



**UNIVERSIDAD
BOLIVARIANA
DEL ECUADOR**

TRABAJO DE TITULACIÓN



UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DE ECUADOR

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS**

TEMA

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA HOSTERÍA
EN EL CANTÓN PALANDA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**

Autor/es:

**Ing. Vanessa Alexandra Chamba Montoya
Ing. Manuel Yovany Iñiguez Castillo**

Tutor/a:

Dr.C. Elia Natividad Cabrera Alvarez

ECUADOR

2025



UNIVERSIDAD
BOLIVARIANA
DEL ECUADOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

DEDICATORIA

Dedico este trabajo con inmenso amor a mis padres luchadores e incansables por mi superación, a mi hijo Gabriel que es mi mayor orgullo y mi inspiración, a mis hermanas, que me han apoyado y me han guiado en todo momento en el transcurso de mi maestría.

Alexandra Vanessa Chamba Montoya

AGRADECIMIENTO

Manifiesto mi más imperecedero agradecimiento a las Autoridades y docentes de la Universidad Bolivariana del Ecuador, por la formación académica y profesional recibida en la universidad; y en forma especial a la Dr. C Elia Natividad Cabrera Alvarez, por la excelente guía, valiosas enseñanzas, sugerencias y acertadas orientaciones durante el desarrollo de mi trabajo investigativo de manera desinteresada, la misma que permitió cumplir a satisfacción con los objetivos planteados.

Alexandra Vanessa Chamba Montoya



RESUMEN

Este estudio se centra en evaluar la viabilidad de establecer una hostería en el cantón Palanda, ubicado en la provincia de Zamora Chinchipe, Ecuador. La investigación es crucial porque busca fomentar el desarrollo turístico local, diversificar la economía y mejorar la calidad de vida de los residentes. El objetivo principal es determinar si el proyecto es viable desde los puntos de vista técnico, económico y financiero.

Para llevar a cabo el estudio, se utilizó una metodología mixta que combina enfoques cuantitativos y cualitativos. Se realizaron entrevistas, encuestas, observaciones y análisis de documentos, complementados con métodos teóricos como el análisis-síntesis, el enfoque inductivo-deductivo y el histórico-lógico. La investigación incluyó a propietarios de establecimientos hoteleros y una muestra de 369 habitantes de Palanda.

Los resultados principales muestran que el turismo en Palanda ha crecido notablemente, especialmente el turismo interno, gracias a sus atractivos naturales y arqueológicos. Sin embargo, la oferta de alojamiento actual no es suficiente para satisfacer la creciente demanda. El análisis de mercado identificó una demanda potencial significativa y una competencia limitada, lo que sugiere una oportunidad favorable para invertir en una nueva hostería.

En conclusión, el estudio determina que la creación de una hostería en Palanda es rentable, basándose en los análisis de mercado, técnico, económico y financiero. Además, se espera que el proyecto genere beneficios sociales y económicos, como la creación de empleos y la reducción de la emigración, contribuyendo así al desarrollo sostenible de la región.



ABSTRACT

This study focuses on evaluating the viability of establishing an inn in the Palanda canton, located in the province of Zamora Chinchipe, Ecuador. The research is crucial because it seeks to promote local tourism development, diversify the economy and improve the quality of life of residents. The main objective is to determine if the project is viable from a technical, economic and financial point of view.

To carry out the study, a mixed methodology was used that combines quantitative and qualitative approaches. Interviews, surveys, observations and document analysis were carried out, complemented with theoretical methods such as analysis-synthesis, inductive-deductive and historical-logical approaches. The research included owners of hotel establishments and a sample of 369 inhabitants of Palanda.

The main results show that tourism in Palanda has grown significantly, especially internal tourism, thanks to its natural and archaeological attractions. However, the current accommodation supply is not sufficient to meet the growing demand. The market analysis identified significant potential demand and limited competition, suggesting a favorable opportunity to invest in a new inn.

In conclusion, the study determines that the creation of an inn in Palanda is profitable, based on market, technical, economic and financial analysis. Furthermore, the project is expected to generate social and economic benefits, such as job creation and reduced emigration, thus contributing to the sustainable development of the region.



ÍNDICE GENERAL

Contenido	
CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO	7
Antecedentes de investigación	7
Marco legal	11
Marco conceptual	14
Factibilidad de proyectos turísticos	17
Estudio de Mercado	18
Estudio Técnico	19
Estudio Administrativo.....	21
Estudio Financiero	22
CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA.....	28
Paradigma, enfoque, alcance y diseño de la investigación.....	28
Métodos, técnicas y herramientas empleadas.....	29
Conceptualización y operacionalización de las variables.....	30
Resultados de la aplicación de la entrevista a propietarios de hoteles, hosterías y casas de acogida en el cantón Palanda.....	31
CAPÍTULO 3: PRESENTACIÓN Y VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA.....	48
Modelación de la Propuesta.....	48
Objetivos de la propuesta.	49
Objetivo General.....	49
Objetivos Específicos	49
Fundamentación de la propuesta.	49
Desarrollo y resultados de la propuesta.	50
Resultados de la Etapa 1: Estudio de Mercado.....	50
Resultados de la Etapa 2: Estudio Técnico.....	55
Resultados de la Etapa 3: Estudio Administrativo	64
Resultados de la Etapa 4: Estudio Financiero	65
Validación de la Propuesta	83
CONCLUSIONES.....	85
RECOMENDACIONES	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
ANEXOS	90



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Partes e intereses de la oferta turística.	16
Tabla 2: Tipos de alojamiento.	31
Tabla 3: Clase de servicios que ofrece el negocio.....	32
Tabla 4: Clientes que ingresan al mes.	32
Tabla 5: Categoría del hospedaje.....	33
Tabla 6: Procedencia de turistas al cantón Palanda	33
Tabla 7. Capacidad del hotel, hostería o casa acogida	40
Tabla 8: Plan de comunicación y promoción.....	34
Tabla 9: Medios de comunicación utilizados.....	41
Tabla 10: Turistas viajen solos o acompañados.	42
Tabla 11: Tiempo de permanencia de los turistas en su establecimiento de acogida.....	36
Tabla 12: Edad de los habitantes del cantón Palanda.....	43
Tabla 13: Ingresos económicos de los pobladores.....	37
Tabla 14: Miembros que conforman la familia.	38
Tabla 15: Utilización de servicios de alojamiento.....	45
Tabla 16: Tipo de alojamiento que utilizan	46
Tabla 17: Época donde se alojan con mayor frecuencia	40
Tabla 18: Frecuencia en que los turistas utiliza los servicios	41
Tabla 19: Tiempo promedio de hospedaje	41
Tabla 20: Existencia de suficientes lugares turísticos.....	42
Tabla 21: Tipo de servicios que utiliza en el lugar donde se hospeda.....	43
Tabla 22: Motivo para hospedarse en los lugares de alojamiento.....	43
Tabla 23: Tarifa del lugar donde se hospeda en Palanda.....	44
Tabla 24: Disposición para adquirir servicios en hostería.	35
Tabla 25: Turistas viajen solos o acompañados.	35
Tabla 26: Tipo de actividades a implementar.....	46
Tabla 27:: Proyección de la población del cantón Palanda.	51
Tabla 28: Demanda potencial.	51
Tabla 29: Demanda real de turista del cantón Palanda.	52
Tabla 30: Demanda efectiva de turistas.	53
Tabla 31: Oferta anual de turistas.	53



Tabla 32: Demanda Insatisfecha	54
Tabla 33: Capacidad Instalada	56
Tabla 34: Capacidad utilizada	56
Tabla 35. Matriz de factores para la microlocalización.....	58
Tabla 36: Activos Fijos.	66
Tabla 37: Activos Diferidos.	66
Tabla 38: Activos Capital de Trabajo.	66
Tabla 39: Resumen de la Inversión.	67
Tabla 40: Financiamiento de la Inversión.	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 41: Amortización.	69
Tabla 42: Costos de Operación para los diez años de vida útil del proyecto.....	71
Tabla 43: Costos Unitarios de Producción	72
Tabla 44. Costos Fijos y Variables	73
Tabla 45: Presupuesto de Ingresos por ventas.....	74
Tabla 46: Estado de pérdidas y ganancias	75
Tabla 47: Flujo de Caja	76
Tabla 48: Valor Actual Neto	77
Tabla 49. Análisis para el cálculo de la Razón Beneficio Costo del proyecto.	80
Tabla 50. Análisis de sensibilidad para la variable ingresos.....	80
Tabla 51. Análisis de sensibilidad para la variable costo de operación.	81
Tabla 52. Análisis de sensibilidad para la variable inversión neta.	82
Tabla 53. Resumen de la sensibilidad del proyecto	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Árbol del problema.	3
Figura 2: Grupos de edades de los habitantes del cantón Palanda.	36
Figura 3: Ingresos económicos de los turistas	37
Figura 4: Miembros que conforma la familia	38
Figura 5: Utilización de alojamiento.	39
Figura 6: Tipo de alojamiento.	39
Figura 7: Época donde se alojan con mayor frecuencia.	40
Figura 8: Frecuencia de utilización de los servicios.	41
Figura 9: El tiempo promedio de hospedaje.	42
Figura 10: Existencia de suficientes lugares turísticos en el cantón.	42
Figura 11: Servicios que utiliza	43
Figura 12: Motivo para hospedarse en el cantón Palanda.	44
Figura 13: Tarifa del lugar donde se hospeda en Palanda.	44
Figura 14. Disposición de los turistas en adquirir servicios.	45
Figura 15: Medios de comunicación que utiliza.	46
Figura 16: Tipo de actividades a implementar.	46
Figura 17: Procedimiento para el estudio de factibilidad.	48
Figura 18: Propaganda.	49
Figura 19. Ubicación de la hostería.	57
Figura 20: Lugar exacto de la Hostería a crearse.	59
Figura 21. Tipo de Habitaciones de la Hostería	60
Figura 22: Restaurante: desayunos, almuerzos y meriendas de la Hostería.	60
Figura 23. Flujograma de proceso de alojamiento de la Hostería “EL Paraíso”.	62
Figura 24: Flujograma de proceso de servicio de restaurante de la Hostería “EL Paraíso”.	63
Figura 25: Flujograma para actividades recreativas en la Hostería “EL Paraíso”	63
Figura 26: Diseño y distribución de la Planta la Hostería “EL Paraíso”. Fuente:	64
Figura 27. Organigrama estructural de la planta.	65
Figura 28: Financiamiento del proyecto	69
Figura 29. Punto de equilibrio del proyecto.	74
Figura 30. Comportamiento de las utilidades del proyecto	75

Figura 31. Flujos de Caja proyectados	77
Figura 32. Perfiles del VAN del proyecto	78
Figura 33: Período de recuperación del proyecto.....	79



LISTADO DE ANEXOS

Anexo 1: Entrevista a Propietarios de Hoteles, Hosterías y Casas de Acogida en el Cantón Palanda	80
Anexo 2: Encuesta a pobladores del cantón Palanda	92
Anexo 3: Presupuesto de materia prima directa.	94
Anexo 4: Presupuesto de mano de obra directa año uno.	94
Anexo 5: Presupuesto de mano de obra directa para el año segundo.....	94
Anexo 6: Presupuesto de terreno	95
Anexo 7: Presupuesto para construcciones	95
Anexo 8: Depreciación de construcciones.....	96
Anexo 9: Presupuesto para maquinaria y equipo.	96
Anexo 10: Depreciación de maquinaria y equipo	97
Anexo 11: Presupuesto para combustible.....	97
Anexo 12: Depreciación de vehículos	97
Anexo 13: Presupuesto para combustible.....	97
Anexo 14: Presupuesto para herramientas	97
Anexo 15: Presupuesto para suministros.....	98
Anexo 16: Presupuesto para instalaciones	98
Anexo 17: Depreciación de instalaciones.....	99
Anexo 18: Presupuesto para mantenimiento	99
Anexo 19: Presupuesto de energía eléctrica	99
Anexo 20: Presupuesto para agua potable.....	99
Anexo 21: Amortización de activo diferido	100
Anexo 22: Presupuesto para sueldos administrativos	100
Anexo 23: Presupuestos para sueldos administrativos segundo año.....	100
Anexo 24: Presupuesto para muebles y enseres	100
Anexo 25: Depreciación para muebles y enseres	100
Anexo 26: Presupuesto para equipo de oficina	101
Anexo 27: Depreciación del equipo de oficina	101
Anexo 28: Presupuesto para el segundo equipo de computación.....	101



Anexo 29: Depreciación del equipo de computación.....	101
Anexo 30: Presupuesto para el segundo equipo de computación.....	102
Anexo 31: Depreciación del equipo de computación.....	102
Anexo 32: Presupuesto para tercer equipo de computación.....	102
Anexo 33: Presupuesto para equipo de menaje.....	103
Anexo 34: Depreciación de menaje.....	103
Anexo 35: Presupuesto para equipo de menaje años 4 a 6.....	104
Anexo 36: Depreciación de menaje.....	105
Anexo 37: Presupuesto para equipo de menaje de 7 a 9.....	105
Anexo 38: Depreciación de equipo de menaje.....	106
Anexo 39: Presupuesto para equipo de mensaje 10 años.....	106
Anexo 40: Depreciación de equipo de menaje.....	107
Anexo 41: Presupuesto de útilesde aseo.....	107
Anexo 42: Presupuesto para útiles de oficina.....	108
Anexo 43: Presupuesto de consumo de teléfono.....	108
Anexo 44: Presupuesto de publicidad y propaganda.....	108
Anexo 45: Resumen del valor residual.....	108
Anexo 46: Reinversiones.....	108
Anexo 47: Depreciaciones anuales en dólares.....	109
Anexo 48: Tasas de interés vigente en Ecuador.....	110

INTRODUCCIÓN

El sector turístico ha sido durante décadas uno de los más dinamizadores y prósperos de la economía del Ecuador; donde se destaca tanto por las atracciones arqueológicas, históricas, naturales y culturales que llaman la atención de clientes internos y externos, como por la calidad de los productos y servicios de alojamiento, recreación, transporte y restaurantes que el turista recibe (Malla Saraguro, 2023).

Presentación y contextualización del problema

Sin embargo, el turismo internacional descendió severamente durante la pandemia originada por el COVID 19, aunque se espera que a partir del año 2024 el turismo internacional recupere el nivel que tenía antes de la pandemia; e incluso, podría crecer un 2% más que el año 2019; a pesar de los conflictos armados en Medio Oriente y en Europa del Este. En este crecimiento pueden influir países de Europa occidental y otros del continente americano, como Estados Unidos, México, el Caribe y Brasil, Argentina y Colombia y Perú (Ecuador, 2024).

En cuanto al Ecuador éste tiene una enorme oportunidad para convertir al turismo en uno de los principales factores de desarrollo de sus pueblos, ya no será el petróleo el principal generador de divisas, sino el turismo, es por ello que el gobierno nacional para incrementar la demanda del turismo en el Ecuador y a través del Plan de Mejora Competitiva en Destinos Turísticos con la finalidad de transformar y modernizar el sector turístico, su competitividad y resiliencia, se realizará primero el levantamiento diagnóstico, la asistencia técnica y el fortalecimiento y seguimiento posterior con lo que se impulsará la sostenibilidad empresarial, el desarrollo turístico sostenible y la transformación digital, mediante este plan intenta Ecuador a que su sector turístico crezca interna y externamente (Ecuador, 2024).

El mismo informe al referirse a la provincia de Zamora Chinchipe, dice que el turismo interno ha tenido mayor crecimiento respecto al turismo externo, quizás porque esta provincia es considerada como un paraíso selvático, posee flora y fauna tropicales, que ejercen una deslumbrante atracción en sus valles que se extienden pasadas las estribaciones de las cordilleras sub-andinas (Ecuador, 2024).

Dentro de la provincia de Zamora Chinchipe se encuentra el cantón Palanda ubicado aproximadamente a 120 kilómetros de distancia de la ciudad de Loja, ofrece una diversidad

de opciones para desarrollar turismo en sitios como: Arqueológico Santa Ana la Florida, Balneario sobre las Playas del Río Valladolid, Cascada Sitios Naturales, Cascada San Luis, Santuario de la Virgen de Fátima, cascada de Fátima, Reserva Tapichalaca, Sitio Arqueológico Santa Ana La Florida, especialmente se puede conocer el lugar de origen del cacao: existen huellas más antiguas del uso del cacao en América y también actividades de naturaleza y aventura en el Parque Nacional Podocarpus - El Cóndor (Malla Saraguro, 2023; GAD, 2023).

Planteamiento y formulación del problema

Según la última actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, el gobierno local establece como una importante meta el desarrollo turístico del cantón Palanda; sin embargo, solo existen cinco establecimientos dedicados a brindar servicios de alojamiento en esta municipalidad, desglosados en dos hoteles (Bracamoros y Palanda) y tres hosterías (Merino, Sur Oriente y Valladolid) (GAD, 2023); a todas luces insuficientes para satisfacer la creciente demanda turística interna que se ha producido después de la pandemia, que coloca a Palanda entre los primeros cinco destinos más visitados por los ecuatorianos, debido a sus atractivos turísticos que ofrece (Ecuador, 2024a); y que conlleva a plantear como problema que los establecimientos de servicios de alojamiento no son suficientes para el desarrollo turístico del cantón Palanda.

En la figura 1 se establecen las causas y efectos, derivadas del problema principal identificado en la investigación; el cual puede influir negativamente en el desarrollo turístico de este cantón.

Figura 1

Árbol del problema

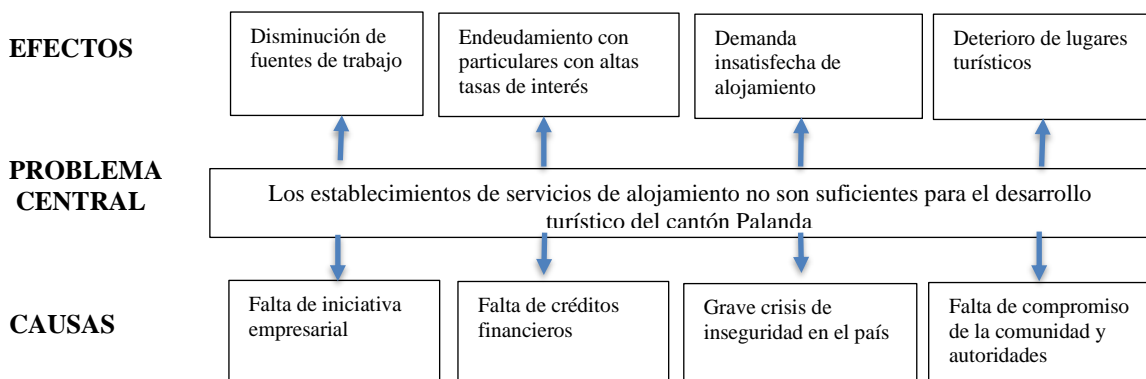


Figura 1:. Fuente: Elaboración propia.

Teniendo en cuenta estos antecedentes, se plantea el siguiente **Problema científico**: ¿Es factible la inversión en una hostería en el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe para atender la demanda insatisfecha de alojamiento que existe en el sector turístico?

Se define como **objeto de investigación**, la administración financiera a largo plazo, centrada en la planificación y gestión de los recursos financieros de la hostería para garantizar su estabilidad y crecimiento sostenido, mientras el **campo de acción**, se centra en la evaluación de proyectos, lo que implica el análisis de la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto de la hostería.

Para resolver el problema científico planteado se plantean los siguientes objetivos:

Objetivo general del estudio

Determinar la factibilidad de la creación de una hostería en el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, año 2024.

Objetivos específicos del estudio

Realizar un estudio de mercado para identificar la demanda potencial, la tipología de turistas y la competencia.

Analizar los elementos que componen el estudio de la ingeniería de este proyecto.

Determinar la rentabilidad financiera del proyecto haciendo uso de los índices de evaluación

Lo anteriormente formulado permite plantear la siguiente hipótesis:

Hipótesis general de la investigación: La creación de una hostería en el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, es rentable, dado el análisis de mercado, técnico, económico, financiero y estructura organizacional adecuados.

Las variables independientes seleccionadas para esta investigación son, la capacidad del proyecto, el capital de trabajo, el capital fijo, la demanda del servicio, la oferta y el margen de contribución. Todas ellas forman parte de los estudios de mercado, técnico, económico, financiero y administrativo, permitiendo una evaluación integral de la viabilidad y rentabilidad del proyecto de creación de una hostería en el cantón Palanda. mientras la variable dependiente es la rentabilidad general del proyecto.

Breve descripción de la metodología empleada

La presente investigación se sustenta en una metodología mixta, que combinó métodos cuantitativos y cualitativos, con un diseño no experimental y alcance descriptivo. Como métodos del nivel empírico se utilizaron la entrevista, la encuesta, la observación y el análisis de documentos, conjuntamente con métodos del nivel teórico como: el analítico-sintético, el inductivo-deductivo y el histórico-lógico, útiles para revisar la literatura existente analizar investigaciones precedentes, teorías y enfoques relacionados con el tema; el análisis de las bases teóricas y la síntesis de ideas fundamentales; la identificación de conceptos esenciales; así como organizar la información, sistematizar los hallazgos y arribar a conclusiones partiendo de lo general a lo particular y viceversa (Hernández-Sampieri, & Baptista, 2020).

Instrumentos, población y muestra

La entrevista será realizada a los siete 7 propietarios dedicados a la actividad hotelera en Palanda, casas de acogida y hosterías donde acogen a turistas, a través de un cuestionario de preguntas se obtendrán datos para llegar a determinar la oferta del proyecto a ejecutar.

La encuesta se aplicó a una muestra de 369 pobladores, seleccionados de una población total de 9019 habitantes del cantón Palanda en 2024, a través de un muestreo probabilístico aleatorio simple para estimar proporciones; con la finalidad de conocer información que permitiera elaborar el estudio de mercado como base para ejecutar todo el proyecto. A partir de la encuesta fueron identificados los que utilizan servicios de alojamiento en el cantón Palanda. La información obtenida se resume en tablas y gráficos, mediante el SPSS y Excel.

Principales aportes

La presente investigación significa una serie de aportes, desde las perspectivas que se explican a continuación:

Teórico: Se sistematizan conocimientos relacionados al turismo del cantón Palanda y especialmente con la actividad hotelera local, mediante la recolección y actualización de datos e informaciones obtenidos a través de fuentes primarias y secundarias; que servirán de elementos de juicio para el proceso de toma de decisiones respecto a la factibilidad para la crear una Hostería en este cantón.

Metodológico: permite la actualización de la Guía para la Presentación de Proyectos de Inversión, emitida por la Secretaría Técnica de la Circunscripción Territorial Especial Amazónica (Ecuador, 2021); proporcionando un nuevo modelo para ejecutar un proyecto de

factibilidad, y se incorporan las encuestas como principal aporte metodológico y novedad científica.

Práctico: En dependencia de su ejecución, el proyecto tendrá beneficios a corto, mediano o largo plazo para los habitantes del cantón; entre estos, se espera el incremento de puestos de trabajo y el ingreso de salarios, lo que debe influir en la calidad vida y en la disminución de la emigración interna o externa.

Importancia, necesidad social, novedad y actualidad científica

Crear una hostería en el cantón Palanda de Zamora Chinchipe es un hecho relevante por su significado para la revitalización de la economía local, para atraer más turistas, y contribuir con la sostenibilidad de la región. Al ofrecer un lugar cómodo y de calidad para hospedarse, se incentivará a los visitantes a explorar más la zona, beneficiando a restaurantes, tiendas y otros servicios. Además, la hostería puede convertirse en un punto de encuentro cultural, promoviendo las tradiciones y la identidad local.

Al construir una hostería, no solo se cubrirá esta necesidad, sino que también se crearán empleos y se mejorará la calidad de vida de los habitantes. Los nuevos puestos de trabajo ayudarán a reducir la emigración y fortalecerán la comunidad, por lo que el impacto social es innegable.

La novedad del estudio se centra en su enfoque integral. Se propone un producto local y se evidencia la actualización de la Guía para la Presentación de Proyectos de Inversión (Ecuador, 2021); sin omitir las etapas fundamentales que la componen; pero se enriquece con nuevos instrumentos para recolectar y analizar datos e informaciones de manera confiable. Los formatos elaborados en esta investigación, permitirán recopilar información para la actualización del estudio de mercado de manera sistemática para adaptar los servicios a las necesidades y preferencias de los turistas, asegurando una experiencia única y personalizada.

Desde un punto de vista científico, este proyecto se basa en metodologías actualizadas y en la recolección de datos precisos. Se utilizarán técnicas modernas de análisis de mercado y herramientas tecnológicas avanzadas para garantizar la relevancia de los resultados. Este enfoque no solo valida la viabilidad del proyecto, sino que también contribuye al conocimiento académico sobre el desarrollo turístico en regiones similares.



El informe cuenta con tres capítulos, el primero dedicado al desarrollo del marco teórico acerca del marco legal y conceptual para la creación de proyectos turísticos y su factibilidad. En el segundo capítulo se exponen los detalles del diseño metodológico y el resultado del diagnóstico inicial. Finalmente, el capítulo tres, se presenta la propuesta para la realización del estudio de factibilidad y su validación en el cantón Palanda.





CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

El presente marco teórico establece las bases conceptuales para determinar la factibilidad de crear una hostería en el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe. Aborda la importancia de potenciar el desarrollo turístico en la región, destacando la insuficiencia actual de establecimientos de alojamiento para satisfacer la creciente demanda de hospedaje. A través de una revisión de antecedentes, se identifican las oportunidades y desafíos del entorno turístico de Palanda. Además, se presenta un marco legal robusto que sustenta la investigación, alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la normativa nacional. Son exploradas las bases teóricas, enfatizando en la administración el potencial turístico de Palanda y los necesarios estudios de mercado, técnico, financiero y organizacional del proyecto, elementos fundamentales para determinar su rentabilidad y sostenibilidad.

Según el estudio de Malla Saraguro (2023); el cantón Palanda presenta un potencial turístico significativo debido a su biodiversidad y riqueza cultural; además de tener atractivos turísticos naturales como ríos, montañas y una variada flora y fauna, que lo convierten en un destino interesante para todo tipo de turismo.

A pesar del propósito de las autoridades locales de potenciar el desarrollo turístico del cantón Palanda (GAD, 2023); este puede verse limitado por la insuficiente cantidad de establecimientos hoteleros y su limitada capacidad para satisfacer la creciente demanda de hospedaje; lo que resalta la necesidad de implementar proyectos como la creación de una hostería como una posible solución a este problema.

La creación de una hostería no solo busca satisfacer la demanda de hospedaje y atraer turistas, sino también fomentar el desarrollo económico local, el sentido de pertenencia y orgullo en la comunidad y promover un turismo que respete y valore la identidad cultural de Palanda.

Antecedentes de investigación

La revisión de antecedentes es crucial para entender el contexto en el que se desarrollará el proyecto. Existen trabajos investigativos previos que permitirán contribuir con conocimiento en la temática a investigar, serán una fuente consultiva de retroalimentación para ejecutar el

proyecto destinado a la creación de una hostería en el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe.

Entre ellos se encuentran la tesis de Jaramillo Jaramillo (2016); titulada “Plan Estratégico de desarrollo turístico para el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe”, en la cual se realizó un diagnóstico situacional de los atractivos turísticos del cantón Palanda, se realizó un análisis del ambiente externo e interno, dentro del externo se estudió el entorno político, legal, económico, social, tecnológico, ambiental y productivo en el cantón Palanda, permiten determinar las oportunidades y amenazas, mientras que el ambiente interno hizo referencia a la situación del cantón en cuanto a aspectos sociales, culturales, económicos, naturales y turísticos, se describe detalladamente sus atractivos turísticos, acompañados de la tabulación de las encuestas y entrevistas aplicadas, lo que permitió identificar las fortalezas y debilidades del cantón Palanda, basados en estos dos tipos de análisis se planteó la propuesta del plan estratégico para el cantón, identificando tanto oportunidades como amenazas en el entorno turístico. Este enfoque analítico es esencial, ya que permite a los futuros emprendedores comprender el entorno en el que operarán y adaptar sus estrategias para maximizar el impacto positivo en la comunidad.

Asimismo como fuente de consulta se encuentra la investigación denominada “Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería turística en la comunidad San Francisco de Chambo, cantón Chambo, provincia de Chimborazo” (Padilla Vilema, 2020), con una aceptación del 95,6% para la implementación de la hostería turística “El Hechizo”, utilizó la matriz de Leopold un total de agregación de impactos correspondiente a 292 puntos positivos, también a través de los evaluadores se pudo conocer que el proyecto es positivo, debido a que el (VAN) es positivo, la Tasa Interna de Retorno (TIR) tiene un resultado del 15% con respecto al costo de oportunidad del 5,70%; Beneficio/Costo es igual a \$ 1,33 es decir que por cada dólar invertido se recupera el dólar y adicionalmente se genera una ganancia de 0,33 ctvs. y (PRC) será entre el año 4 y 5. Utilizó los métodos empíricos y teórico, el tipo de investigación: información primaria y secundaria y las técnicas utilizadas son la encuesta, citas contextuales y bibliografía.



Otra fuente de consulta tomada como referencia fue el “Proyecto de factibilidad para la implementación de una hostería rústica en el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe” (Iñiguez Castillo, 2014). A través de un estudio de mercado, se pudo determinar el mercado actual y potencial que existe por esta clase de servicios en la zona de influencia del proyecto, analizó el macro y micro-localización de la hostería a implementar, se determinó la rentabilidad financiera del proyecto, mediante la obtención y análisis de los principales índices de evaluación, el tipo de organización, la factibilidad técnica y financiera para la implantación de una hostería rústica y un estudio de mercado que revela la demanda actual y potencial de servicios de alojamiento en la región. Esta investigación si bien sirvió como antecedente, sus datos e informaciones deben actualizarse.

Asimismo el proyecto sobre el “Diseño arquitectónico de un complejo turístico para el cantón Palanda de la provincia de Zamora Chinchipe” (Chamba Martínez, 2018), proporcionará información importante para el proyecto planteado especialmente al momento de realizar un análisis y diagnóstico del estado actual del cantón Palanda, sobre aspectos económicos, social, y turístico del sector, conjuntamente con las encuestas, entrevistas y a la observación directa, que arrojaron información de primera mano sobre temas de recreación y alojamiento.

El “Estudio de factibilidad para la creación de una hostería en la cabecera cantonal de Quero, provincia de Tungurahua” realizada por (Arias Granizo, 2021), planteó varias variables y análisis tales como, el estudio de mercado, la segmentación de mercado, un plan mercadotécnico, la viabilidad técnica, localización de la empresa, macro localización y micro localización, viabilidad socio-ambiental, viabilidad administrativo-legal, viabilidad financiera. Se determinó que este estudio es viable comercialmente ya que tiene una aceptación del 95% de turistas nacionales y extranjeros, la capacidad operativa del proyecto para la hostería corresponde al 5,88% de la demanda insatisfecha, así mismo el proyecto es viable ambientalmente, la matriz de Leopold se reporta un total de agregación de impactos correspondiente a 4668 puntos positivos. Los indicadores económicos financieros del proyecto son positivos, el VAN, TIR, RB/C, AS.

Una fuente de consulta interesante para este trabajo de investigación fue también el “Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en el Ecuador durante el

periodo 2007-2018”, (Rosales, 2021), mediante esta investigación se pudo confirmar la hipótesis del crecimiento del turismo (TLG) de manera bilateral, este trabajo analiza el efecto del turismo sobre el crecimiento económico del país, potenciando la determinación del aumento del sector turístico y su influencia en la economía nacional, identificando una relación unidireccional entre el crecimiento del PIB real de Ecuador y el turismo.

Además de las investigaciones citadas, se identificó también la tesis sobre “Análisis de la evolución del turismo y su incidencia en el desarrollo de Ecuador: caso provincia de Manabí (2010-2014)” (Pinto Hernández, 2022). El objetivo de esta investigación fue explorar si el turismo puede convertirse en una opción para el crecimiento en la región de Manabí, se esclarecen los términos desarrollo y turismo mediante el estudio de diferentes autores; se identifican y describen a los actores clave del sector turístico. Analiza el marco regulador que rige el turismo en Ecuador, con la finalidad de ofrecer una perspectiva clara del entorno turístico en el país. Con base en estadísticas oficiales se analizan las condiciones socioeconómicas de la provincia de Manabí, con el propósito de evaluar el bienestar de su población durante los años observados. Esta investigación destacó la necesidad de motivar a los actores del turismo, tanto del sector público como privado y comunitario, a tener fe en la industria, atreverse a invertir y arriesgarse.

La formulación y evaluación de proyectos de inversión (Díaz, Vela, & Rojas, 2022) presenta fundamentos y conceptos básicos del diseño, formulación y evaluación de todos y cada uno de los estudios necesarios para dar inicio un proyecto. Los temas y las técnicas que se incluyen en el texto, constituyen una introducción básica a los conceptos utilizados en la formulación o preparación de proyectos de inversión. Además de ello, recopila los conceptos de otros autores que han contribuido en el desarrollo y administración de proyectos.

El plan de negocios para la creación de una hostería eco-agroturística en Milagro, Guayas elaborado por Mori (2020), será una guía para el proyecto a desarrollar, debido a que se describe los recursos turísticos que existen en Ecuador, especialmente en la ruta del azúcar y teniendo en cuenta las recientes tendencias del mercado en la estrategia de marketing. Realiza un estudio de mercado previamente a la recolección de datos y se reconocen las expectativas de los visitantes en un destino de agroturismo como este, además de la inversión que están dispuestos a realizar en tours y actividades. Se realiza

una evaluación financiera con resultados para el VAN, TIR, TMAR, Análisis de sensibilidad en varios escenarios, y Flujo de Caja para determinar la rentabilidad del proyecto.

Como última fuente de consulta que servirá para argumentar de forma crítica la situación problemática del tema propuesto, se encuentra enfocada a una “Propuesta de productos turísticos para el cantón Palanda, Provincia de Zamora Chinchipe” (Malla Saraguro, 2023), en ella se determina el potencial turístico de este cantón, sus atractivos, principales servicios y la generación de una ruta turística que aportará ingresos económicos para el desarrollo de la comunidad, la identificación de estrategias de planificación, promoción y la forma de comercializar los productos turísticos que ofrece el cantón Palanda.

Los trabajos de investigación enunciados ayudarán a abordar el proyecto con una nueva perspectiva particular y novedosa apegándose a una nueva realidad económica, social y política del cantón Palanda, tendrá como propósito mostrar el estado actual del turismo, los problemas y avances que existen en el mismo y la posibilidad de ejecutar la presente investigación, apalancada por el marco legal.

En coincidencia de criterios con autores como Malla Saraguro (2023), es válido subrayar el potencial turístico significativo de la región, destacando su biodiversidad y riqueza cultural. Este potencial se ve reflejado en los atractivos naturales como ríos y montañas, que convierten a Palanda en un destino atractivo para diversos tipos de turismo, incluyendo el rural, cultural, de naturaleza, arqueológico y agroturismo.

La creación de una hostería no solo busca satisfacer la demanda de hospedaje, sino también fomentar el desarrollo económico local y promover un turismo sostenible que respete y valore la identidad cultural de la comunidad.

Marco legal

Además de los novedosos aportes desde las perspectivas económica, social y científica; la presente investigación está amparada por un robusto marco normativo y legal, tanto internacional como nacional. Del ámbito internacional, se sustenta en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), establecidos en el año 2015, por la Agenda 2030, como herramientas de planificación, monitoreo y evaluación del desarrollo sostenible, inclusivo y en armonía con el medio ambiente; tanto a nivel nacional como local.

Aunque la contribución directa o indirecta del sector del turismo impactar a todos los ODS, está reflejado en el Objetivo 8: Trabajo decente y crecimiento económico; explícitamente en la Meta 8.9, relacionada con la implantación de un turismo sostenible que cree nuevos puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales; así como con el Objetivo 12: Promoción y consumo responsables, Meta: 12.b, que establece elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales (Malla Saraguro, 2023).

En el ámbito nacional, la Constitución Política de la República del Ecuador, establece en su artículo 250, el rol del ecosistema de las provincias amazónicas para el equilibrio ambiental del planeta, considera este territorio como una circunscripción territorial especial donde existirá una planificación integral que incluirá aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales, con un ordenamiento territorial que garantice la conservación y protección de sus ecosistemas y el principio del buen vivir.

Los Artículos 264 y 267 de la Constitución, establecen las competencias de los gobiernos municipales y parroquiales, entre ellas la planificación del desarrollo local a través de los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional y provincial, así como de preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural, construyendo espacios públicos para estos fines.

Mientras que el Artículo 383, se relaciona con el turismo al disponer el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

Por su parte la vigente Ley de Turismo, en su Artículo 3, establece los siguientes principios de la actividad turística:

- La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;



- La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

La misma Ley de Turismo, en su Artículo 4, establece que la política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo.
- Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.
- Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos.
- Fomentar e incentivar el turismo interno.

Al respecto, el Artículo 5 de la misma Ley considera el alojamiento como una de las actividades turísticas, que puede ser desarrollada por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual.

El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), establece que el turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno, en su Artículo 144 dispone la facultad de los gobiernos autónomos descentralizados de cada provincia, de hacer uso social y productivo de los recursos culturales de su territorio, a efectos de cumplir su competencia de turismo en el marco del fomento productivo.

Del mismo el ámbito nacional, la investigación se ampara en el Objetivo 2, del Eje Económico, del Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025; relacionado con el fomento del turismo y la atracción de inversiones, a través de la Política 2.3, que establece el fomento del turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional, explícitamente la Meta relacionada con el aumento del empleo en la actividad turística.

La presente investigación también está amparada en el Objetivo 2, del Eje Social, del Plan de Creación de Oportunidades 2021 – 2025; relacionado con el Objetivo 8, que habla de generar nuevas oportunidades y bienestar para las zonas rurales, con énfasis en pueblos y nacionalidades, a través de la Política 8.3.; que establece el desarrollo el sector turístico rural y comunitario por medio de de la revalorización de las culturas, saberes ancestrales y la conservación del patrimonio natural y la Meta 8.3.1., que establece el incremento de los sitios patrimoniales de gestión cultural comunitaria habilitados y puestos en valor para efectuar procesos de turismo rural sostenible

Marco conceptual

Además de los antecedentes y el marco legal que sustentan la presente investigación, a continuación, se explican las bases teóricas que conforman el marco conceptual que le sirve de apoyo.

En relación con el potencial turístico del cantón Palanda representado por su biodiversidad, riqueza cultural y atractivos turísticos, definidos por Malla Saraguro (2023); como un conjunto de elementos materiales o espirituales susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para influir en la decisión del turista de visitarlos.

Según Malla Saraguro (2023); dentro de esos atractivos se destacan elementos naturales como ríos, montañas y una variada flora y fauna, que lo convierten en un destino interesante para todo tipo de turismo, entre ellos:

- Turismo Rural: toda actividad turística que se realiza fuera de una ciudad, para convivir en ambientes naturales y disfrutar de actividades que se realicen en comunidades lejanas a la ciudad



- Turismo Cultural: se refiere a la visita de destinos turísticos con el fin de conocer, disfrutar de su identidad como sus costumbres y tradiciones.
- Turismo de Naturaleza; El turismo de naturaleza es una actividad que se realiza en hábitats naturales para el disfrute de su biodiversidad y el involucramiento con la comunidad receptora.
- Turismo Arqueológico: presenta servicios y productos turísticos en la que los recursos arqueológicos son los atractivos principales, es decir cuando la principal motivación del turista sea visitar los recursos turísticos arqueológicos o forme parte importante del itinerario.
- Agroturismo: Permite a los visitantes experimentar la vida agropecuaria por sí mismos, es decir interacción de los turistas con las actividades agropecuarias que realizan los granjeros, a la vez posibilidad la generación de ingresos a través de actividades turísticas.

Para desarrollar cualquiera de los mencionados tipos de turismo es necesario entender los diferentes modelos que abordan la sostenibilidad y la participación comunitaria. Según González y Martínez (2020), un enfoque sostenible en el desarrollo turístico no solo busca maximizar los beneficios económicos, sino también minimizar el impacto ambiental y promover la inclusión social.

Este enfoque es esencial para el proyecto de la hostería, ya que busca integrar a la comunidad local en el proceso planificación y operación de la hostería, para fomentar su sentido de propiedad y responsabilidad que puede llevar al desarrollo de este tipo de infraestructura para el turismo (Abad Zelvaggio, 2020).

En este sentido, Arias Granizo (2021); destacan la necesidad que exista una infraestructura adecuada para el desarrollo turístico, esta implica a todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad y responder a las necesidades de la demanda turística, término que se refiere tanto a la cantidad de turistas que concurren a una región, centro o atracción turística, como a los ingresos que generan.

Parte de esta infraestructura es la hostería, una forma de alojamiento turístico, que no solo contribuye al desarrollo económico local, sino que también promueve la conservación cultural y ambiental y que, según Pérez y López (2021), son fundamentales en la oferta

turística, ya que ofrecen experiencias únicas que conectan a los visitantes con la cultura local. Este enfoque no solo beneficia a los turistas y otras partes interesadas (Ver tabla 1), sino que también empodera a las comunidades locales, permitiéndoles compartir su patrimonio y tradiciones.

Tabla 1

Partes e intereses de la oferta turística.

Partes	Intereses
Ministerio de Turismo, Zona de Planificación Nro. 7	Cooperación económica
Ministerio del Ambiente	Conservación de los recursos naturales. Analizar y aprobar el Estudio de Impacto Ambiental. Emitir la Licencia Ambiental.
Gobierno Municipal	Potenciar el turismo en todos sus tipos. Recaudar impuestos locales por apertura de la hostería y posibles negocios asociados.
Juntas parroquiales	Reactivar la económica local través de un proyecto turístico que reconecte las cadenas productivas. Brindar un mejor servicio al turista y participar en los beneficios del proyecto.
Organizaciones sociales	Conservar su patrimonio natural y cultural.
Operadores turísticos	Aumentar la cantidad de visitantes para reactivar la economía.
Turistas	Motivación por explorar diferentes modalidades de turismo. Alojamiento seguro y con logística adecuada.

En el análisis crítico de las concepciones de diferentes autores, se observa que el desarrollo turístico sostenible es un enfoque central. González y Martínez (2020) enfatizan que este enfoque no solo maximiza los beneficios económicos, sino que también minimiza el impacto ambiental y promueve la inclusión social. Este punto de vista es crucial para el proyecto de la hostería, ya que busca integrar a la comunidad local en el proceso de planificación y operación, fomentando un sentido de propiedad y responsabilidad. Además, Arias Granizo (2021) resalta la necesidad de una infraestructura adecuada para el desarrollo turístico, lo que incluye la creación de alojamientos que no solo contribuyan al desarrollo económico, sino que también promuevan la conservación cultural y ambiental.



Factibilidad de proyectos turísticos

En el contexto del turismo, la creación de una hostería implica un proceso de planificación que abarca desde la identificación de la necesidad de alojamiento hasta la ejecución y operación del mismo. La importancia de realizar un proyecto radica en su capacidad para satisfacer necesidades específicas del mercado, así como en su potencial para generar beneficios económicos y sociales. En este sentido, el proyecto de la hostería se presenta como una oportunidad para mejorar la calidad de vida de los habitantes de Palanda, al tiempo que se ofrece a los visitantes una experiencia auténtica y enriquecedora.

Los individuos continuamente en su vida se plantean un proyecto, desde cambiar su estilo de vida hasta crear una empresa. Un proyecto se lo define como “la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantas, una necesidad humana” (Chain Sapag & Reinaldo, 2019).

Un proyecto se enfoca a todos los ámbitos profesionales o no profesionales, estos proyectos están asociados a la abstracción mental del plan necesario para ejecutar una acción concreta.

Un proyecto luego de diseñarse debe ejecutársele y por último desarrollarse utilizando conocimiento, experiencia, capacidades, aprendizaje social, capital humano e innovación.

La importancia de realizar un proyecto radica en que permite al ser humano satisfacer una necesidad ya sea de un bien o servicio, se convierte en una herramienta que ayuda a buscar, recopilar, crear, analizar un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados (Castro, 2006).

Los proyectos tienen tres grandes fases, que siguen una secuencia lógica: pre-inversión, inversión y operación. La pre-inversión permite estudiar a profundidad las ideas de proyectos que surgen en todas las instancias ya sea en el ámbito público y privado, dentro de esta se distinguen las siguientes etapas: a) identificación de ideas de proyectos; b) estudio preliminar o perfil; c) estudio de pre factibilidad; y, d) estudio de factibilidad, tanto el estudio de pre factibilidad como el de factibilidad incluyen cuatro estudios, dígame, de mercado, técnico, inversiones y financiamiento y económico y financiero (Castro, 2006).

La fase de pre inversión se refiere a que un equipo evaluador tendrá la misión de desde el punto de vista social, económico, financiero evaluar la factibilidad de un proyecto de inversión, medirá objetivamente ciertas variables resultantes del estudio del proyecto, a



través de sus indicadores financieros se evaluará la conveniencia económica de implementar el proyecto.

La fase de la inversión, es la ejecución física del proyecto que se planeó en la pre-inversión, a fin de concretar los beneficios netos estimados en la misma. Tiene que ver con la utilización de recursos (materiales, económicos, técnicos y tecnológicos) y el talento humano, para la operación y puesta en marcha del proyecto, posee las siguientes etapas: a) Diseño definitivo (ingeniería de detalle, proyecto de arquitecturas, etc.); b) Negociación del financiamiento; c) Construcción del proyecto; y, e) Puesta en marcha del proyecto (Castro, 2006).

La factibilidad de un proyecto turístico se evalúa a través de estudios de mercado, técnicos y financieros. El estudio de mercado es el primer paso y se centra en analizar la demanda y la oferta de servicios turísticos. Según Carrillo et al. (2022), un estudio de mercado bien estructurado permite identificar la demanda insatisfecha y las oportunidades de negocio, lo que es crucial para el éxito de la hostería.

Este análisis no solo beneficia a los inversionistas, sino que también proporciona a la comunidad información valiosa sobre las preferencias de los turistas, lo que puede guiar el desarrollo de productos y servicios complementarios (Fernández, 2021).

A continuación, se detallan cada uno de los estudios a desarrollar en las etapas de prefactibilidad y factibilidad de un proyecto de inversión

Estudio de Mercado

Es el primer estudio a realizar ante un proyecto de inversión, de sus resultados dependen el resto de los análisis que se desarrollan. Se centra en el análisis de la demanda, oferta, demanda insatisfecha, competencia, comercialización, los proveedores y la disponibilidad del precio, insumos actuales y proyectados.

Ayuda a determinar la demanda insatisfecha al comparar la demanda frente a la oferta de un producto o servicio, demostrando que existirán mayor cantidad demandantes o consumidores que oferentes, conocer los futuros clientes, la competencia, los precios del producto y de los competidores, así como las estrategias de mercadotecnia que se implementarán (Cevallos, et al., 2022).

La demanda, permite cuantificar el volumen de productos o servicios requeridos, la disposición de pago, frecuencia y usos de lo que el proyecto va a ofertar. Mientras que la

oferta permite identificarla cantidad, ubicación precio, características de calidad y estrategias de los competidores y productos sustitutos del proyecto (Carrillo, et al., 2022).

Otro aspecto dentro del estudio de mercado está la demanda insatisfecha que viene a ser aquella en donde los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio. “consiste en la población demandante que no está cubierta por los oferentes y se la obtiene entre la diferencia de la oferta y demanda” (Viñán, et al., 2018,p. 25).

Con el propósito de garantizar que el servicio esté al alcance absoluto de todos los potenciales usuarios de la hostería, es fundamental desarrollar estrategias de marketing efectivas. Según López y García (2022), el marketing turístico debe centrarse en la creación de una propuesta de valor que resalte las características únicas de la hostería y su entorno. Esto incluye la promoción de actividades culturales y ecoturísticas que puedan atraer a diferentes segmentos de mercado. Al hacerlo, se fomenta un turismo responsable que beneficia tanto a los visitantes como a la comunidad local, creando un ciclo de retroalimentación positiva.

Para efectos de diseñar el plan de comercialización es necesario considerar que los factores que se deben tomar en cuenta principalmente son: producto, precio, plaza y promoción. Para dicho efecto se considera también información proveniente de algunas preguntas incluidas de las encuestas en las cuales se determina: los gustos y preferencias, la frecuencia de uso del servicio, la atracción del servicio, la oscilación del precio justo por el servicio recibido, la percepción de la calidad del servicio que actualmente utilizan, etc.

En definitiva, el plan de comercialización es “una herramienta que sirve al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (Viñán, et al., 2018, p. 25), que debe tomar en cuenta al producto, precio, plaza y comercialización.

Estudio Técnico

Para los autores Carrillo, Vega, & Silvia (2022); el estudio técnico de un proyecto “es aquel que determina la ubicación, tamaño óptimo de la planta de producción, local comercial o establecimiento; también se describe las maquinarias, equipos, herramientas necesario para el desarrollo del proyecto” (p. 40).



Según Carrillo, Vega, & Silvia (2022); algunos aspectos que analiza el estudio técnico se encuentra el tamaño y la localización. En cuanto al tamaño se podría manifestar que su capacidad instalada, se expresa en unidades de producción por año. El tamaño es óptimo cuando la empresa opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica; mientras que la localización se podría decir que es lugar donde se establecerá la empresa para funcionar, se debe identificar “las variables para buscar la localización perfecta de una empresa que otorgue ganancias y reducción de costos obteniendo buena rentabilidad del proyecto” (Viñán, et al., 2018, p. 35).

Es de suma importancia conocer los factores que llevan a delimitar el tamaño y localización de una empresa, para el tamaño se toma en cuenta la dimensión y características del mercado, la tecnología del proceso productivo, la disponibilidad de insumos y materia prima, los costos de inversión y de operación y el financiamiento del proyecto (Fernández, 2021).

Se tomará en cuenta a la capacidad utilizada e instalada para determinar el tamaño del proyecto, la primera es una parte del total de la capacidad de producción que tiene una empresa, mientras que la capacidad instalada se refiere al volumen total de producción que una empresa tiene para producir productos o servicios.

Mientras que para la localización se toma en cuenta los siguientes factores geográficos, institucionales, sociales y económicos. Existen dos tipos de localización, la macrolocalización y la microlocalización, la primera hace referencia en forma global el lugar o región en donde se ubicará una empresa, mientras que la microlocalización es el lugar exacto donde se ubicará el proyecto.

Otro tema a analizar es la ingeniería del proyecto, que se concentra en realizar una serie de actividades que tienen por objeto obtener la información necesaria para la adopción de un proceso de producción adecuado; es necesario que se seleccione la tecnología a utilizar, es decir, el paquete de técnicas, procesos y prácticas, la determinación de los insumos, de las materias primas y las obras civiles, etc.

Es útil su estudio porque ayuda a especificar la maquinaria, equipos y obras civiles para obtener cotizaciones y presupuestos, y con esta base, determinar la magnitud de la inversión requerida (Guasco-Aucacama, & Luna-Altamirano, 2022).



Dentro de esta ingeniería de proyecto “permite determinar el proceso de producción, el tipo de maquinaria a utilizar, la forma en que se distribuirá la planta” (Viñán, et al., 2018, p. 45). El proceso de producción está conformado por etapas que tienen como finalidad la producción de un producto o prestar un servicio, las operaciones deben tener una secuencia por la cual las materias primas e insumos se transforman (Díaz et al., 2022); mientras que los flujogramas ayudan a representar gráficamente un conjunto de pasos o procesos a seguir para lograr un objetivo determinado, en la representación se utilizan símbolos y líneas interconectadas entre sí. “Es la representación gráfica del algoritmo del proceso, por ende, tiene un único punto de inicio y un único punto final” (Cevallos et al., 2022, p. 23).

Se realiza el diseño y distribución de la planta de una empresa, tomando en cuenta que no existan cuellos de botellas que impidan producir en menor tiempo un producto o servicio. Así mismo, se detallará la maquinaria y equipo a utilizar un proyecto, también el mobiliario, útiles de aseo y limpieza, necesarios para poner en marcha un proyecto.

En resumen, el estudio técnico, por su parte, determina la ubicación y el tamaño óptimo de la hostería, así como los recursos necesarios para su operación. La evaluación financiera es igualmente importante, ya que permite estimar los costos de inversión y operación, así como la rentabilidad del proyecto (Viñán et al., 2018).

Estos estudios son fundamentales para garantizar que el proyecto no solo sea viable desde el punto de vista económico, sino que también tenga un impacto positivo en la comunidad (González, & Martínez, 2020; López, & García, 2022).

Estudio Administrativo

El estudio administrativo, tiene el propósito de definir la forma de organización que necesita la empresa a crearse, basándose en sus necesidades funcionales y presupuestales (Padilla Vilema, 2021).

Los organigramas, son una representación gráfica de la estructura orgánica de una organización o de una de sus áreas y tiene por objeto reflejar en forma esquemática la descripción de las unidades que la integran, su respectiva relación, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación (Guasco-Aucacama, & Luna-Altamirano, 2022).



Así mismo, los niveles jerárquicos permiten determinar las funciones o tareas a desarrollar dentro de una organización por orden de rango, grado o importancia. (Viñán, Puente, & Ávalos, 2018, pág. 70), entre ellos se encuentran: el ejecutivo, asesor, operativo, auxiliar. Durante este estudio se utilizan los manuales de funciones, que son un instrumento de administración de personal, que muestra las funciones, competencias y perfiles establecidos para los cargos de la empresa y la base que sustenta a la capacitación y la evaluación del desempeño (Guasco-Aucacama, & Luna-Altamirano, 2022).

Las líneas de mando dentro de los organigramas describen la relación de autoridad, subordinación y supra ordinación; identifica como se dan las ordenes dentro de la estructura orgánica del proyecto. En este sentido, si un cargo se ubica bajo la línea de mando de otro, debe acatar las disposiciones emitidas por el cargo supra ordenado. En este sentido, si un cargo se ubica bajo la línea de mando de otro, debe acatar las disposiciones emitidas por el cargo supra ordenado.

Estudio Financiero

El estudio financiero tiene como objetivo determinar la cantidad de recursos económicos necesarios para llevar a cabo el proyecto, incluyendo el costo total de operación de la planta, que abarca los costos de producción, administración y ventas, así como una serie de indicadores que servirán como base para la evaluación financiera del proyecto (Viñán et al., 2018).

Administración Financiera a Largo Plazo

La gestión financiera a largo plazo es fundamental para asegurar la viabilidad y sostenibilidad del proyecto de la hostería. Este enfoque implica la planificación y administración de los recursos financieros para garantizar la estabilidad y el crecimiento continuo del proyecto. Incluye la elaboración de proyecciones de flujo de caja, la evaluación de inversiones a largo plazo, la diversificación de fuentes de financiamiento y la gestión de riesgos financieros. La administración financiera a largo plazo permite tomar decisiones informadas que maximicen la rentabilidad y minimicen los riesgos, asegurando que la hostería no solo sea viable en el corto plazo, sino también sostenible y rentable a lo largo del tiempo.



En cuanto a las inversiones, estas comprenden todos los gastos necesarios para poner en marcha el proyecto, tales como la adquisición de activos fijos tangibles (equipo, maquinaria, terrenos y edificios, etc.) y activos fijos intangibles (gastos de constitución, patentes, marcas y software, entre otros), la contratación de personal y consultorías, así como la compra de los bienes y servicios necesarios para atender las necesidades de apoyo a la población en la fase de pre-inversión del proyecto (Padilla Vilema, 2021).

El costo de inversión está integrado por: activos fijos intangibles y capital de trabajo. Las inversiones en activo fijo, son las inversiones realizadas en bienes tangibles que se utilizan en el proceso de transformación de insumos o sirven de apoyo a la operación normal del proyecto. Se trata básicamente de recursos naturales, terrenos, obras civiles, equipos e instalaciones, infraestructura de servicios de apoyo, etc. A los efectos contables, estarán sujetos a depreciación y amortización (salvo los terrenos)

En cambio, las inversiones en activos intangibles, son las inversiones realizadas sobre activos constituidos por servicios o derechos adquiridos. Comprenden también los gastos de organización, las patentes y licencias, los gastos de puesta en marcha, capacitación, sistemas de información, etc.

También las inversiones van enfocadas al capital de trabajo que es el conjunto de recursos, constituidos por activos corrientes, utilizados para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo (para una capacidad y tamaño determinados).

Las fuentes de financiamiento son de dos clases de financiamiento para obtener capital ya sea con recursos ajenos o recursos propios, los primeros llamados fuentes externas como créditos, venta de acciones, etc.; y el segundo las fuentes internas que es dinero propio, utilidades no repartidas, venta de activos, etc. (Viñán et al., 2018).

En cuanto a los costos que utilizará un proyecto, son considerados como desembolsos que se realizan por concepto de insumos que son utilizados para la producción de un producto o servicios. Dependen de los precios de los insumos utilizados en la producción, el costo de la mano de obra, así como los impuestos (Vaca, 2019).

Los costos se encuentran distribuidos en costo primo comprende a la materia prima directa y a la mano de obra directa que ayudan a producir un producto o servicio. También existen los costos de producción que son gastos que se generan al fabricar un producto o servicio.



Por último, están los gastos de operación, que se dividen en tres grandes grupos: los gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros.

Los administrativos corresponden a gastos relacionados al área de la administración como son sueldos administrativos, depreciaciones, suministros de oficina, aseo y limpieza entre otros, en cambio los gastos de ventas se refieren a los gastos que se generan para la venta de un producto o servicio como es la publicidad; y, por último, los gastos financieros se enfocan a gastos dados por deudas como por ejemplo los intereses.

Los costos unitarios de producción son en cambio aquellos que se los obtienen dividiendo el costo total por el número de unidades a producir, mientras que el precio de venta es aquel que se lo obtiene luego de incorporar un margen de utilidad al costo unitario de producción. Dentro de los costos existen también los fijos y variables, los primeros son aquellos que permanecen constantes cualquiera que sea el nivel de producción ya que la empresa incurre en estos, exista o no producción, mientras que los variables son aquellos que se incrementan o disminuyen en forma proporcional al volumen de producción, es decir que la empresa incurre en éstos solo cuando hay producción.

Algunos presupuestos a calcular son los presupuestos de ingresos y egresos, se refiere a la información de carácter monetario que resulta de la operación de una empresa en determinado periodo de tiempo. Ambos presupuestos proporcionan una estimación de entrada y salida de efectivo; útil para la realización del Estado de Resultados (Estado de Pérdidas y Ganancias) y Punto de Equilibrio, para posteriormente dar paso a la Evaluación Económica del proyecto en sí.

El estado de pérdidas y ganancias tiene la finalidad de calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta y los impuestos que deba pagar (Vaca, 2019).

También están los presupuestos de egresos, comprende costos de producción (directos e indirectos), gastos de operación (gastos de venta, de administración y financieros). Cabe mencionar, que los costos directos de producción son aquellos materiales directos y mano de obra que intervienen directamente en la producción de un bien u ofrecimiento de un servicio; en cambio, los costos indirectos de producción son también mano de obra, material



y otros gastos, que, a diferencia de los primeros, éstos operan de manera indirecta, al no intervenir en la transformación de materias primas.

Para este momento se calcula también el punto de equilibrio, que es una herramienta útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.

Con este análisis se apreciará los márgenes de seguridad que tendrá el empresario frente a variaciones del proyecto, durante ciertos períodos de su vida útil, cuando un gerente no realiza este análisis no sabrá cuando está ganando o perdiendo y no puede tomar decisiones acertadas en el campo de la producción.

Por último, se definirán los ingresos que están representados por los volúmenes de venta a lo largo del proyecto. Es la cantidad de dinero que se aguarda generar a través de la venta de un producto o servicio (Díaz, et al., 2022).

Otro aspecto importante durante el estudio financiero es la evaluación financiera en busca de que la inversión realizada sea capaz de generar en el futuro beneficios económicos que ofrezcan un rendimiento atractivo para quienes invierten. Evaluar un proyecto de inversión consiste en determinar, mediante un análisis de costo-beneficio, si genera o no el rendimiento deseado para entonces tomar la decisión de realizarlo o rechazarlo. La evaluación se compone de métodos que permiten medir la viabilidad del futuro negocio y nos servirá para decidir si es conveniente o no asignar recursos para la consecución de los objetivos trazados. La evaluación del proyecto compara, mediante distintos instrumentos, si el flujo de caja proyectado permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada, además de recuperar la inversión (Nassir, 2015).

Flujo de Caja. - Es un instrumento que compara los ingresos y egresos generados por el proyecto a lo largo del horizonte de evaluación adoptado (Padilla Vilema, 2021).

Valor Actual Neto (VAN). - Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento cero (Nassir, 2015).



Cuando el indicador del VAN es mayor que cero, significa que los ingresos netos descontados al costo de capital son superiores al costo de la inversión y en consecuencia, el proyecto generará riqueza, lo que redundará en beneficio social. Si el resultado es igual a cero, los beneficios descontados al costo capital se igualan al costo de inversión, o sea el proyecto es costeable. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto.

No todos los criterios de valuación tienen la misma importancia para tomar la decisión de invertir o no en un proyecto., unos son más importantes que otros. El VAN, tiene como virtud determinar cuánto van a valer los flujos de entrada y salida traídos al día de hoy para compararlo entre sí y ver si se obtiene un rendimiento y de cuánto sería.

Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer período de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento (Nassir, 2015).

En cambio, la Tasa Interna de Retorno (TIR), nos da referencia para saber cuánto es lo mínimo que debemos exigirle al proyecto para cubrir el costo de la inversión y partir de esta tasa para obtener un rendimiento., también puede calcular utilizando únicamente los datos correspondientes al proyecto y no requiere información sobre el costo de oportunidad del capital. “Es la tasa de rendimiento anual generada por la inversión. Es la tasa de descuento que hace que el VAN sea cero” (Diaz, et al., 2022, p. 105).

Otro indicador financiero es el Período de Recuperación (PR) es considerado útil por su facilidad de cálculo y aplicación, es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo, también ayuda en parte a la toma de decisiones. “Tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado”. (Nassir, 2015, p. 107).

El estudio de la relación Beneficio/Costo, es muy importante porque otorga toda la información que tiene que ver con los costos en los cuales incurrirá la organización si acepta el proyecto, pero también tiene el objetivo de demostrar cuáles serán los beneficios para la misma y si estos son mayores a los costos, que es lo que realmente se quiere.

Esta Relación Beneficio/Costo (RB/C) ayuda a comparar el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión (Nassir, 2015).



Por último, el análisis de sensibilidad radica su utilidad o importancia en el hecho de que los valores de las variables (ingresos, costos) que se han utilizado para llevar a cabo la evaluación del proyecto pueden tener desviaciones con efectos de consideración en la medición de sus resultados. Permite conocer hasta qué punto el proyecto es sensible en cuanto a la disminución de las ventas e incrementos en los costos (Nassir, 2015).

El marco teórico presentado establece una base sólida para el desarrollo del proyecto de factibilidad para la creación de una hostería en el cantón Palanda. A través de la revisión de antecedentes, teorías de desarrollo turístico y análisis de factibilidad, se evidencia la importancia de este proyecto no solo para el desarrollo económico de la región, sino también para la promoción de un turismo sostenible y responsable que respete y valore la identidad cultural del cantón Palanda.





CAPÍTULO 2: METODOLOGÍA

En el presente capítulo se detalla el enfoque de la investigación y se define el alcance de la investigación, permitiendo identificar y operacionalizar las variables clave del estudio. Además, se justifica el diseño de investigación seleccionado, que incluye métodos del nivel teórico, empírico y estadísticos matemáticos. Se presentan instrumentos para recopilar información relacionada con el mercado de turistas y la competencia, y finalmente se presentan los resultados del estudio diagnóstico.

Paradigma, enfoque, alcance y diseño de la investigación

El paradigma utilizado en esta investigación es el positivista, permite una evaluación precisa y objetiva de la factibilidad de la creación de una hostería en el cantón Palanda, mediante la recolección y análisis de datos verificables. El enfoque de la investigación es *mixto*, combinando métodos cuantitativos y cualitativos para obtener una visión integral del proyecto. El alcance es *exploratorio* y *descriptivo*, permitiendo investigar áreas poco estudiadas y detallar aspectos clave del estudio, como la demanda de alojamiento y la rentabilidad del proyecto.

El diseño de la investigación es no experimental. Este tipo de diseño es ideal para estudios que buscan observar y analizar fenómenos en su contexto natural, sin intervención del investigador (Hernández Sampieri y Baptista, 2020). En el contexto de esta investigación, el diseño no experimental es apropiado porque se trata de analizar situaciones y variables existentes, como la demanda turística, la oferta de alojamiento y los costos asociados. No se pretende manipular estas variables, sino observarlas y medirlas para obtener conclusiones válidas y aplicables.

El estudio tiene un enfoque exploratorio y descriptivo, ya que permite investigar áreas poco estudiadas y proporcionar una descripción detallada de las variables clave. El enfoque exploratorio ayuda a identificar y comprender aspectos como la demanda actual y potencial de alojamiento, la oferta existente y la demanda insatisfecha en Palanda. Por otro lado, el enfoque descriptivo permite caracterizar la demanda y oferta, analizar los costos y precios, y evaluar la rentabilidad del proyecto.



Métodos, técnicas y herramientas empleadas.

Se emplearon diversos métodos teóricos para abordar la cuestión de la viabilidad de la inversión en una hostería en el cantón Palanda. El método *analítico-sintético* permitió descomponer el fenómeno en sus partes fundamentales y luego integrar la información para obtener una visión completa. Este enfoque fue esencial para identificar y relacionar conceptos clave sobre la administración financiera a largo plazo y la evaluación de proyectos. El *método inductivo-deductivo* facilitó la derivación de conclusiones generales a partir de observaciones específicas y la aplicación de teorías generales a casos particulares, lo cual fue crucial para construir teorías y validar hipótesis sobre la viabilidad técnica, económica y financiera del proyecto. Por último, el *método histórico-lógico* se utilizó para analizar la evolución histórica del fenómeno y su lógica interna, proporcionando un contexto temporal y una comprensión profunda de los cambios y continuidades en el sector turístico. Se emplearon varios métodos del nivel empírico. La *entrevista* se utilizó para obtener información detallada y profunda de los participantes, explorando sus percepciones y experiencias sobre la demanda de alojamiento en Palanda. La entrevista fue realizada a 7 propietarios que tienen negocios de hoteles, casas de acogida y hosterías donde acogen a turistas dentro del cantón Palanda, cuyo patrón se muestra en el anexo 1.

La *encuesta* permitió recolectar datos cuantitativos de una muestra representativa de la población objeto de estudio, facilitando la posibilidad de generalización de los resultados, la identificación de la demanda potencial y la tipología de turistas. Se compone de 11 preguntas. (anexo 2). La encuesta se aplicó a 369 pobladores del cantón y tuvo la finalidad de conocer datos que permitieron elaborar un diagnóstico inicial, así como particularidades del mercado que es la base para ejecutar todo el proyecto.

La *observación* se utilizó para registrar comportamientos y eventos en su contexto natural, proporcionando datos empíricos directos que corroboran la información obtenida por otros métodos. Además, el *análisis de documentos* permitió revisar documentos relevantes para obtener información secundaria que complementa y contextualiza los datos primarios, enriqueciendo el marco teórico y el análisis de la viabilidad del proyecto.

Los métodos estadísticos por su parte, fueron esenciales para analizar y validar los datos recolectados en esta investigación. Se utilizaron técnicas de análisis descriptivo para resumir

y describir las características de la muestra, proporcionando una visión clara de la demanda potencial y la competencia en el sector turístico de Palanda. El análisis inferencial permitió hacer generalizaciones sobre la población a partir de la muestra, evaluando la significancia de los hallazgos y la relación entre las variables independientes (estudios de mercado, técnico, económico, financiero y organizacional) y la variable dependiente (rentabilidad del proyecto). Estas técnicas estadísticas fueron fundamentales para determinar la rentabilidad financiera del proyecto y validar la hipótesis de que la creación de una hostería en Palanda es una inversión viable.

Conceptualización y operacionalización de las variables

La definición conceptual de las variables y su operacionalización se expresan a continuación:

Variable dependiente: Rentabilidad del proyecto: Es la capacidad del proyecto para generar beneficios económicos que ofrezcan un rendimiento atractivo para los inversionistas (Nassir, 2015). Esta variable puede ser medida a través de los siguientes indicadores y escalas:

Valor Actual Neto (VAN): Escala de razón (dólares), Tasa Interna de Retorno (TIR): Escala de razón (porcentaje), Período de Recuperación (PR): Escala de razón (años), Relación Beneficio/Costo (RB/C).

Variables independientes:

Las variables independientes seleccionadas para esta investigación son la capacidad del proyecto, definida por Arias Granizo (2021) como la infraestructura adecuada para el desarrollo turístico; el capital de trabajo, que Padilla Vilema (2021) describe como los fondos disponibles para la operación y el ciclo de caja; el capital fijo, que según Díaz, Vela, & Rojas (2022) incluye la inversión en infraestructura y el valor de los activos fijos; la demanda del servicio, que Carrillo et al. (2022) señalan como la tasa de ocupación y la estancia promedio; la oferta, que Cevallos et al. (2022) mencionan como el número de competidores y la capacidad de alojamiento de la competencia; y el margen de contribución, que Viñán et al. (2018) explican como los ingresos por habitación y los costos variables. Todas ellas forman parte de los estudios de mercado, técnico, financiero y administrativo, permitiendo una evaluación integral de la viabilidad y rentabilidad del proyecto de creación de una hostería en el cantón Palanda.

Población y muestra

Para la selección de la muestra de estudio, se utilizó un muestreo probabilístico para estimar proporciones, por intermedio del muestreo aleatorio simple considerando que la población es finita. Se tomó en cuenta a la población del cantón Palanda año 2024, la misma que fue proyectada desde el último censo realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo (INEAC), en el año 2022 con una tasa de crecimiento del 0.82%. Su fórmula de cálculo se muestra a continuación.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q} \quad (1)$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra, N= Tamaño de la población = 9019, P=Proporción muestral estimada =0,5, q=1-P, E=Margen de error =5% y Z=percentil de la distribución Normal (95%). De la sustitución en la expresión (1) se obtuvo una muestra igual a 369 habitantes, entre los que se identificaron 299 turistas.

Resultados del diagnóstico

Resultados de la aplicación de la entrevista a propietarios de hoteles, hosterías y casas de acogida en el cantón Palanda.

La entrevista recoge aspectos sobre los servicios ofertados, la cantidad de clientes mensuales que arriban a sus instalaciones, precios, planes de comunicación, entre otros para conocer características de los posibles competidores. (Tablas 2-11).

Pregunta 1: ¿Qué tipo de alojamiento es dueño Ud. en el cantón Palanda?

Tabla 2

Tipos de alojamiento.

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Hotel	4	57%	57%
Casas de acogida	2	29%	86%
Hostería	1	14%	100%
Total	7	100%	

Nota: Salida del SPSS

Con respecto a esta primera pregunta los 7 entrevistados afirmaron lo siguiente: el 57% son propietarios de hoteles; el 29% son dueños de casas de acogida; y el 14% que corresponde a



un solo entrevistado manifiesta que tiene una hostería la que tiene mayor contacto con la naturaleza.

Pregunta 2: ¿Qué clase de servicios ofrece en su negocio?

Tabla 3

Clase de servicios que ofrece su negocio.

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Alojamiento	7	28%	28%
Alimentación	7	28%	56%
Piscina	3	12%	68%
Juegos para niños	1	4%	72%
Canchas deportivas	3	12%	84%
Sauna, turco	3	12%	96%
Bar	1	4%	100%
Tours	0	0%	
Cabalgata	0	0%	
Otros	0	0%	
Total	25	100%	

Nota: Salida del SPSS

Por ser una pregunta de respuesta múltiple se obtuvieron 25 respuestas, es así que el 28% de los entrevistados es decir los siete entrevistados ofrecen el servicio de alojamiento y alimento, el 12% o sea tres entrevistados ofrecen el servicio de piscina, sauna y turco, canchas deportivas; y el 4% que corresponde a un propietario ofrecen el servicio de bar y también juegos deportivos.

Pregunta 3: ¿Cuántos clientes considera Ud. que ingresan a su establecimiento al mes?

Tabla 4

Clientes que ingresan al mes.

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1- 20 personas	0	0%	0%
21- 40 personas	1	14%	14%
41 - 60 personas	1	14%	29%
61 - 80 personas	5	71%	100%
Total	7	100%	

Nota: Salida del SPSS



De 21 a 40 personas son las que ingresan a adquirir un servicio en un hostel, hostería o casa de acogida en el cantón Palanda al mes lo que representa el 14%, de igual forma las personas que ingresan de 21 a 60 personas; y, el 71% de 61 a 80 personas visitan este lugar.

De los estadísticos descriptivos se obtiene que llegan como promedio al mes aproximadamente 434 clientes lo que representa un estimando de 5202 clientes al año

Pregunta 4: ¿Cómo califica dentro de una categoría a su hotel, hostería o casa de acogida ubicada en el cantón Palanda?

Tabla 2 *Categoría del hospedaje.*

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Ultralujo	0	0%	0%
Lujo	0	0%	0%
Gama media	3	43%	43%
Hotel estándar	2	29%	71%
Hotel económico	2	29%	100%
Total	7	100%	

Nota: Salida del SPSS

Los siete entrevistados respondieron a esta pregunta lo siguiente: el 43% consideran que sus negocios son de gama media debido a que poseen habitaciones amplias y bien equipadas; el 29% tienen un establecimiento catalogado como hotel estándar; y también el 29% consideran que tienen hoteles económicos.

Pregunta 5: ¿Los turistas que visitan el cantón Palanda de dónde provienen?

Tabla 6

Procedencia de turistas al cantón Palanda.

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Del mismo cantón	3	14%	14%
De cantones aledaños	5	23%	36%
De provincias a nivel nacional	7	32%	68%
Del exterior	7	32%	100%
Total	22	100%	

Nota: Salida del SPSS

Las siete personas entrevistadas dieron múltiple contestación en sus respuestas, así tenemos que el 14% considera que los turistas que ocupan una hostería, hotel o casas de acogida en

el cantón Palanda provienen del mismo cantón especialmente de sus parroquias; el 23% aseguran que provienen de cantones aledaños de la provincia de Zamora Chinchipe; y, el 32% son turistas que provienen del todo el país y del extranjero.

Pregunta 6: ¿Cuál es la capacidad que tiene su hotel, hostería o casa de acogida?

Tabla 7

Capacidad del hotel, hostería o casa acogida.

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1 a 10 personas	1	14%	14%
11 a 20 personas	1	14%	29%
21 a 30 personas	4	57%	86%
31 a 40 personas	1	14%	100%
Total	7	100%	

Nota: Salida del SPSS

Al realizar la pregunta sobre la capacidad de alojamiento que tienen sus negocios, los entrevistados afirmaron lo siguiente: el 14% consideran que su capacidad hotelera esta entre 1 a 10 personas; el 14% sostienen que tienen la capacidad de acoger de 11 a 20 personas; el 57% entre 21 a 30 personas; y, el 14% entre 31 a 20 personas.

Pregunta 7: ¿Realiza algún plan de comunicación y promoción para sus productos y servicios?

Tabla 8

Plan de comunicación y promoción

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	6	86%	86%
No	1	14%	100%
Total	7	100%	

Nota: Salida del SPSS

Los entrevistados afirman que la comunicación y la promoción les permiten dar a conocer sus productos o servicios y de esta forma obtener mayores ventas; y, solamente el 14% han dicho que no tienen un plan de promoción y comunicación, sino trípticos del propio hotel.

Pregunta 8: ¿Qué medios comunicaciones utiliza para difundir sus productos y servicios?

Tabla 39

Medios de comunicación utilizados.

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Radio	1	0%	0%
TV	0	0%	0%
Plataformas digitales	6	100%	100%
Periódico	0	0%	100%
Total	7	100%	

Nota: Salida del SPSS

Del 100%, el 14% utilizan la radio para hacer conocer sus productos y servicios, lo hacen porque es el medio de comunicación más escuchado por las familias, sin embargo, el 86% optan por las plataformas digitales como Messenger, Facebook, YouTube, Instagram, WhatsApp, Tik Tok y otras, preferidas por su habilidad y cobertura.

Pregunta 9: ¿Las personas que utilizan sus instalaciones vienen?

Tabla 10

Turistas viajen solos o acompañados.

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Solas	2	29%	29%
Acompañadas	5	71%	100%
Total	7	100%	

Nota: Salida del SPSS

El 29% de los propietarios aseguran que los turistas llegan a alojarse sin ninguna compañía es decir solos; mientras que el 71% se alojan con su familia, amigos.

Pregunta 10: ¿Qué tiempo permanecen los turistas en su establecimiento de acogida?

De 1 a 10 personas ingresan a adquirir un servicio en un hostel, hostería o casa de acogida en el cantón Palanda al mes lo que representa el 14%, mientras que el 43 % ingresan de 11 a 20 personas, el 29 % de 31 a 40 personas.

Tabla 11

Tiempo de permanencia de los turistas en su establecimiento de acogida

Variable	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1- 10 personas	1	14%	14%
11- 20 personas	3	43%	57%
21 - 30 personas	2	29%	86%
31 - 40 personas	1	14%	100%
41 y más personas	0	0%	100%
Total	7		

Nota: Salida del SPSS

Resultado de la encuesta

Se muestran resultados generales de la muestra seleccionada, para la caracterización de la edad, los ingresos económicos, la conformación de las familias y sobre la utilización de alojamiento en el cantón (Tablas 12-15, Figuras 2-5)

Tabla 14

Edad de los habitantes del cantón Palanda.

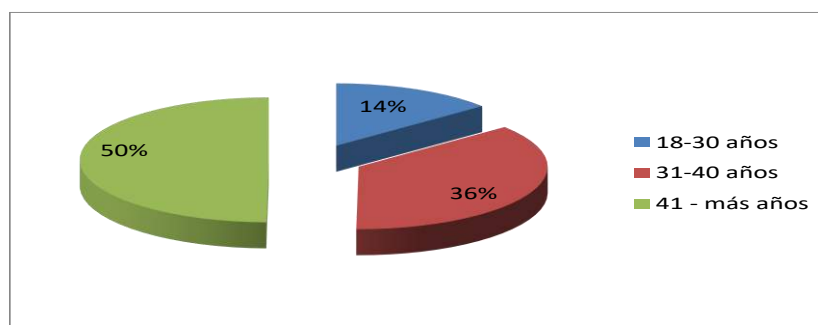
Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
18 - 30 años	53	14%
31 - 40 años	131	50%
41 - más años	185	100%
Total	369	

Nota: Salida del SPSS

El 14% de los habitantes del cantón Palanda tienen una edad entre 18 a 30 años, el 36% entre 31 y 40 años de edad; y, el 50% tienen edad de 41 años en adelante.

Figura 2

Grupos de edades de los habitantes del cantón Palanda



Los resultados obtenidos muestran que la población del cantón Palanda es adulta ya que la población más joven ha emigrado a otros lugares.

Ingresos económicos.

Tabla 13

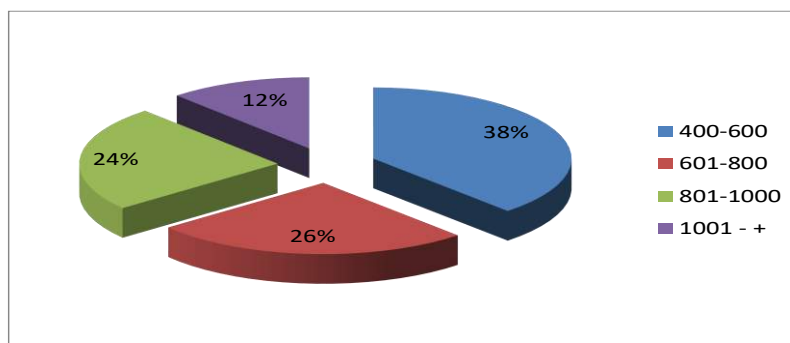
Ingresos económicos de los pobladores

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
400-600	140	38%
601-800	97	64%
801-1000	87	88%
1001 - +	45	100%
Total	369	

Nota: Salida del SPSS

Figura 2

Ingresos económicos de los pobladores



Nota: Los resultados muestran el comportamiento de los ingresos en dólares americanos. El 38% de los encuestados afirmaron que sus ingresos oscilan entre 400 a 600 dólares americanos; el 26% entre 601 a 800 dólares; el 24% entre 801 a 1000 dólares; y, el 12% 1000 y más. Las respuestas dan a entender que los pobladores del cantón Palanda son de toda clase social, personas que ganan el básico hasta personas que tienen un ingreso económico alto, sin embargo, los que predominan son los que tienen menores recursos económicos.

Miembros que conforman una familia

Tabla 14

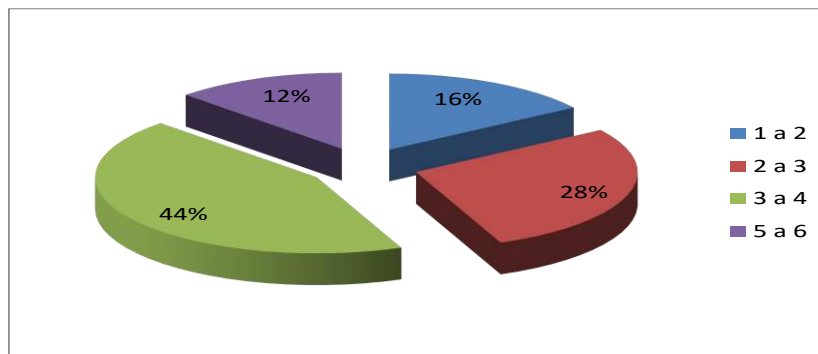
Miembros que conforman la familia.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
1 a 2	59	16%
2 a 3	103	44%
3 a 4	163	88%
5 a 6	44	100%
Total	369	

Nota: Salida del SPSS

Figura 3:

Miembros que conforma la familia



En el 16% de los habitantes su núcleo familiar lo conforman 1 o 2 personas; el 28% 2 a 3 personas; el 44% conformado por 3 a 4 personas; y, el 12% por 5 o 6 personas. Estos resultados permiten determinar que las familias cada vez tienen su núcleo familiar reducido, lo conforman los padres y dos hijos en su mayoría, y muy pocos tienen 5 o 6 miembros.

Pobladores que utilizan los servicios de alojamiento en Palanda

Tabla 15

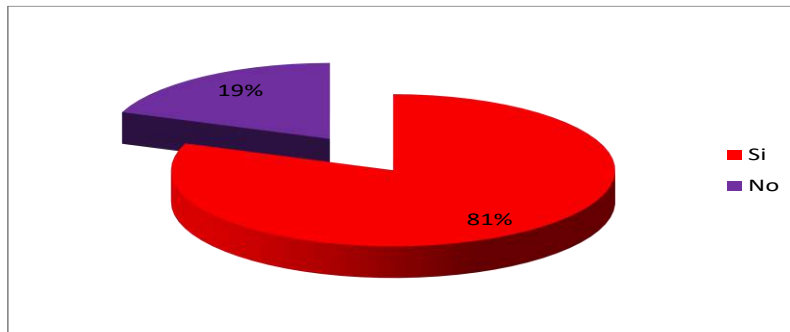
Utilización de servicios de alojamiento

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Sí	299	81%
No	70	100%
Total	369	

Nota: Salida del SPSS

Figura 4

Utilización de alojamiento en el cantón Palanda



Al preguntarle a los habitantes del cantón Palanda si utilizan algún tipo de alojamiento, el 81% afirman que sí, mientras que el 19% asegura que no, solo visitan los lugares turísticos pero que no se alojan en ningún lugar o van a alojarse donde sus familiares o amigos.

A continuación, se presentan los resultados de las 11 preguntas de la encuesta dirigidas a los habitantes que utilizan alojamiento en el cantón Palanda (Tablas 16-26 y Figuras 6-16).

Pregunta 2: ¿Qué tipo de lugar utiliza para alojarse en el cantón Palanda?

Tabla 16

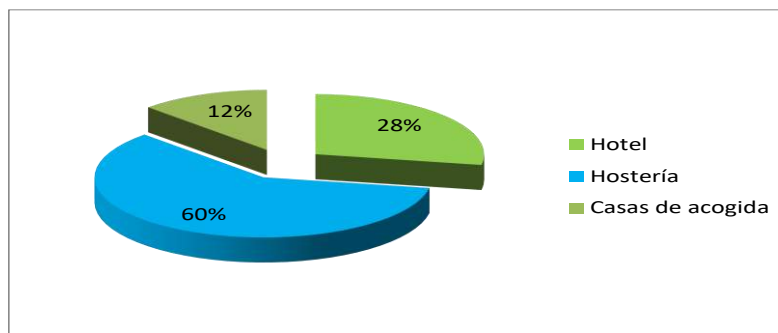
Tipo de alojamiento que utilizan

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Hotel	84	28%
Hostería	179	88%
Casas de acogida	36	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 5

Tipo de alojamiento que utiliza en el cantón Palanda



De los encuestados 299, el 28% afirmaron que al momento de alojarse lo hacen en un hotel, el 60 % prefieren una hostería por su contacto directo con la naturaleza; y, el 12% en casa de acogida, esto porque se sienten como en casa, lugar más íntimo y familiar.

Pregunta 3: ¿Cuál es la época donde usted se aloja con mayor frecuencia en el cantón Palanda?

Tabla 15

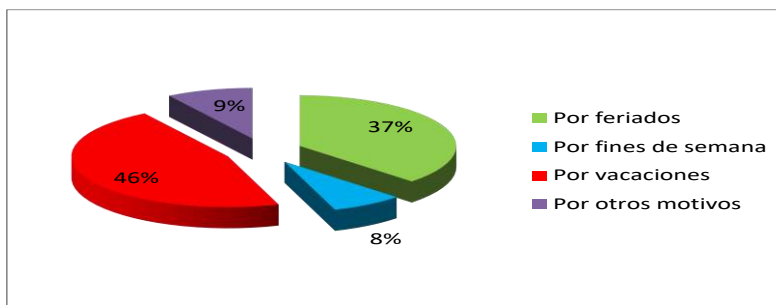
Época donde se alojan con mayor frecuencia

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Por feriados	137	37%
Por fines de semana	26	45%
Por vacaciones	170	91%
Por otros motivos	33	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 6

Época donde se alojan con mayor frecuencia.



En esta pregunta el 37% de los turistas respondió que viajan al cantón Palanda cuando existen feriados por navidad, carnaval, día de los difuntos, fiestas patrias, entre otros, el 7% arriban los fines de semana para distraerse y salir de la rutina, el 46% lo hacen por vacaciones y, el 9% para visita a familiares, reuniones empresariales, excusiones estudiantiles.

Pregunta 4: ¿Cuál es su frecuencia anual de utilizar los servicios que ofrecen los lugares de alojamiento en el cantón Palanda?

Tabla 18

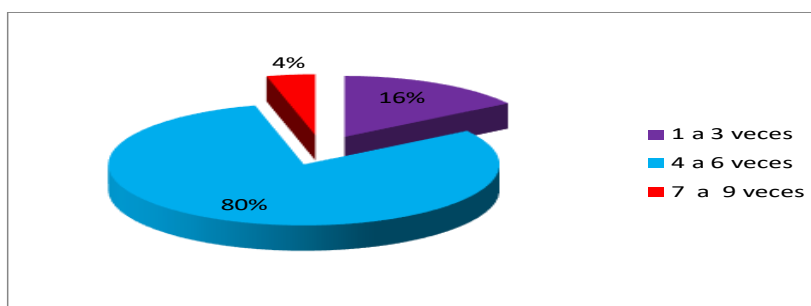
Frecuencia en que los turistas utiliza los servicios de lugares de alojamiento en Palanda.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
1 a 3 veces	47	16%
4 a 6 veces	240	96%
7 a 9 veces	12	100%
Total	299	

Nota: Se muestra la frecuencia anual. Salida del SPSS

Figura 7

Frecuencia de utilización de los servicios.



El 16% de los encuestados, utiliza los servicios que ofrecen los establecimientos turísticos en el cantón, de 1 a 3 veces en forma anual; el 80% afirman utilizar de 4 a 6 veces los lugares de alojamiento y solamente el 4 % lo utilizan de 7 a 9 veces al año. Como promedio, los turistas utilizan los servicios de los lugares de alojamiento en el cantón Palanda aproximadamente, 5 veces al año.

Pregunta 5: ¿Qué tiempo promedio se hospeda en un hotel, hostería o una casa de acogida en el cantón Palanda?

Tabla 19

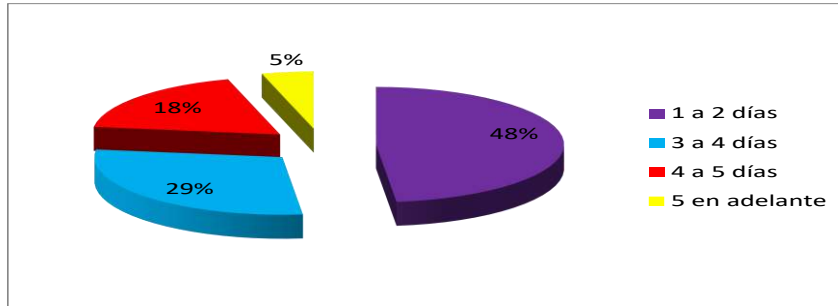
Tiempo promedio de hospedaje

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
1 a 2 días	144	48%
3 a 4 días	88	77%
4 a 5 días	55	96%
5 en adelante	12	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 8

Tiempo promedio de hospedaje.



El 48% afirma que se hospedan entre 1 a 2 días; el 29% entre 3 a 4 días; el 18% entre 4 a 5 días y el 4% desde 5 días en adelante.

Pregunta 6: ¿Existen suficientes lugares turísticos en el cantón Palanda para turismo?

Tabla 20

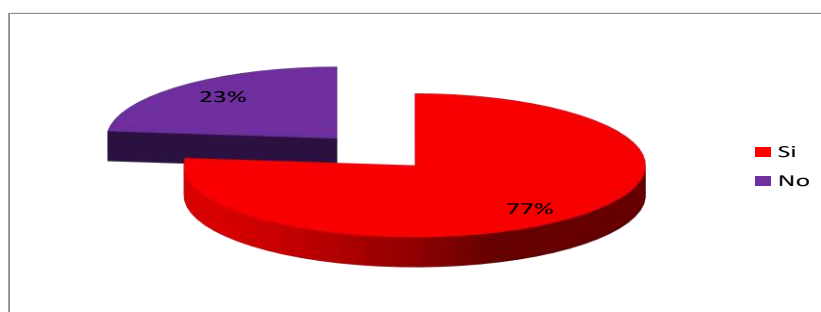
Existencia de suficientes lugares turísticos.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Sí	230	77%
No	69	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 9

Existencia lugares turísticos en el cantón.



El 77% afirma que si existen lugares como Santa Ana la Florida, Balneario sobre las Playas del Río Valladolid, Cascada Sitios Naturales, Cascada San Luis, Santuario de la Virgen de Fátima, cascada de Fátima, Reserva Tapichalaca, entre otros; y el 23% aseguran que existen pocos lugares para hacer turismo en Palanda.

Pregunta 7: ¿Qué clase de servicios utiliza en el lugar donde se hospeda?

Tabla 6

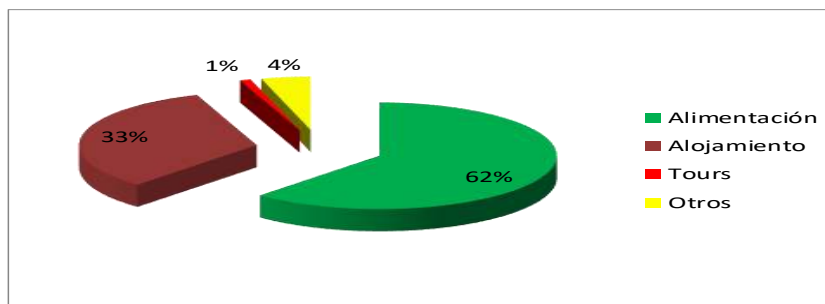
Tipo de servicios que utiliza en el lugar donde se hospeda.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Alimentación	165	62%
Alojamiento	99	95%
Tours	3	96%
Otros	12	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 10

Servicios que utiliza



La pregunta planteada tiene que ver con los servicios que utilizan los encuestados en una hostería, hotel o casas de acogida, es así que el 62% lo utilizan para tener el servicio de alimentación; el 33% para alojarse; el 1% para que les proporcionen un tour; y el 4% para realizar otras actividades como cabalgatas, piscinas, sauna, turco, hidromasajes, gimnasio.

Pregunta 8: ¿Cuál es el motivo para hospedarse en un hotel, hostería o casas de acogida?

Tabla 22

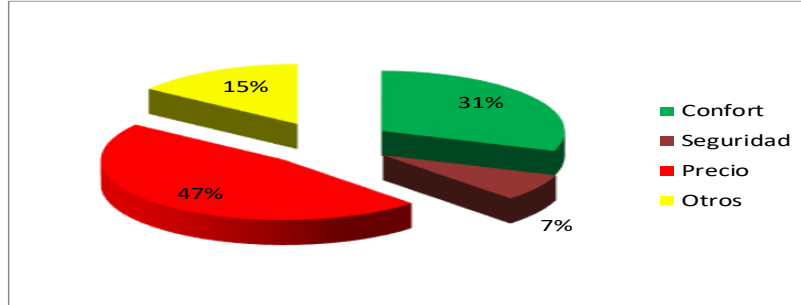
Motivo para hospedarse en los lugares de alojamiento.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Confort	61	30%
Seguridad	15	38%
Precio	95	85%
Otros	30	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 11

Motivo para hospedarse en el cantón Palanda



El 30% lo hacen por el confort de sus habitaciones; el 7% por la seguridad ante la delincuencia; el 47% por el precio, siempre buscan los mejores precios; y el 15% por estar más en contacto con la naturaleza, por la tecnología, por el servicio al cliente.

Pregunta 9: ¿La tarifa diaria que posee el lugar donde se hospeda a su criterio es?

Tabla 23

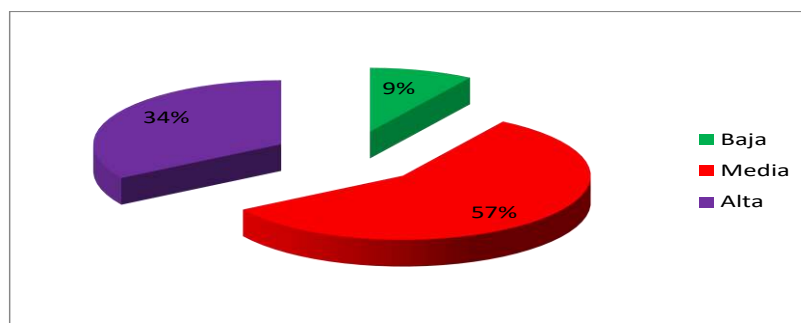
Tarifa del lugar donde se hospeda en Palanda.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Baja	27	9%
Media	170	66%
Alta	102	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 12

Tarifa del lugar donde se hospeda en Palanda.



Pregunta 10: ¿En caso de crear una hostería en el cantón Palanda provincia de Zamora Chinchipe estaría dispuesto a solicitar sus servicios?

Tabla 24

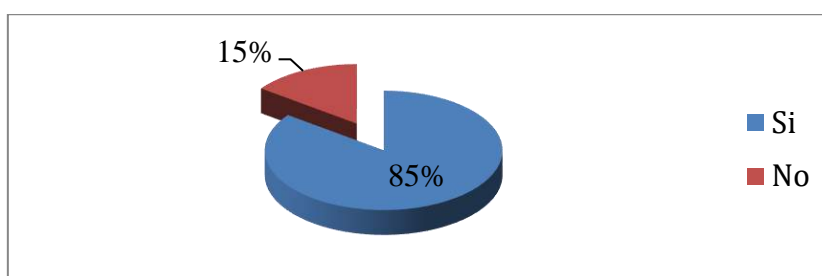
Disposición para adquirir servicios en hostería.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Sí	254	85%
No	45	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 13

Disposición para adquirir servicios.



El 85% afirmaron que sí adquirirían sus servicios que deben ser mejores que los de la competencia; y, el 15% aseguraron que no, porque es innecesario crear otra hostería debido a que las que existen sí cumplen con sus expectativas.

Pregunta 11: ¿Qué medios de comunicación utiliza usted para conocer un determinado producto o servicio?

Tabla 25

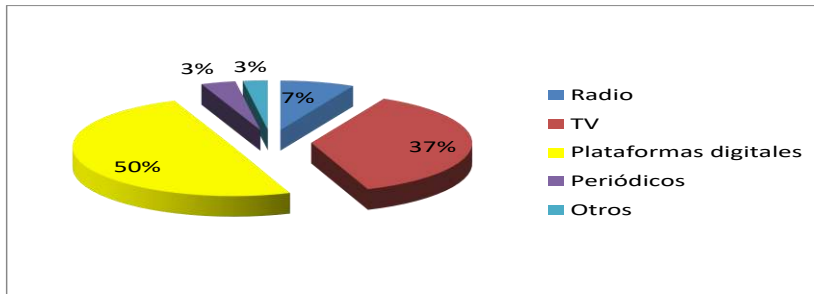
Medios de comunicación que utilizan.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Radio	22	7%
TV	111	44%
Plataformas digitales	150	94%
Periódicos	10	98%
Otros	6	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 14

Medios de comunicación que utiliza.



Solo el 7% escucha la radio para informarse; el 37% lo hace a través de la televisión; el 20% mediante plataformas digitales como el Facebook, WhatsApp, Instagram, el 7% mediante periódicos; y, el 2% por otros medios como revistas, pancartas gigantes, trípticos.

Pregunta 12: ¿Qué actividades adicionales le gustaría que implemente la nueva hostería?

Tabla 26

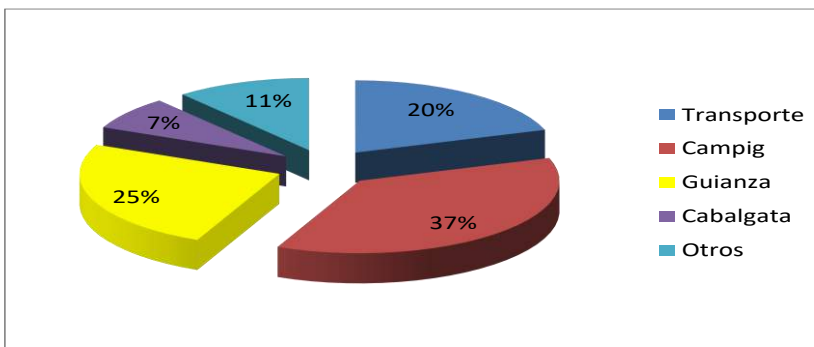
Tipo de actividades a implementar.

Descripción	Frecuencia	Porcentaje acumulado
Transporte	60	20%
Camping	110	57%
Guianza	75	82%
Cabalgata	21	89%
Otros	33	100%
Total	299	

Nota: Salida del SPSS

Figura 15

Tipo de actividades a implementar.





Los encuestados afirmaron en un 20% que les gustaría que la nueva hostería implemente a más de los servicios comunes, el transporte con la finalidad de trasladar a los turistas a diversos lugares turísticos que ofrece el cantón Palanda, el 37% les gustaría que implemente actividades de *camping*, el 25%, el 7% que se crean actividades de cabalgata, el 11% les gustaría que se implemente lugares de recreación como canchas de fútbol, de basket, piscinas, sauna, turco, una tienda de artesanías, salón de reuniones.

En síntesis, del diagnóstico inicial del estudio en el cantón Palanda a partir de las entrevistas realizadas a los propietarios de negocios, destacan que éstos son de gama media y la mayoría de sus clientes provienen de otras provincias y del extranjero. A partir de esta información, se definieron los servicios que ofrecería la nueva hostería, asegurando que estos respondieran a las preferencias y necesidades del mercado local. La encuesta aplicada a los clientes potenciales, incluyó estos servicios, lo que permitió obtener datos precisos y relevantes para evaluar la viabilidad del proyecto. Sobre los ingresos, éstos oscilan entre 400 y 600 dólares mensuales, indicando una población con recursos limitados. El 81 % de los encuestados utilizan algún tipo de alojamiento, prefiriendo hosterías por su contacto con la naturaleza. La mayoría de los turistas visitan Palanda durante las vacaciones y se hospedan de 1 a 2 días. El estudio realizado permitió que oferta de la hostería estuviera alineada con las expectativas del mercado, contribuyendo así al éxito del proyecto.



CAPÍTULO 3: PRESENTACIÓN Y VALIDACIÓN DE LA PROPUESTA

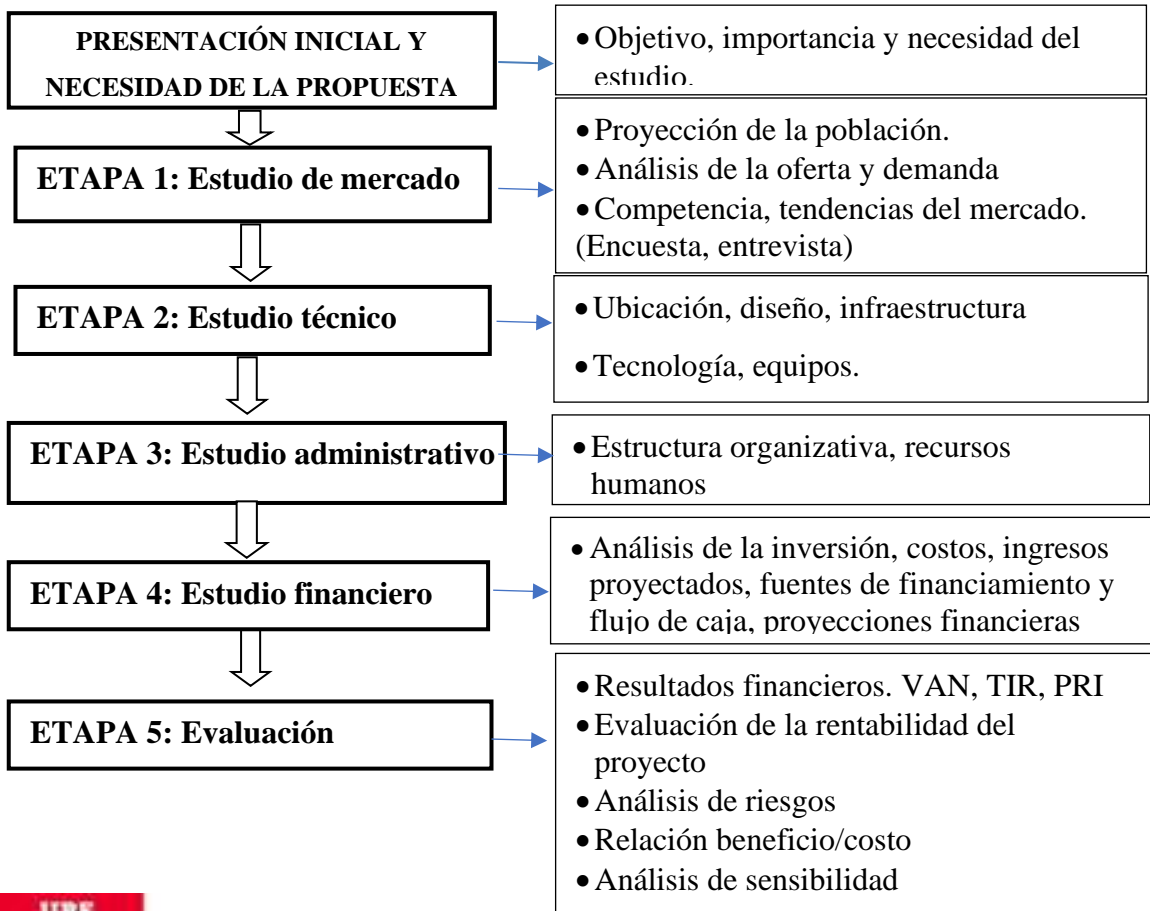
La propuesta de este trabajo de investigación va enfocada a realizar la propuesta del proyecto de factibilidad, y su validación. Se presentan los resultados sobre la factibilidad para la creación de la hostería en el cantón Palanda.

Modelación de la Propuesta

La propuesta se realiza con el objetivo de determinar la factibilidad de la creación de una hostería en el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, año 2024. Para conseguir este propósito, se realizan acciones a partir del estudio de mercado para identificar la demanda potencial, la tipología de turistas y la competencia. Son analizados los elementos de la ingeniería de este proyecto y finalmente se determina su rentabilidad financiera. En la figura 17 se presenta la modelación de la propuesta.

Figura 16

Procedimiento para el estudio de factibilidad.



Objetivos de la propuesta

Objetivo General

Determinar la factibilidad de establecer una hostería en el cantón Palanda, evaluando aspectos de mercado, técnicos, administrativos y financieros para asegurar su éxito y sostenibilidad.

Objetivos Específicos

1. *Implementar un análisis de mercado* para identificar la demanda potencial, el perfil de los clientes y la competencia.
2. *Realizar un análisis técnico* que evalúe la infraestructura necesaria, la mejor ubicación y los recursos requeridos para la operación de la hostería.
3. *Desarrollar un estudio administrativo* que defina la estructura organizativa, las funciones del personal y los procesos operativos.
4. *Elaborar un análisis financiero* que incluya la estimación de costos de inversión, proyecciones de ingresos y gastos, y un análisis de rentabilidad.
5. *Realizar una evaluación económica* para determinar la viabilidad financiera del proyecto, utilizando indicadores financieros.

Fundamentación de la propuesta.

La propuesta se resume en 5 etapas que abarcan el estudio a partir de un diagnóstico inicial que permite sentar una base sólida para el estudio. El objetivo general Se identifican las oportunidades y desafíos preliminares, así como comprender el contexto del proyecto teniendo en cuenta el propósito de la propuesta y la importancia de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una hostería.

El *estudio de mercado* es la primera etapa, esencial para entender la demanda y oferta del turismo en Palanda y su segmento objetivo de clientes. La determinación de la demanda insatisfecha de utilidad para determinar los servicios ofertados que no satisfacen las necesidades del mercado (Viñán, Puente, & Ávalos, 2018). Se nutre de los resultados de la encuesta y entrevista que se presentan en el diagnóstico inicial del capítulo anterior. Permite identificar el perfil de los clientes potenciales, sus preferencias y comportamientos, así como

la competencia existente, a partir de lo que podrá diseñarse una oferta atractiva y competitiva.

El *estudio técnico* por su parte, permite determinar los requisitos específicos para la construcción de la hostería, su ubicación y tamaño óptimos (Carrillo, Vega, & Silvia (2019). Se evalúa el terreno y se diseña la infraestructura, seguido de la planificación de los recursos técnicos necesarios, asegura que el proyecto sea viable y sostenible en el largo plazo. Tiene en cuenta además los permisos de construcción, la tecnología y los equipos necesarios.

La tercera etapa referida al *estudio administrativo*, permite definir la estructura organizativa y los recursos humanos aspectos esenciales para una gestión eficiente. Un buen estudio administrativo permite establecer roles y niveles jerárquicos (Viñán, Puente, & Ávalos, 2018). Además permite optimizar los procesos internos y asegurar que contamos con el personal adecuado para ofrecer un servicio de calidad. Es importante también que la administración tenga en la capacitación del personal.

En el *estudio financiero* se realiza un análisis de costos, ingresos, las fuentes de financiamiento y el flujo de caja. Las proyecciones financieras a corto y largo plazo son convenientes para finalmente realizar la *evaluación financiera*, donde queda definida la viabilidad económica del proyecto y su rentabilidad. A través del estudio financiero, además de la proyección de ingresos y gastos y sus desviaciones mediante el análisis de sensibilidad, Nassir(2015), también se calculan los indicadores que son clave para tomar presentar a los inversionistas y tomar decisiones. Esta evaluación financiera final proporciona una visión exhaustiva de la rentabilidad del proyecto. Al realizar un análisis de sensibilidad y evaluar los riesgos, pueden proyectarse los posibles escenarios y preparar estrategias para asegurar la viabilidad y rentabilidad del proyecto ante cambios del entorno.

Desarrollo y resultados de la propuesta.

Resultados de la Etapa 1: Estudio de Mercado

Basados en el análisis de las encuestas a los pobladores del cantón Loja y a los propietarios de hosterías, hoteles o casa de acogida se puede realizar este estudio enfocado primeramente a proyectar la población para luego calcular la demanda, oferta, demanda insatisfecha y un plan de comercialización.

Proyección de la población

Para proyectar la población se toma en cuenta el censo poblacional del año 2022, que según el INEC para el cantón Palanda fue de 8.873 habitantes con una tasa de crecimiento del 0.82%, población que fue proyectada para el año 2024 llegando a obtener 9.019 habitantes, con esta población se proyecta para los diez años de vida útil del proyecto. (tabla 27).

Tabla 7

Proyección de la población del cantón Palanda.

Año	Población	Tasa de crecimiento	Total
2022	8.873	0,82%	8873
2023	8873	0,82%	8946
2024	8946	0,82%	9019
2025	9019	0,82%	9093
2026	9093	0,82%	9168
2027	9168	0,82%	9243
2028	9243	0,82%	9319
2029	9319	0,82%	9395
2030	9395	0,82%	9472
2031	9472	0,82%	9550
2032	9550	0,82%	9628
2033	9628	0,82%	9707
2034	9707	0,82%	9787

Nota: Tomado del INEC (2024)

Análisis de la demanda. Demanda potencial

La demanda es obtenida de los pobladores encuestados en el cantón Palanda, personas que ocupan y están dispuestos a adquirir los servicios en los establecimientos de acogida.

Para obtener el valor de la demanda potencial se toma de base la población proyectada de cada año de los habitantes del cantón, (tabla 28).

Tabla 8

Demanda potencial.

Año	Población (turistas)
2024	9.019
2025	9.093
2026	9.168
2027	9.243
2028	9.319
2029	9.395
2030	9.472
2031	9.550
2032	9.628
2033	9.707
2034	9.787



Demanda real

Es aquella demanda que actualmente los establecimientos de acogida tienen. Para este proyecto se tomó de base la pregunta número uno en cuanto a ¿Utiliza algún tipo de alojamiento al visitar el cantón Palanda?, teniendo el 81% de respuestas afirmativas, porcentaje que sirvió para calcular este tipo de demanda, tomando de base la demanda potencial. La demanda real se multiplicó por el consumo per cápita anual que es de 5 visitas anuales, calculado en la pregunta número 4 que tiene que ver con el tiempo promedio que se hospeda un cliente en un hotel, hostería o una casa de acogida en el cantón Palanda, llegando finalmente a obtener la demanda real de alojamiento.

Tabla 9

Demanda real de turistas del cantón Palanda.

Año	Demanda potencial	Demanda real	Consumo Percápita anual	Demanda real a sitios de alojamiento
		81%		
2024	9.019	7.308	5	36.541
2025	9.093	7.368	5	36.840
2026	9.168	7.429	5	37.143
2027	9.243	7.489	5	37.447
2028	9.319	7.551	5	37.754
2029	9.395	7.613	5	38.064
2030	9.472	7.675	5	38.376
2031	9.550	7.738	5	38.691
2032	9.628	7.802	5	39.008
2033	9.707	7.866	5	39.328
2034	9.787	7.930	5	39.650

Nota: Fuente, Tabla 19

Demanda efectiva

Este tipo de demanda está enfocada a la disposición de una persona en adquirir un servicio en caso de crear una hostería en el cantón Palanda, pregunta número 10 realizada a los pobladores del cantón Palanda, que fue contestada afirmativamente un 85%, porcentaje que se calculará de la demanda real a sitios de alojamiento calculada en el cuadro anterior (tabla 30)

Tabla 10

Demanda efectiva de turistas.

Año	Demanda real a sitios de alojamiento	Demanda efectiva de visitas a sitios de alojamiento
		85%
2024	36.541	31.041
2025	36.840	31.296
2026	37.143	31.553
2027	37.447	31.811
2028	37.754	32.072
2029	38.064	32.335
2030	38.376	32.600
2031	38.691	32.868
2032	39.008	33.137
2033	39.328	33.409
2034	39.650	33.683

Nota: Fuente, Tabla 24

Análisis de la Oferta

De igual forma que la demanda para calcular la oferta primero se proyectó la oferta que se la obtuvo de la pregunta 3 realizada a los oferentes relacionada a ¿cuántos clientes considera Ud. que ingresan a su establecimiento al mes?, llegando a obtener 5202 clientes al año, cantidad que se proyecta con una tasa de crecimiento de 1.85% correspondiente a la inflación año 2024 según el INEC (tabla 30).

Tabla 11

Oferta anual de turistas.

Año	Oferta proyectada
	1,85%
2024	5.202
2025	5.298
2026	5.396
2027	5.496
2028	5.598
2029	5.701
2030	5.807
2031	5.914
2032	6.024
2033	6.135
2034	6.249

Nota: Fuente, Tabla 4

Demanda Insatisfecha

Se obtiene mediante la resta de la demanda y oferta, y que el mercado no ha podido satisfacer o cubrir. (tabla 32).

Tabla 12

Demanda Insatisfecha

Año	Demanda Efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
2024	31.041	5.202	25.839
2025	31.296	5.298	25.998
2026	31.553	5.396	26.156
2027	31.811	5.496	26.315
2028	32.072	5.598	26.474
2029	32.335	5.701	26.634
2030	32.600	5.807	26.793
2031	32.868	5.914	26.953
2032	33.137	6.024	27.113
2033	33.409	6.135	27.274
2034	33.683	6.249	27.434

Nota: Fuente, Tabla 30 y 31

Sistema de Comercialización

El sistema de comercialización para la creación de una Hostería ubicada en la Cantón Palanda, se basa en las cuatro P, producto, precio, plaza y promoción.

Producto (Servicio): La Hostería a crearse ofrecerá el servicio de alojamiento incluido alimentación y actividades recreativas.

Precio: Los precios serán fijados de acuerdo a la competencia y a los costos.

Plaza: La Hostería utilizará el canal directo para ofrecer sus servicios, sin intermediarios.

Publicidad y Promoción: Como estrategia publicitaria de la Hostería a crearse será por medio de internet en las diversas plataformas debido a que en los últimos años es la forma más rápida de llegar hacia el cliente a que conozcan un producto o servicio. Así mismo, se utilizarán hojas volantes que serán distribuido en las instalaciones de la hostería al público en general. (Figura 18)

8640 turistas. Lográndose cubrir el 33.40% de la demanda insatisfecha que para el año 2024 fue de 25.839 (tabla 33).

Tabla 13

Capacidad Instalada

Año	Demanda insatisfecha	Turistas	Porcentaje de demanda insatisfecha
2024	25.839	8.640	33,44

Nota: Fuente, Tabla 32

Capacidad Utilizada

Se refiere a una parte del total de la capacidad de producción que tiene la Hostería al ofrecer sus servicios. Se toma de base la capacidad instalada es decir 8640 turistas que visitan el cantón Palanda, para lo cual se comenzará utilizando los tres primeros años al 70%, continúa los tres años más con el 80% y, los últimos cuatro años utilizará el 90% de su capacidad. (tabla 34).

Tabla 14

Capacidad utilizada

Año	Servicios proyectados	% capacidad utilizada	Capacidad utilizada
2025	8.640	70%	6.048
2026	8.640	70%	6.048
2027	8.640	70%	6.048
2028	8.640	80%	6.912
2029	8.640	80%	6.912
2030	8.640	80%	6.912
2031	8.640	90%	7.776
2032	8.640	90%	7.776
2033	8.640	90%	7.776
2034	8.640	90%	7.776

Localización

La localización permite determinar el lugar donde se establecerá la Hostería a crearse, se lo hará desde dos puntos de vista, la macrolocalización y la microlocalización

Macrolocalización

La Hostería se ubicará en la parroquia Palanda, cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe. (figura 19)



- d. Información. - El recepcionista informa al turista sobre los precios y los servicios que incluyen el alojamiento, la hora de entrada y salida y las reglas que deben respetar.
- e. Acuerdo. - Luego de informar las reglas con que lleva un alojamiento, el cliente llega a un acuerdo con el recepcionista de la Hostería para hospedarse en la misma.
- f. Registro. El Recepcionista realiza el registro del cliente.
- g. Factura. - El Recepcionista cancela el servicio y el recepcionista le emite la factura al cliente.
- h. Entrega de la tarjeta llave. - El recepcionista entrega la llave de la habitación al turista.
- i. Arribo a la habitación. - El recepcionista lo conduce e a su habitación.

Proceso de producción del servicio de restaurante

- a. Llegada. - El turista llega al área del restaurante
- b. Protocolo. - La mesera entrega la carta de menú al turista.
- c. Evaluación. - El turista o cliente evalúa los menús a su disposición.
- d. Pedido. - El turista realiza su pedido
- e. Cocina. El cocinero recibe el pedido realizado por el turista
- f. Preparación. - El cocinero prepara los alimentos
- g. Entrega. - La mesera entrega el pedido al turista.
- h. Degustación. - El turista se sirve los alimentos ya del desayuno, almuerzo o merienda.
- i. Factura. - El recepcionista emite factura únicamente a clientes que han hecho uso exclusivo del restaurante.
- j. Pago. El turista paga el valor del servicio por restaurante.
- k. Retirada. El turista sale del área de restaurante.

Proceso de producción para realizar actividades recreativas

- a. Recepción. - El cliente se dirige a recepción a obtener información sobre las actividades recreativas que ofrece la Hostería.
- b. Información. - El recepcionista entrega un tríptico de las actividades recreativas que tiene la Hostería.

Tabla 20

Estructura de financiamiento de la Inversión.

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito	\$ 51.084,53	20,00%
Capital social	\$ 204.338,13	80,00%
TOTAL:	\$ 255.422,66	100,00%

Nota: Información basada en la tabla 39

Amortización

En Ecuador, las tasas de interés para créditos destinados a inversiones en proyectos de hostelería suelen clasificarse dentro del segmento de "Créditos Productivos Empresariales" o "Créditos Productivos PYMES", dependiendo del tamaño de la empresa y el monto del préstamo. Para este caso se trabajará con las condiciones establecidas para el primer segmento citado.

Según datos del Banco Central del Ecuador con fecha de emisión febrero de 2025, las tasas de interés referenciales para este segmento se mueven en el rango de 11.92% - 13.89%, según Resolución 603-2020-F, de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (Anexo 48) y para realizar los cálculos se tomó el valor inferior del intervalo. El período de crédito suele ser en el mediano o largo plazo, dependiendo de la naturaleza del proyecto. En este caso se utiliza, un crédito a mediano plazo que puede tener una extensión de dos a cinco años y en esta investigación tomó para los cálculos el valor superior del intervalo de tiempo. Para los cálculos financieros se trabajó con el método de amortización progresiva o también conocido como francés por ser altamente utilizado en la práctica internacional y de preferencia por las instituciones financieras. Se caracteriza este método por presentar valores constantes o fijos para el término de liquidación total, en el caso de estudio este valor ascendió a la cifra de \$14143,27 mientras los intereses anuales decrecen periódicamente con valores en el rango (\$1506,32; \$6089,28), por su parte el término de amortización del principal desarrolla una serie creciente en el intervalo de valor (\$8053,99; \$12636,95), ver tabla 41 y Figura 28.

Tabla 41

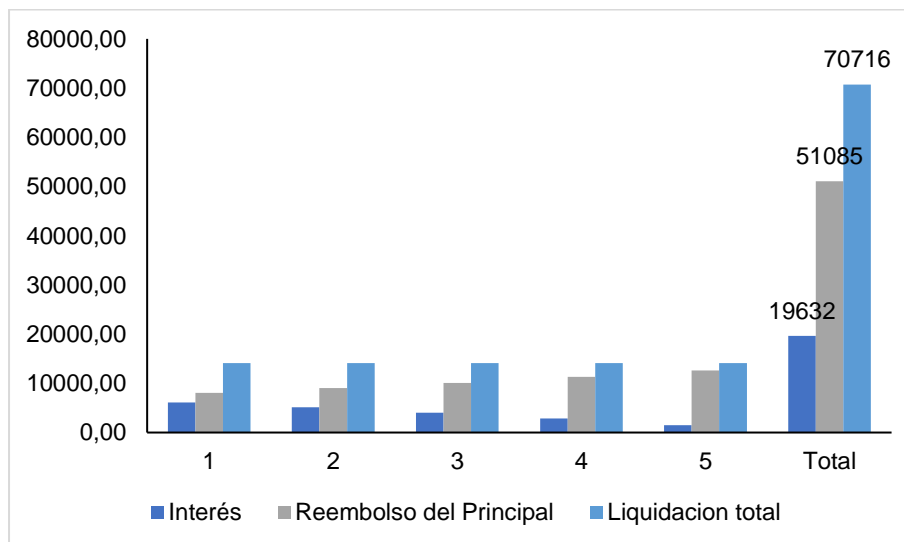
Amortización del crédito.

CAPITAL:	54.069,35	PAGO: Anual		
INTERÉS:	11,92% anual			
TIEMPO:	5 años			
Años	Término de Amortización del principal	Término de Liquidación de intereses	Término de liquidación total	Saldo vivo al final
0				51084,53
1	8053,99	6089,28	14143,27	43030,54
2	9014,03	5129,24	14143,27	34016,50
3	10088,50	4054,77	14143,27	23928,00
4	11291,05	2852,22	14143,27	12636,95
5	12636,95	1506,32	14143,27	0,00
	\$ 51084,53	19631,82	70716,35	

Nota: Información basada en la tabla 40

Figura 28

Financiamiento del proyecto a través de crédito bancario



Nota: Información basada en la tabla 40

COSTOS E INGRESOS

Para este proyecto los costos están distribuidos de la siguiente manera:



a) Costo primo, compuesto por materia prima directa, mano de obra directa; b) Costo de producción, lo integran las depreciaciones de los activos fijos como la maquinaria y equipo, muebles y enseres, construcciones, herramientas, instalaciones. También lo integran el combustible, el equipo de seguridad industrial, el mantenimiento, la amortización de los activos diferidos; y, c) Gastos de operación integrados por los gastos administrativos, ventas y financieros. Se utiliza el 1.86% para proyectar los costos durante los 10 años de vida útil del proyecto, porcentaje tomado de la inflación anual 2024, según el INEC (tabla 42).





COSTOS UNITARIOS DE PRODUCCIÓN Y PRECIO DE VENTA

El margen de contribución se estima a partir de un análisis detallado de los costos variables, que ajusta los precios en función de lo que el mercado está dispuesto a pagar, asegurando siempre cubrir los costos fijos e impuestos. Un margen de contribución saludable generalmente ronda alrededor del 50% al 70% en el sector de hostelería, dependiendo del tipo de establecimiento y de su eficiencia operativa.

El estudio de factibilidad para la creación de una Hostería Ecológica en la Vía Alóag-Santo Domingo, de la autora Muñoz Guerrero (2009) sugiere márgenes de contribución para sus productos y servicios en el intervalo 36% y 89% con un valor central del 62.5%. Otro estudio realizado por Alarcón (2015), Plan de negocio para hostel en la costa ecuatoriana La Guadua “naturaleza y aventura” emplea un margen de contribución promedio para su cartera de productos y servicios de 46.5%. En esta investigación y a partir de las experiencias antes señaladas se empleará un margen de contribución entre el 55% y el 65%. Los precios de venta se obtienen añadiendo al costo unitario de producción una utilidad o margen, es decir: $PUV = \text{Costo unitario de producción} * (1 + \% \text{ Utilidad})$, donde PUV es el precio unitario de venta y el porcentaje de utilidad a emplear se mueve entre 55% y 65% (tabla 43)

Tabla 43

Costos unitarios de producción y precio unitario.

Conceptos	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Número de turistas	6048	6048	6048	6912	6912	6912	7776	7776	7776	7776
Costo total unitario del servicio	16,3 8	16,7 2	16,7 8	14,7 4	14,7 2	13,8 6	12,5 1	12,7 2	12,9 2	13,2 8
Costo total unitario promedio	\$14.46									
Margen de utilidad	0,55 25,3	0,55 25,9	0,60 26,8	0,60 23,5	0,60 23,5	0,60 22,1	0,65 20,6	0,65 20,9	0,65 21,3	0,65 21,9
Precio de venta del servicio	9	2	5	8	5	8	4	8	3	2
Precio unitario promedio	\$23.23									

Nota: Información basada en las tablas 42 y 34

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Estos se calcularon con la finalidad de determinar el punto de equilibrio, los costos fijos son aquellos que permanecen estables en un período de tiempo, en cambio los costos variables se modifican en función del volumen de producción, ver Tabla 44. El costo variable unitario se mueve en un rango de \$4.52 y \$5.40 con un valor promedio unitario estimado en \$4.92.

INGRESOS

Los ingresos que se generan por las ventas se obtienen multiplicando el número visitas de los turistas al cantón Palanda por el precio que tiene el servicio (tabla 45).

Tabla 45

Proyección de Ingresos por ventas

Años	Número de turistas	Precio de venta del servicio	Ingreso por ventas
1	6.048	\$ 25,39	\$ 153539,98
2	6.048	\$ 25,92	\$ 178383,65
3	6.048	\$ 26,85	\$ 162395,73
4	6.912	\$ 23,58	\$ 190634,34
5	6.912	\$ 23,55	\$ 162982,03
6	6.912	\$ 22,18	\$ 162804,59
7	7.776	\$ 20,64	\$ 153333,42
8	7.776	\$ 20,98	\$ 160528,86
9	7.776	\$ 21,33	\$ 165824,63
10	7.776	\$ 21,92	\$ 170435,85
Valor medio anual		\$ 23.23	\$ 161173,51

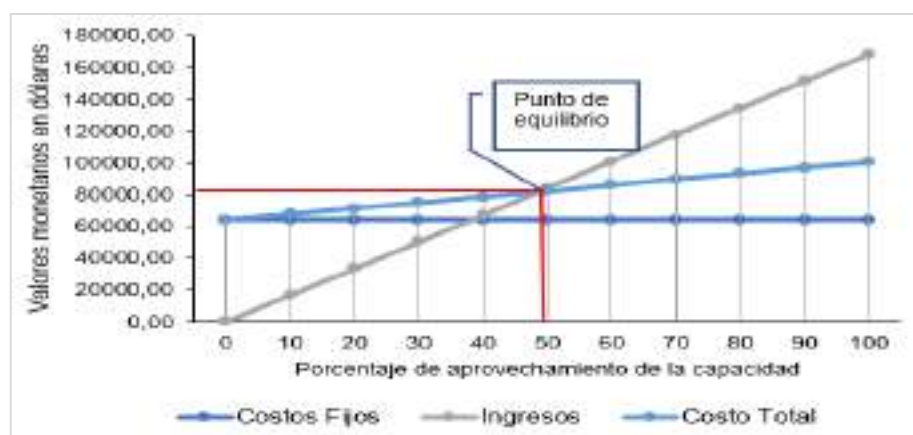
Nota: Información basada en las tablas 34 y 43

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio o umbral de rentabilidad muestra un valor relativo de 48.72%, es precisamente en este valor de capacidad instalada donde los ingresos y costos totales se igualan tomando el valor \$82523,61; por encima de este valor de capacidad el proyecto de creación de una hostería en el cantón Palanda es capaz de rendir utilidades netas (Figura 29).

Figura 29

Punto de equilibrio del proyecto



Resultados de la Etapa 5: Evaluación Financiera

La evaluación financiera tiene el objetivo de determinar si el proyecto es rentable o no, se basa en el estado de pérdidas y ganancias y el flujo actual neto. El Estado de pérdidas y ganancias tiene la finalidad de determinar la utilidad líquida, luego de haber cancelado la utilidad a los trabajadores, el impuesto a la renta y la reserva legal (tabla 46). En la Figura 30 y con análisis de tendencia se pudo proyectar el comportamiento de la utilidad bruta y líquida dentro de un año apreciándose un aumento para ambas y a través de una función lineal.

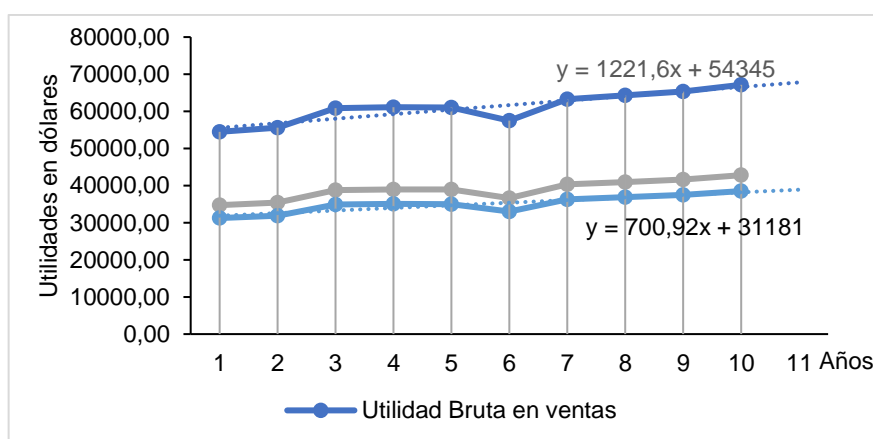
Tabla 46. Estado de pérdidas y ganancias

Conceptos	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos por ventas	153539,98	156737,56	162395,73	162912,03	162804,99	153333,42	160528,86	163152,47	165824,63	170435,85
Costos totales	99058,05	101121,01	101497,33	101863,77	101752,87	95833,39	97290,22	98880,28	100490,77	103294,45
Utilidad Bruta en ventas	54481,93	55616,55	60898,40	61118,26	61051,72	57500,03	63238,64	64272,18	65324,85	67141,40
Utilidad a trabajadores (15%)	8172,29	8342,48	9134,76	9167,74	9157,76	8625,00	9485,80	9640,83	9798,73	10071,21
Utilidad antes de impuestos a la renta	46309,64	47274,07	51763,64	51950,52	51893,96	48875,03	53752,85	54631,36	55526,12	57070,19
Impuesto a la renta (25%)	11577,41	11818,52	12940,91	12917,63	12973,49	12218,76	13438,21	13657,84	13811,53	14267,55
Utilidad Neta ejercicio	34732,23	35455,55	38822,73	38962,89	38920,47	36656,27	40314,64	40973,52	41644,59	42802,64
Reserva legal (10%)	3473,22	3545,56	3882,27	3896,29	3892,05	3665,63	4031,46	4097,35	4164,46	4280,26
Utilidad líquida	31259,01	31910,00	34940,46	35066,60	35028,42	32990,64	36283,17	36876,17	37480,13	38522,38

Nota: Información procedente de las tablas 42 y 44

Figura 30

Comportamiento de las utilidades del proyecto a partir del Estado de Ganancia y Pérdida



Nota: Información procedente de las tablas 46

FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja permite conocer el flujo de efectivo que la empresa tiene para suplir sus necesidades durante la vida del proyecto. Se toma de base los ingresos y el valor residual de los activos fijos, y los egresos compuestos por los costos y reparto de utilidades. Se aclara que el equipo de computación y equipo de menaje tienen una vida útil de tres años, debido a ello debe haber una reinversión de estos activos fijos para los años 4, 7 y 10, ver Tabla 47.

Tabla 47

Flujo de Caja

Partidas	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas		153539,94	156737,56	162393,73	162982,03	162804,39	153333,42	160528,86	163152,47	165824,63	170435,85
Valor de rescate				2145,69		7400	2276,13			2327,07	107109,56
Total de ingresos	0,00	153539,94	156737,56	164541,42	162982,03	170204,39	155609,55	160528,86	163152,47	167951,70	277545,41
Egresos											
Inversión en A. Fijos	247749,97										
Inversión en A. Diferidos	1312,50										
Inversión Capital trabajo	6360,19										
Presupuesto de operación		99058,05	101121,01	101497,33	101863,77	101752,87	95833,39	97290,22	98880,28	100489,77	103294,45
(-) Deprec. y amortización		36732,72	16732,72	16752,72	16819,69	16819,69	10899,69	10800,31	10800,31	10800,31	11890,99
(-) Amortización capital		8053,99	9014,03	10088,50	11191,05	12636,95	0,00	0,72	12636,95	0,00	0,00
Total de egresos	255422,66	123844,77	126867,76	128318,55	129974,51	131209,50	106733,08	108091,25	122517,54	111390,04	115185,44
Flujos de caja	-255422,66	29695,21	29869,80	36222,86	33007,52	38995,08	48876,47	52437,61	40834,93	56651,61	183901,90

Nota: Información procedente de las tablas 38, 39, 44 y 45

VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto (VAN) es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener, ver tabla 48 y figura 31. Se emplearon tasas de descuentos en el rango del 8% al 12% anual vigentes en Ecuador para créditos comerciales de forma tal que reflejen el costo de oportunidad del capital en el mercado local, en el caso particular de la figura 32 que se muestra más adelante, el intervalo se extendió hasta el 15% en busca de visualizar mejor el momento de cambio de signo del VAN. El criterio de selección para este indicador es: Si el $VAN > 0$, el proyecto es conveniente; si el $VAN = 0$, el proyecto es indiferente y si el $VAN < 0$, entonces es inconveniente.

Tabla 47

Valor Actual Neto

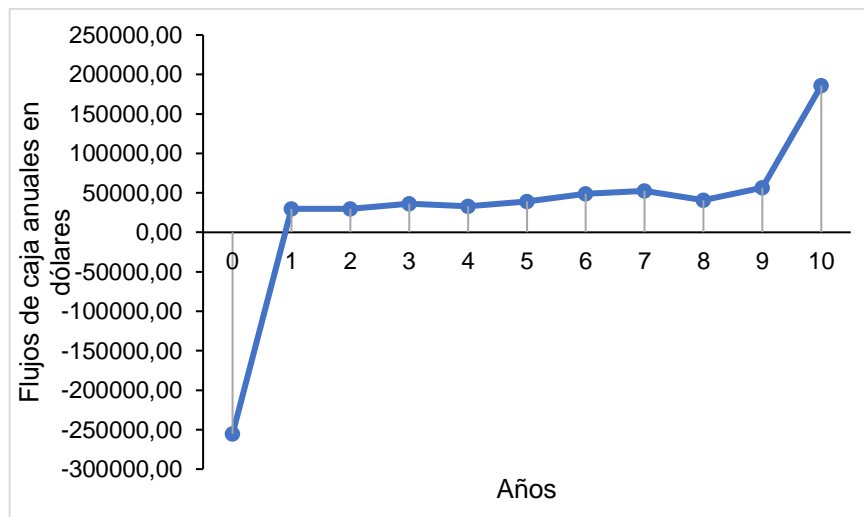
Años	Flujos de Caja (\$)	Factor de actualización (8%)	Flujo Neto Actual (\$)
0	-255422,66	1	-255422,66
1	29695,21	0.9259	27495,57
2	29869,80	0.8573	25608,54
3	36222,86	0.7938	28754,88
4	33007,52	0.7350	24261,51
5	38995,08	0.6806	26539,40
6	48876,47	0.6302	30800,47
7	52437,61	0.5835	30596,84
8	40834,93	0.5403	22061,84
9	56651,61	0.5002	28339,91
10	185901,90	0.4632	86108,55
VAN			75144,85

Nota: Información procedente de las tablas 39, 47

El valor obtenido por la técnica dinámica del VAN permite concluir que el proyecto es rentable y conveniente con un valor de \$ 75144,85 y mayor que cero.

Figura 31

Flujos de Caja proyectados



Nota: Información proveniente de las tablas 39, 47

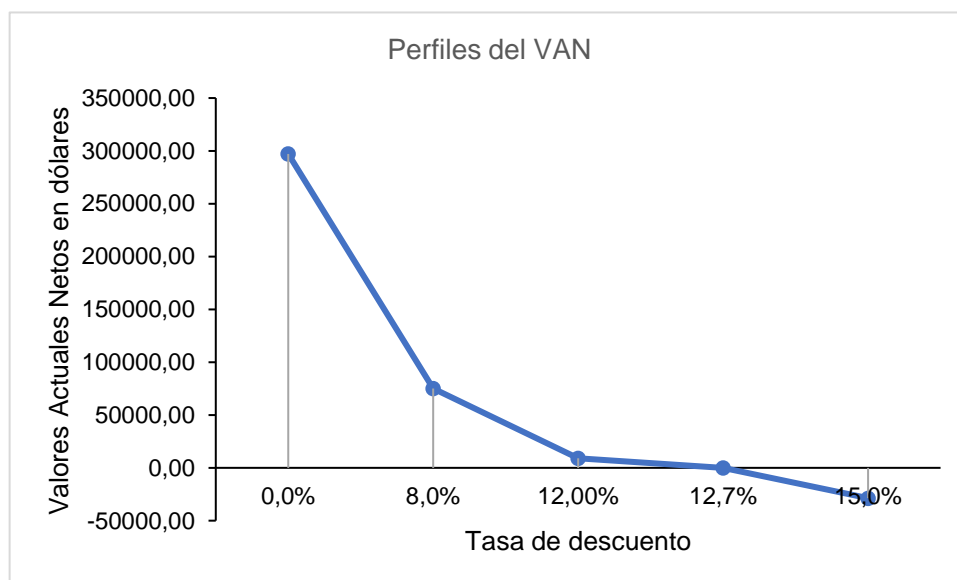
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa de interés a la que se reducen los futuros pagos al valor hoy o valor actual de tales sumas se conoce como tasa interna de retorno (TIR). Es la tasa de descuento que hace que

la actualización de los flujos netos de caja sea igual al Valor Actual de los flujos de inversión. El criterio de selección para este indicador es: Si la $TIR > k$ (tasa de descuento o costo capital), entonces se acepta el proyecto, si por su parte la $TIR = k$, es indiferente y si la $TIR < k$, entonces se rechaza. Para el caso de estudio se calcularon además los perfiles del VAN con diferentes tasas de descuentos: 8%, 12% y 15% que permiten apreciar gráficamente la TIR del proyecto con un valor puntual de 12.66 % mayor que la primera tasa de descuento utilizada (8%) que indica que el proyecto es atractivo y rentable, ver Figura 32.

Figura 32

Perfiles del VAN del proyecto



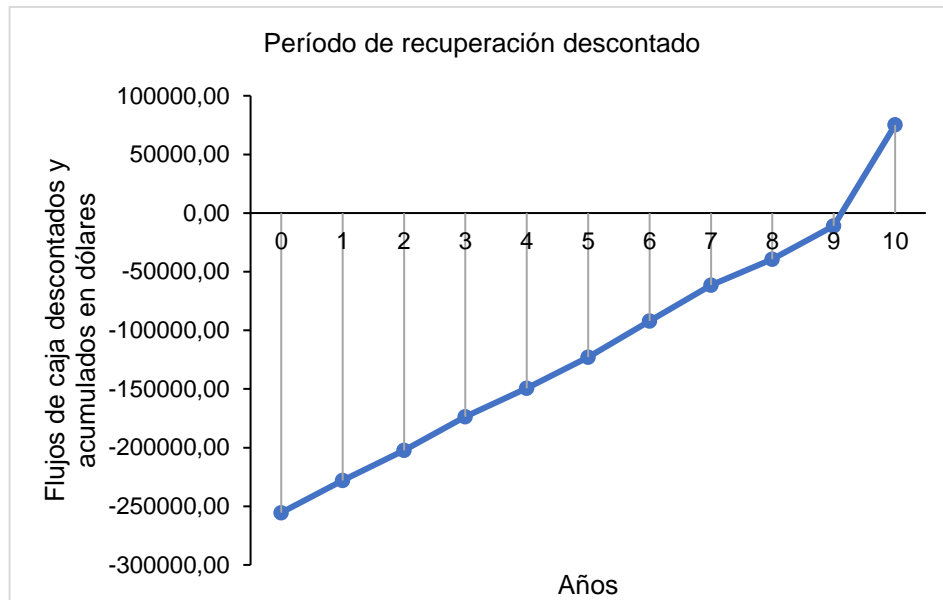
Nota: Información proveniente de las tablas 39, 47

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Permite determinar cuál es el tiempo en que los flujos de caja descontados al costo capital son capaces de amortizar el desembolso inicial. En el caso de estudio el período de recuperación descontado da un valor de 9.13 años, o sea se necesita un poco más del 91% del plazo del proyecto para recuperar el costo de inversión a partir de los flujos de caja descontados al 8%, ver figura 33.

Figura 33

Período de recuperación del proyecto.



Nota: Información proveniente de las tablas 39, 47

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La Razón beneficio costo (RB/C) también conocida como Índice de Rentabilidad (IR) es un indicador que se da en veces, o sea, detalla el valor actual de las entradas de efectivo futuras con el valor actual del desembolso original y de cualquier otro que se haga en el futuro, dividiendo el primero por el segundo. Este indicador se compara con uno, si su valor es mayor estrictamente que uno, entonces el proyecto es rentable, si es igual a uno es indiferente y si por el contrario es menor que uno debe rechazarse. En el caso de estudio el indicador es igual 1.29 veces, o sea que por cada dólar invertido hay 29 centavos de utilidad para la Hostería al crearse, ratificando que el proyecto es atractivo, ver tabla 49.

Tabla 49
Análisis de la Razón Beneficio Costo del proyecto.

Años	Flujos de Caja	Flujos de Caja descontados (8%)
0	-255422,66	-255422,66
1	29695,21	27495,57
2	29869,80	25608,54
3	36222,86	28754,88
4	33007,52	24261,51
5	38995,08	26539,40
6	48876,47	30800,47
7	52437,61	30596,84
8	40834,93	22061,84
9	56651,61	28339,91
10	185901,90	86108,55
$\sum_{t=1}^n \frac{FC_t}{(1+k)^t}$; donde: k es tasa de descuento; t es un ordinal que va desde el año 1 hasta el año 10 y n es el último año de vida del proyecto		330567,51
RB/C		$\frac{330567,51}{255422,66} = 1.29$ veces

Nota: Información proveniente de la tabla 48

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Ayuda a determinar hasta qué punto el proyecto es sensible ante variaciones de los ingresos, los costos de operación y al costo de inversión. Se generan tres escenarios (pesimista, medio y optimista) por las variables de análisis citadas anteriormente. El análisis de la variable ingresos supone para el escenario pesimista una disminución de éstos en un 15 % anual. Para generar el escenario medio se trabaja con los valores obtenidos por el proyecto y el escenario optimista supone, el incremento de la variable en un 15 %, bajo estas condiciones se obtuvieron los siguientes resultados para las técnicas dinámicas trabajadas (tabla 50).

Tabla 50
Análisis de sensibilidad para la variable ingresos

Escenario	VAN (dólares)	TIR (%)	RB/C veces)	PR descontado (años)
Pesimista	-97218,90	1,48%	0,62	más de 10
Medio	75144,85	12,66%	1,29	9,12
Optimista	225699,66	21,99%	1,88	5,89

Nota: Información proveniente de las tablas 48 y 49

Los resultados de las técnicas dinámicas sintetizados en la tabla anterior destacan la alta sensibilidad del proyecto a cambios en la variable ingresos, tal es así que cuando disminuyen relativamente en un 15% el proyecto pierde la rentabilidad general con un VAN < 0, la TIR (1.48%) por debajo de su patrón de comparación ($k=8\%$), la razón beneficio costo es menor que uno y un PR descontado superior al plazo del proyecto.

La segunda variable analizada son los costos de operación que supone para el escenario pesimista un aumento en los mismos del 15 %. Para generar el escenario medio se trabaja con los valores obtenidos por el proyecto y el escenario optimista supone, la disminución de los gastos de operación en 15 %, bajo estas condiciones se obtuvieron los siguientes resultados para las técnicas dinámicas trabajadas, ver Tabla 51.

Tabla 51.

Análisis de sensibilidad para la variable costo de operación.

Escenario	VAN (dólares)	TIR (%)	RB/C (veces)	PR desc. (años)
Pesimista	-36531,54	5,6%	0,86	más de 10
Medio	75144,85	12,66%	1,29	9,12
Optimista	165012,30	18,37%	1,65	6,94

Nota: Información proveniente de las tablas 48 y 49

Los costos de operación son también sensibles a las variaciones que pueden ocurrir en ellos, pero no con el efecto catastróficos que se manifiesta en los ingresos, se puede apreciar que la TIR en el escenario pesimista disminuye en 7.06 % respecto al valor obtenido en el escenario medio, por su parte, en el escenario optimista este mismo indicador experimenta un incremento del 5.71 % respecto al valor en el escenario medio, el resto de los indicadores también manifiestan comportamientos similares al de la TIR.

La tercera variable es el costo de inversión que mantiene como hipótesis para el escenario pesimista un aumento en la inversión neta del 15 %. Para generar el escenario medio se trabaja con los valores obtenidos por el proyecto y el escenario optimista supone, la disminución de la inversión neta en un 15 %, bajo estas condiciones se obtuvieron los siguientes resultados para las técnicas dinámicas trabajadas, (tabla 52).

Tabla 52
Análisis de sensibilidad para la variable inversión neta.

Escenario	VAN (dólares)	TIR (%)	RB/C (veces)	PR desc. (años)
Pesimista	25926,98	9,50%	1,09	9,93
Medio	75144,85	12,66%	1,29	9,12
Optimista	102553,78	15,36%	1,47	8,67

Nota: Información proveniente de la tabla 47

En el caso de la variable costo de inversión o inversión neta, como también se le nombra, muestra movilidad en los indicadores de resultado, pero al igual que los costos de operación no tan profundos como en el caso de los ingresos. Todos los indicadores de evaluación y selección están dentro de los parámetros permisibles para calificarlo como atractivo a pesar de la sensibilidad ante los cambios. En el caso concreto de la TIR en el escenario pesimista disminuye respecto al escenario medio en 3.16 % mucho menos que la variación obtenida con la variable costos de operación (7.06 %) y en el escenario optimista hay un aumento del indicador en 2.70 % mucho menor que el obtenido con la variable costos de operación.

A modo de resumen y en la Tabla 53 se consolida con el indicador de la TIR las variaciones absolutas por escenario y variables de análisis que muestra claramente que la variable de mayor variabilidad son los ingresos y por tanto deben ser atendidos durante la operación del proyecto de inversión.

Tabla 53
Resumen de la sensibilidad del proyecto ante las variables ingresos, costos de operación y costo de inversión.

Escenarios	Ingresos		Costos de operación		Inversión Neta	
	Valor	Variación absoluta	Valor	Variación absoluta	Valor	Variación absoluta
Pesimista	1,48%	-11,18%	5,6%	-7,05%	9,50%	-3,16%
Optimista	21,99%	9,33%	18,37%	5,71%	15,36%	2,70%
Medio			12,66%			

Nota: Información proveniente de las tablas 50,51 y 52

Otro método empleado durante el análisis de sensibilidad es el método iterativo de prueba y error. Su aplicación permitió encontrar valores de equilibrio o indiferencia para el margen de contribución, de forma tal que para valores por debajo del 49,2 % implica que el VAN sea negativo, por otra parte se encontró el valor de equilibrio para el precio promedio unitario



de \$22,024 y para el costo variable unitario en la suma monetaria de \$9,28. De estos resultados se puede concluir que es precisamente el precio unitario del servicio la variable más riesgosa con una diferencia respecto al valor de equilibrio de \$1,21.

Validación de la Propuesta

La validación de la propuesta se realizó de manera teórica a partir de los criterios autorales que fundamentan el procedimiento elaborado. La metodología propuesta para el estudio de factibilidad se fundamenta en un enfoque integral que incluye cinco etapas esenciales: análisis de mercado, análisis técnico, estudio administrativo, análisis financiero y evaluación económica. Este enfoque se basa en los criterios de Viñán, Puente y Ávalos (2018), quienes subrayan la importancia de realizar un análisis exhaustivo del mercado para identificar la demanda no satisfecha y diseñar una oferta competitiva. La identificación del perfil de los clientes potenciales y la evaluación de la competencia son cruciales para asegurar que la hostería pueda satisfacer las necesidades del mercado y atraer a su público objetivo.

El análisis técnico, según Carrillo, Vega y Silvia (2019), es fundamental para determinar los requisitos específicos de infraestructura y recursos necesarios para la operación de la hostería. Este análisis incluye la evaluación del terreno, la planificación de la infraestructura y la obtención de los permisos necesarios, garantizando que el proyecto sea viable y sostenible a largo plazo. Además, el estudio administrativo permite definir una estructura organizativa eficiente y optimizar los procesos internos, asegurando que el personal esté adecuadamente capacitado para ofrecer un servicio de calidad, tal como sugieren Viñán, Puente y Ávalos (2018).

Finalmente, el análisis financiero y la evaluación económica proporcionan una visión completa de la viabilidad económica del proyecto. La proyección de ingresos y gastos, junto con el análisis de sensibilidad, permite evaluar los posibles escenarios y preparar estrategias para mitigar riesgos, como indica Nassir (2015). Estos indicadores financieros son esenciales para presentar el proyecto a los inversionistas y tomar decisiones informadas sobre su implementación. En conjunto, estas etapas aseguran una evaluación detallada y completa de la factibilidad del proyecto, aumentando las probabilidades de éxito y sostenibilidad de la hostería en el cantón Palanda.





En conclusión, la propuesta metodológica para el estudio de factibilidad de una hostería en el cantón Palanda queda teóricamente validada a partir de los criterios autorales mencionados. Los análisis de mercado, técnico, administrativo y financiero, junto con la evaluación económica, se fundamentan en estudios previos y recomendaciones de expertos como Viñán, Puente, Ávalos (2018), Carrillo, Vega y Silvia (2019), Nassir (2015) y Alarcón 2015. Estos enfoques aseguran una evaluación exhaustiva y detallada de la viabilidad del proyecto, aumentando significativamente las probabilidades de éxito y sostenibilidad de la hostería.



CONCLUSIONES

1. La investigación logró determinar la factibilidad de la creación de una hostería en el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe, para el año 2024. Se cumplieron los objetivos y se demostró el cumplimiento de la hipótesis formulada.
2. El análisis de mercado identificó una demanda insatisfecha significativa de servicios de alojamiento en el cantón Palanda. La proyección de la demanda efectiva mostró un mercado potencial considerable, confirmando la hipótesis de que existía una demanda no satisfecha que podía ser aprovechada.
3. Fueron determinados los requisitos específicos para la construcción y operación de la hostería, incluyendo la ubicación óptima, infraestructura necesaria y recursos técnicos, y se definió una estructura organizativa eficiente, roles y niveles jerárquicos claros, y procesos operativos optimizados, asegurando una gestión eficiente y un servicio de calidad.
4. El análisis financiero demostró que el proyecto es rentable, con un Valor Actual Neto (VAN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) superior a los umbrales de rentabilidad. Además, el período de recuperación del capital fue razonablemente corto, indicando una recuperación rápida de la inversión inicial.
5. La creación de la hostería tendrá un impacto positivo en la economía local, generando empleos directos e indirectos y mejorando la calidad de vida de los habitantes del cantón Palanda, además se destaca su contribución al desarrollo turístico sostenible de la región en un entorno natural y cultural y fortaleciendo la identidad local.
6. El análisis de sensibilidad demostró que el proyecto es robusto ante variaciones en los ingresos, costos de operación y costos de inversión. A pesar de su sensibilidad a cambios en los ingresos, los indicadores financieros se mantuvieron dentro de parámetros aceptables incluso en escenarios pesimistas, lo que reforzó la solidez del proyecto.
7. La metodología propuesta para el estudio de factibilidad fue validada teóricamente, basándose en criterios autorales y estudios previos. Esto aseguró una evaluación exhaustiva y detallada de la viabilidad del proyecto, aumentando significativamente las probabilidades de éxito y sostenibilidad de la hostería.

RECOMENDACIONES

1. Presentar los resultados de la investigación a las autoridades del cantón Palanda, incluyendo el alcalde, concejales y representantes de las áreas de turismo y desarrollo económico. Organizar una reunión o taller donde se expongan los hallazgos y se discuta la viabilidad del proyecto.
2. Basándose en los resultados del estudio técnico, se sugiere que las autoridades locales faciliten la obtención de permisos de construcción y apoyen la mejora de la infraestructura básica, como el acceso a servicios públicos y vías de comunicación.
3. Establecer un comité de seguimiento que incluya representantes del gobierno local, empresarios y miembros de la comunidad para supervisar el progreso del proyecto y asegurar que se cumplan los plazos y estándares de calidad.
4. Establecer indicadores de desempeño clave para monitorear y evaluar el éxito de la hostería. Realizar análisis financieros periódicos y ajustar las estrategias según sea necesario.
5. Realizar investigaciones adicionales sobre el impacto económico y social de la hostería en la comunidad local. Explorar nuevas oportunidades de desarrollo turístico en la región, como el ecoturismo o el turismo cultural.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abad Zelvaggio, J. D. (2020). Estudio de prefactibilidad para la instalación de un hotel ecológico en el departamento de Cusco. [Tesis de Grado de Ingeniero Industrial]. Universidad de Lima.
- Abreo, J., Contreras, G., & Parada, A. (2019). Plan Estratégico de Seguridad Vial en la Empresa Arco del Oriente S.A. [Trabajo de Diplomado]. Universidad Libre Seccional Cúcuta.
- Alarcón, D. (2015). Plan de negocio para hostel en la costa ecuatoriana La Guadua "naturaleza y aventura" [Tesis de Grado de Licenciatura en Turismo]. Universidad de San Francisco de Quito. <http://repositorio.usfq.edu.ec/handle/23000/4679>
- Arias Granizo, E. G. (2021). Estudio de factibilidad para la creación de una hostería en la cabecera cantonal de Quero, provincia de Tungurahua. [Tesis de Grado de Licenciatura en Turismo]. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Castro, A. (2006). *Proyectos de Inversión*. CEGSA.
- Carrillo, J., Vega, M., & Silvia, R. (2022). *Estudios de mercado en el sector turístico*. Editorial Universitaria.
- Cevallos, V. V., Esparza, P. F., Balseca, C. J., & Chafla, G. J. (2022). *Formulación y Evaluación de Proyectos para Financiamiento*. Guayaquil-Ecuador: Dirección de Publicaciones.
- Chain Sapag, N., & Reinaldo, C. S. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. (Sexta edición) Mc Graw Hill.
- Chamba Martínez, C. L. (2018). Diseño arquitectónico de un complejo turístico para el cantón Palanda de la provincia de Zamora Chinchipe. [Tesis de Grado de Arquitecto]. Universidad Internacional del Ecuador.
- Díaz, V. J., Vela, R. S., & Rojas, P. V. (2022). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Perú: Miguel Angel Valles Coral.
- Ecuador. (2021). *Guía para la Presentación de Proyectos de Inversión*. Secretaría Técnica de la Circunscripción Territorial Especial Amazónica.
- Ecuador. (2024). *Plan de Mejora Competitiva en Destinos Turísticos*. Ministerio de Turismo.



- Ecuador. (2024a). *Informes del sector hotelero nacional y por provincias*. Ministerio de Turismo.
- Fernández, A. (2021). Impacto socioeconómico del turismo en comunidades locales. *Revista de Turismo y Desarrollo*.
- GAD. (2023). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Palanda 2020-2023*. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal.
- González, P., & Martínez, L. (2020). Modelos de desarrollo turístico sostenible. *TURYDES*, 13(28), 407-424.
- Guasco-Aucacama, C.V., & Luna-Altamirano, K.A. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral para las Pymes en el Cantón Cañar. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 1071-1089.
- Hernández-Sampieri, R., & Baptista, P. (2020). *Metodología de la Investigación*. (Séptima Edición), McGraw Hill.
- López, R., & García, T. (2022). Estrategias de marketing en el turismo. *Marketing y Tourism Review*, 7(1), 32-46.
- Iñiguez Castillo, M. Y. (2014). Proyecto de factibilidad para la implementación de una hostería rústica en el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe. [Tesis de Grado de Ingeniero Comercial]. Universidad Nacional de Loja
- Jaramillo Jaramillo, C. M. (2016). *Plan estratégico de desarrollo turístico para el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe*. [Tesis de Grado de Ingeniera en Administración Turística]. Universidad Nacional de Loja.
- Malla Saraguro, D. A. (2023). *Propuesta de productos turísticos para el cantón Palanda, provincia de Zamora Chinchipe*. [Tesis de Grado de Ingeniera en Administración Turística]. Universidad Nacional de Loja.
- Nassir, S. C. (2015). *Proyectos de Inversión. Formulación y Evaluación*. Santiago de Chile: María Clara Andrade.
- Mateus Prieto, P. A. (2021). *Plan de negocio para la creación Hotel Soliari Sostenible en el municipio de Melgar*. [Tesis de Maestría en Administración de Empresas]. Universidad EAN.
- Padilla Vilema, M. T. (2021). *Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería turística en la comunidad San Francisco de Chambo, cantón Chambo*,



provincia de Chimborazo. Ingeniería en Ecoturismo. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba.

Pinto Hernández, L. (2022). *Análisis de la evolución del turismo y su incidencia en el desarrollo de Ecuador: caso provincia de Manabí (2010-2014)*. [Tesis de Maestría en Gerencia para el desarrollo]. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. <http://hdl.handle.net/10644/8696>

Rosales, B. (2021). *Análisis del impacto del turismo en el crecimiento económico nacional en el Ecuador durante el periodo 2007-2018*. [Tesis de Maestría en Economía]. <http://hdl.handle.net/10469/17690>

Vaca, U. G. (2019). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

Viñán, A., Puente, C., & Ávalos, M. (2018). *Evaluación de proyectos turísticos*. Editorial Académica.