLECIDOS EN EL PROGRAMA DE MANTENIMIENTO PRVENTIVO
INFORMAR A SU JEFE INMEDIATO LA CONCLUSIÓN DE CADA TRABAJO REALIZADO
CUIDA Y RESGUARDA LAS HERRAMIENTAS A SU CARGO, PARA EVITAR EL MAL USO
RECIBIR Y TRASLADAR EL EQUIPAJE DE LOS CLIENTES
REALIZAR LIMPIEZA EN GENERAL DE LAS INSTALACIONES
REALIZAR TRABAJOS DE JARDINERÍA
ASUMIR LAS DEMÁS FUNCIONES DELEGADAS POR EL GERENTE

5- RESPONSABILIDADES

CUIDAR SU APARIENCIA E HIGIENE PERSONAL
CUMPLIR LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD Y SERVICIOS ESTABLECIDOS POR LA GERENCIA
USO DEL UNIFORME COMPLETO Y CREDENCIAL
CUIDAR LAS PERTENENCIAS DE LOS HUESPEDES
CUMPLIR CON EL OBJETIVO DEL PUESTO
USO DE HERRAMIENTAS DE LIMPIEZA

Elaborado	Revisado	Autorizado	

PAG 2/2

Fuente: Investigación propia
Elaboración: La Autora

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS

Los impactos son posibles consecuencias que pueden presentarse cuando se implante el proyecto, por lo tanto es importante analizar su efecto cualificando y cuantificando sus bondades o defectos de acuerdo a ciertas dimensiones e indicadores.

El análisis de impactos al ejecutar este proyecto nos permite determinar cuáles son los impactos ocasionados, pudiendo estos ser positivos o negativos.

Para evaluar el presente proyecto se ha utilizado una matriz con una serie de indicadores, los cuales han sido tabulados con una ponderación de alta, media o baja, tanto positiva como negativa, de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro N° 64

Valoración de impactos

Niveles de Impactos	Valoración
Impacto Alto Positivo	3
Impacto Medio Positivo	2
Impacto Bajo Positivo	1
Punto de Indiferencia	0
Impacto Bajo Negativo	-1
Impacto Medio Negativo	-2
Impacto Alto Negativo	-3

Fuente: *Investigación Directa*
Elaboración: *La Autora*

7.1. Principales impactos del proyecto

7.1.1. Impacto social

Desarrollar una cultura social de involucramiento en el desarrollo productivo de la población utilizando la práctica del Buen Vivir, buscando el vínculo con los actores sociales como son las autoridades que guían el adelanto de la parroquia.

Cuadro N° 65

Impacto social

INDICADOR	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de fuentes de empleo							X
Incurción en el mercado de un servicio no ofertado							X
Integración con la comunidad						X	
TOTAL						2	6

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{8}{3} = 2,67$$

Nivel de Impacto Social = Alto positivo

Análisis:

- **Generación de Fuentes de empleo**

“La Posada” cabañas & comida generará fuentes directas e indirectas de trabajo para proveedores, artesanos y talento humano propio de la parroquia de San José de Chaltura, lo que ocasionará que las tasas de desempleo disminuyan, reduciendo también con ellas las tasas migratorias y los niveles de pobreza.

- **Incursión en el mercado con un servicio no ofertado**

La finalidad del servicio de hospedaje que ofrece “La Posada” cabañas & comida, radica en brindar a la ciudadanía un servicio totalmente nuevo e innovador, específicamente solucionará la penosa situación de no contar con un lugar aseado y comfortable donde poder descansar y pernoctar, inconveniente que han pasado muchos visitantes de la parroquia de San José de Chaltura, más aún cuando van acompañados por sus hijos y/o familias.

- **Integración con la comunidad**

La comunidad se encontrará muy beneficiada, toda vez que existirá interacción entre los clientes y la población, ya que uno de los servicios que ofrece “La Posada” cabañas & comida es realizar caminatas diurnas y nocturnas para dar a conocer la biodiversidad y leyendas del sector, generando la oportunidad de venta de productos propios de la zona, mostrando además la amabilidad de los habitantes de la parroquia de San José de Chaltura.

7.1.2. Impacto económico

La apertura de una microempresa de servicio de hospedaje permitirá un desarrollo económico de la población y de los miembros que la conforman, asegurando su crecimiento y rentabilidad, generando fuentes de trabajo y venta de artesanías elaboradas a mano propias del sector.

Cuadro N° 66

Impacto económico

INDICADOR	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Incremento de ingresos familiares						X	
Facilidad de financiamiento							X
Generación de valor agregado							X
TOTAL						2	6

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{8}{3} = 2,67$$

Nivel de Impacto Económico = Alto positivo

Análisis:

- **Incremento de ingresos familiares**

Consumir los productos agrícolas que se cultivan en la parroquia, así como también aprovechar la crianza de cuyes para su adquisición, y la comercialización de artesanías y bordados, estas actividades generarán ingresos locales. Con la prestación del servicio de hospedaje, la microempresa se proyecta a ser pionera e innovadora y ubicarse con estándares

de calidad en todo el mercado turístico de la parroquia de San José de Chaltura, aportando con ello un sinnúmero de beneficios económicos como la obtención de rentabilidad que se traducirá al incremento del ingreso per cápita lo que originaría mayores niveles de consumo.

- **Facilidad de financiamiento**

El financiamiento del servicio de hospedaje presentará variadas opciones que facilitarán al cliente que demande de esta forma de pago, acceder a nuestros servicios. El financiamiento será canalizado básicamente por medio de los convenios firmados con instituciones financieras y tarjetas de crédito.

- **Generación de valor agregado**

Creativamente “La Posada” cabañas & comida tiene la oportunidad de utilizar productos manufacturados en la provincia, consumir pan elaborado con diversos ingredientes como yuca, maíz, trigo, chocho, lenteja acompañados de un delicioso café molido, así como utilizar jabón de baño realizado con diferentes componentes naturales como manzanilla, matico, aloe, además productos y adornos manufacturados con totora y madera, sin duda marcará una diferencia en la comercialización del servicio de alojamiento con valor agregado, permitiendo contar con un negocio competitivo y dinamizando el desarrollo económico de la zona.

7.1.3. Impacto turístico

Utilizar la tecnología para dar a conocer los atractivos turísticos y generar más visitas para la parroquia.

Cuadro N° 67

Impacto turístico

INDICADOR	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de cultura de servicios						X	
Generación de espacios turísticos							X
Lugares de visita obligatoria							X
TOTAL						2	6

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{8}{2} = 2,67$$

Nivel de Impacto Turístico = Alto positivo

Análisis:

- **Generación de cultura de servicios**

Con la creación de “La Posada” cabañas & comida se pretende generar una cultura de servicios que permita demostrar a los clientes la calidad de atención con la que se cuenta, desarrollando herramientas, actitudes y destrezas empresariales dirigidas a proveer una esmerada e incomparable atención a sus clientes, a partir de allí, generar este efecto en la comunidad en general.

- **Generación de espacios turísticos**

La parroquia de San José de Chaltura, lugar donde se implementará el proyecto de servicio de hospedaje, ha sido conocido hace varias décadas únicamente por su gastronomía, sin embargo, hoy en día existe la oportunidad de generar nuevos espacios de turismo, aprovechando las bondades paisajísticas de la zona, su fácil acceso y especial clima, se proponen nuevas alternativas para el cliente como el agroturismo, modalidad que enlaza las actividades en áreas agropecuarias hacia el contacto directo con las personas que visitan el campo, esto permite al cliente tener una vivencia integral y educativa.

- **Lugares de visita obligatoria**

Este proyecto por su ubicación geográfica, posee varios lugares de visita que generosamente se encuentran a su paso, por tanto, dentro del trayecto que conduce a la parroquia de San José de Chaltura nuestros clientes podrán aprovechar de paisajes, sitios históricos, manifestaciones sociales, culturales y productivas, con ello se busca que la población se beneficie con la participación de su actividad económica.

7.1.4. Impacto ambiental

La microempresa realizará un adecuado uso de los recursos naturales y tomará las medidas necesarias para disminuir los posibles daños ambientales que se generen con esta actividad, se construirá una trampa de grasa para las aguas residuales y se utilizarán las técnicas apropiadas de reciclaje de desechos orgánicos e inorgánicos.

Cuadro N° 68

Impacto ambiental

INDICADOR	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo adecuado de los desperdicios							X
Manejo de residuos peligrosos					X		
Mantenimiento de las áreas verdes							X
Contaminación del agua						X	
TOTAL					1	2	6

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{9}{4} = 2,25$$

Nivel de Impacto Ambiental = Medio positivo


Análisis:

- **Manejo adecuado de los desperdicios**

Los residuos domésticos (orgánicos e inorgánicos) deberán ser entregados al sistema de recolección municipal respetando los horarios y días de recolección establecidos, para esto se clasificarán según el tipo de residuos y estarán debidamente separados de acuerdo a su clase en la fuente generadora, el establecimiento deberá contar con recipientes apropiados e identificados por color de acuerdo al tipo de desecho.

- **Manejo de residuos peligrosos**


Se destinará un área específica para almacenamiento de residuos especiales o peligrosos, éste sitio estará señalizado así como cada recipiente, con el fin de facilitar la clasificación de los residuos. Dentro de la preparación de alimentos, se utilizará aceite vegetal, el mismo que luego de usado, será depositado en los recipientes debidamente identificados para su posterior entrega al gestor calificado.

Color verde  : para desechos orgánicos

La clasificación en la fuente se realizará en fundas y tachos de basura color verde.




Color rojo  : para desechos peligrosos (ESPECIALES)

La clasificación en la fuente se realizará en fundas y tachos de basura de color rojo.

- Color negro  : para desechos inorgánicos

La clasificación en la fuente se realizará en fundas y tachos de basura de color negro identificados con la simbología correspondiente.

Gráfico N° 36**Clasificación y almacenamiento de desechos**

Clase de Residuo	Contenido Básico	Color
Biodegradables	Desechos de cocina y orgánicos	Verde 
Peligrosos (Especiales)	Aceite vegetal usado Víscheras de cuy, Pelo de cuy, sangre de faenamiento	Rojo 
inorgánicos	Papel, cartón, plástico, vidrio	Negro 

Fuente: NEME Consultoría Ambiental

Elaboración: Ing. Juan Pablo Vega

- **Mantenimiento de las áreas verdes**

“La Posada” cabañas & comida, estará dedicada al cuidado de las áreas verdes, tanto así que se conservaran los arboles de aguacate existentes, además se utilizaran plantas nativas y ornamentales, las mismas que contarán con su respectiva etiqueta con datos, esto brindará a los clientes amplia información de cada una de ellas, lo cual permitirá motivar la preservación y cuidado del medio ambiente.

- **Contaminación del agua**

Dada la importancia que tiene el uso del agua, se implementará una trampa de grasa en el área de lavado, este dispositivo permitirá retener los residuos sólidos de mayor tamaño que se pasan por el coladero y también se retiene los aceites y grasas insolubles en agua que son retenidos en cada compartimento de la trampa de grasas, así mismo, se usará una peladora de cuyes manual con la finalidad de recoger todo el pelo del cuy específicamente y evitar que éste entre por el desagüe al alcantarillado, de esta manera se prevé una posible contaminación del agua.

7.1.5. Impacto general del proyecto

Una vez realizado el respectivo análisis a todos los impactos que genera el proyecto, de manera general se determina lo siguiente:

Cuadro N° 69

Impacto general del proyecto

INDICADOR	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social							X
Impacto Económico							X
Impacto Turístico							X
Impacto Ambiental						X	
TOTAL						2	9

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Número de indicadores}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{11}{4} = 2,75$$

Nivel de Impacto General = Alto positivo

La creación de la microempresa de servicio de hospedaje “La Posada” cabañas & comida, generará un impacto positivo alto en el entorno, toda vez que es importante considerar que la comunidad se verá altamente beneficiada al realizarse el proyecto. Es preciso recalcar que durante su operación se realizarán las actividades operativas basándose en acciones amigables con el medio ambiente para prever, controlar y disminuir los aspectos negativos externos que se podrían presentar en el transcurso de la ejecución del proyecto.

CONCLUSIONES

1. Mediante el estudio de campo se pudo comprobar que la parroquia de San José de Chaltura no cuenta con un establecimiento destinado a la prestación de servicios de hospedaje, que tenga instalaciones adecuadas y confortables para un descanso reparador con servicios alternativos como: áreas de camping, fogatas y agroturismo, además brinde lo mejor de la gastronomía típica del sector.
2. En el desarrollo del estudio de mercado se determinó que el 81,08% de los encuestados que visitan la zona consideran que la parroquia de San José de Chaltura presenta condiciones favorables para el turista, así mismo el 92,79% estarían dispuestos a utilizar los servicios personalizados que la microempresa de servicio de hospedaje como “La Posada” Cabañas & Comida presenta.
3. El estudio técnico e ingeniería del proyecto aporta como resultado a la investigación que la ubicación de la empresa “La Posada” cabañas & comida está adecuadamente establecida en el centro de la parroquia de San José de Chaltura, a media una cuadra del parque central donde se conecta con la vía principal que es la calle Obispo Mosquea y esta a su vez se enlaza con la panamericana.
4. Igualmente determina que será necesario contar con seis colaboradores para trabajar en sus áreas administrativa y operativa. La inversión inicial para hacer realidad este proyecto es de USD. 108.894,52, capital que será cubierto con recursos financieros propios y recursos financiados.
5. El presente proyecto, en su parte financiera cuenta con un nivel aceptable de liquidez, basado en el análisis financiero en función de la aplicación de indicadores. Cuenta con un

VAN de USD. 7.390,75; consiguientemente un TIR de 15%, positivo al ser superior al costo de oportunidad o tasa de descuento de 12,13%.

6. En cuanto se refiere al diseño organizacional, “La Posada” cabañas & comida, por su tamaño se clasifica como pequeña empresa, por su tipo se distingue como una empresa unipersonal de responsabilidad limitada y por su propiedad como privada.
7. Se determinó la existencia de impactos positivos respecto a la creación del proyecto en la parroquia de San José de Chaltura, perteneciente al cantón Antonio Ante. Cabe recalcar que el análisis de los impactos social y ambiental dio como resultado medio positivo y en el económico y turístico el impacto fue alto positivo, resultados que determinan favorablemente la implementación del proyecto.

RECOMENDACIONES

1. Tomando en cuenta que la parroquia de San José de Chaltura no cuenta con un establecimiento que brinde servicios de hospedaje, se recomienda aprovechar totalmente esta oportunidad que permitirá desarrollar el fomento productivo atrayendo a turistas nacionales y extranjeros.
2. Existe una favorable aceptación a la propuesta realizada, se recomienda aplicar estrategias de mercado para posicionar la microempresa y la posible ampliación de servicios a mediano plazo.
3. Es importante mantener un mejoramiento continuo de la empresa razón por la cual es recomendable mantener en constante capacitación al personal, lo cual permitirá innovar los servicios presentados y generará un buen ambiente laboral.
4. La promoción de los servicios de la microempresa es una tarea constante, lo cual permitirá mejorar la creciente demanda de manera oportuna, asegurando e incrementando el porcentaje de captación de nuevos clientes, tomando en cuenta que la necesidad se genera mientras se brinde un mejor servicio, esto se logrará con la utilización de tecnologías de la comunicación.
5. Partiendo de los resultados arrojados por la evaluación financiera que determinan una considerable rentabilidad, es necesario establecer convenios con operadoras turísticas a nivel nacional y mantener registrado el servicio en las diferentes instancias de información turística gubernamentales y no gubernamentales, así como también con proveedores de insumos necesarios para la operación de la microempresa con el fin de obtener costos manejables y créditos directos.

6. Es importante realizar periódicamente la supervisión y control de calidad a los procesos operativos, así como el análisis de los estados financieros a fin de garantizar el buen funcionamiento de la empresa, esto permitirá tomar decisiones oportunas.
7. Para concluir, existen elementos determinantes que justifican la viabilidad para la implementación de la microempresa, se recomienda poner en marcha el proyecto, considerando que contiene procesos y estrategias eficientes que permiten adaptarse a los requerimientos del mercado y sobre todo a las normativas legales vigentes en el país.

BIBLIOGRAFÍA

ARBOLEDA, Germán. (2010) *Proyectos: Formulación, Evaluación, y Control*. AC Editores, 4ta Edición, Cali- Colombia.

BACA URBINA, Gabriel. (2010) *Evaluación de Proyectos*. 5ta Edición Mac Graw Hill, México.

BISHOP, Matthew. (2010) *Economía de hoy: sus nuevas formas de la A a la Z*. Ediecuatorial, 1ra Edición, Quito – Ecuador.

CERDA, Hugo *Diseño, ejecución y evaluación de Proyectos sociales, económicos y educativos* Año 2013.

CONGRESO NACIONAL. (2006) *Ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada*, Registro oficial 196, Ecuador.

CÓRDOBA, Marcial. (2011) *Formulación y Evaluación de Proyectos*. 1ra Edición, Ecoe Ediciones, Colombia.

FERNÁNDEZ, Eliseo. (2009), *Contabilidad para la administración*. 1ra Edición. Ecuador.

FRIEND, Graham, y ZEHLE, Stefan. (2008) *Cómo diseñar un plan de negocios*. Editorial Cuatro Media 1ra Edición, Buenos Aires, Argentina.

GARZA, Juan (2011), *Administración de Empresas*, 3ra Edición. México-Mexico

HERNÁNDEZ, Abraham, y varios autores más. (2010) *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Cengage Learning Editores, 5ta Edición.

HORNGREN, Charles. (2011) *Contabilidad*. Pearson Educación. 5ta Edición.

JÁCOME, Walter *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*, Editorial Universitaria, Ibarra 2011.

LAWRENCE, Gitmán “*Fundamentos de Administración Financiera*” Tercera Edición.

LÓPEZ, Nuria, y varios autores más. (2007) *Cómo gestionar la Innovación en las PYMES*. Editorial Gesbiblo 1ra Edición, España.

MIRANDA, Juan. (2010) *Gestión de Proyectos – Identificación, Formulación, Evaluación*. MM Editores, 5ta Edición, Bogotá – Colombia.

MONTEROS, Edgar. (2005) *Manual de Gestión Microempresarial*. Editorial Universitaria. Ecuador.

NACIONES UNIDAS, Comercio y desarrollo. (2006) *Glosario de términos y conceptos fundamentales de los AII*. United Nations Publications.

POSSO, Miguel “*Metodología Para el Trabajo de Grado*, Tercera edición, año 2012, Quito, Ecuador”.

RAMIREZ, Edgar *Metodología de la Investigación Científica, Técnicas de Estudio y Proyectos*, Ibarra-Ecuador.

RODRÍGUEZ, Joaquín. (2010) *Administración I*. Cengage Learning Editores. México.

SANCHO, José A. (2008) *Implantación de productos y servicios*. Editorial Vértice, España.

SAPAG, Nassir. (2007) *Proyectos de Inversión: formulación y evaluación*. Pearson Educación, 1ra Edición, México.

STANFORD, Naomi. (2010) *Diseño de Organización*. The Economist. Ediecuatorial. 1ra Edición, Ecuador.

TENNENT, John. (2010) *Gestión Financiera*. The Economist. Ediecuatorial. 1ra Edición, Ecuador.

TORRES, Luis. (2005) *Creación y Formalización de la Microempresa Civil*. 5ta Edición. México.

LINKOGRAFÍA INTERNET

Portal web del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador

www.inec.gob.ec

www.ecuadorencifras.com

Portal web del Sistema Integral de Indicadores Sociales del Ecuador

www.siise.gob.ec

Portal web de la Superintendencia de Compañías

www.supercias.gob.ec

Portal web Diario Hoy

www.hoy.com

Portal web Prefectura de Imbabura

www.imbaburaturismo.gob.ec

Portal web Empresa Consultora PYMES FUTURO

www.pymesfuturo.com

Portal web Boletín el Contador

www.elcontador.com.ec

Portal web GAD Municipal de Antonio Ante

www.antonioante.gob.ec

Portal web Ministerio de Turismo

www.turismo.gob.ec

ANEXOS

Anexo N° 1**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE****FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS****ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

Objetivo de la Entrevista: Obtener información que permita evaluar la factibilidad de creación de una microempresa de servicios de hospedaje en la parroquia de San José de Chaltura, cantón Antonio Ante.

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS DE ESTABLECIMIENTOS DE
SERVICIO DE HOSPEDAJE DEL CANTÓN ANTONIO ANTE**

La entrevista es diseñada para recopilar datos relevantes y necesarios que nos ayuden a determinar el estado actual de la actividad hotelera del cantón Antonio Ante.

1. ¿Cómo encuentra usted al mercado de los servicios hoteleros en el cantón Antonio Ante?
- 2.Cuál es el porcentaje de clientes nacionales y extranjeros que visitan su establecimiento?
3. Qué medios de publicidad utiliza usted para promocionar los servicios que ofrece su establecimiento?
4. Considera usted que para es viable ofertar servicios de hospedaje en las parroquias rurales del cantón Antonio Ante?

Anexo N° 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORIA

Objetivo de la Encuesta: Obtener información que permita evaluar la factibilidad de creación de una microempresa que brinde servicios de hospedaje en la parroquia de San José de Chaltura, cantón Antonio Ante.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente cada pregunta para que su respuesta sea efectiva al momento del análisis de resultados.

SEXO: M_____ F_____

EDAD: _____Años

PROCEDENCIA: _____

1.- ¿Considera que la parroquia de Chaltura es una localidad que presenta condiciones favorables para el turista?

SI ()

NO ()

2.- ¿Con qué frecuencia visita esta zona?

- | | | | |
|----------------|-----|-----------------|-----|
| Semanalmente | () | Trimestralmente | () |
| Quincenalmente | () | Semestralmente | () |
| Mensualmente | () | Anualmente | () |
| Otro | () | | |

3.- Cuánto tiempo permanece de visita?

- | | | | |
|---------------|-----|------------|-----|
| 1 a 2 días | () | 4 a 5 días | () |
| 2 a 3 días | () | 5 a 6 días | () |
| 3 a 4 días | () | 6 a 7 días | () |
| Más de 7 días | () | | |

4.- ¿Por qué motivos está visitando la parroquia de Chaltura?

- | | |
|---------------|-----|
| Gastronomía | () |
| Esparcimiento | () |
| Turismo | () |

5.- Qué es lo que le ha llamado la atención de la Parroquia de Chaltura y sus alrededores?

- | | | | |
|----------|-----|------------------------|-----|
| Flora | () | Actividades turísticas | () |
| Fauna | () | Parques Nacionales | () |
| Paisajes | () | Todas las anteriores | () |

6.- Cuál sitio considera usted el de mayor interés de la zona?

- | | |
|--|-----|
| Valle cercano a la antigua hacienda Santiago del Rey | () |
| Parque Colonial de Chaltura | () |
| Ruta de las molindas de caña | () |
| Ruta de la Quinta “El Vergel” | () |
| Ruta de Chaltura a Imbaya | () |
| Desconoce | () |
| Otros..... | () |

7.- ¿Cuánto le cuesta visitar esta zona?

20 a 40 USD	()	120 a 140 USD	()
40 a 60 USD	()	140 a 160 USD	()
60 a 80 USD	()	160 a 180 USD	()
80 a 100 USD	()	180 a 200 USD	()
100 a 120 USD	()	Más de 200 USD	()

8.- ¿Se debe preparar paquetes que incluyan: alimentación, estadía, paseos y actividades eco turísticas?

SI () NO ()

9.- Conoce usted si existe infraestructura adecuada para que los turistas disfruten de los atractivos turísticos en la zona?

SI () NO ()

10.- ¿Está de acuerdo que se implemente un lugar de alojamiento con atención personalizada en la zona?

SI ()

NO ()

11.- ¿Qué servicios debería prestar el alojamiento hotelero?

Servicios Básicos ()

Alimentación ()

Recepción ()

Toras las anteriores ()

12.- ¿Cuánto es lo que usted estaría dispuesto a pagar por el servicio de hospedaje en la zona?

10 y 15 USD ()

15 y 20 USD ()

20 y 25 USD ()

Más de 25 USD ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo N° 3

PROFORMAS

DISTRIBUIDORA "DÁVILA"

RUC. 1001992674001

A PETICIÓN: Sra. Gabriela Valdospinos

FECHA: 19-En-2015



Todo para su hogar...

PROFORMA N°

CANT.	DESCRIPCIÓN	Valor Unitario
1	Mesón de madera	110
1	Estación de trabajo	180
1	Estantería de madera con división	250
1	Mostrador madera	180
1	Casillero para llaves madera	120
1	Mueble archivador madera	80
1	Display de madera	15
1	Revisteros madera	45
1	Mesa madera con superficie no porosa	55
1	Silla de madera	12
1	Silla para bebé madera	32
1	Vajillero madera	15
1	Muebles auxiliar madera	110
1	Anaquel madera con divisiones	45
1	Almario pequeño madera	50
1	Repisa baño madera	14
1	Cama plaza media	140
1	Velador madera	25
1	Colchón plaza media	90
1	Cubre colchón	18
1	Juego de sábanas	12
1	Almohada	6
1	Colcha	40
1	Cobija	18
1	Cocina mabe economic	670
1	Refrigeradora mabe economic	450
1	Lavadora wirpool básica	560
1	Secadora wirpool básica	450
1	Televisión 21' kalley	110

*Válido por 30 días a partir de su emisión



Rodrigo Davila G.
PROPIETARIO

DISTRIBUIDORA DAVILA
RODRIGO DAVILA G.
RUC. 1001992674001
BOLIVAR 8-87 Y VELASCO
2605505 IBARRA

Dirección: Bolívar 8-87 y Velasco. Ibarra - Ecuador * Teléfono: 06 - 2605505

TEK ECUADOR

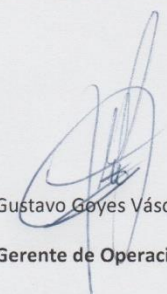
Calixto Miranda 1-107 y Rafael Larrea - Ibarra

FECHA: 22/01/2015

CLIENTE: SRA. GABRIELA VALDOSPINOS

PROFORMA

CANT.	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V. TOTAL
1	Computador Aqua Pro Procesador Radeon R3 HD Memoria 4GB DDR3 Disco Duro de 1 Terabyte Monitor HD 19 Pulgadas Teclado Español Mouse Ergonómico Parlantes Estéreo	620.71	620.71
1	Impresora Samsung Laser ML-2165	66.29	66.29
1	Impresora Matricial LX-300+ II	200.89	200.89
1	Telefax Panasonic	120.54	120.54
1	Mesa de Computadora 3 Niveles	53.57	53.57
		SUBTOTAL	1,062.00
		IVA	127.44
		TOTAL	1,189.44


Gustavo Goyes Vásquez.

Gerente de Operaciones

Tek Ecuador

S.I.D.E. INTERNATIONAL
RUC: 1709689010001



SOLO PIENSA
LO QUE NECESITAS...
Y NOSOTROS
LO TENEMOS

CLIENTE: GABRIELA VALDOSPINOS
DIRECCION: CHALTURA
RUC: 1002668299

FECHA: 13-ene-15
TELF: 2533-114

CANTIDAD	DETALLE	P. UNITARIO	P.FINAL
10	LAPIZ	0,17	1,70
10	RESMA DE PAPEL BOND	3,50	35,00
10	BOLIGRAFOS	0,24	2,40
4	MARCADORES	0,56	2,24
2	CAJA DE CLIPS	1,20	2,40
2	CAJA DE GRAPAS	1,20	2,40
1	ARCHIVADOR	12,00	12,00
12	PORTACARPETAS	1,20	14,40
10	BORRADORES	0,20	2,00
TOTAL			74,54

Atentamente,

ING. GABRIEL ERAZO
GERENTE



Información y Ventas: Sucre 10-70 entre Pérez Guerrero y Colón
Teléfonos: (06) 2953 217 / (06) 2609 503 Telefax: (06) 2643 442 E-mail: expopaperia1@hotmail.com
Ibarra - Ecuador