



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIEROS EN  
ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**AUTORES:**

**BÁEZ ALULEMA, DAVID ESTEBAN**

**GRANDA JARAMILLO, DANIELA NATALY**

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA  
HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA HACIENDA “RÍO BLANCO” EN LA  
CIUDAD DE OTAVALO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA.**

**DIRECTOR: MSC. PAVÓN, MARIANA**

**CODIRECTOR: MSC. HUARACA, LUIS**

**QUITO, FEBRERO 2014**

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

CERTIFICADO

DIRECTOR: MSC. Mariana Pavón

CODIRECTOR: MSC. Luis Huaraca

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA HACIENDA “RIO BLANCO” EN LA CIUDAD DE OTAVALO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”, realizado por David Esteban Báez Alulema y Daniela Nataly Granda Jaramillo, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

Debido a que la Tesis muestra un tema de interés para la carrera y ha sido desarrollado con responsabilidad por parte de las estudiantes se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (pdf). Autorizan a David Esteban Báez Alulema y Daniela Nataly Granda Jaramillo, que lo entregue a Esp. Gustavo Paladines, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, D.M., 10 de Febrero 2014.

---

MSC. Mariana Pavón  
DIRECTOR

---

MSC. Luis Huaraca  
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

DAVID ESTEBAN BÁEZ ALULEMA

DANIELA NATALY GRANDA JARAMILLO

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA HACIENDA “RIO BLANCO” EN LA CIUDAD DE OTAVALO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme las citas que constan el pie de las páginas correspondiente, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es nuestra autoría.

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

Quito, D.M., 10 de Febrero 2014.

---

David Esteban Báez Alulema

---

Daniela Nataly Granda Jaramillo

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS - ESPE  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Yo, David Esteban Báez Alulema y Daniela Nataly Granda Jaramillo.

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución del trabajo “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN LA HACIENDA “RIO BLANCO” EN LA CIUDAD DE OTAVALO EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, D.M., 10 Febrero 2014

---

David Esteban Báez Alulema

---

Daniela Nataly Granda Jaramillo

## DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto a mi familia quienes ha sido muestra de unión y comprensión, quienes han aportado cada día en mi madurez para lograr mis objetivos de vida.

**David Esteban Báez Alulema**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto de grado a MIS PADRES quienes con mucho esfuerzo, paciencia y dedicación estuvieron ahí junto a mí dándome su mano cuando sentía que el camino se terminaba.

**Daniela Nataly Granda Jaramillo**

## **AGRADECIMIENTO**

Doy gracias a Dios por haber estado a mi lado en todo momento de mi carrera.

A mis PADRES y HERMANOS quienes han estado junto a mí apoyándome cada día y siendo parte de formación personal y profesional.

Un agradecimiento especial a mis Profesores MSc. Mariana Pavón y MSc. Luis Huaraca por toda la paciencia, apoyo y dedicación que me dieron para salir adelante en mi carrera universitaria como en mi proyecto de grado.

Y un agradecimiento a mis compañeros por todos estos años de convivencias y anécdotas pasadas.

**David Esteban Báez Alulema**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a dios por caminar junto a mí, por no dejarme caer ante las adversidades y por ayudarme a culminar una meta más de vida.

A mis Padres por guiar mi camino hacia los éxitos de vida, apoyarme ante las dificultades y saber inculcar valores y virtudes para convertirme en una persona única y soñadora, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

Un agradecimiento muy especial a la Directora de tesis MSc. Mariana Pavón y el Co- director de tesis MSc. Luis Huaraca que con mucha entereza supieron asesorarme durante mi carrera universitaria y mi tesis de grado.

Gracias también a mis profesores porque fueron parte esencial de sabiduría, por brindar su paciencia y don de enseñanza.

Y a mis amigos más allegados quienes con mucho cariño han sabido motivar mi trabajo diario.

**Daniela Nataly Granda Jaramillo**



## Contenido

CERTIFICADO.....	i
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	ii
AUTORIZACIÓN.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	vi
Contenido .....	viii
Índice de Ilustraciones .....	xi
Índice de gráficos .....	xii
Índice de Tablas.....	xiii
INTRODUCCIÓN .....	xvii
1. Tema .....	xvii
2. Justificación .....	xvii
3. Determinación del Problema.....	xviii
4. Campo de acción.....	xix
5. Objeto de estudio.....	xix
6. Objetivo general.....	xx
7. Objetivos específicos .....	xx
8. Marco teórico .....	xx
9. Idea a defender.....	xxii
10. Variables .....	xxii
10.1. Variable independiente .....	xxii
10.2. Variable dependiente.....	xxii
11. Metodología de la investigación .....	xxiii
12. Resultados esperados.....	xxiv

13. Novedad.....	xxiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxv
ABSTRACT.....	xxvii
CAPÍTULO I.....	1
1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1. Marco teórico.....	1
1.1.1 Estudio de factibilidad.....	1
1.1.2 Plan de negocios.....	2
1.1.3 Segmentación de mercado.....	5
1.1.4 Análisis PEST.....	6
1.1.5 Análisis PORTER.....	8
1.1.6 El turismo y sus definiciones.....	9
1.1.7 Tipos de turismo.....	13
1.2 Marco conceptual.....	26
1.3 Marco referencial.....	33
1.3.1 Hostería Pululahua.....	33
1.3.2 Hostería La Rinconada.....	34
2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	36
2.1 Macro ambiente.....	36
2.1.1 Estudio económico.....	36
2.1.2 Estudio social.....	42
2.1.3 Estudio político.....	45
2.1.4 Estudio cultural.....	47
2.1.5 Estudio ambiental.....	48
2.2 Micro ambiente.....	49

2.2.1	Antecedentes históricos de la provincia de Imbabura .....	49
2.2.2	Situación geográfica de la provincia.....	51
2.2.3	Atractivos turísticos de la provincia .....	52
2.2.4	Otavalo.....	62
2.2.5	Clientes .....	67
2.2.6	Competencia .....	69
2.2.7	Proveedores.....	72
2.3	Estudio de mercado.....	72
2.3.1	Objetivo general .....	72
2.3.2	Objetivos específicos .....	73
2.3.3	Tipo de estudio.....	73
2.3.4	Población y muestra.....	74
2.3.5	Técnica de recolección de datos.....	76
2.3.6	Tabulación de datos.....	77
2.4	Análisis de mercado .....	87
2.4.1	Estimación de la demanda .....	87
2.4.2	Estimación de la oferta.....	88
2.4.3	Demanda insatisfecha.....	89
CAPÍTULO III.....		90
3	PROPUESTA.....	90
3.1	Análisis organizacional .....	90
3.1.1	Imagen corporativa.....	90
3.1.2	Estructura organizacional.....	96
3.2	Marketing mix .....	108
3.2.1	Producto y servicios .....	108

3.2.2	Precios .....	114
3.2.3	Plaza y distribución .....	121
3.2.4	Promoción .....	121
3.3	Análisis técnico .....	121
3.3.1	Tamaño de la hostería .....	121
3.3.2	Localización de la hostería .....	122
3.3.3	Ingeniería del proyecto .....	124
3.3.4	Base legal .....	130
3.4	Análisis financiero .....	139
3.4.1	Inversión .....	139
3.4.2	Financiamiento .....	147
3.4.3	Estimación de egresos .....	151
3.4.4	Estimación de ingresos .....	152
3.4.5	Evaluación financiera .....	153
3.4.6	Punto de equilibrio .....	159
3.5	Análisis ambiental .....	160

## **Índice de Ilustraciones**

Ilustración 1.1	Plan de negocio .....	3
Ilustración 1.2	El turismo .....	9
Ilustración 1.3	Efectos del turismo y la economía .....	12
Ilustración 1.4	Turismo cultural .....	14
Ilustración 1.5	Turismo rural .....	15
Ilustración 1.6	Ecoturismo .....	15
Ilustración 1.7	Turismo de salud .....	16
Ilustración 1.8	Turismo de aventura .....	16

Ilustración 1.9 Turismo gastronómico .....	17
Ilustración 1.10 Turismo de ayuda humanitaria .....	17
Ilustración 1.11 Ecoturismo.....	24
Ilustración 1.12 Ecoturismo en Ecuador .....	25
Ilustración 1.13 Cráter volcán Pululahua .....	33
Ilustración 1.14 La Rinconada.....	34
Ilustración 2.1 Símbolos de Imbabura.....	51
Ilustración 2.2 Laguna San Pablo .....	52
Ilustración 2.3 Laguna Yahuarcocha.....	53
Ilustración 2.4 San Antonio de Ibarra.....	54
Ilustración 2.5 Laguna de Cuicocha.....	55
Ilustración 2.6 Cascada Peguche .....	56
Ilustración 2.7 Valle del Chota .....	57
Ilustración 2.8 INTI RAYMI .....	58
Ilustración 2.9 YAMOR .....	59
Ilustración 2.10 Carnaval de Coangue.....	60
Ilustración 2.11 Traje típico de la mujer .....	61
Ilustración 2.12 Traje típico de hombre .....	62
Ilustración 2.13 Plaza de ponchos .....	65
Ilustración 2.14 Cascada de Peguche .....	66
Ilustración 2.15 Parque del Cóndor.....	67
Ilustración 3.1 Proyección demanda insatisfecha .....	90

## **Índice de gráficos .**

Gráfico 1.1 Diagrama de análisis PEST.....	7
Gráfico 1.2 Principio de sostenibilidad .....	18
Gráfico 2.1 PIB anual.....	38
Gráfico 2.2 PIB turístico .....	39
Gráfico 2.3 Entrada de turistas extranjeros.....	40
Gráfico 2.4 Inflación anual .....	41

Gráfico 2.5 Objetivo de la visita a Otavalo .....	77
Gráfico 2.6 Tiempo de estancia .....	78
Gráfico 2.7 Preferencia en alojamiento .....	79
Gráfico 2.8 Aceptación del servicio .....	80
Gráfico 2.9 Personas con las que viaja .....	81
Gráfico 2.10 Servicios de la hostería .....	82
Gráfico 2.11 Precios de la hostería .....	83
Gráfico 2.12 Formas de reserva .....	84
Gráfico 2.13 Medios publicitarios .....	85
Gráfico 2.14 Oferta de servicios .....	86
Gráfico 3.1 Misión de hostería “RÍO BLANCO” .....	92
Gráfico 3.2 Visión de hostería “RÍO BLANCO” .....	92
Gráfico 3.3 Organigrama estructural .....	96
Gráfico 3.4 Organigrama estructural .....	97
Gráfico 3.5 Plano habitación simple .....	108
Gráfico 3.6 Plano habitación doble .....	109
Gráfico 3.7 Plano habitación triple .....	110
Gráfico 3.8 Plano habitación cuádruple .....	110
Gráfico 3.9 Mapa de ubicación de la hostería .....	122
Gráfico 3.10 Esquema general .....	126
Gráfico 3.11 Planos habitaciones .....	127
Gráfico 3.12 Planos área administrativa .....	128
Gráfico 3.13 9 Plano de tour .....	129
Gráfico 3.14 Punto de equilibrio .....	159

### **Índice de Tablas**

Tabla 2.1 PIB anual .....	38
Tabla 2.2 Inflación anual .....	41
Tabla 2.3 Estimación de la población mensual de Ecuador año 2013 .....	44
Tabla 2.4 Laguna San Pablo .....	52

Tabla 2.5 Laguna San Pablo .....	53
Tabla 2.6 San Antonio de Ibarra .....	54
Tabla 2.7 Laguna Cuicocha .....	55
Tabla 2.8 Cascada Peguche.....	56
Tabla 2.9 Valle del Chota.....	57
Tabla 2.10 INTI RAYMI.....	58
Tabla 2.11 YAMOR.....	59
Tabla 2.12 Carnaval de Coangue .....	60
Tabla 2.13 Competencia directa .....	70
Tabla 2.14 Competencia indirecta .....	71
Tabla 2.15 Proveedores.....	72
Tabla 2.16 Población total .....	74
Tabla 2.17 Objetivo de la visita a Otavalo.....	77
Tabla 2.18 Tiempo de estancia.....	78
Tabla 2.19 Preferencia en alojamiento .....	79
Tabla 2.20 Aceptación del servicio .....	80
Tabla 2.21 Personas con las que viaja .....	81
Tabla 2.22 Servicios de la hostería.....	82
Tabla 2.23 Precios de la hostería .....	83
Tabla 2.24 Formas de reserva .....	84
Tabla 2.25 Medios publicitarios.....	85
Tabla 2.26 Oferta de servicios .....	86
Tabla 2.27 Demanda actual.....	87
Tabla 2.28 Proyección de la demanda.....	87
Tabla 2.29 Oferta actual .....	88
Tabla 2.30 Proyección de la oferta .....	88
Tabla 2.31 Proyección demanda insatisfecha .....	89
Tabla 3.1 Perfil de puesto gerente general .....	98
Tabla 3.2 Perfil de puesto recepcionista .....	99
Tabla 3.3 Perfil de puesto contador .....	100
Tabla 3.4 Perfil de puesto jefe de marketing.....	101

Tabla 3.5 Perfil de puesto ama de llaves .....	102
Tabla 3.6 Perfil de puesto guía turístico.....	103
Tabla 3.7 Perfil de puesto chef .....	104
Tabla 3.8 Perfil de puesto ayudante de cocina .....	105
Tabla 3.9 Perfil de puesto mesero .....	106
Tabla 3.10 Perfil de puesto guardia de seguridad.....	107
Tabla 3.11 Platos a la carta .....	112
Tabla 3.12 Itinerario tour para niños .....	113
Tabla 3.13 Detalle del precio habitación simple o matrimonial .....	114
Tabla 3.14 Detalle del precio habitación simple o matrimonial .....	115
Tabla 3.15 Detalle del precio habitación doble .....	115
Tabla 3.16 Detalle del precio habitación triple .....	116
Tabla 3.17 Precios alimentación .....	118
Tabla 3.18 Detalle de precios de desayunos .....	118
Tabla 3.19 Detalle de precios de almuerzos .....	119
Tabla 3.20 Detalle de precios de platos a la carta .....	119
Tabla 3.21 Precios tour para niños .....	120
Tabla 3.22 Demanda del proyecto .....	121
Tabla 3.23 Matriz localizacional .....	123
Tabla 3.24 Inversión total.....	139
Tabla 3.25 Activos fijos terrenos .....	140
Tabla 3.26 Activos fijos construcciones .....	140
Tabla 3.27 Activos fijos maquinaria y equipo .....	141
Tabla 3.28 Activos fijos muebles y enseres .....	142
Tabla 3.29 Activos fijos equipos de oficina .....	143
Tabla 3.30 Activos fijos equipos computación .....	143
Tabla 3.31 Capital de trabajo .....	144
Tabla 3.32 Costos directos .....	145
Tabla 3.33 Costos indirectos.....	145
Tabla 3.34 Mano de obra directa .....	145
Tabla 3.35 Nomina primer año.....	146



Tabla 3.36 Nomina a partir del segundo año .....	146
Tabla 3.37 Características del financiamiento .....	148
Tabla 3.38 Fuentes y usos.....	149
Tabla 3.39 Aportaciones de los socios .....	149
Tabla 3.40 Amortización de crédito semestral .....	150
Tabla 3.41 Resumen de crédito .....	151
Tabla 3.42 Presupuesto de egresos .....	151
Tabla 3.43 Ingresos anuales.....	152
Tabla 3.44 Precios ponderados .....	152
Tabla 3.45 Proyecto ingresos .....	153
Tabla 3.46 Estado de situación Inicial.....	154
Tabla 3.47 Estado de resultados .....	154
Tabla 3.48 Flujo de caja.....	155
Tabla 3.49 TMAR.....	156
Tabla 3.50 VAN.....	157
Tabla 3.51 TIR .....	158
Tabla 3.52 PRI .....	158

## Índice de anexos

Anexo 1 Aval.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 2 Modelo de minuta .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 3 Estructura de la encuesta en español....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 4 Estructura de la encuesta en inglés.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 5 Cotización KYWI.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
Anexo 6 Cotización Muebles .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## INTRODUCCIÓN

### 1. Tema

Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería ecológica en la hacienda “Rio Blanco” en la ciudad de Otavalo en la Provincia de Imbabura.

### 2. Justificación

Al realizar el estudio de factibilidad para la implementación de una hostería ecológica en la hacienda “Rio Blanco” en la ciudad de Otavalo en provincia de Imbabura se ha visto que el tema es de gran interés, ya que se observa datos estadísticos del incremento del turismo donde se puede afirmar el crecimiento que ha tenido la actividad en los últimos años; he aquí un análisis de crecimiento dado por la OMT el 28 de enero del 2013 donde se estipula que las llegadas de turistas internacionales crecieron un 4% en 2012 hasta alcanzar los 1.035 millones. Las economías emergentes (+4,1%) volvieron a situarse por delante de las avanzadas (+3,6%), siendo la región de Asia y el Pacífico la que arrojó los mejores resultados. En 2013 se espera que el crecimiento mantenga un ritmo (entre +3% y +4%) y en sintonía con la previsión a largo plazo de la OMT. Además La Asociación de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador indica que durante el mes de ENERO del 2013 llegaron al país un total de 130.842 extranjeros. Comparado con el año anterior existe un aumento de visitantes ya que en ENERO del 2012 ingresaron un total de 127.119 visitantes. Por lo que dentro de los datos tanto

internacionales como nacionales existe un consenso de incremento de turismo, el cual refleja necesidades en el turista tal como el servicio de alojamiento y es de ésta manera en que se aportará al sector cubriendo una parte de la necesidad y además que el mismo turista y cliente potencial se sentirá acogido y bien atendido dado que la hostería brindará varios servicios los cuales acojan al turista en su paso por la ciudad de Otavalo, además que se ha visto un gran problema a cubrir con el estudio de factibilidad pues en la mayoría de lugares de alojamiento no se toma en cuenta la contaminación del ambiente lo que hace pensar que existe un descuido por parte de la población hacia la naturaleza y poco a poco se está perdiendo la fuente primordial de turismo en el Ecuador, para cubrir esta falencia es de vital importancia dar un énfasis al tratamiento ambiental a la hostería el mismo que consistirá en actividades como el reciclaje, además de la siembra de árboles y enseñar cómo se puede utilizar el reciclaje orgánico para obtener un mejor cultivo, así los turistas experimentarán costumbres de conservación y las ejercerán no solo dentro de la hostería sino en la vida diaria.

### **3. Determinación del Problema**

La ciudad de Otavalo en Imbabura acoge a turistas tanto nacionales como extranjeros los cuales toman mucho en cuenta atractivos importantes del lugar como son las artesanías elaboradas a mano por la comunidad que se exponen dentro de Otavalo particularmente los días

sábados en la Plaza de los Ponchos, además que es una ciudad que posee gran riqueza cultural como el Santuario de San Luís, Gruta y la Cruz del Socavón, Iglesia de El Jordán, y atractivos naturales como las Lagunas de Mojanda, Cascada Peguche, Laguna de San Pablo, Parque Cóndor, Cerro Cusin, Cerro Fuya Fuya, Pucará de Rey Loma, Cerro Imbabura y se requiere de mayor infraestructura de la planta turística en el sector ya que de 72 lugares de alojamiento que se encuentran en Otavalo según el catastro nacional solo existen 12 establecimientos con categoría de Hostería y 2 como cabañas es por esta razón que el plan influye en actividades ecológicas orientadas a desarrollar una cultura ambiental tanto en el turista como en la población.

#### **4. Campo de acción**

Gestión Turística

#### **5. Objeto de estudio**

Estudio de factibilidad para la implementación de una hostería ecológica en la hacienda “Rio Blanco” en la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura.

## **6. Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una hostería ecológica en la hacienda “Río Blanco” en la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura.

## **7. Objetivos específicos**

- 7.1. Fundamentar a través de aspectos y definiciones técnicas temas relacionados con el estudio de factibilidad y desarrollo de la investigación.
- 7.2. Diagnosticar la realidad del sector mediante un análisis de macro y micro ambiente en el cual se cuente con elementos reales que a su vez permitan crear una línea base sobre la cual se apoyará el estudio de factibilidad.
- 7.3. Realizar la propuesta de implementación de la Hostería a través del estudio de Factibilidad, la misma que incluirá alternativas de servicio y entretenimiento

## **8. Marco teórico**

### **Estudio de Factibilidad**

Estudio de factibilidad es el análisis amplio de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión (dada una opción tecnológica - estudio de pre-factibilidad). En la fase de pre-inversión la eventual etapa subsiguiente es el diseño final del proyecto (preparación del documento de

proyecto), tomando en cuenta los insumos de un proceso productivo, que tradicionalmente son: tierra, trabajo y capital (que generan ingreso: renta, salario y ganancia).

Además sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

#### Determinación de la Factibilidad

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos:

- Operativo.
- Técnico.
- Económico.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores. (Aguirre, 2008)

#### **Ecología**

Es la ciencia que estudia a los seres vivos, su ambiente, la distribución, abundancia y cómo esas propiedades son afectadas por la interacción entre los organismos y su ambiente: «la biología de los ecosistemas» (Margalef, 1998, p. 2). En el ambiente se incluyen las propiedades físicas que pueden ser descritas como la suma de factores abióticos locales, como el clima y la geología, y los demás organismos que comparten ese hábitat (factores bióticos).

La visión integradora de la ecología plantea que es el estudio científico de los procesos que influyen la distribución y abundancia de los organismos, así como las interacciones entre los organismos y la transformación de los flujos de energía y materia. (Quesada, 2006)

## **9. Idea a defender**

A través del estudio de factibilidad para la implementación de una Hostería Ecológica en la Hacienda “Río Blanco” en la ciudad de Otavalo se logrará brindar al turista una alternativa de alojamiento acogedora a través de la demostración de cultura, tradición, gastronomía, y buen hábitos de conservación ecológica.

## **10. Variables**

### **10.1. Variable independiente**

La implementación de la Hostería Ecológica ubicada en Otavalo, en la provincia de Imbabura.

### **10.2. Variable dependiente**

El estudio de factibilidad para la implementación de la hostería está basado en algunas variables como:

- ✓ Entrada de turistas nacionales y extranjeros a la provincia de Imbabura.
- ✓ Crecimiento de la oferta hotelera para cubrir la demanda de clientes.

Dar a conocer a la hostería con una adecuada publicidad.

### 11. Metodología de la investigación

ETAPAS	MÉTODOS	TÉCNICAS	RESULTADOS
Fundamentación teórica	Histórico Lógico Analítico Inductivo y deductivo	Observación Fichaje Estudio bibliográfico y documentales Indagación de web	Para llevar a cabo estos métodos es necesario recopilar información documentada y por la web para poder desarrollar la investigación
Diagnóstico situacional	Analítico- Sintético	Fichaje Encuestas Análisis	Muestra de población para aplicación de encuesta Tabulación de las preguntas de la encuesta. Análisis de sus respuestas.
Propuesta	Analítico sintético	Observación, Análisis y conclusión	Se encarga de analizar resultados y deducir el desenlace del tema.

Fuente: (Garza Mercado, 2007)

Elaborado: David Báez y Daniela Granda



## **12. Resultados esperados**

- La Fundamentación teórica proporcionará información basados en fuentes teóricas, las cuales implementarán nuevos y mejores conocimientos para el desarrollo del plan de tesis.
- El diagnóstico de macro entorno y micro entorno a través de la aplicación de técnicas de investigación guiará al diagnóstico situacional el cual servirá para orientar al plan a la factibilidad del proyecto.
- El diseño de la propuesta del plan de factibilidad para la implementación de una hostería ecológica en la hacienda “Rio Blanco” en la ciudad de Otavalo - Provincia de Imbabura

## **13. Novedad**

- Será una hostería que por primera vez, en el sector ofrezca tours solo para niños, dejando que sus padres obtengan una día de relajación sin preocupación de sus niños, además que el tour se lo realiza dentro de la hostería y se base en la enseñanza de la naturaleza y ecología a cada niño.

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como objeto principal el estudio de factibilidad para la implementación de una hostería ecológica en la hacienda “Río Blanco” en la ciudad de Otavalo en la provincia de Imbabura.

Para el desarrollo del proyecto existen tres capítulos básicos los cuales proporcionarán información y guiarán a una propuesta para la implementación de la hostería.

El primer capítulo contiene la Fundamentación Teórica donde se argumenta los temas que serán tratados en el proyecto, como son el proceso de creación de un estudio de factibilidad, lo que es el turismo, la ecología; además que se encuentra en el marco conceptual los términos que serán usados a lo largo de la tesis y en el marco referencial los establecimientos hoteleros con características similares al proyecto.

Dentro del segundo capítulo se abordará el diagnóstico del macro y micro ambiente dentro del sector turístico, desarrollando así datos estadísticos para el análisis del mercado en donde se analizará un perfil de cliente, proveedores y competencia que tiene la Hostería.

Finalmente en el tercer capítulo una vez ya verificada la información y diagnosticado el mercado se dará paso a la propuesta final donde se incluirá el análisis organizacional es decir ya nombres, logotipo, principios y marco legal de la empresa, como será la constitución, costos de implementación, inversión, financiamiento de la inversión el cual se tendrá en cuenta la CFN; y todos los gastos de constitución, así también se toma en cuenta los ingresos con proyecciones de venta de acuerdo al precio establecido y finalmente se analiza con estos valores si el proyecto es viable para la implementación.

## ABSTRACT

This project has as main purpose of this survey is to determine the viability implementing an ecological lodge in “Rio Blanco” farm located in Otavalo city in Imbabura province.

The project will have three basic chapters which to provide information and guide to a proposal for the implementation of the ecological Lodge.

The first chapter is about the Theoretical Foundations where the information with reference of the project, such as the process of creating a feasibility study, which is tourism, ecology argues, also found in the conceptual terms that will be used throughout the thesis and in the frame of reference for accommodations with similar characteristics to the project.

In the second chapter the diagnosis of macro and micro-environment within the tourism sector will be addressed, developing statistical data for market analysis where a customer profile, competitive suppliers having the lodge will be analyzed.

Finally in the third chapter once and verified information and diagnosed the market, the project will have the final proposal where organizational analysis that is already names, logo, principles and legal framework of the company will be included, as will the constitution, costs implementation, investment, investment

financing which will consider the CFN, and all expenses, as well as taking into account the income with sales projections according to the established price, and finally analyzed with these values if the project is feasible for implementation.

## **CAPÍTULO I**

### **1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **1.1. Marco teórico**

##### **1.1.1 Estudio de factibilidad**

"Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

La investigación de factibilidad en un proyecto consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos.

La búsqueda de estos objetivos debe contemplar los recursos disponibles o aquellos que la empresa puede proporcionar, nunca deben definirse con recursos que la empresa no es capaz de dar.

##### **Objetivos del estudio de factibilidad**

En las empresas se cuenta con una serie de objetivos que determinan la posibilidad de factibilidad de un proyecto sin ser limitativos.

Estos objetivos son los siguientes:

- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Actualización y mejoramiento de los servicios a clientes o usuarios.
- Aceleración en la recopilación de datos.

- Reducción en el tiempo de procesamiento y ejecución de tareas.
- Automatización óptima de procedimientos manuales.

Se deben cubrir las metas con los recursos actuales en las siguientes áreas:

- **Factibilidad técnica**

- Mejora del sistema actual
- Disponibilidad de tecnología que satisfaga las necesidades

- **Factibilidad económica**

- Tiempo del analista
- Costo de estudio
- Costo del tiempo del personal
- Costo del tiempo
- Costo del desarrollo / adquisición

- **Factibilidad social**

- Definir los actores sociales
- Definir sus exigencias sociales
- Determinar los indicadores sociales que corresponden a ellos
- Medir el grado de cumplimiento (antes, durante y después)” (Aguirre, 2008)

### **1.1.2 Plan de negocios**

Es la unidad de inversión menor que se considera en la programación. Por lo general, constituye un esquema coherente desde el punto de vista técnico, cuya ejecución se encomienda a un organismo público o privado y que,

técnicamente, puede llevarse a cabo con independencia de otros proyectos.  
(Salazar, 2010)

### 1.1.2.1 Las Etapas en la elaboración de un plan de negocios

Se propone señalar tres grandes etapas en las cuales está inmerso todo plan de negocio previo a la toma de una decisión.



Ilustración 1.1 Plan de negocio

Fuente: (Varas, 2012)

Primera Etapa: En ella se identificará la necesidad o deseo que el conjunto de la sociedad, a través de varias manifestaciones, expresa, es decir, su disposición a adquirir un determinado bien o servicio; luego se identifica el proyecto o negocio que puede satisfacer esta necesidad o deseo adecuadamente, para lo cual se configurará la oportunidad de negocio.



Segunda Etapa: Aquí se preparará el plan de negocio propiamente dicho, es decir, se desarrolla la oportunidad de negocio configurada en la etapa anterior, a través de la sistematización de la información más relevante que, finalmente, determinará la magnitud de sus inversiones, costos y beneficios. En esta etapa de preparación se reconocen, a su vez dos subetapas:

- La primera, que se caracteriza por recopilar información o crear la no existente
- La segunda, que se encarga de sistematizar en términos monetarios, la información disponible. Esta sistematización se traducirá en la construcción del flujo de caja proyectado que servirá para la evaluación del proyecto.

Tercera etapa: aquí se evaluará el proyecto, o sea, se medirá la rentabilidad de la inversión. En esta etapa de evaluación es posible distinguir tres subetapas:

- La medición de la rentabilidad del proyecto: basada en un flujo de caja que se proyecta sobre una serie de supuestos y la determinación de los indicadores de rentabilidad del proyecto.
- El análisis de las variables cualitativas, que complementa a la evaluación realizada con todos aquellos elementos no cuantificables que podrían incidir en la decisión de realizar o no el proyecto.

- La sensibilización del proyecto, que consiste en identificar las debilidades y las variables cuyo comportamiento, al ser distinto al previsto, puede incidir en la forma importante en la ejecución del proyecto y su rentabilidad. (Salazar, 2010)

### **1.1.3 Segmentación de mercado**

“La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Una empresa debe profundizar en el conocimiento de su mercado con el objeto de adaptar su oferta y su estrategia a los requerimientos de este.

¿Cómo puede la empresa adaptarse a tanta diversidad? Dentro de la mayor parte de los mercados las necesidades y deseos de los compradores no son los mismos.

La segmentación toma como punto de partida el reconocimiento de que el mercado es heterogéneo, y pretende dividirlo en grupos o segmentos homogéneos, que pueden ser elegidos como mercados-meta de la empresa. Así pues, la segmentación implica un proceso de diferenciación de las necesidades dentro de un mercado.

Una buena segmentación debe tener como resultado subgrupos o segmentos de mercado con las siguientes características:

- Ser intrínsecamente homogéneos (similares): los consumidores del segmento deben asimilarse lo máximo posible en cuanto a su respuesta ante las variables de la mezcla de marketing y sus dimensiones de segmentación.
- Heterogéneos entre sí: los consumidores de varios segmentos deben ser lo más distintos posible respecto a su respuesta probable ante las variables de la mezcla de marketing.
- Con un tamaño suficiente: para poder garantizar la rentabilidad del segmento.
- Operacionales: para identificar a los clientes y escoger las variables de la mezcla de marketing. Se debe de incluir la dimensión demográfica para poder tomar decisiones referentes a la plaza y la promoción” (Martínez, 2012, págs. 57 - 58)

#### **1.1.4 Análisis PEST**

“El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio

PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad.

El PEST funciona como un marco para analizar una situación, y como el análisis DOFA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la

empresa, propuesta de marketing o idea. Completar un análisis PEST es sencillo, y conveniente para la discusión en un taller, una reunión de tormenta de ideas e incluso como ejercicio para juegos de construcción de equipos” (Degerencia.com, s/f)



Gráfico 1.1 Diagrama de análisis PEST  
Fuente: (Fuster - Fabra, 2008)

El análisis DOFA mide una unidad de negocios o una propuesta; el análisis PEST mide el potencial y la situación de un mercado, indicando específicamente crecimiento o declive, y en consecuencia su atractivo, potencial de negocios y lo adecuado de su acceso.

El análisis PEST utiliza cuatro perspectivas, que le dan una estructura lógica que permite entender, presentar, discutir y tomar decisiones. Estas cuatro dimensiones son una extensión de la tradicional tabla de Ventajas y Desventajas. La plantilla de PEST promueve el pensamiento proactivo, en lugar de esperar por reacciones instintivas.

En el análisis de los factores clave del entorno se deberá responder a cuatro preguntas básicas:

- ¿Cuáles son los factores que pueden tener relevancia en el sector en el que desarrolla su actividad mi sociedad?
- ¿Cuáles de entre estos factores relevantes tienen un impacto importante para mi empresa?
- ¿Cuál es la evolución prevista de estos factores en un horizonte temporal de 3-5 años?
- ¿Qué oportunidades o desventajas genera para mí la evolución prevista de dichos factores? (Martínez, 2012, pág. 35)

### 1.1.5 Análisis PORTER

“El análisis de las fuerzas de PORTER es un método de análisis muy utilizado para formular estrategias en muchas industrias. La intensidad de la competencia entre las empresas varía en gran medida en función de las industrias. Según Porter, la naturaleza de la competitividad en una industria determinada es vista como el conjunto de cinco fuerzas.

1. **Amenaza de entrada de nuevos competidores:** Depende de la facilidad para permitir que nuevos servicios puedan llegar a un mercado objetivo.
2. **Rivalidad entre los competidores:** Para una empresa será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados.
3. **Poder de negociación de los proveedores:** Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien

organizados, tengan fuertes recursos y se puedan imponer sus condiciones de precio.

4. **Poder de negociación de los compradores:** Tendrán un cierto poder porque podrán elegir entre los muchos competidores que cuentan con el mismo servicio, por lo que presionarán para conseguir el mejor precio.
5. **Amenazas de ingreso de productos/servicios sustitutos:** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria. (Fuster - Fabra, 2008)

#### 1.1.6 El turismo y sus definiciones

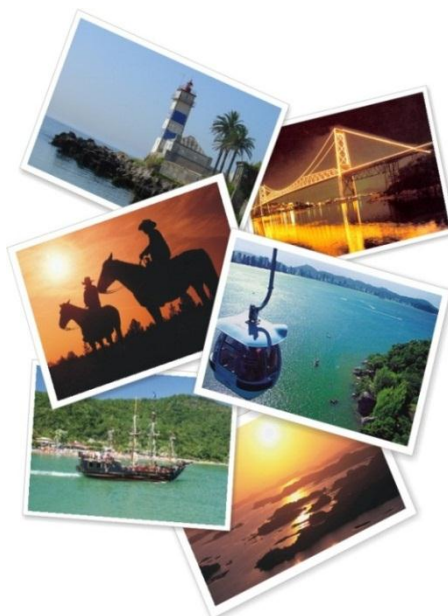


Ilustración 1.2 El turismo

Fuente:(Ecuale.com/lmbabura, 2012)

“Etimológicamente TURISMO se deriva de la palabra latina **tornus**, que significa la acción de movimiento y retorno. Su definición actual es la afición a viajar para conocer un país o una región y la organización de los medios que permiten y facilitan esos viajes para el recreo, paseo, conocimiento y diversión” (Colonialtours.com)

La OMT define el turismo como:

"Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos" (Pérez, 2004, pág. 20)

La propia OMT en el libro Introducción al turismo (1998) desgrana esta definición indicando que concretiza las características más importantes del turismo, que son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje: ocio, negocio, otros.
- Acotación temporal del período por un año.
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el período de la estancia.
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada fuera de su entorno habitual.

Las primeras manifestaciones del turismo se las encuentra en los hechos que refieren viajes como antigua forma de turismo. Los Juegos Olímpicos Griegos

causaron muchos desplazamientos con motivaciones características de turismo y recreación.

En la actividad turística es preciso distinguir una relación de elementos que forman parte de ella y que van a ser claves a la hora de hablar de turismo sostenible, pues todos ellos deberán involucrarse, de una u otra forma, en la sostenibilidad. Son los siguientes:

- La demanda turística: clientes y potenciales clientes de la industria turística.
- La oferta turística: productos y servicios que se ponen a disposición de los clientes.
- El enclave geográfico: el destino en el que se realiza la actividad turística.
- Los agentes turísticos: empresas y organismos que facilitan el paso de la oferta a la demanda. (Pérez, 2004, pág. 21)

### **Efecto sobre la economía**

“En las economías mundiales son diversas y relevantes debido al nivel de negocio que representa. El volumen de sector turístico en el 2003 representaba el 6% de las exportaciones mundiales de bienes y servicios; de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Haciendo que estos flujos económicos afecten tanto en términos macroeconómicos como microeconómicos, en las zonas emisoras como en las receptoras, teniendo mayor inferencia en estas últimas. De acuerdo a este análisis, las repercusiones económicas del turismo se dan en las siguientes:



- La demanda turística, que depende de la situación económica misma que se observa de manera más clara en los países avanzados. El fenómeno de crecimiento de la economía indica que cuando la capacidad adquisitiva crece también normalmente crece el dinero disponible de la población de ésta, casi siempre una masa importante de dinero se gasta en el turismo. Es importante también señalar que una retracción económica regularmente puede reducir el gasto turístico.
- El crecimiento de los desplazamientos turísticos – demanda turística, sigue las tendencias de crecimiento económico medidas por el Producto Interno Bruto (PIB). Como regla general, los años en que el crecimiento económico mundial excede el 4%, el crecimiento del volumen turístico tiende a ser mayor y los años en los que el Producto Interno Bruto el turismo crece incluso menos. En el periodo 1975-2000 el turismo se incrementó una media de un 4,6% anual” (Bigné, 2000).



Ilustración 1.3 Efectos del turismo y la economía

Fuente: (Ecuador-turistico.com, 2013)

## **Mano de obra y generación de empleo**

La industria turística necesita de una considerable mano de obra que deben ser por sobre toda norma, trabajadores especializados. Al turismo y su industria se le asigna alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto. No todo es color de rosa en esta industria, el problema que se plantea con respecto al empleo, es la fuerte estacionalidad (temporadas de influencia alta y baja), pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta. También el volumen turístico depende en gran medida de la situación macroeconómica.

### **1.1.7 Tipos de turismo**

“Esta clasificación toma en cuenta las motivaciones prioritarias que tienen las personas para hacer un viaje turístico. De este modo, cada categoría o agrupación estará integrada por aquellos que tengan en común la motivación que les caracteriza y los distingue como pertenecientes a ese grupo.

Esta tipología es fundamental para conocer por una parte las características y expectativas de los consumidores y por otra, para saber qué ofrecerles, pues ellos conforman segmentos de mercado muy específicos y que en muchos casos no conviene mezclar con otros que presentan comportamientos y motivaciones distintas.

Se deduce entonces que los tipos de turismo son tan numerosos como las mismas motivaciones que los originan. Sin embargo, se procede a ordenarlos en los segmentos que seguidamente se explicará. A ese efecto, se hará una clasificación que a juicio cumple a cabalidad con los actuales y futuros

requerimientos del turismo, no sin antes aclarar que existen otros criterios y autores que presentan sus propias divisiones” (Quesada, 2006, pág. 101)

- **Turismo cultural:** es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico. (Ecuador-turistico.com, 2013)



Ilustración 1.4 Turismo cultural  
Fuente: (Ecuador-turistico.com, 2013)

- **Turismo rural:** se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna y la belleza de los paisajes son sus grandes atractivos. (Ecuador-turistico.com, 2013)



Ilustración 1.5 Turismo rural

Fuente: (Ecuadorinmediato.com, 2013)

- **Ecoturismo:** se caracteriza por visitar destinos en los que el principal encanto es la naturaleza. En este turismo destacan los parques nacionales y parques, parajes y reservas naturales. (Ecuale.com, 2012)



Ilustración 1.6 Ecoturismo

Fuente: (Ecuale.com, 2012)

- **Turismo de salud:** está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos

tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas. (Ecuador-turistico.com, 2013)



Ilustración 1.7 Turismo de salud

Fuente: (Ecuador-turistico.com, 2013)

- **Turismo deportivo y de aventura:** tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte. (Ecuadorinmediato.com, 2013)



Ilustración 1.8 Turismo de aventura

Fuente: (Ecuadorinmediato.com, 2013)

- **Turismo gastronómico:** se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicas de un país o de una región. En toda Europa existen numerosas rutas y fiestas gastronómicas. (Ecuador-turistico.com, 2013)



Ilustración 1.9 Turismo gastronómico

Fuente: (Ecuador-turistico.com, 2013)

- **Turismo de ayuda humanitaria:** está destinado a las personas que viajan con la intención de colaborar en proyectos sociales o con organizaciones no gubernamentales. Suelen ser viajes a países pobres, del tercer mundo o en vías de desarrollo. (Mancera, 2003)



Ilustración 1.10 Turismo de ayuda humanitaria

Fuente: (Mancera, 2003)

### 1.1.7.1 Sostenibilidad

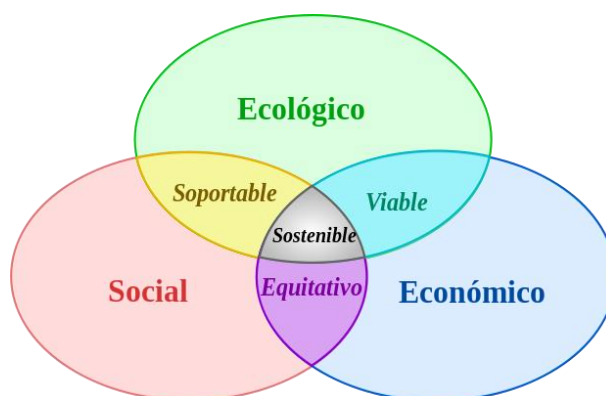


Gráfico 1.2 Principio de sostenibilidad  
Fuente: (El ambiente en Ecuador, 2008)

“El desarrollo sostenible o sostenibilidad, llamado sustentable en Latinoamérica, ya se ha incorporado a la vida actual, aunque aún no a todos los diccionarios, aparece por primera vez en el panorama internacional a través de la denominada "Estrategia Mundial para la Conservación" en 1980. En este documento, que fue elaborado por una organización conservacionista denominada la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN); que hoy conserva esas mismas siglas pero cuyo nombre ha sido modificado por el de "Unión Mundial para la Naturaleza", aparecía el término "desarrollo sostenido".

La UICN es la entidad dedicada a materia ambiental más antigua que se conoce, pues surgió una vez terminada la Segunda Guerra Mundial, en 1948. Esta organización tiene la peculiaridad de que reúne en su seno a Estados miembros, así como organizaciones no gubernamentales (ONG), agencias internacionales, entre otros. En la actualidad sigue siendo la institución más importante a nivel mundial en materia de protección ambiental, organizando cada tres años su "Congreso Mundial de Conservación" y estando presente de

forma permanente en todas las reuniones internacionales sobre cuestiones de sostenibilidad. Además, desde hace unos años, la UICN trabaja también en materia de turismo sostenible. (Pérez, 2004, pág. 22)

Así se indicaba que era:

"Aquél que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades".

#### 1.1.7.2 **Ecología**

“La ecología es uno de los campos del conocimiento con mayor y directa relevancia con la condición humana. Nuestra especie continúa en crecimiento exponencial, demandando de la naturaleza mayor soporte de vida. La globalización galopante de la economía mundial y de las estructuras sociales y políticas del planeta, han resultado también en una globalización ecológica de gran escala, en la que en muchos casos se ha incrementado la inestabilidad de los sistemas naturales con consecuencias hasta ahora inciertas.

El objetivo fundamental del manejo de los ecosistemas, se basa en el concepto de sustentabilidad, el cual fue definido por la comisión mundial de ambiente y desarrollo (WCED) como "el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades". (Mancera, 2003, pág. 11)



### 1.1.7.2.1 Componentes estructurales de los ecosistemas

#### Factores bióticos o factores biológicos

“Son todos aquellos que tienen vida, sean organismos unicelulares u organismos pluricelulares, por ejemplo: animales, vegetales y microorganismos.

Los factores bióticos se pueden clasificar en:

1. Organismos autótrofos que producen por sí mismos los alimentos (de *auto* - uno mismo y *trofos* - alimento) y se les llama también organismos productores.

Son las plantas verdes que sintetizan la energía solar por medio del proceso fotosintético y transforman la materia inorgánica (sales, minerales, bióxido de carbono, agua, entre otros.) En materia orgánica.

2. Organismos heterótrofos (de heteros-diferente y trofos-alimento), se alimentan de organismos vivos ya existentes. Se les llama también consumidores.

Dentro de los organismos consumidores se puede distinguir: Los Primarios que son los herbívoros, y secundarios son los carnívoros y se alimentan de herbívoros. En algunas cadenas alimenticias suele haber consumidores terciarios que son los carnívoros y se alimentan de otros carnívoros.

Finalmente, en la cadena alimentaria, hay otros organismos que se conocen con el nombre de desintegradores, pues son los encargados de descomponer la materia orgánica muerta y reincorporarla al ecosistema (son los protistas, hongos, entre otros.). También suele conocerseles con el nombre de descomponedores.

Ahora bien, los autótrofos son organismos capaces de manufacturar sus alimentos a partir de elementos químicos, sustancias como el agua, sales

minerales y bióxido de carbono, mediante los procesos de fotosíntesis y quimio síntesis”. (Sánchez, 2005, págs. 43 - 44)

### **Factores abióticos**

“Los factores abióticos son los que carecen de vida y de los cuales depende cualquier comunidad biológica.

Los factores abióticos de un ecosistema son todos aquellos parámetros físicos o químicos que afectan a los organismos.

Los componentes abióticos pueden diferenciarse en dos categorías: los que ejercen efectos físicos y los que presentan efectos químicos. Los factores abióticos físicos son los componentes básicos abióticos de un ecosistema; a ellos está sujeta la comunidad biológica o conjunto de organismos vivos de un ecosistema.

Entre otros, los factores abióticos físicos más importantes son la luz solar, la temperatura, la atmósfera y presión atmosférica, el agua, el microclima, la altitud y latitud”. (Sánchez, 2005, pág. 45)

#### **1.1.7.3 Ecoturismo**

“Esta acepción fue utilizada en Costa Rica por primera vez en 1985 por el Dr. Rolando Mendoza, quien, junto con otros biólogos y naturalistas costarricenses, ha contribuido con sus conocimientos y aportes a la preservación de los recursos naturales y su disfrute. La empresa touroperadora Tikal, del empresario costarricense Bary Roberts, fue pionera en la comercialización de los paquetes ecoturísticos diseñados por el Dr. Mendoza y otras personas. A partir de ese momento y hasta la fecha, Costa Rica ha recibido el

reconocimiento internacional como país modelo por el desarrollo del turismo ecológico y sostenible. Este concepto es utilizado por muchas personas como sinónimo de turismo naturalista. Sin embargo, es conveniente diferenciarlo, pues el ecoturismo no solo se sustenta en los atractivos naturales, sino que debe aportar recursos para su soporte, contribuyendo así a su conservación y al sostenimiento de las comunidades aledañas, que desarrollan esta actividad turística.

Esa relación de beneficio mutuo que se produce entre los recursos naturales y el turismo define su carácter esencial. La primera definición internacionalmente aceptada de ecoturismo fue brindada por el arquitecto mexicano Héctor Cevallos Lascurain. Por su parte, la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES), define esta modalidad, del siguiente modo: "Viajar en forma responsable hacia áreas naturales, conservando el ambiente y mejorando el bienestar de las comunidades locales".

Asimismo, la Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO), definió este concepto, del siguiente modo:

"Aquel segmento especializado del turismo sostenible (turismo responsable), que promueve y apoya la conservación de la naturaleza y los valores culturales de los destinos, los interpreta para el cliente, favorece el mejoramiento socioeconómico de las comunidades locales persigue sensibilizar y satisfacer de manera ética, a los clientes. Mantiene sus actividades con un diseño y a una escala apropiados al entorno y pone a sus clientes en contacto directo y personal con la naturaleza y la cultura local" (Quesada, 2006, pág. 110)

Como se desprende de las definiciones aportadas, existen varios elementos imprescindibles que se interrelacionan en el ecoturismo: la conservación de los recursos naturales, especialmente aquellos ubicados en áreas silvestres; la participación activa y el mejoramiento socioeconómico de las comunidades donde se hallan esos atractivos, las cuales participan de manera directa en su protección y en el desarrollo de actividades turísticas controladas y de bajo impacto ambiental, para que les brinden a los visitantes del presente, como del futuro, una experiencia satisfactoria y armónica con su entorno natural y cultural.

El ecoturismo debe estar muy bien planificado para establecer claramente las capacidades de carga y manejo de sus recursos, para minimizar el impacto de los turistas y a su vez, garantizarles a estos una experiencia de calidad. Los servicios e instalaciones que se le ofrezcan al turismo deben tomar en consideración el beneficio de todos los que participan en la conservación (áreas protegidas y comunidades locales), el desarrollo (empresas turísticas) y en el disfrute de sus recursos. Conforme crezca la población urbana y se desarrollen las sociedades, habrá mayor tendencia al descanso y a la búsqueda de sitios naturales que serán un "desintoxicante" contra el estrés producido por la sobrepoblación, la modernidad y la automatización propia de esta era de la información y la comunicación". (Quesada, 2006, págs. 109 - 111).



Ilustración 1.11 Ecoturismo

Fuente: (El ambiente en Ecuador, 2008)

#### 1.1.7.4 **Ecoturismo en Ecuador**

Debido a los ritmos acelerados que se manejan en la ciudad y el estrés producido por el trabajo rutinario o cotidiano, se presenta una nueva alternativa para quienes desean practicar turismo diferente a las formas tradicionales, el llamado ecoturismo. Esta alternativa privilegia la sustentabilidad, preservación, apreciación del medio natural y cultural, en el que lo más importante es el bienestar de las poblaciones locales, lo que se refleja en el funcionamiento de empresas y grupos dedicados a este rubro.

La reducción del hábitat, la cacería y el tráfico de especies ponen en serio peligro a flora y fauna única en el mundo. El ecoturismo es una excelente alternativa para cuidar los bosques, sus animales y toda la vida que albergan, brindando beneficios económicos a las personas locales, pero priorizando la conservación.

Debido a la acogida, el ecoturismo se ha convertido en el sector con mayor crecimiento en el mercado turístico alrededor del mundo. El 2002 fue dedicado, por la ONU, al Turismo Ecológico. Tiene como principios: minimizar los impactos negativos para el ambiente y la comunidad, construir respeto y conciencia ambiental y cultural; brindar experiencias positivas, beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local. También busca crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones, así como apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

Así, apoyando las iniciativas de turismo consciente, contribuye a la conservación mientras disfruta de una inolvidable experiencia en el Ecuador, disfrutando de un viaje lleno de aprendizaje y dejándose atrapar por las oportunidades que le brinda la selva. (Ministerio de Turismo del Ecuador)



Ilustración 1.12 Ecoturismo en Ecuador

Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador)

## 1.2 Marco conceptual

A continuación se enlista las definiciones de varios de los términos que se utilizarán a lo largo del desarrollo del proyecto:

- **Alcantarillado:** Se denomina alcantarillado o también red de alcantarillado, red de saneamiento o red de drenaje al sistema de estructuras y tuberías, usado para la recogida y transporte de las aguas residuales y pluviales de una población desde el lugar en que se generan hasta el sitio en que se vierten al medio natural o se tratan. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Amadeus:** Es el sistema de reservas por computadora más extenso del mundo por reparto de mercado. Es usado por aerolíneas, hoteles, agencias de viajes y otros negocios relacionados con la industria del turismo. (Slideshare.net)
- **Atractivos turístico:** Elementos determinantes para motivar, por sí solos o en combinación con otros, el viaje turístico hacia una localidad, convirtiéndose en la base productiva del turismo a partir de los cuales se inicia el desarrollo de producto turísticos. (Slideshare.net)
- **Atractivo cultural:** es cuando se viaja para conocer y comprender otras culturas, ciudades coloniales, pueblos mágicos, zonas arqueológicas, museos, monumentos, gastronomía, fiestas populares, artesanías, danza, música tradiciones, edificios, arte popular, entre otros. (Slideshare.net)

- **Atractivo natural:** Son todos los elementos de la naturaleza con determinada atracción que motiva al sujeto a dejar su lugar de origen por un determinado tiempo, con la finalidad de satisfacer necesidades de recreación y esparcimiento como lo son: los bosques, playas, lagos, lagunas, aguas termales, entre otros. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Aventura:** es una experiencia de naturaleza arriesgada normalmente compuesta de eventos inesperados. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Cabaña:** Del latín capanna “choza”, es una construcción rústica que se elabora con materiales pobres y que suele destinarse a la vivienda de la gente humilde. Las cabañas por lo general, se construyen con maderas y cañas. (Pérez, 2004, pág. 146)
- **Cabalgata:** se entiende por una excursión a caballo. El propósito principal de la cabalgata es convivir con la naturaleza, usando al caballo como medio de transporte.
- **Camping:** lugar acondicionado con algunas instalaciones para vivir o pernoctar al aire libre en tiendas de campaña o caravanas, mediante el pago de una cantidad estipulada. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Capacidad de carga:** Es el nivel de aprovechamiento turístico (número de personas), que una zona puede soportar asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales. (Amador, Cayot, Cifuentes, & Cruz, 1996, pág. 8)



- **Check In:** es el proceso mediante el cual un recepcionista registra la llegada de un cliente a un hotel, aeropuerto o puerto. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Competencia:** La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de oferentes y una pluralidad de demandantes. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Conservación:** Es la administración de la biosfera de forma tal que asegure su aprovechamiento sustentable. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Contaminación:** Es la presencia en el ambiente de sustancias, elementos, energía o combinación de ellas, en concentraciones y permanencia superiores o inferiores a las establecidas en la legislación vigente. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Cultura:** Es el conjunto de todas las formas, Los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de Los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman.
- **Deporte extremo:** son todos aquellos deportes o actividades de ocio, o profesional con algún componente deportivo que comportan una real o aparente peligrosidad por las condiciones difíciles o extremas en las que se practican. (Diccionario Wordreference.com, 2010)

- **Desarrollo turístico sostenible:** Es aquel que satisface las necesidades de la generación presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, mediante la explotación de los servicios turísticos. (Quesada, 2006, pág. 22)
- **Ecología:** es la especialidad científica centrada en el estudio y análisis del vínculo que surge entre los seres vivos y el entorno que los rodea, entendido como la combinación de los factores abióticos y los factores bióticos. La ecología analiza también la distribución y la cantidad de organismos vivos como resultado de la citada relación. (Mancera, 2003)
- **Factibilidad:** se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Guías de turismo:** Persona natural, independiente o contratada bajo relación de dependencia de otro prestador de servicios turísticos, que presta sus servicios en el área de guionaje o guianza turística, de manera complementaria al resto de servicios de operación, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducirlo, instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado. (Amalavida.tv, 2012)
- **Hostelería:** Es el nombre genérico de las actividades económicas consistentes en la prestación de servicios ligados

al alojamiento y la alimentación esporádicos, muy usualmente ligados al turismo. (Pérez, 2004, pág. 140)

- **Hostal:** Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones privadas y/o comunes o colectivas con servicio sanitario privado y/o común o colectivo. No ofrece servicio de alimentación, pero si un mínimo de servicios básicos, siendo su tarifa de alojamiento periódica - diaria, semanal, quincenal o mensual por tipo de habitación o por cama. (Pérez, 2004, pág. 142)
- **Imagen corporativa:** se refiere a cómo se percibe una compañía. Es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía o empresa muestra a sus clientes externos. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Marketing:** conjunto de técnicas a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto.
- **Paquetes turísticos:** Conjunto de servicios turísticos, ajustado o proyectado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido. (Poraqui.net)
- **Patrimonio:** Conjunto de Los bienes y derechos pertenecientes a una persona, física o jurídica. (Slideshare.net)
- **Planta turística:** Son los bienes y servicios con los que cuenta un determinado lugar turístico para ofertar a todos lo que los demanden. (Slideshare.net)

- **Precio:** Se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera. (Bigné, 2000)
- **Producto:** Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad. El producto es parte de la mezcla de marketing de la empresa, junto al precio, distribución y promoción, lo que conforman las 4 P's. (Bigné, 2000)
- **Proveedores:** Persona o sociedad que vende la materia prima utilizada para producir los artículos que se fabriquen. (Bigné, 2000)
- **Reserva:** acción de reservar una plaza o localidad para un transporte público, hotel, espectáculo, entre otros. (Diccionario Wordreference.com, 2010)
- **Recursos turísticos:** Son todos los bienes naturales o artificiales, materiales e inmateriales, de un lugar o región que constituyen un atractivo turístico y que pueden utilizarse para satisfacer la demanda turística.
- **Sitio turístico:** Lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, significancia histórica, belleza natural o artificial, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión. (Gurría Di-Bella, pág. 15)
- **Servicio:** Conjunto de actividades que buscan proporcionar valor agregado a los usuarios, al ofrecer un beneficio o satisfacer sus necesidades.

- **Servicios turísticos:** El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias de servicios planteadas por la composición socio-económica de una determinada corriente turística. (Deluniversitario.blogspot.com, 2009)
- **Tradición:** Es el conjunto de bienes culturales que una generación hereda de las anteriores y por estimarlo valioso, trasmite a las siguientes. Se llama también tradición a cualquiera de estos bienes.
- **Turismo sostenible:** Es el que responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, y a la vez protege y mejora las oportunidades del futuro.
- **Transporte turístico:** Es el medio de traslado de turistas desde un lugar hasta otro en un recorrido cuya duración no excede de 24 horas. (Transporte turístico, 2008)
- **Turista:** Es la persona que viaje temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual, por un periodo superior a 24 horas, y que utilice alguno de los servicios turísticos.
- **Turista nacional:** Persona que vive dentro de una nación ya sea por los propios o visitantes (provincias, estados o departamentos) que desean conocer diferentes lugares de su país. (Millet, s/f, pág. 84)

- **Turista Internacional:** Son personas o residentes de un país que salen fuera de sus fronteras para conocer otros países de interés (cultura, tradición, entre otros.). (Millet, s/f, pág. 85)

### 1.3 Marco referencial

#### 1.3.1 Hostería Pululahua.

Para el marco referencial se tomará en cuenta a establecimientos turísticos que ofrecen una diversidad de servicios que la nueva empresa pretende brindar a sus clientes, es por ello que dichos establecimientos servirán como referencia en cuanto a servicios, precios, atención y demás factores relevantes para el éxito de la hostería ecológica.



Ilustración 1.13 Cráter volcán Pululahua

Fuente: (Pululahuahostal.com, 2013)

En lo referente a la hostería Pululahua se debe considerar como referencia que:

- Es la única hostería ecológica usando energía renovable dentro de una caldera volcánica, esto es el valor agregado que ofrecen a sus clientes.

- Es un lugar místico y acogedor cerca de Quito, a 10 minutos de La Mitad Del Mundo, se encuentran ubicados en un lugar estratégico en consideración con su mercado meta.
- Dentro de las actividades que la hostería ofrece se encuentran:
  - Observación de aves
  - Caminatas
  - Cabalgatas
  - Transporte y tour a Mindo, Otavalo y Papallacta
  - Hospedaje y alimentación
  - Finca orgánica
  - Turismo sostenible
  - Ciclismo de montaña

Se puede tomar en cuenta las actividades mencionadas para ofrecerlas en la nueva empresa, con el fin de atraer a los futuros clientes.

### 1.3.2 Hostería La Rinconada



Ilustración 1.14 La Rinconada

Fuente: (Hosteriarolandovera.com, 2012)

Se toma como referencia esta hostería porque es una de las más visitadas en su ramo, tanto por las actividades y servicios que ofrece, como por pertenecer a un gran deportista del país.

La hostería ofrece también servicios como caminatas, cabalgatas, rutas de biking, senderismo, áreas de camping, entre otros.

Se selecciona a este establecimiento como referencia por tener gran popularidad entre los turistas que prefieren el contacto directo con la naturaleza, por lo cual se puede tratar de igual y superar los servicios, considerando que la nueva hostería se ubicará en otra provincia, lo que le daría una ventaja competitiva.



## CAPÍTULO II

### 2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 2.1 Macro ambiente

Dentro del Macro ambiente se detallará información que hace referencia al diagnóstico de filtros a nivel del país, que influyen de forma directa al presente proyecto, los parámetros que se tomarán en cuenta son:

- Estudio económico
- Producto interno bruto
- Producción turística
- Inflación
- Estudio social
- Población
- Migración
- Estudio político
- Estudio cultural
- Nacionalidades del Ecuador
- Estudio ambiental

##### 2.1.1 Estudio económico

Ecuador en los últimos años ha atravesado una desaceleración en el crecimiento de la economía, a pesar de los altos precios del petróleo que existían hasta hace poco, el incremento de los ingresos fiscales y las

importantes remesas de dinero enviadas por los migrantes que generaron un ambiente propicio para el desarrollo.

Análisis realizados en El Banco Central del Ecuador y la Cámara de Comercio de Quito concuerdan que existe una baja en el nivel de consumo, producido por las altas tasas de interés, las nuevas políticas de restricción a ciertos productos y la falta de inversión.

#### **2.1.1.1 Producto interno bruto**

“El PIB es considerado un indicador básico en el desempeño de la economía nacional que representa el valor de los bienes y servicios de uso final producido en un período determinado con base preferencial a sus exportaciones tradicionales” (Banco Central del Ecuador, 2010)

“El Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador tuvo un crecimiento anual de 3,5% en el primer trimestre de 2013, el mayor impulso al crecimiento del PIB lo dio el comportamiento del sector no petrolero, que registró un crecimiento anual de 4,2%. La economía no petrolera representó el 84,7% del total del PIB en el primer trimestre de 2013. El PIB nominal del primer trimestre de 2013 alcanzó los USD 21.962 millones.

La formación bruta de capital fijo creció 2%; el consumo de los hogares 0,7% y las exportaciones 1,3%.

Las importaciones se incrementaron en 2,8%, mientras que el gasto público presentó una disminución de -1,3%. Las actividades económicas que más contribuyeron en términos anuales al crecimiento del PIB del primer trimestre de

2013 fueron la construcción (0,79%), correo y comunicaciones (0,5%) y transporte (0,41%)” (Padilla, 2013)

<b>AÑO</b>	<b>PIB</b>
<b>2009</b>	<b>0,60%</b>
<b>2010</b>	<b>3,00%</b>
<b>2011</b>	<b>7,80%</b>
<b>2012</b>	<b>5,10%</b>
<b>2013</b>	<b>3,98%</b>

Tabla 2.1 PIB anual

Fuente: Banco Central del Ecuador, portal económico 2013

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

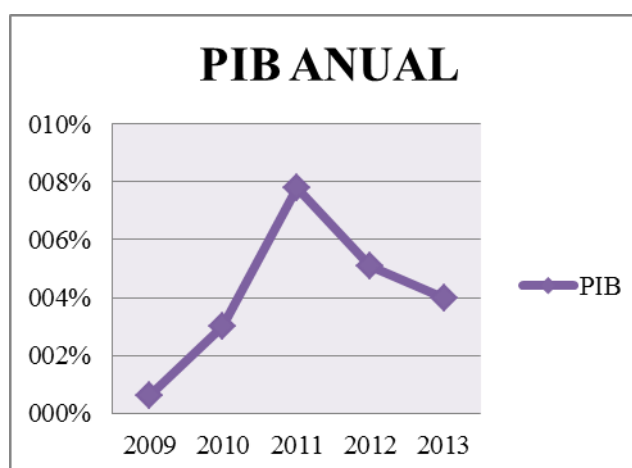


Gráfico 2.1 PIB anual

Fuente: Banco Central del Ecuador, Portal económico 2013

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Aunque existe una baja en el PIB comparado con años anteriores, se puede determinar que es favorable, aunque no en gran medida, ya que al mejorar la producción por persona, mejorará la calidad de vida y repercutirá un mayor gasto de los servicios turísticos.

## PIB turístico

Se puede constatar que el PIB de la industria de otros servicios, donde se incluye Hoteles, bares y restaurantes; comunicaciones; alquiler de vivienda; servicios a empresas y hogares; salud y educación pública y privada, representa el 23% del PIB, muestra un crecimiento moderado promedio de 6.20% al 2009 con respecto al 2008, por consiguiente los últimos 10 años se nota un crecimiento de 18.40%.

Para el tercer trimestre del 2011, casi todas las actividades presentaron un crecimiento positivo, otros servicios fue una de las industria que más contribuyo en el crecimiento del PIB, con un 36% al finalizar dicho trimestre.

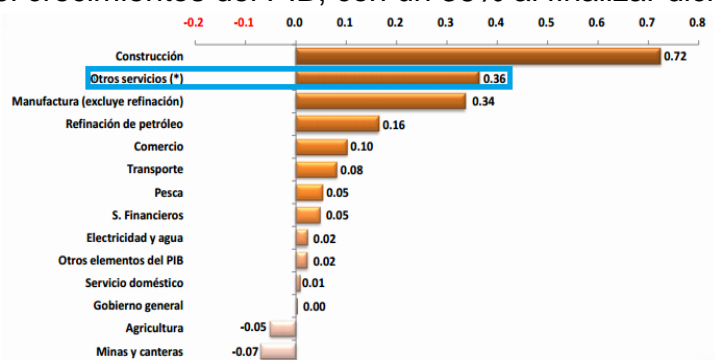


Gráfico 2.2 PIB turístico

Fuente y elaborado por: Banco Central del Ecuador

### 2.1.1.2 Producción turística

“Durante las últimas seis décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, consolidándose como uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo, por lo que es una actividad económica importante para la mayoría de países porque abarca una amplia gama de actividades, productos y servicios” (Vergara, 2013)

Las estadísticas globales aseguran que en todo el mundo se mueven anualmente unos mil millones de turistas, de los cuales para Ecuador representó un aumento del 12% en relación con 2011 y para este año aspira un crecimiento similar o mayor.

Estas cifras se originan frente a una expectativa mundial revelada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) que se prevé moderada, pero que implica un crecimiento entre el 2% a 4% para el año en curso.

(Ecuadorinmediato.com, 2013)

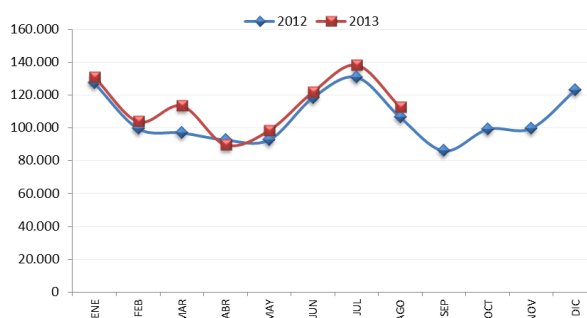


Gráfico 2.3 Entrada de turistas extranjeros  
Fuente: Estadísticas, Ministerio de Turismo3

En el caso de la nueva empresa, el incremento de turistas internacionales siempre será una ventaja, porque se le consideraría como un mayor flujo de clientes, esto debido a que en la actualidad, estos visitantes buscan lugares en los que se tenga un contacto directo con la naturaleza, lo cual es el principal objetivo de la hostería.

### 2.1.1.3 Inflación

El fenómeno de la inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo.

AÑO	INFLACIÓN
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	1,71%

Tabla 2.2 Inflación anual

Fuente: Banco Central del Ecuador, Portal económico 2013

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

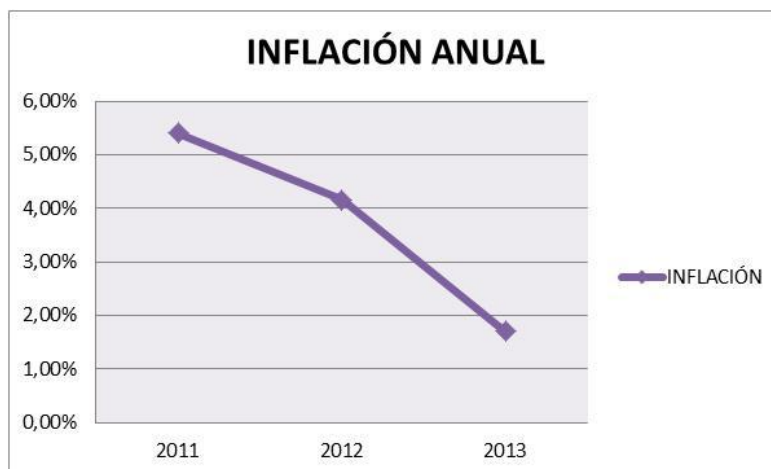


Gráfico 2.4 Inflación anual

Fuente: Banco Central del Ecuador, Portal económico 2013

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Como se observa en el gráfico anterior el porcentaje de inflación ha disminuido de forma considerable, lo que proporcionaría un beneficio para el proyecto porque los costos y gastos en los que se deberá incurrir para las actividades comerciales tendrían un costo menor. El último dato proporcionado por el Banco Central del Ecuador corresponde al mes de Septiembre del 2013.

### **2.1.2 Estudio social**

El Ecuador en los últimos años se ha enfrentado a una crisis general del sistema de seguridad ciudadana, según la encuesta de la ENACPOL el 72,5% de la ciudadanía confía poco o nada en la Policía Nacional.

Esto se debe en su mayoría a los problemas estructurales de la sociedad tales como la corrupción del sistema jurídico, la deficiencia de los servicios sociales y un escaso crecimiento económico del país.

La percepción de la inseguridad que se vive actualmente es alta. Esta inseguridad se ve alimentada por el incremento en los porcentajes de pobreza, delincuencia y desempleo, aun cuando los índices determinan que la delincuencia en el país está siendo controlada

El Gobierno actual ha puesto en ejecución varios planes de acción para combatir esta inseguridad, en los que trabajan conjuntamente las fuerzas públicas y la sociedad civil.

#### **2.1.2.1 Población**

“Ecuador, oficialmente República del Ecuador, es un país constitucional, republicano y descentralizado situado en la región noroccidental de América del Sur. Se divide político-administrativamente en 24 provincias, 221 cantones y 1.500 parroquias. Tiene una extensión de 270.670 km<sup>2</sup>. Su capital es Quito.

Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el océano Pacífico. El país es surcado de norte a sur por una sección volcánica de los Andes, al oeste de la cordillera se presentan el golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la Amazonia” (INEC, 2012).

Como se muestra en el siguiente cuadro existe un crecimiento paulatino de la población, lo cual se considera una ventaja para el proyecto puesto que también crecería el flujo de turistas nacionales para la nueva empresa.



PROVINCIA	diciembre-12	enero-13	febrero-13	marzo-13	abril-13	mayo-13	junio-13	julio-13	agosto-13	septiembre-13	octubre-13	noviembre-13	diciembre-13
AZUAY	767.695	768.870	770.048	771.227	772.407	773.590	774.774	775.961	777.149	778.338	779.530	780.724	781.919
BOLÍVAR	195.719	195.884	196.049	196.214	196.380	196.545	196.711	196.877	197.043	197.209	197.375	197.541	197.708
CAÑAR	244.754	245.129	245.505	245.882	246.259	246.637	247.015	247.394	247.773	248.153	248.534	248.915	249.297
CARCHI	175.050	175.184	175.318	175.452	175.586	175.720	175.854	175.989	176.123	176.258	176.392	176.527	176.662
COTOPAXI	437.826	438.370	438.915	439.460	440.006	440.552	441.100	441.648	442.196	442.746	443.296	443.847	444.398
CHIMBORAZO	486.680	487.101	487.522	487.943	488.365	488.787	489.210	489.633	490.056	490.480	490.904	491.328	491.753
IMBABURA	426.223	426.746	427.270	427.794	428.319	428.845	429.371	429.898	430.426	430.954	431.483	432.013	432.543
LOJA	478.964	479.425	479.887	480.349	480.812	481.275	481.738	482.202	482.667	483.132	483.597	484.063	484.529
PICHINCHA	2.779.370	2.783.994	2.788.626	2.793.266	2.797.914	2.802.569	2.807.232	2.811.903	2.816.581	2.821.267	2.825.961	2.830.663	2.835.373
TUNGURAHUA	537.351	537.909	538.468	539.028	539.588	540.149	540.710	541.272	541.834	542.397	542.961	543.525	544.090
SANTO DOMINGO	395.133	395.788	396.444	397.101	397.759	398.418	399.078	399.740	400.402	401.066	401.730	402.396	403.063
EL ORO	644.000	644.778	645.557	646.337	647.118	647.900	648.683	649.467	650.252	651.037	651.824	652.611	653.400
ESMERALDAS	571.382	572.178	572.976	573.774	574.573	575.374	576.176	576.979	577.783	578.588	579.394	580.202	581.010
GUAYAS	3.901.981	3.907.074	3.912.174	3.917.281	3.922.394	3.927.514	3.932.641	3.937.774	3.942.914	3.948.061	3.953.214	3.958.374	3.963.541
LOS RÍOS	829.779	830.771	831.765	832.760	833.756	834.753	835.752	836.751	837.752	838.754	839.757	840.761	841.767
MANABÍ	1.451.873	1.453.137	1.454.402	1.455.668	1.456.935	1.458.203	1.459.472	1.460.742	1.462.014	1.463.287	1.464.560	1.465.835	1.467.111
SANTA ELENA	334.276	334.946	335.618	336.291	336.965	337.641	338.318	338.996	339.676	340.357	341.039	341.723	342.408
MORONA SANTIAGO	161.948	162.310	162.673	163.036	163.401	163.766	164.132	164.499	164.866	165.235	165.604	165.974	166.345
NAPO	112.151	112.370	112.589	112.809	113.029	113.249	113.470	113.692	113.913	114.136	114.358	114.581	114.805
PASTAZA	91.699	91.919	92.139	92.360	92.582	92.804	93.026	93.249	93.473	93.697	93.922	94.147	94.373
ZAMORA CHINCHIPE	100.170	100.377	100.585	100.793	101.001	101.210	101.419	101.629	101.839	102.050	102.261	102.472	102.684
SUCUMBIOS	190.896	191.297	191.698	192.100	192.503	192.907	193.312	193.718	194.124	194.532	194.940	195.349	195.759
ORELLANA	143.421	143.639	143.857	144.076	144.295	144.514	144.733	144.953	145.174	145.394	145.615	145.836	146.058
GALÁPAGOS	27.284	27.343	27.402	27.461	27.521	27.580	27.640	27.699	27.759	27.819	27.879	27.940	28.000
ZONAS NO DELIMITADAS	35.348	35.414	35.481	35.548	35.614	35.681	35.748	35.815	35.883	35.950	36.018	36.085	36.153
<b>TOTAL</b>	<b>15.520.973</b>	<b>15.541.955</b>	<b>15.562.967</b>	<b>15.584.009</b>	<b>15.605.081</b>	<b>15.626.183</b>	<b>15.647.316</b>	<b>15.668.479</b>	<b>15.689.672</b>	<b>15.710.896</b>	<b>15.732.150</b>	<b>15.753.434</b>	<b>15.774.749</b>

**NOTAS:**

- 1.- Se tomó como base los datos publicados por el INEC en el link: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas>
- 2.- Mediante el uso de métodos matemáticos, se procedió a calcular la "Tasa de crecimiento mensual por provincias"
- 3.- Los datos de población a diciembre de 2013, resultado del cálculo de SUPERTEL, coinciden con las proyecciones del INEC, para diciembre del mismo año

Tabla 2.3 Estimación de la población mensual de Ecuador año 2013

Fuente: SUPERTEL, proyecciones 2013

### 2.1.2.2 Migración

Cuenca, Azogues y Macas son las ciudades con la mayor índice de hogares que han tenido o tienen un familiar en el exterior con respecto al total de hogares urbanos existentes en dichas localidades.

Según la investigación Andina sobre Migración Internacional y Remesas, en la ciudad de Cuenca el 15,2% de los hogares cuenta con experiencia migratoria, es decir, tiene miembros que residen o residieron en el exterior. En el caso de Macas y Azogues, los porcentajes son del 13,4% y el 12,8%, respectivamente.

Se conoce que el proceso migratorio continúa, con menos fuerza pero con muchas más novedades. Entre ellas está la diversificación de los destinos y el alto índice de retorno que se da solo a algunos países. (Hoy.com.ec, 2013)

Aunque ya se conoce que migración está disminuyendo, aún se encuentran familias con algún integrante en el exterior, esto se podría considerar una ventaja puesto que existe la entrada adicional de dinero para dicha familia, además de que en algunos casos dichos ingresos se utilizan para viajes de turismo.

### 2.1.3 Estudio político

Al realizar un análisis político, es necesario recordar que uno de los presidentes interinos duró sólo seis días. Algunos lograron completar sus períodos. Dos fueron derrocados con revueltas populares y uno por un golpe.

Después de ganar las últimas elecciones presidenciales de febrero, con una diferencia de 35 puntos frente a su principal opositor, el Econ. Rafael Correa se convirtió en el primer presidente en la historia de Ecuador que ha gobernado

por tres periodos consecutivos. La estabilidad política que trajo el actual mandatario representa un profundo contraste con las enormes divisiones sociales y económicas del pasado y la inestabilidad económica de décadas recientes.

Esto tiene sus raíces en la transición de Ecuador, que pasó de ser un país principalmente rural con una élite minoritaria de terratenientes, a uno donde los descubrimientos petroleros en los años 60 produjeron una dinámica diferente en la economía.

Muchos campesinos pobres emigraron a la Amazonía en el oriente del país para trabajar en los campos petrolíferos y las exportaciones del crudo rápidamente se convirtieron en la primera fuente de ingresos del País, lo que lo convirtió en el segundo exportador de crudo en Sudamérica.

La economía creció pero Ecuador siguió siendo uno de los países más pobres en América del Sur. Las élites de terratenientes permanecieron en el poder.

Las políticas de Rafael Correa han tenido algunos resultados. Las tasas de pobreza se redujeron significativamente, de 37% en 2007 a 27% en 2012, según estadísticas oficiales.

Pero los críticos indicaron que la estabilidad política llegó a un precio muy alto, porque algunos principios en la constitución no fueron respetados.

Los miembros de la oposición en ambos lados del espectro político indican que Correa ha concentrado el poder en sus propias manos, que ha llenado las cortes con sus aliados y ha reprimido a sus opositores políticos y a los medios de comunicación privados. (UCSG radio, 2013)

#### **2.1.4 Estudio cultural**

La cultura ecuatoriana es una mezcla de las influencias del conquistador español, con las tradiciones ancestrales de pueblos precolombinos. La población de Ecuador pertenece a muchas diferentes etnias, por tanto es muy diversa, por ejemplo se encuentran los Mestizos considerados uno de los grupos étnicos más grandes con el 65% de la población.

Aunque la mayor parte de la población, estuviera hace unas décadas del pasado, concentrada en la región de las altiplanicies Andinas, hoy están divididos en partes iguales entre la Sierra y Costa, un pequeño porcentaje vive en las islas Galápagos.

La religión predominante es la católica romana, pero existen otras creencias cristianas, mismas que últimamente han tenido una gran expansión.

Los indígenas (indios) ecuatorianos suelen fusionar el catolicismo con sus creencias tradicionales, pero muchas comunidades todavía conservan sus creencias y practicas antiguas de adoración a la tierra, montañas, y el sol.

La arquitectura religiosa Colonial de la provincia de Pichincha es predominantemente barroca, sus sólidas construcciones con fachadas construidas con rocas primorosamente talladas.

Las construcciones civiles tiende, por el contrario, a la sencillez y la elegancia, en este estilo predomina en los edificios principales, centro histórico y sus alrededores. (Slideshare.com, 2012)

#### **2.1.4.1 Nacionalidades del Ecuador**

En Ecuador existen diversos pueblos o nacionalidades, que mantienen las características esenciales de ella, por ejemplo su idioma, pero que tienen otros elementos que los diferencian.

Las Nacionalidades: Kichwa de la Amazonía, Awá, Chachi, Épera, Tsa'chila, Andoa, Huaorani, Siona, Cofán, Secoya, Shuar, Zápara y Achuar. Además de la diversidad de pueblos pertenecientes a la nacionalidad Kichwa: Otavalo, Natabuela, Karanki, Kayambi, Saraguro, Palta, Kañari, Kisapincha, Tomabela, Salasaca, Chibuleo, Waranka, Panzaleo, Puruhá, Manta, Huancavilcay Nación originaria Kitu Kara. (Slideshare.com, 2012)

#### **2.1.5 Estudio ambiental**

“En Ecuador se ha impulsado más lo que es el reciclaje de Plásticos, Papel ya que en este país solo se sabe de este tipo de reciclaje.

Para que Ecuador incrementara este tipo de reciclaje muchas organizaciones públicas y privadas encargadas de preservar el ambiente, han hecho muchas campañas en especial en las escuelas, colegios ya que se han dado cuenta que si se impulsa desde la educación básica es mucho más fácil que la sociedad de mañana ya crezca con la buena costumbre de reciclar

En el país hay lugares que compran papel, cartones, plásticos para procesarlos y esto es una cierta manera de impulsar el reciclaje, ya que de una manera este tipo de actividades nos impulsan a reciclar ,ya que dan una gratificación, aunque no es mucha, para las personas que viven de esta manera que se encargan de reciclar”. (El ambiente en Ecuador, 2008)

## **2.2 Micro ambiente**

Para el desarrollo del micro ambiente se toma en cuenta información de la provincia y ciudad donde se acatará el proyecto como es en este caso la provincia de Imbabura y la ciudad de Otavalo. También se desarrollará el análisis del mercado, con una investigación de campo realizada a una muestral de la población total, esta investigación consiste en una encuesta para turistas extranjeros y nacionales, la cual servirá para la toma de decisiones en lo posterior.

### **2.2.1 Antecedentes históricos de la provincia de Imbabura**

La Provincia de Imbabura es muy conocida también con el nombre de “La Provincia de los Lagos”; Históricamente la provincia toma el nombre gracias al volcán que se encuentra a pies de la capital, además el nombre de la provincia posee varias alternativas de creación como las antiguas lenguas y en las siguientes líneas se detalla las diversas formas de creación de su nombre y por el lenguaje que fue creado:

- **IMBAS:** que significa TIERRAS y BURAK que significa EL OCASO, es decir IMBASBURAK significa Tierras del ocaso o tierras de poniente
- Del kichua “IMBABURAK” que significa monte padre o del Caranqui “IMBAGUARBAK” que significa tierra de estepas doradas,
- Seudónimo español Imvas-Burras que a su vez provienen del catalán "camino de jinetes o camino de mulas" haciendo referencia a que era un punto estratégico entre el comercio y el transporte pre-colombino, pre-

hispánico, colonial y republicano. (Gobierno Provincial de Imbabura, 2012)

“La provincia fue creada el 25 de Junio de 1824, incluía los territorios actuales de la provincia del Carchi. En 1880 se concretaron los territorios actuales, la provincia fue poblada entorno a los años de 2.100 a.c por los pueblos Caranquis en el norte de Ibarra quienes aportaron buenas estructuras y una serie de leyendas los Otavalos que llegaron a Otavalo en torno a los años 150 a.c y los Natabuelas que llegaron a la zona cercana de Atuntaqui, construyeron una época de auge y riquezas, pero cuando los incas invadieron en torno a los años 1400, estos pueblos fueron desplazados y sucumbieron ante el dominio inca, paso poco y llegaron los tiempos dorados para cuando los españoles lograron ingresar al supuesto escondite del tesoro de Atahualpa en la actual ciudad de Ibarra, de allí se fundó la villa de San Miguel de Ibarra, por Cristóbal de Troya y por órdenes de quien le dio el nombre a la ciudad, con el permiso del rey Felipe II de España y con los honores de los duques y condes de la Grandeza de España, quienes le otorgaron a la ciudad su componente castizo y blanco actuales, Otavalo fue la siguiente ciudad en ser fundada y luego Cotacachi, San Miguel de Uruqui, Pimampiro y Atuntaqui respectivamente, a partir de ello las ciudades fueron siguiendo un entorno colonial hasta mediados de siglo XIX cuando llegó la revolución industrial al Ecuador, luego ha seguido proliferando una cultura muy castellanizada y tradicional, y hasta nuestros días siguen creciendo en grande”. (Ecuale.com, 2012)

## 2.2.2 Situación geográfica de la provincia

La provincia de Imbabura se sitúa en la sierra norte de Ecuador, limita al norte con el Carchi, al sur con Pichincha, al este con Sucumbíos y al oeste con Esmeraldas. Los límites del Cantón Ibarra son: al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al sur con la provincia de Pichincha. La provincia posee una extensión territorial de 4.353 km<sup>2</sup>. (Gobierno Provincial de Imbabura, 2012)

El río Chota marca el límite entre las provincias de Imbabura y del Carchi en su recorrido existe gran variedad de plantaciones especialmente de ovitos, los afluentes más importantes de este río son: el Salinas, el Salado y el Pisque.

Otros ríos destacables en la provincia son los que descienden de Dacha y forman el Ambí, que aumenta su caudal con el Tahundo y Blanco, para unirse con el Chota y forman el Mira, en el límite con la provincia del Carchi.

La provincia de Imbabura cuenta con 6 cantones: Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro, San Miguel de Ibarra.



Ilustración 2.1 Símbolos de Imbabura

Fuente: (Gobierno Provincial de Imbabura, 2013)



## 2.2.3 Atractivos turísticos de la provincia

### 2.2.3.1 Atractivos

<b>ATRACTIVO No. 1</b>	
<p><b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: LAGUNA SAN PABLO</b>  <b>CATEGORIA:</b> sitios naturales  <b>TIPO:</b> laguna</p>	
<p><b>UBICACIÓN:</b> Está ubicada a 4 km. de la ciudad de Otavalo.            Latitud: 0.216667    Longitud: -78.2  <b>PROVINCIA:</b> Imbabura  <b>CIUDAD Y/O CANTON:</b> Otavalo  <b>PARROQUIA:</b> San Pablo  <b>DIRECCIÓN:</b> Troncal de la Sierra E35 - al suroriente de la ciudad de Otavalo.</p>	
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b>            Es un hermoso ojo de agua custodiado por el volcán Imbabura y se encuentra a tan solo 5 minutos de Otavalo. Es el lago más grande de la provincia. Los indígenas salen a pescar temprano por la mañana en sus canoas de totora y también toman un baño y lavan su ropa a orillas del Lago durante el día.            El lago se encuentra en proceso de eutrofización por lo que es de color turbio con una temperatura de 11°C.            (Imbaburaturismo.gob.ec)</p>	 <p>Ilustración 2.2 Laguna San Pablo            Fuente: (Air Travel 2013)</p>
<p><b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>  <b>VIAS:</b> asfaltada - empedrada            Terrestre, troncal E35</p>	
<p><b>TEMPORALIDAD DE ACCESO:</b>  <b>DIAS DEL AÑO:</b> todo el año</p>	
<p><b>INFRAESTRUCTURA BASICA:</b>  <b>AGUA:</b> Potable  <b>ENERGIA ELECTRICA:</b> disponible  <b>DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b> Internacional</p>	

Tabla 2.4 Laguna San Pablo

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>ATRACTIVO No. 2</b>	
<p><b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: LAGUNA YAGUARCOCHA</b>  <b>CATEGORIA:</b> sitios naturales  <b>TIPO:</b> laguna</p>	
<p><b>UBICACIÓN:</b> Esta laguna se encuentra a cuatro kilómetros de Ibarra.  <b>Latitud: 0.366667    Longitud: -78.1167</b>  <b>PROVINCIA:</b> Imbabura  <b>CUIDAD Y/O CANTON:</b> Ibarra  <b>PARROQUIA:</b> La Dolorosa del Priorato  <b>DIRECCIÓN:</b> Troncal de la Sierra E35 – Avenida José Tobar</p>	
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b>  De origen glacial lleno de leyendas, ubicado a 3 km de Ibarra, donde puede usted llegar caminando o en bus, su significado en lengua aborigen es Lago de Sangre, porque aquí se llevó a cabo la batalla entre Incas y Caranquis.  Está rodeado por el autódromo internacional “José Tobar”, donde se desarrollan las competencias válidas nacionales e internacionales.  (Imbaburaturismo.gob.ec)</p>	 <p>Ilustración 2.3 Laguna Yahuarcocha  Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013)</p>
<p><b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>  <b>VIAS:</b> asfaltada - empedrada  Terrestre, troncal E35</p>	
<p><b>TEMPORALIDAD DE ACCESO:</b>  <b>DIAS DEL AÑO:</b> todo el año</p>	
<p><b>INFRAESTRUCTURA BASICA:</b>  <b>AGUA:</b> Potable  <b>ENERGIA ELECTRICA:</b> disponible  <b>DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b> Nacional</p>	

Tabla 2.5 Laguna San Pablo

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda


<b>ATRACTIVO No. 3</b>	
<p><b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: SAN ANTONIO DE IBARRA</b>  <b>CATEGORIA:</b> sitios culturales  <b>TIPO:</b> ciudad</p>	
<p><b>UBICACIÓN: Latitud: 0.3    Longitud: -78.1167</b>  San Antonio se encuentra ubicado a 6 Km. de Ibarra vía Panamericana  <b>Provincia:</b> Imbabura  <b>Parroquia:</b> La Esperanza  <b>CUIDAD Y/O CANTON:</b> Ibarra  <b>DIRECCIÓN:</b> Troncal de la Sierra E35 – Avenida Camilo Pompeyano Guzmán.</p>	
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b>  San Antonio tierra de artistas es una pequeña población totalmente dedicada al tallado de madera, esta actividad tiene su origen en el trabajo de hábiles artesanos que a fines del siglo XIX se dedicaban a tallar esculturas de imágenes religiosas. En el centro poblado, en cada casa, se vende informalmente; existe una galería de gran magnitud en la que exponen las artesanías de exportación.  (Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)</p>	 <p>Ilustración 2.4 San Antonio de Ibarra  Fuente: (Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)</p>
<p><b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>  <b>VIAS:</b> asfaltada  Terrestre, troncal E35</p>	
<p><b>TEMPORALIDAD DE ACCESO:</b>  <b>DIAS DEL AÑO:</b> todo el año</p>	
<p><b>INFRAESTRUCTURA BASICA:</b>  <b>AGUA:</b> Potable  <b>ENERGIA ELECTRICA:</b> disponible  <b>DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b> internacional</p>	

Tabla 2.6 San Antonio de Ibarra

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda


<b>ATRACTIVO No. 4</b>	
<p><b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: LAGUNA DE CUICOCHA</b>  <b>CATEGORIA:</b> sitios naturales  <b>TIPO:</b> laguna</p>	
<p><b>UBICACIÓN: Latitud: 0.3    Longitud: -78.3667</b>  <b>Provincia:</b> Imbabura,  <b>Cantón:</b> Cotacachi  <b>Parroquia:</b> Quiroga  <b>DIRECCIÓN:</b> Está ubicada dentro de la Reserva Cotacachi-Cayapas. Se encuentra ubicada a 14 Km. de Otavalo y 12 Km. al suroccidente de Cotacachi.</p>	
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b>  La particularidad de esta laguna es que en su centro están ubicados dos islotes que llevan los nombres de Teodoro Wolf y José María Yerovi, separados por el "Canal del ensueño". Estas islas son producto de pequeñas erupciones.  Es una maravillosa laguna situada al pie del volcán Cotacachi, considerada como laguna ecológica y mitológica, en medio de este lago sobresalen tres cúpulas de roca volcánica que conforman dos islotes cubiertos de vegetación separados por el "canal de los ensueños". (Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)</p>	 <p>Ilustración 2.5 Laguna de Cuicocha  Fuente: (Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)</p>
<p><b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>  <b>VIAS:</b> asfaltada - empedrada  Terrestre, troncal E35</p>	
<p><b>TEMPORALIDAD DE ACCESO:</b>  <b>DIAS DEL AÑO:</b> todo el año</p>	
<p><b>INFRAESTRUCTURA BASICA:</b>  <b>AGUA:</b> Potable  <b>ENERGIA ELECTRICA:</b> disponible  <b>DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b> Nacional</p>	

Tabla 2.7 Laguna Cuicocha

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>ATRACTIVO No. 5</b>	
<p><b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: CASCADA DE PEGUCHE</b>  <b>CATEGORIA:</b> sitios culturales  <b>TIPO:</b> Cascada</p>	
<p><b>UBICACIÓN:</b> Latitud: 0° 14' 30" N Longitud: 78°14' 30" W  <b>Provincia:</b> Imbabura  <b>Cantón:</b> Otavalo  <b>Parroquia:</b> Dr. Miguel Egas Cabezas (Peguche)  <b>DIRECCIÓN:</b> Se encuentra a 23 kilómetros desde Ibarra, a 10 minutos de la salida de la Panamericana Norte desde Otavalo y a 2 Km. de la parroquia de Peguche.</p>	
<p><b>DESCRIPCIÓN:</b>  La cascada de Peguche es un espacio recreativo constituido por el bosque protector del mismo nombre, con una extensión de 40 ha.  Su administración y manejo está bajo la responsabilidad de la comunidad Fakcha Llacta (Pueblo de la Cascada), quienes en forma participativa y organizada conservan este importante patrimonio natural.  Este bosque protector es el lugar ideal para disfrutar de la naturaleza y el paisaje junto a su familia y amigos.  Fuente:(Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)</p>	 <p>Ilustración 2.6 Cascada Peguche  Fuente:(Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)</p>
<p><b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>  <b>VIAS:</b> asfaltada – empedrada</p>	
<p><b>TEMPORALIDAD DE ACCESO:</b>  <b>DIAS DEL AÑO:</b> todo el año</p>	
<p><b>INFRAESTRUCTURA BASICA:</b>  <b>AGUA:</b> Potable  <b>ENERGIA ELECTRICA:</b> disponible  <b>DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b> Nacional</p>	

Tabla 2.8 Cascada Peguche

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>ATRACTIVO No.6</b>	
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: VALLE DEL CHOTA</b> <b>CATEGORIA:</b> sitios culturales <b>TIPO:</b> Comunidad	
<b>UBICACIÓN:</b> Latitud: 0.483333      Longitud: -78.1 <b>Provincia:</b> Imbabura, <b>Cantón:</b> Ibarra <b>Parroquia:</b> Ibarra <b>DIRECCIÓN:</b> Troncal de la Sierra E35 Se ubica en el límite entre Carchi e Imbabura, a 35 Km. de Ibarra y 89 Km. de Tulcán, se accede fácilmente al valle por la Panamericana Norte.	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> Es un valle de clima cálido y paisajes desérticos que contrastan con el resto de la provincia. Está ubicado en la parte norte de la provincia al límite con la provincia del Carchi, en medio de la sierra andina y caracterizada por tener una población aproximada de 2.000 habitantes de origen africano y por ser cuna de muchos jugadores de la Selección nacional de fútbol de Ecuador. Fuente:(Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)	 <p>Ilustración 2.7 Valle del Chota</p> <p>Fuente:(Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)</p>
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b> <b>VIAS:</b> asfaltada - empedrada Terrestre, troncal E35	
<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO:</b> <b>DIAS DEL AÑO:</b> todo el año	
<b>INFRAESTRUCTURA BASICA:</b> <b>AGUA:</b> Potable <b>ENERGIA ELECTRICA:</b> disponible <b>DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b> Internacional	

Tabla 2.9 Valle del Chota

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>ATRACTIVO No.7</b>	
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: INTI RAYMI</b> <b>CATEGORIA:</b> manifestaciones culturales	
<b>FECHA: 21 Junio</b> <b>Provincia:</b> Imbabura <b>Cantón:</b> Ibarra <b>Parroquia:</b> Otavalo , Cotacachi	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> <p>El Inti Raymi se originó cuando los indígenas de los Andes tomaron conciencia de los beneficios recibidos de los diferentes astros como; el sol, la luna, las estrellas y de los otros elementos de la madre naturaleza - Pacha Mama- como: Los montes, las vertientes, las cascadas, ríos, Lagos y de la misma madre tierra -allpa mama- buscando un lenguaje de relación y de comunicación (culto y adoración a las wakas. A partir del día 22 de junio, de cada año, a la media noche, para dar inicio a las fiestas del Inti Raymi (San Juan), obteniendo una convivencia armoniosa y trascendental durante todo el año siguiente.</p>	 <p>Ilustración 2.8 INTI RAYMI</p> <p>Fuente:(Imbaburaturismo.gov.ec, 2009)</p>
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b> Terrestre, troncal E35	
<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO:</b> <b>DIAS DEL AÑO:</b> Junio	
<b>INFRAESTRUCTURA BASICA:</b> <b>AGUA:</b> Potable <b>ENERGIA ELECTRICA:</b> disponible <b>DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b> Nacional	

Tabla 2.10 INTI RAYMI

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>ATRACTIVO No. 8</b>	
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO: YAMOR</b> <b>CATEGORIA:</b> manifestación cultural	
<b>Fecha:</b> mes de septiembre <b>Provincia:</b> Imbabura <b>Lugares de festejo:</b> Quichinche, San Juan, Cotama, La Bolsa, Peguche, Pucará Alto y Pucará Bajo.	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> El ritual que ofrendaba el pueblo aborigen al Dios Sol por la cosecha del maíz, históricamente se vio fusionado con la celebración de un hecho religioso, con la fecha onomástica de la Virgen de Monserrate, cuyo festejo se centraba en un pequeño pero hermoso barrio otavaleño que lleva el nombre de la santa Aquí en Otavalo, leyenda y festividad se aúnan para conformar un rito espectacular, pleno de colorido musical y luminarias de emoción, llamado Yamor. Yamor vertiente de nuestro pasado. Fuente:(Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)	 <p>Ilustración 2.9 YAMOR</p> <p>Fuente:(Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)</p>
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b> <b>VIAS:</b> asfaltada - empedrada Terrestre, troncal E35	
<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO:</b> <b>DIAS DEL AÑO:</b> mes de septiembre	
<b>INFRAESTRUCTURA BASICA:</b> <b>AGUA:</b> Potable <b>ENERGIA ELECTRICA:</b> disponible <b>DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b> Nacional	

Tabla 2.11 YAMOR

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda




<b>ATRACTIVO No. 8</b>	
<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO:</b> CARNAVAL DE COANGUE <b>CATEGORIA:</b> manifestación cultural	
<b>Fecha:</b> Feriado de carnaval <b>Provincia:</b> Imbabura <b>Parroquia:</b> Valle del chota	
<b>DESCRIPCIÓN:</b> es uno de los principales atractivos para el feriado de carnaval al norte del país difunde la riqueza cultural del pueblo negro, a través de la danza, música bomba (ritmo de la zona), bandas mochas, poesía oral, artesanías, gastronomía y cosmovisión de la región Pregón carnavalero, rafting, regatas, camisetas mojadas, clavados desde el puente hacia el río, fútbol, concursos, bailes, y exquisita gastronomía son las atracciones en este lugar Fuente:(Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)	 <p>Ilustración 2.10 Carnaval de Coangue Fuente:(Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)</p>
<b>INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b> <b>VIAS:</b> asfaltada - empedrada Terrestre, troncal E35	
<b>TEMPORALIDAD DE ACCESO:</b> <b>DIAS DEL AÑO:</b> Feriado de carnaval	
<b>INFRAESTRUCTURA BASICA:</b> <b>AGUA:</b> Potable <b>ENERGIA ELECTRICA:</b> disponible <b>DIFUSION DEL ATRACTIVO:</b> Nacional	

Tabla 2.12 Carnaval de Coangue

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 2.2.3.1.1 Vestimenta típica

Los indígenas de Otavalo y sus alrededores se diferencian de las demás comunidades similares del Ecuador en su vestimenta.



Ilustración 2.11 Traje típico de la mujer

Fuente: (Sharon, 2010)

“El traje de la mujer consta de una larga camisa de lienzo blanco, adornada con bordados de motivos florales multicolores hechos a mano a la altura del pecho, la espalda y las hombreras, con anchos encajes en el escote y en las mangas, dos anacos de paño, uno blanco y otro azul marino o negro, son piezas de tela rectangular a modo de falda que la sujetan con una faja o chumbi como se le denomina en quichua. Se lleva envuelta a la cintura sobre otra más ancha, de color rojo, llamada mama chumbi, las dos sostienen el anaco. Las fajas miden entre 2.70 y 3.30 m. de largo; el ancho va entre 3,5 a 4.5 cm. Las más anchas son las que llevan un motivo decorativo adicional, a modo de greca lateral. Se complementa el atuendo femenino con una serie de gualcas (collares dorados), manillas (pulseras de coral o de material plástico), anillos y aretes donde resaltan piedras de colores, fachalina (capa) que se lleva anudada sobre los hombros, un rebozo de paño de colores fucsia o turquesa, cintas que usan las mujeres indígenas para envolver su cabello como si estuviera trenzado o negras”. (Sharon, 2010)



Ilustración 2.12 Traje típico de hombre  
Fuente: (Sharon, 2010)

La indumentaria del hombre indígena es muy sencilla consiste en un sombrero de paño por el que sobresale su largo cabello en una magnífica trenza como rasgo de identidad, el mismo que constituye el más elegante complemento de la indumentaria del indio, del mestizo, así en el parque, como en el campo. El pantalón de color blanco es corto a la altura de los tobillos, la camisa es sencilla también de color blanco aunque puede variar, llevan un poncho de lana típico en los indígenas que le sirve para protegerse del frío y del calor preferentemente de color azul y su calzado son las alpargatas de color blanco. (Sharon, 2010)

#### **2.2.4 Otavalo**

San Luis de Otavalo o simplemente Otavalo, es una ciudad de la provincia de Imbabura, en Ecuador; situada a 110 kilómetros al norte de la ciudad de Quito.

Otavaló ha sido declarada como "Capital Intercultural de Ecuador" por ser una ciudad con enorme potencial en varios aspectos, poseedor de un encanto paisajístico, riqueza cultural, historia y desarrollo comercial. Este valle andino es hogar de la etnia indígena kichwa de los Otavalos, famosos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica. La Plaza de Ponchos o Plaza Centenerio, colorido mercado artesanal más grande de Sudamérica, es un sitio de confluencia a donde personas de todas partes del mundo llegan para admirar la diversidad y habilidad artesanal y comercial. (Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)

#### **2.2.4.1 Situación geográfica de Otavaló**

Ubicada en la zona norte de Ecuador, al sur de la Provincia de Imbabura. Se ubica a 95 km al noreste de Quito y 20 km al sur de Ibarra.

Su clima es mediterráneo-templado seco o sub-andino de valles. Su temperatura oscila entre 12° y los 25° Celsius, a 4 kilómetros al sureste se encuentra el laguna "San Pablo" y a 8 km. al noreste está el volcán Imbabura. (Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)

#### **2.2.4.2 Atractivos turísticos de Otavaló**

Otavaló es una zona turística muy visitada por personas de todo el mundo y de esta manera dan a conocer sus artesanías que llaman mucho la atención de quienes la visita, de igual forma prevalece la raza étnica que ellos la constituyeron y se esfuerzan para que prevalezca tanto en la ciudad como en el extranjero.

Entre los atractivos turísticos se destacan:

- Iglesia Matriz de Otavalo
- Las iglesias de San Luis, San Francisco y El Jordán son las más antiguas y las más visitadas debido a su arquitectura, su riqueza escultórica y su ubicación en el sector céntrico de la ciudad, a más de ser consideradas como verdaderos iconos del sincretismo religioso y cultural. Pero también las nueve parroquias rurales poseen edificaciones similares como son las de San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael de la Laguna, Eugenio Espejo, San José de Quichinche, San Juan de Ilumán, Selva Alegre, Miguel Egas y San Pedro de Pataquí. En cuanto a exposiciones arqueológicas y etnográficas, Otavalo tiene tres lugares para visitar, dos de ellos permanentes como el museo etnográfico y artesanal "El Obraje", el museo del "Instituto Otavaleño de Antropología" que además posee una importante colección bibliográfica fruto de importantes e interesantes investigaciones realizadas por sus miembros y otros profesionales.
- Plaza de los Ponchos: Mercado Centenario o "Plaza de Ponchos" aquí se concentran miles de artesanos y comerciantes que salen todos los días de la semana a exponer sus artesanías especialmente los días sábados cuando la feria se extiende a las calles cercanas debido a su magnitud e importancia.

En este lugar encontrara pinturas de Tigua, tapices de los Salasacas, tallados de San Antonio de Ibarra, artículos de cuero de Cotacachi,

artesanías de los Saraguros, de los kichwa del oriente; con esto Otavalo se convierte en centro cultural.

También se pueden encontrar artesanías tradicionales donde su diseño, materia prima y calidad han cambiado pero siguen reflejando el trabajo de la gente otavaleña.



Ilustración 2.13 Plaza de ponchos

Fuente: (Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)

- La Cascada de Peguche: Un maravilloso sendero a través del bosque de eucaliptos cerca de la comunidad permite a los visitantes llegar a la cascada de Peguche. La comunidad ha trabajado intensamente para crear un camino atractivo e informativo para llegar a la cascada sagrada.

Este sitio es considerado como un centro ceremonial indígena, ya que aquí se realizan baños de purificación para dar inicio a las fiestas del Inti Raymi o fiesta del Sol y las cosechas.



Ilustración 2.14 Cascada de Peguche

Fuente: (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2013)

- El Laguna San Pablo: La laguna más grande de la provincia. Los indígenas salen a pescar temprano por la mañana en sus canoas, y también toman un baño y lavan su ropa durante el día en sus aguas.
- Parque Acuático: En Araque una de las obras más esperadas es el parque acuático. Los lugareños aseguran que los fines de semana llegan al menos 100 personas. El número de turistas aumenta en feriados. Los moradores del sector no ven la hora de contar con este atractivo listo. Están seguros que se beneficiarán. Tienen la esperanza de fomentar el turismo en esta localidad. Al momento ya existe una red de mujeres que todos los domingos comercializa alimentos en el parque acuático. En especial las tilapias.
- Parque del Cóndor: En un lugar mágico, a la cumbre de Curiloma, con uno de los paisajes más imponentes de los Andes ecuatorianos, se encuentra este refugio de fauna y flora y el parque educativo, que es el hábitat del majestuoso cóndor de los Andes (*Vultur gryphus*) y de otros buitres. Uno de los objetivos del parque es “Contribuir a la protección,

rescate, rehabilitación y posible reintroducción del Cóndor Andino, búhos y aves rapaces a su hábitat e incentivar su investigación científica”.

Ninguna de las aves que llegan al parque ha sido tomada directamente de la naturaleza, son rescatadas de ambientes inadecuados donadas o llegan por medio del Ministerio del Ambiente.



Ilustración 2.15 Parque del Cóndor  
Fuente: (Imbaburaturismo.gob.ec, 2009)

### **2.2.5 Clientes**

Antes de determinar los clientes para la Hostería, se debe conocer el mercado, que dentro de su clasificación se ha determinado que la empresa se encontrará en un mercado de libre competencia, definido como:

"El mercado de libre competencia está basado en la libertad de decisión de los que participan en el mercado, en un contexto en el que las reglas de juego son claras para todos y se cumplen efectivamente. La libre competencia se basa fundamentalmente en la libertad de elección tanto para el consumidor, como para el productor." (Millet, s/f, pág. 32)

El principal beneficio buscado por el cliente del turismo ecológico es el relajamiento, diversión, descanso y conocimiento de la cultura, fauna y



otras en contacto con la naturaleza. Los demandantes son residentes de áreas urbanas, quienes han perdido contacto con la naturaleza

Generalmente las personas que visitan los espacios ecológicos buscan algo natural, como un cambio de ambiente, un tipo de vida diferente, un acercamiento a la naturaleza y un alejamiento de la rutina o vida cotidiana.

Dentro del perfil de este tipo de turista, se mencionan las siguientes características:

- “Edad entre 25-55 años (65% del total de clientes son menores de 35 años).
- Acude en pareja, en familia o con un grupo de amigos.
- Nivel cultural medio o medio /alto (41% son titulados y un 10% son empresarios).
- Nivel económico medio o medio /alto.
- Conoce estos establecimientos. en muchas ocasiones, por el boca a boca que funciona muy bien en este sector.
- Escaso gasto en actividades complementarias, por falta de oferta o por desconocimiento de las existentes.
- Cliente con alto grado de fidelidad.
- Elige el lugar basándose en los siguientes aspectos, por este orden:
  - Comodidad del alojamiento
  - La estética del lugar y la decoración

- El trato familiar o la atención recibida
- La cocina o alimentación
- Posibilidad de realizar actividades deportivas
- El entorno arquitectónico y natural” (Estoemarketing.com, 2012)
- 

### **2.2.6 Competencia**

La empresa no puede ignorar a su competencia, esto ayudará a fortalecer su estructura y lograr que se esfuerce en mejorar sus servicios y brindar calidad, es decir, a más de la satisfacción de las necesidades de los clientes, brindar productos y/o servicios con “cero” errores y superar las expectativas de los mismos.

Dentro de la competencia en el turismo ecológico se ha determinado que existen establecimientos que ofertan los servicios de una Hostería Ecológica como: alojamientos, transporte, alimentación y recreación (observación y recorridos en ambientes naturales, cabalgatas, ciclismo, entre otros).

Entre los principales establecimientos considerados como competencia, se encuentran:

#### **Competencia directa**

En el siguiente cuadro se detalla la competencia directa de la hostería la cual se la analizado por tener las mismas características del negocio.

<b>COMPETENCIA DIRECTA</b>						
<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCION</b>			<b>ACT. TURISTICA</b>	<b>CATEGORIA</b>	
<b>ROSE COTTAGE</b>	BARRIO MOJANDITA S/N			CABAÑA	TERCERA	
<b>TÍO PEGUCHE</b>	ENTRADA PRINCIPAL A PEGUCHE			HOSTERIA	TERCERA	
<b>CASA DE LA HACIENDA</b>	PANAMERICANA NORTE Km. 3			HOSTERIA	SEGUNDA	
<b>CASA MOJANDA</b>	MOJANDITA DE CURUBÍ			HOSTERIA	PRIMERA	
<b>LAS PALMERAS DE QUICHINCHE</b>	QUICHINCHE (SECTOR ANDA VIEJO)			HOSTERIA	SEGUNDA	
<b>LA LUNA DE MOJANDA</b>	COMUNIDAD	UCSHLOMA	SECTOR	HOSTERIA	SEGUNDA	
	CHITALOMA					
<b>CASA MOJANDA</b>	VÍA A MOJANDA			HOSTERIA	PRIMERA	
<b>EL ROMERAL ASINDA WASI</b>	PARROQUIA	QUICHINCHE	Sector	HOSTERIA	SEGUNDA	
	Andaviejo					
<b>ALI SHUNGU</b>	COMUNIDAD	YAMBIRO	A 1KM DE VÍA	HOSTERIA	PRIMERA	
<b>MOUNTAINTOP LODGE</b>	PRINCIPAL					
<b>HACIENDA PINSAQUÍ</b>	PANAMERICANA NORTE KM. 06			HOSTERIA	PRIMERA	
<b>CUSÍN</b>	CALLE CHIRIBOGA S/N - SAN PABLO DEL LAGO			HOSTERIA	PRIMERA	
<b>PUERTO LAGO</b>	PANAM. SUR KM 5-1/2			HOSTERIA	PRIMERA	
<b>CABAÑAS DEL LAGO</b>	ORILLAS DEL LAGO SAN PABLO			HOSTERIA	PRIMERA	

Tabla 2.13 Competencia directa

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### Competencia indirecta

Se encuentra analizada por ser establecimientos de alojamiento pero con diferente tipo de mercado y servicio, el cual a pesar de no tener las mismas características sigue siendo competencia para la empresa.

<b>COMPETENCIA INDIRECTA</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCION</b>	<b>ACT. TURISTICA</b>	<b>CATEGORIA</b>
<b>INDIO EL</b>	SUCRE 12-14 Y SALINAS	HOSTAL	SEGUNDA
<b>EL RINCÓN DE BELEN</b>	ROCA S/N Y JUAN MONTALVO	HOSTAL	SEGUNDA
<b>CORAZA EL</b>	ABDÓN CALDERÓN Y SUCRE	HOTEL	SEGUNDA
<b>OTAVALO</b>	ROCA 5-04 Y GARCÍA MORENO	HOTEL	SEGUNDA
<b>CHASQUI</b>	PIEDRAHITA 1-41 Y GUAYAQUIL	HOSTAL	TERCERA
<b>CURIÑÁN</b>	CURIÑÁN S/N Y SAWARÑÁN	HOSTAL	SEGUNDA
<b>ALIMICUY # 2</b>	AV. PAZ PONCE DE LEÓN S/N	HOSTAL	SEGUNDA
<b>MASHY'S</b>	NEPTALÍ ORDÓÑEZ 1-77 Y ROCA	HOSTAL	SEGUNDA
<b>INDIO INN EL</b>	SIMÓN BOLÍVAR 9-04 Y ABDÓN CALDERÓN	HOTEL	PRIMERA
<b>POSADA DEL QUINDE LA</b>	AV. QUITO S/N Y MIGUEL EGAS	HOSTAL	SEGUNDA
<b>ROSA PLAZA LA</b>	ROCA S/N Y QUIROGA	HOSTAL	PRIMERA
<b>INTERNACIONAL</b>	MANUEL QUIROGA S/N Y SUCRE	HOSTAL	TERCERA
<b>OTAVALO</b>	ROCA 504 Y JUAN MONTALVO	HOTEL	SEGUNDA
<b>CASA SOL LA</b>	BOSQUE PROTECTOR CASCADA DE PEGUCHE	HOSTAL	PRIMERA
<b>MAGIA Y AROMA</b>	ENTRADA PRINCIPAL A PEGUCHE	HOSTAL	SEGUNDA

Tabla 2.14 Competencia indirecta

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 2.2.7 Proveedores

Para la satisfacción de los clientes y cuidado de los espacios y las especies de flora y fauna existentes en los terrenos y alrededores de la Hostería, se adquirirá los productos de proveedores con experiencia en el mercado.

A continuación se detallan los posibles proveedores:

EMPRESA PROVEEDORA	PRODUCTO	UBICACIÓN
Alaska S.A.	Elementos de jardinería	Quito
Agripac S.A	Semillas, nutrición animal	Quito
Almacenes Montero	Cubertería	Quito
Almacenes Pica	Plásticos	Otavaló
Ainsa S.A.	Maquinaria y equipos	Quito
Ferrisariato	Herramientas de uso agropecuario	Imbabura
Almacenes Cotopaxi	Implementos deportivo	Imbabura
XPC Mayoristas en Equipos de Informática	Equipos de computación	Guayaquil

Tabla 2.15 Proveedores

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

## 2.3 Estudio de mercado

### 2.3.1 Objetivo general

Obtener información actualizada de la demanda del mercado del turismo ecológico en Otavaló, mediante la aplicación de métodos de investigación con el fin de conocer y determinar la viabilidad de ejecución del proyecto.

### **2.3.2 Objetivos específicos**

- Definir el segmento de mercado a quienes se dirigirá los servicios que ofertará la Hostería Ecológica.
- Determinar la población y muestra a ser investigada, mediante la aplicación de métodos para cálculos de la misma.
- Diseñar un modelo de encuesta que ofrezca información pertinente de la demanda y oferta de servicios relacionados con la Hostería.
- Tabular, analizar y evaluar la información conseguida con la encuesta para la realización del proyecto.
- Determinar la oferta y demanda y realizar las proyecciones de mercado respectivas en base a los resultados obtenidos con anterioridad.

### **2.3.3 Tipo de estudio**

Existen diferentes tipos de investigaciones, para el presente caso se hará mención a los que se ajustan al tema de investigación.

- **Estudio exploratorio**

Este estudio tiene el objeto de examinar un tema o problema y obtener un conocimiento más amplio del mismo, en el presente caso este tipo de estudio ayudará a determinar la situación real de mercado relacionado con el turismo ecológico.

- **Estudio descriptivo**

Este tipo de estudio va de la mano con el mencionado anteriormente ya que mediante se avanza en el desarrollo de la investigación el objetivo es ir describiendo todos los aspectos importantes que se van encontrado e ir ajustando al tema específico del que se hace mención en el presente caso.

### 2.3.4 Población y muestra

“La población es considerada la totalidad de elementos o individuos que poseen ciertas características similares y sobre las cuáles se desea hacer referencia; para el presente caso se tomará en cuenta a los turistas extranjeros que ingresaron a la provincia de Imbabura y que gustan del ecoturismo y los desplazamientos de turistas nacionales con las mismas características, datos que se obtuvieron del barómetro turístico del 2012.

	<b>Ingresos anuales</b>	<b>Imbabura</b>	<b>Ecoturismo</b>	<b>Total</b>
<b>Turistas Extranjeros</b>	1.271.801	12,30%	21%	32.851
<b>Turistas Nacionales</b>	11.300.000	5%	10%	56.500
				<b>89.351</b>

Tabla 2.16 Población total

Fuente: Barómetro turístico de Ecuador 2012; <http://optur.org/estadisticas-turismo.html>

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

## Muestra

### Pasos para seleccionar la muestra

- Definir la población
- Identificar el marco muestral
- Determinar el tamaño de la muestra
- Seleccionar un procedimiento de muestreo
- Seleccionar la muestra.

### Tipo de muestreo - aleatorio simple

Dentro de la elección de personas encuestadas seleccionamos aleatoriamente, pues se realiza la investigación de campo en feriados y fines de semana donde el turismo es más concurrido.

### Marco muestral

Se escoge la plaza de los ponchos y terminal terrestre de la ciudad de Otavalo, para realizar las encuestas ya que son lugares muy concurridos los días sábados, domingos y fines de semana.

### Fórmula de la muestra

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

### Dónde:

N: es el tamaño de la población o universo

z: El nivel de confianza: 1.96

e: Es el error muestral deseado: 0.05



p: es la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio (0,50)

q: es la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es 1-p. (0,50)

n: es el tamaño de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 89.351}{(0.05^2 * (89.351 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 383$$

Para el presente proyecto se deberán aplicar 383 encuestados entre turistas nacionales y extranjeros.

### **2.3.5 Técnica de recolección de datos**

Entre las principales técnicas para la recolección de datos se tiene las siguientes:

#### **Técnicas de observación**

Este tipo de técnica en la actualidad se utiliza con mayor frecuencia ya que es una forma de obtener información directa y confiable.

#### **Modelo de encuesta**

Las encuestas tienen la finalidad de realizar un cuestionario el mismo que se aplicará a las personas que puedan proporcionar información útil para el tema que se esté investigando, sin embargo ha perdido confiabilidad por el sesgo de personas encuestadas.(Ver modelo en anexo 2 y 3).

### 2.3.6 Tabulación de datos

1. SU VISITA A LA CUIDAD DE OTAVALO ES CON EL OBJETIVO DE REALIZAR:

OPCIÓN	TOTAL	%
Turismo cultural	87	23%
Turismo comunitario	80	21%
Actividades de relajación	101	26%
Visita atractivos naturales	115	30%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.17 Objetivo de la visita a Otavalo

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 1

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



Gráfico 2.5 Objetivo de la visita a Otavalo

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 1

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### Análisis

Según datos de la investigación de campo vemos que la mayoría de turistas prefiere visitar atractivos naturales, lo que es conveniente para la hostería ya que como su nombre lo indica estará rodeado de naturaleza, lo que agrada al cliente para su estadía y relajación.

## 2. EL TIEMPO DE SU ESTANCIA EN ESTA CIUDAD SERÁ:

OPCIÓN	TOTAL	%
1 Día	101	26%
2 a 5 Días	163	43%
5 a 10 Días	76	20%
Más de 10 Días	43	11%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.18 Tiempo de estancia

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 2

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



Gráfico 2.6 Tiempo de estancia

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 2

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### Análisis

De 393 personas encuestadas, 163 personas mencionan que el tiempo promedio de estancia en la ciudad de Otavalo es de 2 a 5 días, lo cual se muestra como un beneficio para las ventas ya que la hostería tendrá un nivel de ocupación más prolongado.

### 3. ¿SU PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO ES?

OPCIÓN	TOTAL	%
Hostería	139	36%
Hotel	89	23%
Hostal	96	25%
Residencia	59	15%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.19 Preferencia en alojamiento

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 3

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



Gráfico 2.7 Preferencia en alojamiento

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 3

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

#### Análisis

Del total de encuestados, la mayoría prefiere que su alojamiento sea en una hostería, por las características y servicios que estas ofrecen lo cual es una ventaja para el proyecto y una mínima cantidad optaría por un hotel ya que creen que los servicios son más cómodos y se encuentran en su mayoría en las urbes de la ciudad.

4. ¿ESTARÍA USTED DE ACUERDO CON UNA HOSTERÍA ECOLÓGICA EN OTAVALO?

OPCIÓN	TOTAL	%
SI	274	72%
NO	109	28%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.20 Aceptación del servicio

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 4

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



Gráfico 2.8 Aceptación del servicio

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 4

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### Análisis

De todos los encuestados, casi tres cuartos de encuestados estaría de acuerdo con la creación de una nueva hostería que brinde servicios de calidad y que ponga especial cuidado en el ambiente, además que es útil para cubrir la demanda de turistas; mientras que el un una cantidad mínima cree que ya no es necesario la apertura de un nuevo establecimiento.

## 5. CUANDO VIAJA SUELE HACERLO:

OPCIÓN	TOTAL	%
<b>Solo</b>	57	15%
<b>Familia ( 3 - 5 pax)</b>	118	31%
<b>Amigos (más de 5 pax)</b>	117	31%
<b>Pareja</b>	91	24%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.21 Personas con las que viaja

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros,  
Pregunta 5

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



Gráfico 2.9 Personas con las que viaja

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 5

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

## Análisis

De un 100% de encuetados 31% contesto que iría con su familia y el otro 31% con sus amigos es decir que cada cliente llevaría de 3 a 5 personas más que pertenecerán a su grupo de visitantes de la zona, por lo que es conveniente ya que la ocupación de la hostería será mayor.

## 6. ¿QUÉ SERVICIOS LE GUSTARÍA QUE OFREZCA LA HOSTERÍA?

OPCIÓN	TOTAL	%
Restaurant	60	16%
SPA	25	7%
Venta de artesanías	32	8%
Piscina	51	13%
Tours por los alrededores	74	19%
Cabalgatas	119	31%
Transporte	22	6%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.22 Servicios de la hostería

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 6

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

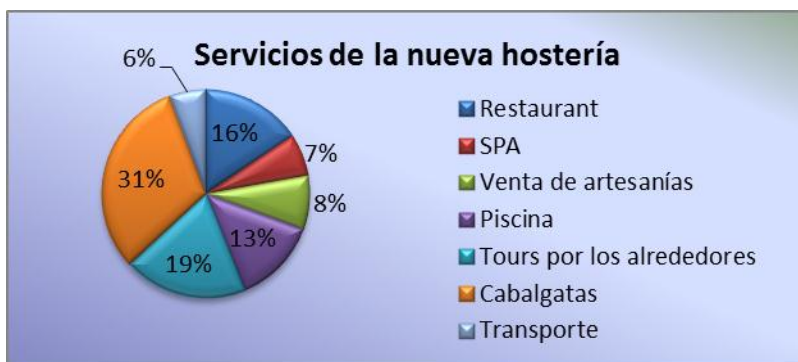


Gráfico 2.10 Servicios de la hostería

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 6

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### Análisis

Con la investigación de campo hemos podido analizar que los turistas ven atractivo tener dentro de la hostería a parte del alojamiento, cabalgata, restaurant, tours, piscina y venta de artesanías lo que nos da una idea para la implementación de servicios orientado al cliente.

7. DE LOS SIGUIENTES RANGOS DE PRECIOS EN DÓLARES ¿CUÁL ESCOGERÍA PARA SU SERVICIO DE HOSPEDAJE EN UNA HOSTERÍA?

OPCIÓN	TOTAL	%
De \$20 a \$34	91	24%
De \$35 a \$49	109	28%
De \$50 a \$64	73	19%
De \$64 a \$100	56	15%
Más de \$100	54	14%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.23 Precios de la hostería

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 7

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



Gráfico 2.11 Precios de la hostería

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 7

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### Análisis

Del total de las encuestas las personas han escogido como precio preferencial un rango de \$35 a \$49 dólares lo cual dará un pauta el momento de verificar costos y definir un precio para los servicios de la hostería.



## 8. EL SERVICIO DE LA HOSTERÍA LE GUSTARÍA PODER RESERVARLO

EN FORMA:

OPCIÓN	TOTAL	%
Directa con la hostería	124	32%
A través de agencia de viajes	80	21%
Por medio de internet	179	47%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.24 Formas de reserva

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 8

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

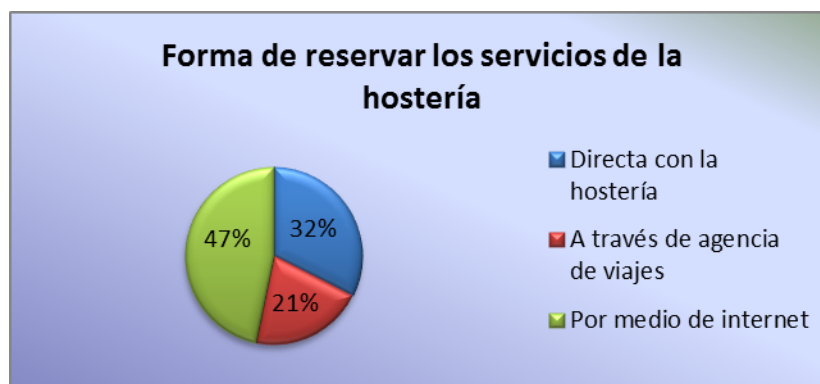


Gráfico 2.12 Formas de reserva

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 8

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

## Análisis

Los turistas muestran en la investigación de campo que una forma atractiva contratar nuestros servicios sería por internet y además directamente con la hostería lo que favorece al momento de ventas ya que el gasto de promoción se reducirá y será más cómodo para el cliente.

9. ¿LE GUSTARÍA CONOCER DE LA HOSTERÍA Y SERVICIOS A TRAVÉS DE?

OPCIÓN	TOTAL	%
Trípticos	30	8%
Redes sociales	38	10%
Página web	105	27%
E - mail	17	4%
Radio y televisión	26	7%
Revistas	44	11%
Prensa escrita	26	7%
Vallas publicitarias	97	25%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.25 Medios publicitarios

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 9

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



Gráfico 2.13 Medios publicitarios

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 9

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### Análisis

La publicidad de la Hostería apunta a páginas web y vallas publicitaria lo que es una gran ventaja ya que el internet es manejable desde cualquier lugar, evitando así costos de movilización.

10. DE LOS SIGUIENTES ESTABLECIMIENTOS MARQUE, EL QUE VISITA O CONOCE:

OPCIÓN	TOTAL	%
Hostería Hacienda Pinsaqui	49	13%
Hacienda Cusin	51	13%
Hostería Rose Cottage	59	15%
La casa del nogal	45	12%
Casa Sol Andean Lodge	57	15%
Otros establecimientos	122	32%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Tabla 2.26 Oferta de servicios

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 10

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

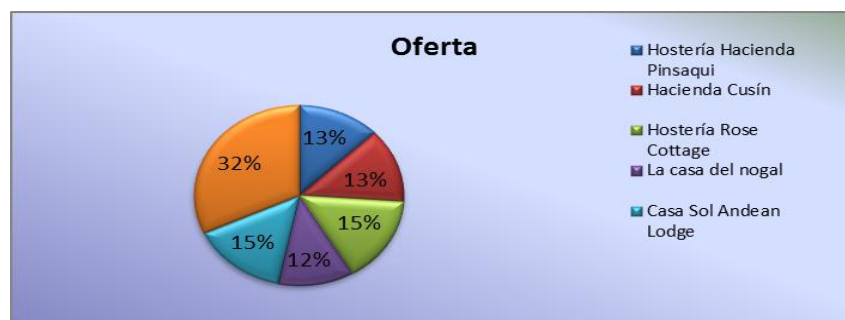


Gráfico 2.14 Oferta de servicios

Fuente: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 10

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

## Análisis

Dentro del análisis de la competencia los turistas mencionan haber visitado establecimientos distintos al listado lo que es una ventaja ya que no se tiene una competencia fuerte con establecimientos conocidos y por lo que es apto para introducir un nuevo lugar de alojamiento al mercado.

## 2.4 Análisis de mercado

### 2.4.1 Estimación de la demanda

La demanda está calculada por la población total de turistas que ingresan a Imbabura, la cual se es el 72% de posibles clientes, este porcentaje fue obtenido de la pregunta 4 de la encuesta; además se obtiene la demanda actual, de 321.663 personas por la razón de que según la investigación de campo en la pregunta 5 que cada posible cliente viaja con un grupo de 5 persona.

<b>Años</b>	<b>Total Población</b>	<b>Posibles Clientes 72%</b>	<b>Demanda actual X 5</b>
<b>Año 1</b>	89.351	64.332	321.663

Tabla 2.27 Demanda actual

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

A continuación se mostrará en la siguiente tabla la proyección de la demanda, para lo cual se tomó en cuenta el crecimiento turístico correspondiente al año 2012, el cual fue del 12%. (Ecaudorinmediato.com, 2013)

<b>Años</b>	<b>Total Población</b>	<b>Posibles Clientes 72%</b>	<b>Demanda actual X 5</b>
<b>Año 1</b>	89.351	64.333	321.665
<b>Año 2</b>	100.073	72.053	360.265
<b>Año 3</b>	112.082	80.699	403.495
<b>Año 4</b>	125.532	90.383	451.915
<b>Año 5</b>	140.596	101.229	506.145

Tabla 2.28 Proyección de la demanda

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 2.4.2 Estimación de la oferta

De la misma manera que la demanda la oferta es calculada por el porcentaje de turistas obtenidos en la pregunta 4 de la investigación de campo y multiplicada por la cantidad de grupo que se obtiene de la pregunta 5.

<b>Descripción</b>	<b>Total Población</b>	<b>Posibles</b>	<b>Oferta actual X 5</b>
<b>Hostería Hacienda Pinsaquí</b>	89.351	11.616	58.078
<b>Hacienda Cusin</b>	89.351	11.616	58.078
<b>Hostería Rose Cottage</b>	89.351	13.403	67.013
<b>La casa del nogal</b>	89.351	10.722	53.611
<b>Casa Sol Andean Lodge</b>	89.351	13.403	67.013

Tabla 2.29 Oferta actual

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Para realizar la proyección de la oferta para los próximos 5 años, se toma en cuenta el crecimiento turístico al igual que la demanda.

<b>Años</b>	<b>Oferta actual</b>
<b>Año 1</b>	303.793
<b>Año 2</b>	340.249
<b>Año 3</b>	381.078
<b>Año 4</b>	426.808
<b>Año 5</b>	478.025

Tabla 2.30 Proyección de la oferta

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 2.4.3 Demanda insatisfecha

Se considera como demanda insatisfecha a la parte del mercado que aún no ha sido cubierta por la oferta o empresas competidoras, es decir que la demanda insatisfecha se obtiene restando la demanda menos la oferta.

A continuación se muestra la demanda insatisfecha y la oferta del proyecto, el cual pretende cubrir el 35% del mercado insatisfecho

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Demanda del Proyecto</b>
<b>Año 1</b>	17.870	4.553
<b>Año 2</b>	20.015	4.874
<b>Año 3</b>	22.416	5.217
<b>Año 4</b>	25.106	5.584
<b>Año 5</b>	28.119	5.977

Tabla 2.31 Proyección demanda insatisfecha  
Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

## CAPÍTULO III

### 3 PROPUESTA

#### 3.1 Análisis organizacional

##### 3.1.1 Imagen corporativa

###### 3.1.1.1 Nombre de la empresa

El establecimiento hotelero llevará el nombre de HOSTERÍA ECOLÓGICA “RÍO BLANCO”, que hace referencia al nombre de la hacienda donde se va a asentar la empresa.

###### 3.1.1.2 Logo

Es la parte fundamental de la empresa, es decir, tiene como objetivo principal el representar a la empresa HOSTERÍA ECOLÓGICA “RÍO BLANCO”.



Ilustración 3.1 Proyección demanda insatisfecha

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

La Hostería Ecológica “Rio Blanco” se encuentra en la Ciudad de Otavalo, la cual está rodeada de naturaleza y cultura es por esta razón que el logotipo tiene una representación de dos montañas las cuales identifican a la región sierra. En el

centro se encuentra una representación del Río que atraviesa la Hostería, finalmente una imagen de casa de hospedaje antigua y acogedora.

El significado del color marrón que predomina en el logo, representa a la tierra principalmente la fertilidad, lo que proyecta producción, desarrollo y crecimiento económico. El color negro: representa sobriedad, va la alusión de la seriedad de la empresa y sus servicios para los clientes.

El tipo de letra que se utilizo es Monotype Cursiva, N°12 Color de Fuente Negra

#### **3.1.1.3 Slogan**

El slogan la frase con la cual se identifica a la hostería, ya q debe ser atrayente al cliente y darle una buena imagen. El slogan escogido muestra al turista que cada viaje que el realice debe disfrutarlo y que los integrantes de la hostería serán los encargados de cuidar su estadía por la cuidad.

***“Viajar es tu placer, atenderte nuestra responsabilidad”***

#### **3.1.1.4 Misión**

La misión de la hostería está comprendida por la labor y servicio que va a dar diariamente la hostería a sus turistas, como lo va hacer y que metas se propone lograr.



Hostería RÍO BLANCO Cía. Ltda., es una empresa dedicada a la oferta de servicios turísticos bajo estrictas normas de manejo y buenas prácticas ambientales, dirigido por un grupo de profesionales que trabajan con ética, responsabilidad compromiso y honestidad enfocados a la satisfacción de las necesidades de los potenciales

Gráfico 3.1 Misión de hostería “RÍO BLANCO”

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.1.1.5 Visión

Es una meta a largo plazo la cual se propone la hostería para su crecimiento propio.

En el 2016 se constituirá en una Hostería reconocida en el mercado turístico tanto a nivel Nacional como Internacional, ofreciendo servicios de calidad y fomentando la conciencia ambiental.

Gráfico 3.2 Visión de hostería “RÍO BLANCO”

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.1.1.6 Código de ética

Hace referencia a los principios que debe tener cada miembro de la empresa los cuales son puntos de partida para el crecimiento y el buen servicio hacia el cliente, de la misma forma los valores son muy importantes ya que demuestran la ética de servicio y trabajo en equipo de una empresa. Así también tenemos las políticas empresariales de los empleados que es una normativa que hay que seguir a

cabalidad ya q es propuesta por altos mandos de la empresas, y finalmente el código de ética contiene las políticas empresariales dirigidas al cliente las cuales también comprenden normativas pero dirigidas hacia el cliente las cuales serán dadas al momento de mostrar el servicio q ofrece la hostería.

#### **3.1.1.6.1 Principios**

La empresa y sus empleados se regirán por los siguientes principios:

- Puntualidad
- Mejoramiento continuo
- Compromiso
- Calidad
- Trabajo en equipo

#### **3.1.1.6.2 Valores**

La empresa y sus empleados se regirán por los siguientes Valores.

- Respeto
- Ética
- Honradez
- Responsabilidad
- Cooperación
- Lealtad

### **3.1.1.6.3 Políticas empresariales para empleados**

- Ejercer su trabajo con seriedad, respetando los intereses de la empresa y de los clientes.
- Se llevará total confidencialidad ante los procedimientos de la Hostería.
- Se podrá hacer una evaluación continua al personal, sin previo aviso.
- Las evaluaciones de desempeño del empleado se las realizarán al año cumplido de labores.
- Presentarse a laboral en condiciones adecuadas.
- Llevar el uniforme de la empresa correctamente.
- Inculcar conciencia ambiental en cada uno de los visitantes.
- El personal debe estar capacitado constantemente de acuerdo al avance tecnológico.
- Optimizar recursos económicos, materiales y humanos en el desarrollo de las actividades de la empresa.
- Cada empleado laborará 8 horas diarias, por lo cual habrán turnos rotativos.
- Los empleados tendrán 15 días al año de vacaciones los cuales serán pedidos con 15 días de anticipación.
- Las vacaciones podrán ser tomadas conjuntas o de forma separada; es decir, los 15 días seguidos o siete u ocho días.
- Se trabajará de lunes a domingo con dos días libres ininterrumpidos, además se trabajará feriados rotativos entre todos los integrantes de la Hostería.

#### **3.1.1.6.4 Políticas empresariales para los clientes**

- El check out será hasta la 13:30PM.
- Cuidar las instalaciones caso contrario los daños serán cobrados.
- El uso de la piscina debe ser con terno de baño, gorro y sandillas
- Los pagos se los puede hacer con reserva anticipada a la cuenta de la Hostería y con tarjeta de crédito.
- Los pagos presenciales serán igualmente en efectivo o tarjeta de crédito física en la Recepción.
- El servicio de alojamiento no incluye desayuno.
- Los servicios requeridos aparte de alojamiento serán solicitados directamente en recepción y cargados a la cuenta de habitación para el pago posterior.
- El ingreso hacia el área de la piscina para los niños debe siempre ser con un acompañante adulto.
- El servicio de restaurant estará disponible hasta las 18:00 pm
- No se permite el acceso de personas no registradas con un reservación anticipada.
- Está prohibido fumar en las instalaciones de la Hostería.
- Las llaves de la habitación debe ser entregadas en recepción al salir del establecimiento.
- Para cancelar una reserva hecha se debe informar 72 horas antes.
- El hotel posee parqueadero privado para sus cliente.

### 3.1.2 Estructura organizacional

#### 3.1.2.1 *Organigrama estructural*

Es una muestra de cómo está conformada la hostería, es decir son los departamentos que la componen.

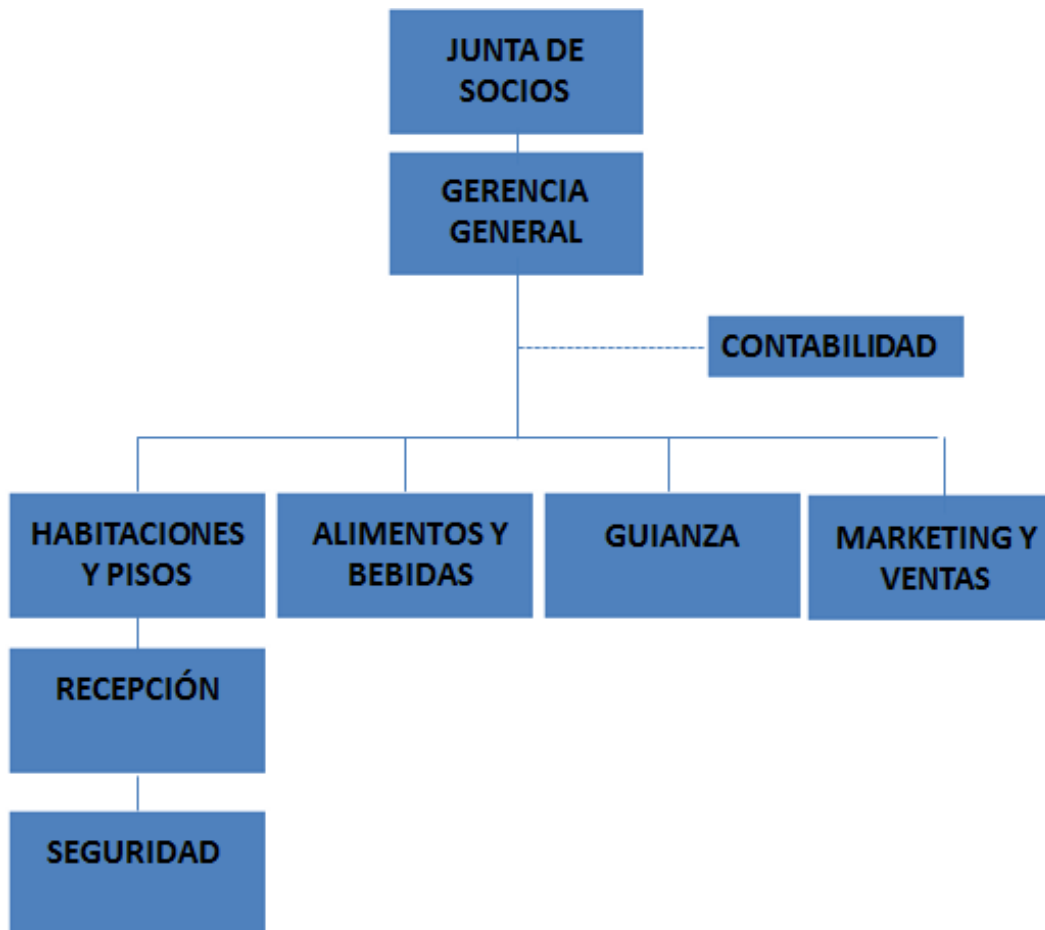


Gráfico 3.3 Organigrama estructural  
Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.1.2.2 Organigrama funcional

En el siguiente gráfico se muestra la distribución de la empresa de forma funcional:

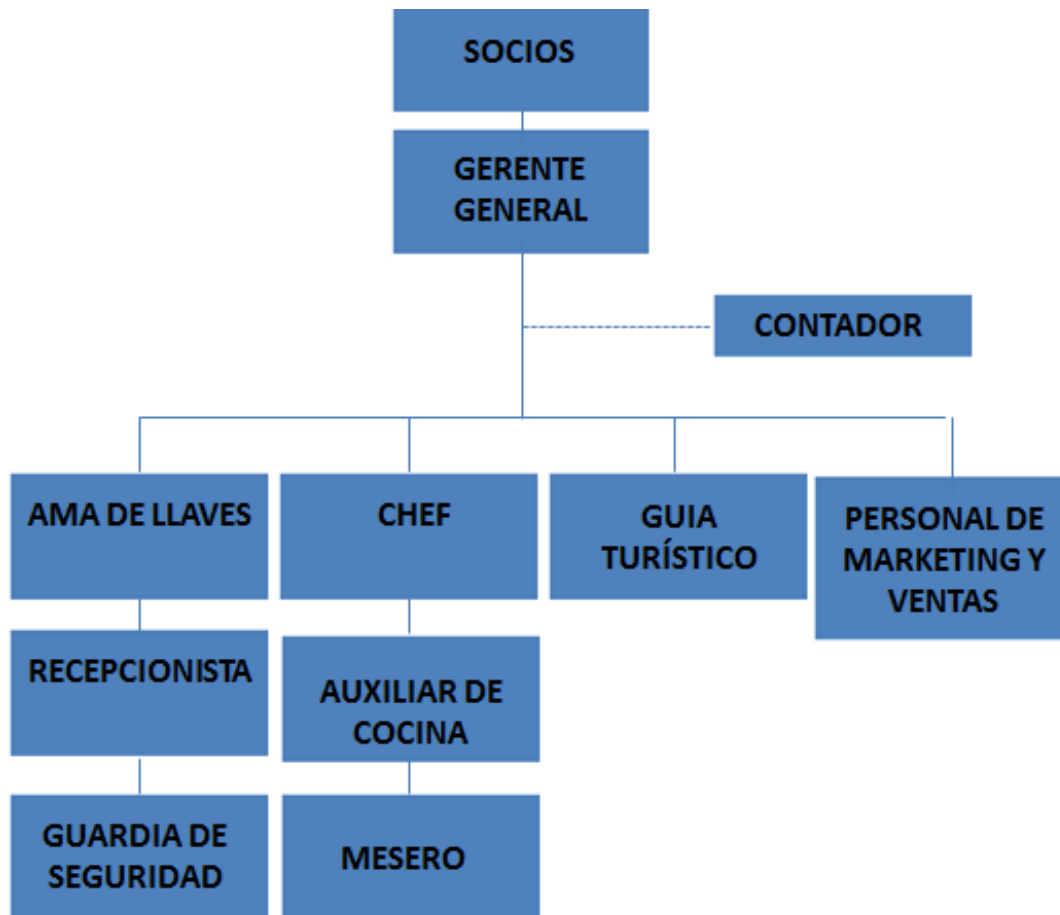


Gráfico 3.4 Organigrama estructural  
Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

A continuación presentamos el perfil de puestos para la empresa detallados en el organigrama.

<b>PERFIL DE PUESTOS</b>			
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	Gerente General	<b>Nº DE PERSONAS</b>	1
<b>HORARIO</b>	08h00 a 17h00	<b>SUPERVISA A</b>	Todo el personal
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Junta de Socios	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	personal
<b>ÁREA</b>	Administrativa	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistinto
<b>I. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
La empresa estará dirigido por sola persona quien será la cabeza principal de la empresa y bajo el caerá todas las responsabilidades en la toma de decisiones.			
<b>II. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			
Debe encargarse de la administración de recursos de la Hostería, presenta informes a los socios y propietarios, establecer y hacer respetar las políticas entre empleados, además de que será el ente más importante para la toma de decisiones de la Hostería.			
<b>III. REQUISITOS DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 25 años	<b>GÉNERO</b>	Indistinto
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Titulo de tercer nivel en Ing. En Administración de empresa turística y hotelera, o afines.		<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</b> Administración, turismo y hotelería, Contabilidad, Recursos Humanos, Tributación.	
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES</b>	Mínimo 2 años	<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad, solidaridad, empatía.

Tabla 3.1 Perfil de puesto gerente general

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PERFIL DE PUESTO</b>			
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	Recepcionista	<b>Nº DE PERSONAS</b>	2
<b>HORARIO</b>	08h00 a 17h00 Rotativo	<b>SUPERVISA A</b>	0
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	personal
<b>ÁREA</b>	Administrativa	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistinto
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b> Ejecución de labores complejas de apoyo logístico y administrativo propias de la dependencia para la cual labora.			
<b>III. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b> Asiste al gerente en sus funciones, da la bienvenida a los clientes, revisa el estado de las habitaciones, realiza el registro de entrada y salida de los turistas, ofrece la información de los servicios de la hostería.			
<b>IV. REQUISITOS DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 22 años	<b>GENERO</b>	Mujer
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	Bachiller en secretariado o carreras afines	<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</b> Contabilidad, Administración, Tributación, Idiomas y servicio al cliente	
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES:</b>	Mínimo 1 año	<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad, solidaridad, empatía.

Tabla 3.2 Perfil de puesto recepcionista

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



<b>PERFIL DE PUESTOS</b>			
<b>I. IDENTIFICAIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	CONTADOR	<b>Nº DE PERSONAS QUE OCUPAN EL PUESTO</b>	1
<b>HORARIO</b>	Opcional	<b>SUPERVISA A</b>	0
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	Personal
<b>ÁREA</b>	Administrativa	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistinto
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Dirigir el proceso contable de la empresa, de tal forma que se cuente con información veraz y confiable. Elaboración y análisis de los estados financieros básicos y ajustes correspondientes. Responde por la elaboración y análisis de los estudios de costos de producción.			
<b>III.FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			
Elabora los estados financieros que reflejen los movimientos de dinero de la empresa, examina y evalúa los resultados de la gestión, con la finalidad de expresar una opinión objetiva sobre los estados financieros, detectando áreas críticas y señalando cursos de acción que permitan lograr mejoras, asesora a la gerencia en planes económicos y financieros.			
<b>IV.REQUISITOS DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 25 años	<b>GENERO</b>	Indistinto
<b>NIVEL EDUCATIVO :</b> CPA Contador Público Autorizado.	<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</b> Contabilidad, Administración, Tributación		
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES:</b>	Mínimo 1 año	<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad, solidaridad, empatía.

Tabla 3.3 Perfil de puesto contador

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PERFIL DE PUESTOS</b>			
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	Jefe de marketing	<b>Nº DE PERSONAS QUE OCUPAN EL PUESTO</b>	1
<b>HORARIO</b>	08h00 a 17h00	<b>SUPERVISA A</b>	0
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	Personal
<b>ÁREA</b>	Ventas	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistinto
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Promover los productos y servicios de la empresa en forma proactiva, creando y generando canales de comercialización, como de financiación para el desarrollo de área. debe generar sus propio proyecto de trabajo, con metas y objetivos fijados en coordinación con su supervisión y cumplirlas			
<b>III.FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			
Elabora y aplica las estrategias de marketing, monitorea y analiza actividades de la competencia, gestiona de venta (contacto nuevos clientes), elabora, implementa y controla las campañas de ventas, contacto con clientes que deseen las instalaciones para eventos, revisa y está pendiente de las reservaciones			
<b>IV.REQUISITOS DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 28 años	<b>GENERO:</b>	Indistinto
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Estudios en Administración o Carreras afines.	<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</b> Elaboración de estrategias comerciales, desarrollo y ejecución de nuevos proyectos comerciales, atención a Clientes, conocimientos básicos en el área contable.		
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES:</b>	Mínimo 1 año	<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad, solidaridad, empatía.

Tabla 3.4 Perfil de puesto jefe de marketing  
Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PERFIL DE PUESTOS</b>			
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	Ama de Llaves	<b>Nº DE PERSONAS QUE OCUPAN EL PUESTO</b>	2
<b>HORARIO</b>	08h00 a 17h00 (rotativo)	<b>SUPERVISA A</b>	0
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	Personal
<b>ÁREA</b>	Operativa	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistinto
<b>I. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Supervisión del mantenimiento de habitaciones, para que el servicio ofrecido de calidad, además de mantener informada a la recepcionista del estado de las instalaciones.			
<b>II. FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			
Mantenimiento de las habitaciones y áreas de la hostería, cambio y lavado de blancos, provee a las habitaciones de los amenities necesarios, está pendiente de los requerimientos de los huéspedes respecto al servicio, revisa el estado y mantenimiento de la piscina			
<b>III. REQUISITOS DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 25 años	<b>GENERO</b>	Indistinto
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Habitaciones y pisos, servicios		<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</b> Arreglo de habitaciones, mantenimiento de Piscina, elaboración de informes	
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES:</b>	Mínimo 6 meses	<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad solidaridad, empatía.

Tabla 3.5 Perfil de puesto ama de llaves

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PERFIL DE PUESTOS</b>			
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	Guía turístico	<b>Nº DE PERSONAS QUE OCUPAN EL PUESTO</b>	1
<b>HORARIO</b>	08h00 a 17h00	<b>SUPERVISA A</b>	0
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	persona l
<b>ÁREA</b>	Operativa	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistint o
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Ofrecer a los turistas y visitantes el servicio de guianza turística, mostrando los principales atractivos de la zona y creando el interés por la visita a los mismos.			
<b>III.FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			
Da parte a recepción de inconvenientes con la infraestructura de la Hostería, guianza e interacción con el turista dando a conocer la hostería y sus alrededores.			
<b>IV.REQUISITOS DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 23 años		
<b>GENERO</b>	Indistinto		
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b>	Guianza, turismo		
<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS</b>	Asistencia a grupos Técnicas de grupos Guianza		
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES</b>	Mínimo 6 meses		
<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad solidaridad, empatía.		

Tabla 3.6 Perfil de puesto guía turístico

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PERFIL DE PUESTOS</b>			
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	Chef	<b>Nº DE PERSONAS QUE OCUPAN EL PUESTO</b>	1
<b>HORARIO</b>	07h00 a 16h00	<b>SUPERVISA A</b>	Ayudante de Cocina
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	Personal
<b>ÁREA</b>	Operativa	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistinto
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Establecer y preparar los diferentes tipos de menús para consumo en el restaurante de la Hostería, además de controlar la manipulación de los alimentos en la cocina.			
<b>III.FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			
Cumple y hace cumplir estrictamente las normas de higiene y seguridad en área de la cocina, realizar la preparación y decoración respectiva de cada plato, controla y prepara los menús, aprovecha al máximo los recursos que se le facilite para la realización de menús, realiza el respectivo control de calidad del plato.			
<b>IV.REQUISITOS DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 23 años	<b>GENERO</b>	Indistinto
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Estudios superiores en gastronomía		<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</b> Preparación de alimentos	
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES:</b>	Mínimo 6 meses	<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad, solidaridad, empatía.

Tabla 3.7 Perfil de puesto chef

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PERFIL DE PUESTOS</b>			
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	Ayudante de cocina	<b>Nº DE PERSONAS QUE OCUPAN EL PUESTO</b>	1
<b>HORARIO</b>	09h00 a 18h00	<b>SUPERVISA A</b>	
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Chef	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	Personal
<b>ÁREA</b>	Operativa	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistinto
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b> Brindar apoyo a las actividades realizadas por el chef.			
<b>III.FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>  Apoyo directo al chef, preparación de alimentos, mantenimiento de las instalaciones de cocina, poder de sustitución hacia el chef, resguardo de los recursos de cocina			
<b>IV.PERFIL DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 23 años	<b>GENERO</b>	Indistinto
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Conocimientos en cocina		<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</b> Conocimientos empíricos en gastronomía	
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES</b>	Mínimo 6 meses	<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad, solidaridad y empatía.

Tabla 3.8 Perfil de puesto ayudante de cocina

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PERFIL DE PUESTOS</b>			
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	Mesero	<b>Nº DE PERSONAS QUE OCUPAN EL PUESTO</b>	2
<b>HORARIO</b>	07h30 a 16h30	<b>SUPERVISA A</b>	
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Chef y Gerente General	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	Personal
<b>ÁREA</b>	Operativa	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistinto
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Realizar el menaje de todas las mesas del restaurante, atender a los clientes y sus pedidos.			
<b>III.FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			
Mantiene limpia el área de restaurante, toma el pedido en las comandas, atiende adecuadamente al cliente.			
<b>IV.PERFIL DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 18 años	<b>GENERO</b>	Indistinto
<b>NIVEL EDUCATIVO:</b> Bachillerato, estudios en hotelería		<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</b> Protocolo	
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES:</b>	Mínimo 6 meses	<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad, solidaridad y empatía.

Tabla 3.9 Perfil de puesto mesero  
Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PERFIL DE PUESTOS</b>			
<b>I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO</b>			
<b>NOMBRE DEL PUESTO</b>	Guardia de Seguridad	<b>Nº DE PERSONAS QUE OCUPAN EL PUESTO</b>	1
<b>HORARIO</b>	08h00 a 17h00	<b>SUPERVISA A</b>	
<b>JEFE INMEDIATO</b>	Gerente General	<b>RELACIONES INTERNAS CON</b>	personal
<b>ÁREA</b>	Operativa	<b>RELACIONES EXTERNAS CON</b>	Indistinto
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Velar por el mantenimiento óptimo de las instalaciones de la hostería y supervisar que las mismas se mantengan siempre en orden para la atención de clientes.			
<b>III.FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES</b>			
Mantenimiento de instalaciones, velar por la seguridad de los visitantes, cuenta con las herramientas de trabajo, cuidado de los animales que estarán en la hostería por tiempo limitado.			
<b>IV.PERFIL DEL PUESTO</b>			
<b>EDAD</b>	Mayor de 27 años	<b>GENERO</b>	Indistinto
<b>EDUCACIÓN:</b> Conocimientos en turismos		<b>CONOCIMIENTOS BÁSICOS:</b> Seguridad  Mantenimiento	
<b>EXPERIENCIA EN CARGOS SIMILARES:</b>	Mínimo 6 meses	<b>VALORES</b>	Honestidad, responsabilidad y ganas de trabajar en equipo y bajo presión.

Tabla 3.10 Perfil de puesto guardia de seguridad  
Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



## 3.2 Marketing mix

### 3.2.1 Producto y servicios

Dentro de la Cartera de productos para la Hostería “Rio Blanco” tendrá:

- **Servicio de alojamiento**

La hostería contará con 10 habitaciones las cuales contarán como:

- 1 Simple o Matrimonial

La cual comprende de 35m<sup>2</sup> los cuales poseen 10m<sup>2</sup> el baño, con ducha, lavabo, espejo y sanitario y la habitación está compuesta por una cama de 2 plazas que tiene una medida de 1.35m X 1.90m, un sillón, mesa con 2 sillas, TV, closet, 2 veladores.

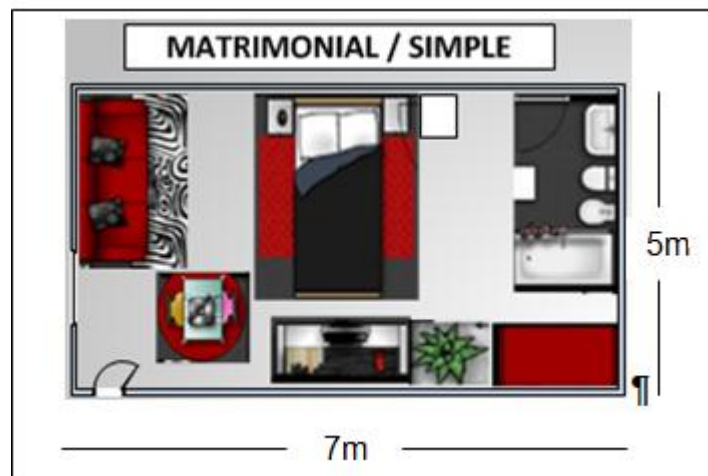


Gráfico 3.5 Plano habitación simple

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- 1 Doble

La cual comprende de 35m<sup>2</sup> los cuales poseen 10m<sup>2</sup> el baño, con ducha, lavabo, espejo y sanitario y la habitación está compuesta por dos camas de 1 1/2 plazas que tiene una medida de 1.05m X 1.90m, un sillón, mesa con 2 sillas, TV, closet, 2 veladores.

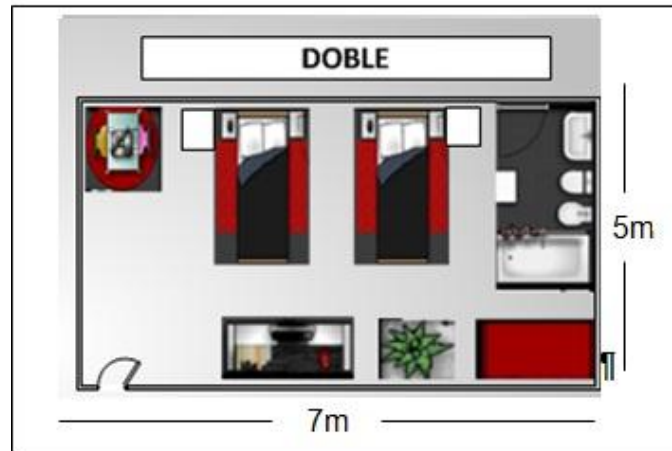


Gráfico 3.6 Plano habitación doble  
Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- 3 Triples

La cuál comprende de 35m<sup>2</sup> los cuales poseen 10m<sup>2</sup> el baño, con ducha, lavabo, espejo y sanitario y la habitación está compuesta por una cama litera de 1 1/2 plazas y una cama normal aparte de 1 1/2 plazas mesa con 2 sillas, TV, closet, 2 veladores.

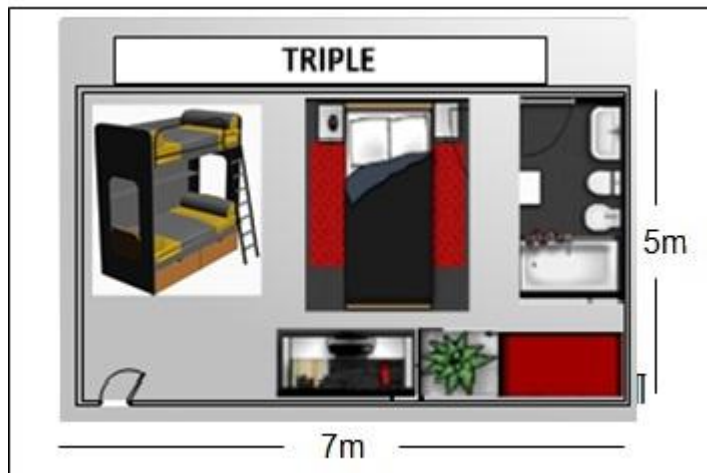


Gráfico 3.7 Plano habitación triple

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- 5 Cuádruples

La cual comprende de 40m<sup>2</sup> los cuales poseen 10m<sup>2</sup> el baño, con ducha, lavabo, espejo y sanitario y la habitación está compuesta por dos camas literas de 1 1/2 plazas y TV, closet, 2 veladores..

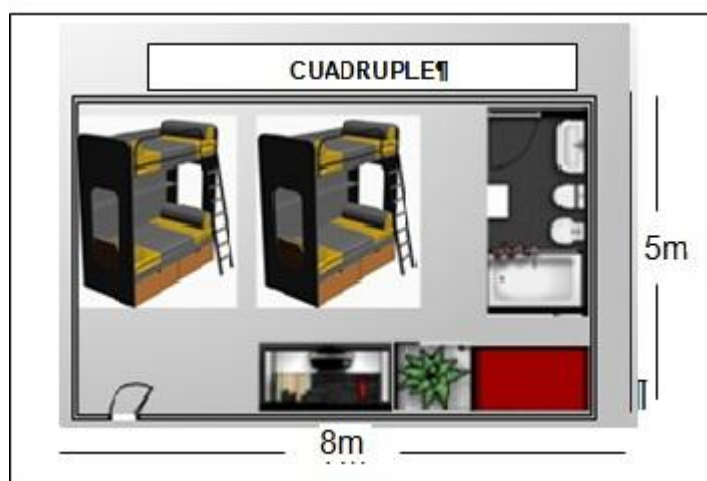


Gráfico 3.8 Plano habitación cuádruple

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- **Servicio de alimentación y bebidas**

El área del restaurant está representada por 7 m de ancho y 26 m de largo. La capacidad del restaurant es de 80 personas y está dividida por cuatro mesas de 10 personas y 10 mesas de 4 en un horario de 07:30 a 17:00 y dentro del menú que se ofrecerá esta:

- **Desayunos**

Los cuales se servirán desde las 07:30am hasta las 09:30am y dentro del menú constará el desayuno tipo buffet.

- **Almuerzos**

Los almuerzos estarán disponibles para el público desde las 12:30pm hasta las 14:30pm y serán sugerencias del chef diarias en base de comida nacional.

- **Platos a la Carta**

Los platos a la carta que se brindará a las personas que se hospeden y visiten la hostería, estarán disponibles desde las 12:00am hasta las 17:00pm y serán:

<b>Comida Ecuatoriana</b>
<b>Fritada</b>
<b>Yamor de Otavalo</b>
<b>Llapingacho</b>
<b>Postres</b>
<b>Helado de Paila</b>
<b>Dulce de Higos con Queso</b>
<b>Buñuelos</b>
<b>Pristiños</b>
<b>Bebidas</b>
<b>Batidos Típicas</b>
<b>Chicha Yamor</b>
<i><b>Bebidas Calientes</b></i>
<b>Café</b>
<b>Chocolate</b>
<b>Morocho</b>
<i><b>Bebidas Alcohólicas</b></i>
<b>Canelazo</b>
<b>Vino Hervido</b>
<b>Cerveza</b>

Tabla 3.11 Platos a la carta

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- **Servicio de recreación**

- Piscina

Comprende una extensión de 120m<sup>2</sup> en la cual tendrá un ancho de 6m y un largo de 20m el mismo se encuentra dividido en dos duchas, dos vestidores y dos baños de 1m<sup>2</sup> cada uno, la piscina tiene una medida de 4m de ancho por 10m de largo y un turco y sauna de 3m<sup>2</sup>.

- Áreas verdes y canchas  
800m<sup>2</sup> de construcción
- Cabalgatas.

Será prioridad el entretenimiento de los niños con tours por la hostería y actividades de recreación, con esto se espera dar un espacio de relajación específico para los adultos, dándoles seguridad de que sus hijos estarán bien cuidados.

Dentro del valor agregado que debe tener la Hostería se incrementa un tour por la hacienda el cual se lo realizará para niños en caballos o si es de preferencia a pie, el tour lleva el siguiente itinerario

<b>RECORRIDO: HOSTERÍA ECOLÓGICA “RÍO BLANCO”</b>		
<b>Nº Pax: 10 Niños edades entre 08 a 12 años</b>		<b>Código: HRB 001</b>
<b>Tour a cargo del guía de planta</b>		
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>AREA</b>
<b>08:30</b>	Charla explicativa sobre las actividades a realizarse durante el día.	Plaza Pileta
<b>08:45</b>	Preparación y entrega de equipos para la cabalgata y caminata.	Plaza Pileta
<b>09:05</b>	Salida hacia las caballerizas donde se dará una explicación sobre el tratamiento de las mismas y el cuidado que se le da a los caballos, con una interacción del niño, el guía y los animales.	Caballerizas
<b>09:45</b>	Paso por “Río Blanco” el cual se encuentra dentro de la hostería; aquí se realizará un juego de memoria con el fin de dar explicación sobre el Río y la importancia del agua en el ambiente.	Puente del río y área verde
<b>11:00</b>	Refrigerio en áreas verdes para los niños	Área verde
<b>11:30</b>	Actividades de Recreación como escalar pared, juegos de fútbol entre equipos, vóley, básquet.	Áreas verdes
<b>13:30</b>	Almuerzo en el restaurant de la hostería	Restaurant
<b>15:00</b>	Juego de competencia acerca de los plantas del lugar.	Bosque Propio
<b>16:00</b>	Entrega de recuerdos a los niños	Plaza Pileta
<b>16:30</b>	Despedida	Plaza Pileta

Tabla 3.12 Itinerario tour para niños

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- **Venta de artesanías**

La hostería no estará a cargo de la venta de artesanías ya se facilitará a la comunidad un local para la oferta de sus productos.

### 3.2.2 Precios

- **Precio de alojamiento**

El precio del alojamiento está estimado por costos de producción, donde refleja el kit de habitación, los insumos de limpieza y los sueldos del personal involucrado directamente con el área de habitaciones como son las amas de llaves. Además que el precio de niño y tercera edad se lo obtiene del descuento siendo el mismo para niños de 37% y para tercera edad del 50%

<b>DETALLE DEL PRECIO HABITACIÓN SIMPLE O MATRIMONIAL</b>		
<b>Kit habitación</b>	\$ 28,56	\$ 0,95
<b>Insumos de limpieza</b>	\$ 146,62	\$ 0,49
<b>Nómina (ama de llaves)</b>	\$ 925,55	\$ 3,09
<b>Costos de muebles y enseres</b>	\$ 579,00	\$ 19,30
<b>SUBTOTAL</b>		\$ 23,83
<b>IMPREVISTOS 2%</b>		\$ 0,48
<b>SUBTOTAL + IMPREVISTOS</b>		\$ 24,30
<b>UTILIDAD 20%</b>		\$ 4,86
<b>TOTAL + UTILIDAD</b>		\$ 29,16
<b>ICE 22%</b>		\$ 6,42
<b>TOTAL + ICE</b>		\$ 35,58
<b>VALOR POR PAX REDONDEADO</b>		\$ 35,00

Tabla 3.13 Detalle del precio habitación simple o matrimonial

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>DETALLES DEL PRECIO HABITACIÓN DOBLE</b>		
<b>Kit habitación</b>	\$ 46,16	\$ 1,54
<b>Insumos de limpieza</b>	\$ 146,62	\$ 0,49
<b>Nómina (ama de llaves)</b>	\$ 925,55	\$ 3,09
<b>Costos de muebles y enseres</b>	\$ 869,80	\$ 28,99
<b>SUBTOTAL</b>		\$ 34,11
<b>IMPREVISTOS 2%</b>		\$ 0,68
<b>SUBTOTAL + IMPREVISTOS</b>		\$ 34,79
<b>UTILIDAD 25%</b>		\$ 8,70
<b>TOTAL + UTILIDAD</b>		\$ 43,49
<b>ICE 22%</b>		\$ 9,57
<b>TOTAL + ICE</b>		\$ 53,05
<b>VALOR POR PAX REDONDEADO</b>	\$	55,00

Tabla 3.14 Detalle del precio habitación simple o matrimonial

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>DETALLES DEL PRECIO HABITACIÓN TRIPLE</b>		
<b>Kit habitación</b>	\$ 54,56	\$ 1,82
<b>Insumos de limpieza</b>	\$ 146,62	\$ 0,49
<b>Nómina (ama de llaves)</b>	\$ 925,55	\$ 3,09
<b>Costos de muebles y enseres</b>	\$ 1.354,00	\$ 45,13
<b>SUBTOTAL</b>		\$ 50,53
<b>IMPREVISTOS 2%</b>		\$ 1,01
<b>SUBTOTAL + IMPREVISTOS</b>		\$ 51,54
<b>UTILIDAD 25%</b>		\$ 12,88
<b>TOTAL + UTILIDAD</b>		\$ 64,42
<b>ICE 22%</b>		\$ 14,17
<b>TOTAL + ICE</b>		\$ 78,59
<b>VALOR POR PAX REDONDEADO</b>		\$ 80,00

Tabla 3.15 Detalle del precio habitación triple

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



<b>DETALLES DEL PRECIO HABITACIÓN CUADRUPLE</b>		
<b>Kit habitación</b>	\$ 231,52	\$ 7,72
<b>Insumos de limpieza</b>	\$ 54,56	\$ 0,18
<b>Nómina (ama de llaves)</b>	\$ 146,62	\$ 0,49
<b>Costos de muebles y enseres</b>	\$ 1.836,00	\$ 61,20
<b>SUBTOTAL</b>		\$ 69,59
<b>IMPREVISTOS 2%</b>		\$ 1,39
<b>SUBTOTAL + IMPREVISTOS</b>		\$ 70,98
<b>UTILIDAD 25%</b>		\$ 17,74
<b>TOTAL + UTILIDAD</b>		\$ 88,72
<b>ICE 22%</b>		\$ 19,52
<b>TOTAL + ICE</b>		\$ 108,24
<b>VALOR POR PAX REDONDEADO</b>		\$ 110,00

Tabla 3.16 Detalle del precio habitación triple

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- **Precio de alimentación y bebidas**

El precio de la alimentación está estimado por costos de producción, donde refleja el kit de habitación, los insumos de limpieza y los sueldos del personal involucrado directamente con el área de habitaciones como son el chef, auxiliar de cocina y mesero.

<b>PRODUCTO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO</b>
<b>Desayunos</b>	Los desayunos que ofrece la Hostería serán tipo Buffet	\$5.00
<b>Almuerzos</b>	Diariamente el chef tendrá en menú que contendrá Sopa del Día, dos tipos de plato fuerte, postre y jugo.	&6.00

## Platos a la Carta

### Comida Ecuatoriana

<b>Yamor Otavalo</b>	<b>de</b>	Mote, Papas cocidas, maduro frito, carne de chancho, ensalada, acompañada de Chicha Yamor	\$5.00
----------------------	-----------	---	--------

<b>Llapingacho</b>		Tortillas de papa, ensalada de lechuga, ensalada de remolacha, chorizo, huevo frito aguacate	\$5.00
--------------------	--	--	--------

<b>Locro Papa</b>	<b>de</b>	Sopa a base de papa, adornada con queso y aguacate.	\$4.00
-------------------	-----------	---	--------

<b>Caldo de Pata</b>		Sopa a base de pata de res, con mote	\$5.00
----------------------	--	--------------------------------------	--------

<b>Papas Cuero</b>	<b>Con</b>	Papas con cuero de chancho servidas en una salsa de maní.	\$5.00
--------------------	------------	---	--------

<b>Seco de Pollo</b>		Arroz con pollo al jugo y ensalada de lechuga con aguacate.	\$4.50
----------------------	--	---	--------

### Postres

<b>Helado Paila</b>	<b>de</b>	Helados hechos a mano de frutas natural.	\$3.00
---------------------	-----------	--	--------

<b>Dulce Higos Queso</b>	<b>de con</b>	Dulce hecho a base de higos, panela y acompañado de una rodaja de queso.	\$2.00
--------------------------	---------------	--	--------

<b>Buñuelos</b>		Masa redonda a base de harina de trigo, acompañada de miel de panela.	\$2.00
-----------------	--	---	--------

<b>Pristiños</b>		Masa en forma de estrella a base de harina de trigo, acompañada de miel de panela.	\$2.00
------------------	--	--	--------

### Bebidas Típicas

<b>Chicha Yamor</b>		En la chicha se pone chulpi, maíz negro, amarillo, blanco, canguil, morocho y jora (maíz fertilizado).	\$3.00
---------------------	--	--	--------

### Bebidas Calientes

<b>Café</b>		Expreso, americano, Mocachino.	\$1.50
-------------	--	--------------------------------	--------

<b>Chocolate</b>	Preparado con tabletas de chocolate y leche y servido con crema chantilly.	\$2.00
<b>Morocho</b>	Preparado a base de maíz de morocho, leche y pasas.	\$2.00
<b>Bebidas Alcohólicas</b>		
<b>Canelazo</b>	Bebida caliente de naranjilla con canela.	\$1.50
<b>Vino Hervido</b>	Vino caliente preparado con naranja.	\$1.50
<b>Vino</b>	De las mejores marcas.	\$1.50
<b>Cerveza</b>	Marcas nacionales y extranjeras	\$2.00
<b>* Precios incluidos impuestos.</b>		

Tabla 3.17 Precios alimentación

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PRECIO DESAYUNO</b>	
<b>COSTO DE SERVICIO DE DESAYUNO</b>	<b>VALORES</b>
<b>COSTO DE INSUMOS MENSUAL</b>	\$ 976,95
<b>COSTO DE NOMINA</b>	\$ 3.300,18
<b>GASTOS FIJOS</b>	\$ 1.482,77
<b>SUBTOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	\$ 5.759,90
<b>IMPREVISTOS 2%</b>	\$ 115,20
<b>SUBTOTAL COSTOS + IMPREVISTOS</b>	\$ 5.875,09
<b>SUBTOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN DIARIO</b>	\$ 192,00
<b>SUBTOTAL COSTOS UNITARIO POR CAPACIDAD</b>	\$ 2,87
<b>UTILIDAD 45%</b>	\$ 1,29
<b>TOTAL PRECIO</b>	\$ 4,16
<b>ICE 22%</b>	\$ 0,91
<b>TOTAL PRECIO</b>	\$ 5,07
<b>PRECIO REDONDEO</b>	\$ 5,00

Tabla 3.18 Detalle de precios de desayunos

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PRECIO ALMUERZOS</b>	
	<b>VALORES</b>
<b>COSTO DE SERVICIO DE DESAYUNO</b>	
<b>COSTO DE INSUMOS MENSUAL</b>	\$ 1.764,43
<b>COSTO DE NOMINA</b>	\$ 3.300,18
<b>GASTOS FIJOS</b>	\$ 1.482,77
<b>SUBTOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	\$ 6.547,38
<b>IMPREVISTOS 2%</b>	\$ 130,95
<b>SUBTOTAL COSTOS + IMPREVISTOS</b>	\$ 6.678,32
<b>SUBTOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN DIARIO</b>	\$ 218,25
<b>SUBTOTAL COSTOS UNITARIO POR CAPACIDAD</b>	\$ 3,26
<b>UTILIDAD 45%</b>	\$ 1,47
<b>TOTAL PRECIO</b>	\$ 4,72
<b>ICE 22%</b>	\$ 1,04
<b>TOTAL PRECIO</b>	\$ 5,76
<b>PRECIO RENDONDEO</b>	\$ 6,00

Tabla 3.19 Detalle de precios de almuerzos

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>PRECIO PLATOS A LA CARTA</b>	
	<b>VALORES</b>
<b>COSTO DE SERVICIO DE DESAYUNO</b>	
<b>COSTO DE INSUMOS MENSUAL</b>	\$ 802,18
<b>COSTO DE NOMINA</b>	\$ 3.300,18
<b>GASTOS FIJOS</b>	\$ 1.482,77
<b>SUBTOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN MENSUAL</b>	\$ 5.585,13
<b>IMPREVISTOS 2%</b>	\$ 111,70
<b>SUBTOTAL COSTOS + IMPREVISTOS</b>	\$ 5.696,83
<b>SUBTOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN DIARIO</b>	\$ 186,17
<b>SUBTOTAL COSTOS UNITARIO POR CAPACIDAD</b>	\$ 2,78
<b>UTILIDAD 45%</b>	\$ 1,25
<b>TOTAL PRECIO</b>	\$ 4,03
<b>ICE 22%</b>	\$ 0,89
<b>TOTAL PRECIO</b>	\$ 4,92
<b>PRECIO RENDONDEO</b>	\$ 5,00

Tabla 3.20 Detalle de precios de platos a la carta

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- **Recreación**

- **Piscina**

El valor de la Piscina es de \$ 5,00 por persona y se toma en cuenta la investigación de campo dando un estimado de clientela del 13%.

- **Cabalgatas**

<b>CON CABALGATA</b>		<b>SIN CABALGATA</b>	
<b>Servicio</b>	<b>Valor</b>	<b>Servicio</b>	<b>Valor</b>
<b>Box Lunch</b>	\$ 2,00	<b>Box Lunch</b>	\$ 2,00
<b>Almuerzo</b>	\$ 4,00	<b>Almuerzo</b>	\$ 4,00
<b>Recuerdos</b>	\$ 1,50	<b>Recuerdos</b>	\$ 1,50
<b>Costo de Guia</b>	\$ 1,73	<b>Costo de Guia</b>	\$ 1,73
<b>Equip. para Cabalgata</b>	\$ 3,00	<b>No es necesario el equipo de cabalgata</b>	\$ 0,00
<b>Seguro Blue Card</b>	\$ 2,10	<b>Seguro Blue Card</b>	\$ 2,10
<b>SUBTOTAL</b>	\$ 14,33	<b>SUBTOTAL</b>	\$ 11,33
<b>IMPREVISTOS 2%</b>	\$ 0,29	<b>IMPREVISTOS 2%</b>	\$ 0,23
<b>SUBTOTAL+ IMP</b>	\$ 14,62	<b>SUBTOTAL+ IMP</b>	\$ 11,56
<b>RENTABILIDAD 30%</b>	\$ 4,39	<b>RENTABILIDAD 30%</b>	\$ 3,47
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 19,01	<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 15,03
<b>ICE 22%</b>	\$ 4,18	<b>ICE 22%</b>	\$ 3,31
<b>P.V.P</b>	\$ 23,19	<b>P.V.P</b>	\$ 18,33
<b>REDONDEO</b>	\$ 24,00	<b>REDONDEO</b>	\$ 20,00

Tabla 3.21 Precios tour para niños

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- **Precio de venta de artesanías**

Las artesanías no poseen un precio ya que estarán a cargo de la comunidad y no de la hostería.

### 3.2.3 Plaza y distribución

La plaza que se tomará en cuenta será Otavalo; ya que es aquí donde se mostrarán las vallas publicitarias.

### 3.2.4 Promoción

- Participar con premios de estadía en eventos organizados por la municipalidad de Otavalo
- Vallas Publicitarias
- Dar descuento en alojamiento del 10% en temporada alta comprendida en los meses de junio a agosto y diciembre, 15% en temporada media mayo noviembre y diciembre y 20% en temporada baja comprendida en los meses de enero, febrero, marzo, abril y septiembre y octubre.

## 3.3 Análisis técnico

### 3.3.1 Tamaño de la hostería

#### 3.3.1.1 Tamaño del mercado

Años	Demanda del Proyecto
Año 1	4.553
Año 2	4.874
Año 3	5.217
Año 4	5.584
Año 5	5.977

Tabla 3.22 Demanda del proyecto

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Según los resultados obtenidos en el estudio de mercado se pudo dimensionar la capacidad del proyecto cubriendo un 55% de la demanda actual de los visitantes. Presentando en el cuadro el número de visitantes que se cubrirá durante 5 años.

### 3.3.2 Localización de la hostería

#### 3.3.2.1 Macro localización

El proyecto se encontrará ubicado en la provincia Imbabura cantón Otavalo sector Río Blanco

#### Mapa de Ubicación

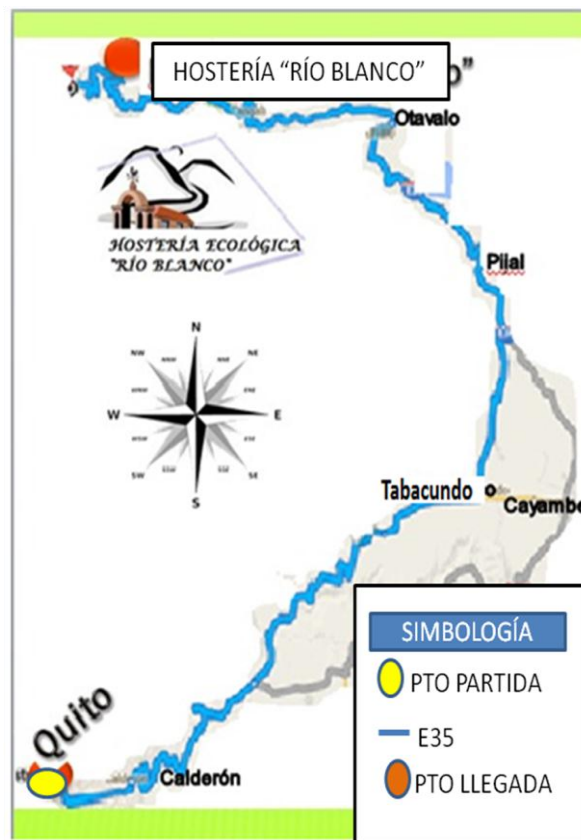


Gráfico 3.9 Mapa de ubicación de la hostería  
Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

**Superficie de la hostería.-** Su superficie es 4.500 m<sup>2</sup>.

### 3.3.2.2 Micro localización

Para el análisis se seleccionó tres cantones de Imbabura, los cuales están calificados de acuerdo a parámetros como transporte, servicios básicos, cercanía del mercado meta y vías de acceso. Al analizar los resultados se observa que el sector con mayor puntaje para el desarrollo del proyecto es el cantón Otavalo, ya que se encuentre con mayor fuente de transporte, servicios básico como agua, luz, alcantarillado, teléfono, y posee vías de acceso de primer y segundo orden.

<b>MATRIZ LOCALIZACIONAL</b>							
<b>Factor de Localización</b>	<b>Peso</b>	<b>Ubicación A</b>		<b>Ubicación B</b>		<b>Ubicación</b>	
		<b>Ibarra</b>		<b>Otavalo</b>		<b>Cotacachi</b>	
		<b>Calif.</b>	<b>Pond.</b>	<b>Calif.</b>	<b>Pond.</b>	<b>Calif.</b>	<b>Pond.</b>
<b>Transporte</b>	23%	8	1.84	10	2.3	8	1.84
<b>Servicios Básicos</b>	24%	7	1.89	10	2.4	8	1.92
<b>Cercanías del mercado</b>	27%	8	2.16	9	2.43	8	2.16
<b>Vías de Acceso</b>	26%	9	2.34	10	2.6	8	2.08
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>32</b>	<b>8.23</b>	<b>39</b>	<b>9.73</b>	<b>32</b>	<b>8</b>

Tabla 3.23 Matriz localizacional

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Fuente: Investigación de campo



### **3.3.3 Ingeniería del proyecto**

#### **3.3.3.1 Estudio de requerimientos**

#### **3.3.3.2 Infraestructura civil**

##### ***INSTALACIONES***

- Habitaciones 10 con capacidad de 32 personas.
- Cocina
- Restaurant capacidad de 80 personas
- Sala de Espera y Recepción

##### ***ÁREAS DEPORTIVAS CERRADAS***

- Piscina estilo Mónaco temperada con cubierta.
- Baño Sauna
- Baño Turco
- Hidromasaje
- Vestidores
- Baños

##### ***ÁREAS DEPORTIVAS AL AIRE LIBRE***

- 1 Cancha de Básquet
- 1 Cancha de Vóley
- 1 Cancha de Fútbol
- 1 Área de Juegos Infantiles.
- Pared para escalar.

## **ÁREAS ADMINISTRATIVA**

- Sección Gerencia
- Sección Contabilidad
- Sección Ventas

Una vez conocida la infraestructura que será necesaria se debe tomar en cuenta el nivel de inversión en cada una de las edificaciones y componentes de la Hostería.

- **Terreno:** El terreno es propio de los socios de la Hacienda mide 4500m<sup>2</sup> valorado en \$12.00 el metro cuadrado lo que da un total de \$54 000.00.
- **Edificios:** Dentro de los edificios se encuentra 6 construcciones ya elaboradas las cuales serán para uso de habitaciones, restaurant, cocina, área administrativa. Por lo cual es necesario la construcción de las áreas deportivas al aire libre y áreas cerradas. Como la adecuación de senderos y caballerizas.
- **Estructura:** Para la edificación del área deportiva al aire libre es necesario cemento, redes, arcos de fútbol y aros de básquet. Para el área deportiva cerrada hormigón, azulejos, tubería, bombas de agua, temporizador de agua, puertas y acabados.

### 3.3.3.3 Esquemas

- Esquema de la hostería

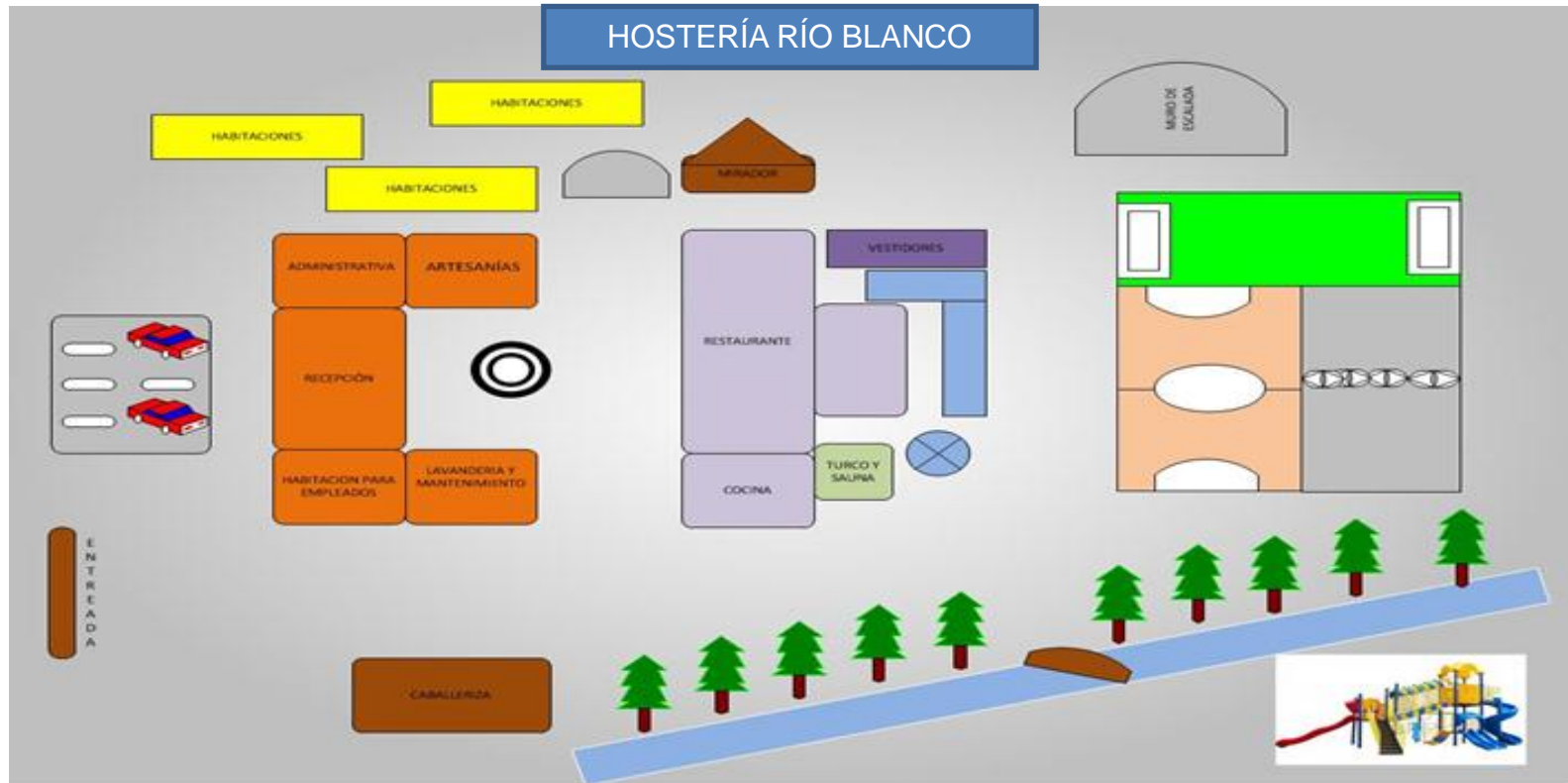


Gráfico 3.10 Esquema general

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- Esquema de habitaciones

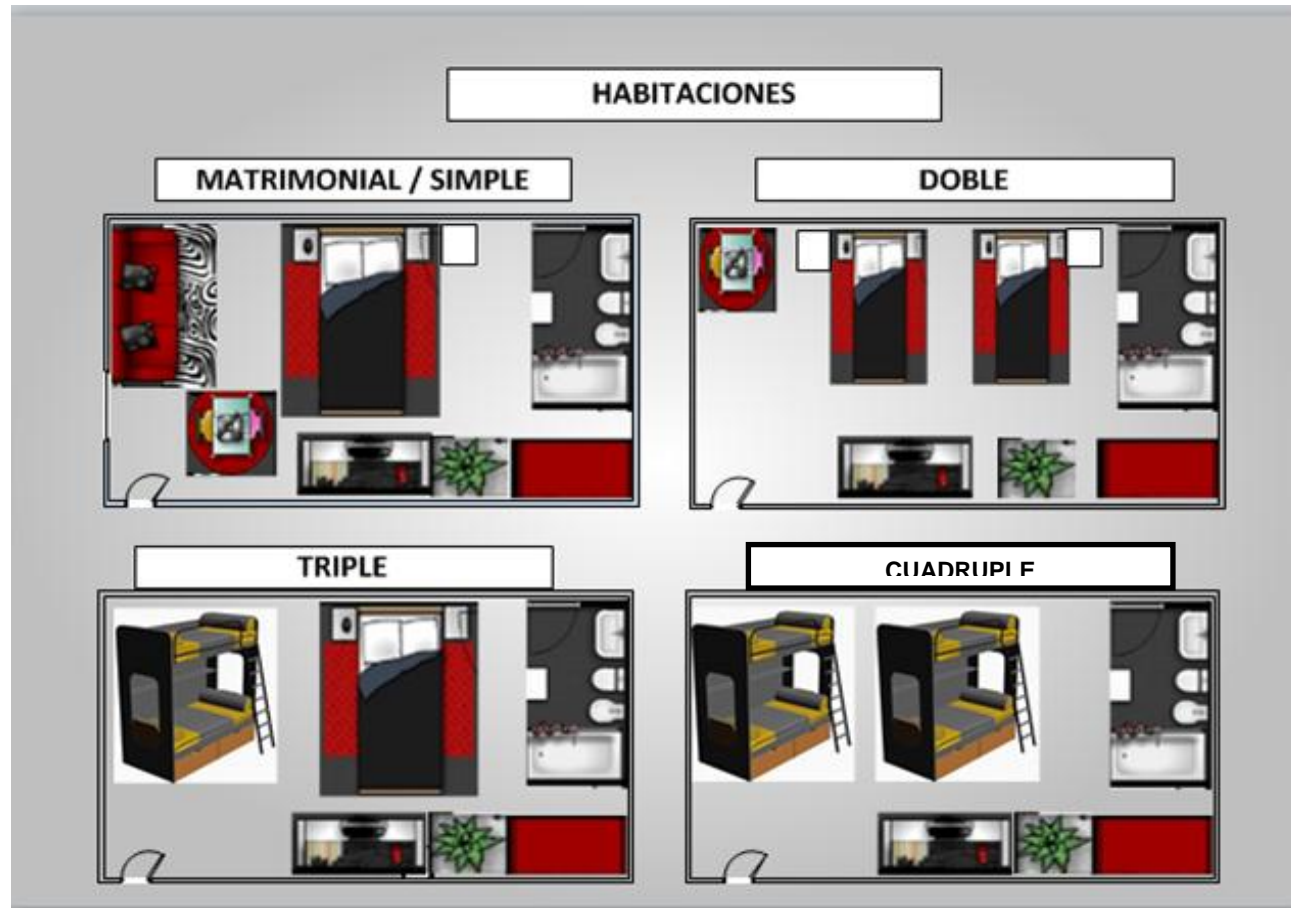


Gráfico 3.11 Planos habitaciones

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- Esquema de área administrativa



Gráfico 3.12 Planos área administrativa

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

- Esquema de tour

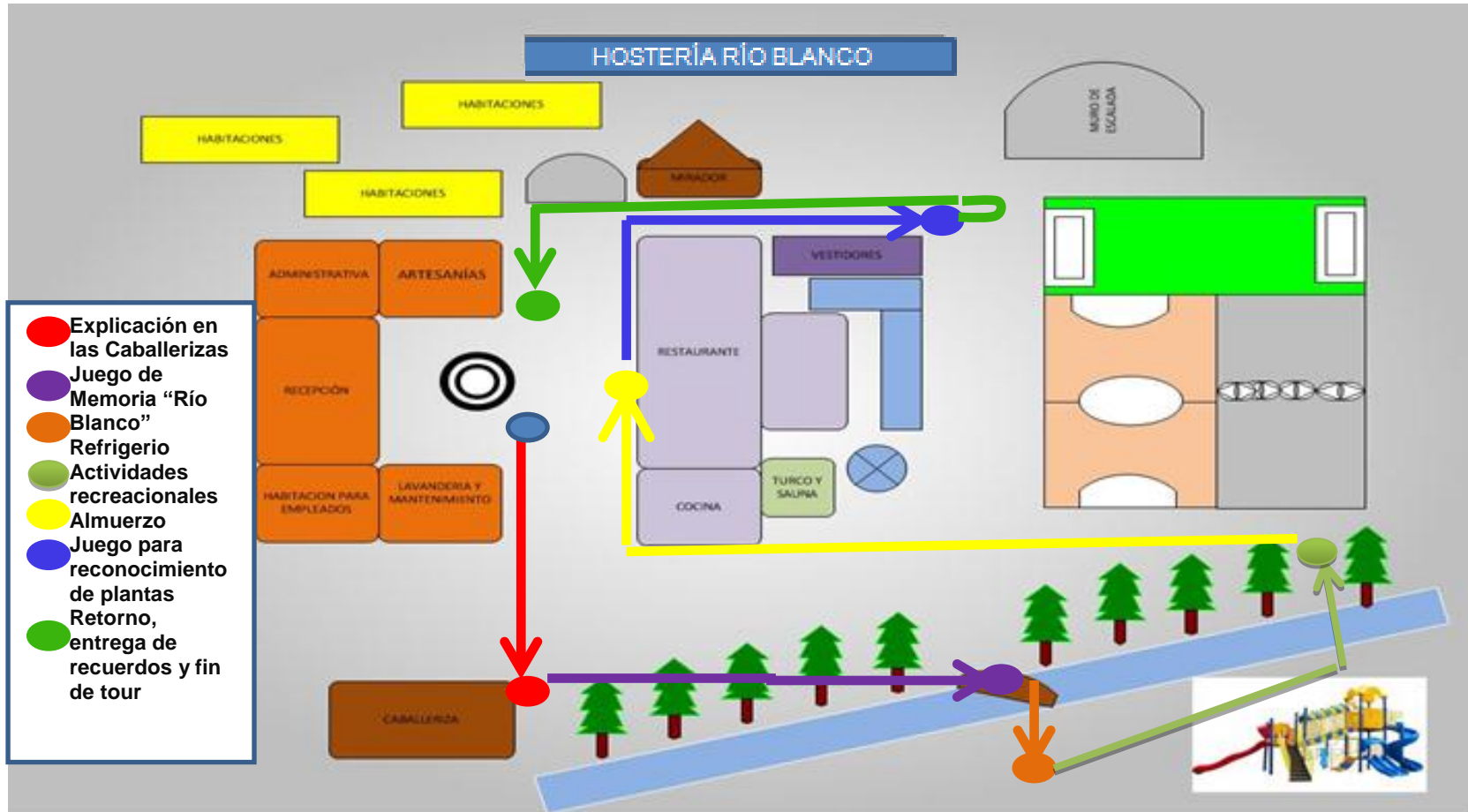


Gráfico 3.13 9 Plano de tour

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### **3.3.4 Base legal**

Es necesario establecer un nombre comercial para la empresa, el cual sería: “HOSTERÍA ECOLÓGICA RÍO BLANCO”, como se muestra en el logo de la empresa.

Los principales requerimientos legales para su constitución son:

#### **3.3.4.1 Escritura de constitución**

La cual consta de:

- Nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la conforman
- Razón social y domicilio de la empresa
- Nombre de los socios autorizados para obrar, administrar o firmar por ella
- La suma de los aportes entregados, o por entregarse, para la constitución de la empresa
- El tiempo de duración de esta.
- Inscripción del representante legal
- La inscripción se la realiza en el Registro Mercantil

#### **3.3.4.2 Ministerio de salud**

El ministerio de salud

Otorga un certificado de funcionamiento ante parámetros de limpieza y calidad, es por esta razón que él, Director Provincial de Salud de la jurisdicción a la que

pertenece el domicilio del establecimiento, otorga el certificado con los siguientes datos:

- Nombre del propietario o representante legal.
- Nombre o razón social o denominación del establecimiento.
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.
- Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.

A la solicitud debe adjuntar:

- Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen
- Plano del establecimiento a escala 1:50
- Croquis de ubicación del establecimiento
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos



- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.
- Adicionalmente se deberá cumplir con otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

La documentación completa será entregada en el Área de Salud a la que pertenece el establecimiento, para su inspección se remitirá la documentación a la Dirección Provincial de Salud correspondiente.

#### **3.3.4.3 Registro único de contribuyentes RUC**

- Registro que se lo obtiene en El SRI, donde se le asigna a la empresa un número de identificación para el pago generado por la actividad comercial del impuesto a la renta y declaración del IVA.

#### **3.3.4.4 Formalidades para el registro en el Ministerio de Turismo**

Una empresa de estas características debe registrarse en el citado Ministerio, para lo cual es indispensable detallar las actividades y servicios que prestará y una vez que este analice la documentación emitirá un código que permitirá al negocio continuar con sus operaciones.

#### **Requisitos para el registro:**

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos.

- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
- Copia del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)
- Fotocopia de la cédula de identidad, según sea la Persona Natural Ecuatoriana o Extranjera
- Copia de la papeleta de votación.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, marca de productos, marca de servicios y en trámite, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social, (nombre comercial del establecimiento).
- Fotocopia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)
- Declaración de activos fijos para cancelación de 1 por mil. (Formulario del Ministerio de Turismo).
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos. (Firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados).

#### **3.3.4.5 Requisitos para la obtención de la Licencia Única anual de Funcionamiento**

Una copia del certificado de afiliación a la Cámara de Turismo que corresponde, de acuerdo a la ubicación del proyecto en la provincia de Imbabura. Puesto que la

actividad que se desarrollará, guarda compatibilidad con el uso del suelo no se tiene prohibiciones para el mismo.

Requisitos:

- Presentar la solicitud en el formulario correspondiente.
- Certificado de registro en el Ministerio de Turismo cuando fuere inicio de la actividad
- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Copia del depósito del pago del 1 por mil de los activos fijos que posee el establecimiento.
- Valor de la tasa por la licencia anual de funcionamiento

#### 3.3.4.6 Impuestos

Se deberán cancelar los siguientes impuestos:

- IVA
- Impuesto a la renta
- Aportaciones al IESS por sueldo de empleados
- Impuesto predial
- Impuesto del 1 x1000 por activos totales
- Impuesto de patente

### 3.3.4.7 Instituciones relacionadas e inherentes

Entre los organismos que regirán el funcionamiento de la empresa desde el ámbito legal se tienen los siguientes:

- Ilustre Municipalidad de Otavalo
- El SRI
- La Superintendencia de Compañías
- La Corporación Financiera Nacional CFN
- Superintendencia de Compañías

### 3.3.4.8 Bomberos

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos:

- Copia de Licencia Ambiental (Tramitar en Consejo Provincial Oficina del Ministerio del Ambiente).
- Copia del permiso de funcionamiento del año anterior de Bomberos (Si el local es nuevo copia del RUC)
- Copia del pago de las patentes municipales (Tramitar en Rentas del Municipio)
- Informe técnico bombero favorable (Inspección en Bomberos)

### 3.3.4.9 Patente Municipal

#### Registro de Patente - Personas Jurídicas:

- Copia color de cédula de identidad y certificado de votación, nombramiento del representante legal.
- Copia del RUC.
- Copia de la escritura de constitución.
- Copia de la declaración del impuesto a la renta.
- Copia certificada de los estados financieros.
- Copia del pago al Cuerpo de Bomberos.
- Copia del último pago del impuesto de patente.
- Solicitud (formulario) rellenado por el solicitante.

### 3.3.4.10 Constitución de la compañía "Hostería RÍO BLANCO" Cía. Ltda.

La compañía tomará el nombre de "Hostería RÍO BLANCO" Cía. Ltda., para la cual se toma el lineamiento de compañía limitada, como base para desempeñar las actividades de comercio, puesto que, esta clase de sociedad brinda todas las facilidades para desempeñarse dentro del mercado, además que es el tipo societario apropiado para las empresas con un número pequeño de socios o que sea de tipo familiar, sin tomar en cuenta la cuantía del capital (siempre que este sea propio). En forma general se coincide en que este tipo de compañías es el ideal para la pequeña y mediana empresa.

## **Modelo borrador de la minuta de constitución de compañías de responsabilidad limitada**

A continuación se propone el modelo de escritura de constitución a ser utilizado, cabe señalar que este deberá ser revisado por los promotores y su abogado, previo al envío a una notaría pública y cumplir con los requisitos legales. (Ver anexo 2).

### **3.3.4.11 SAYCE**

#### **SECTOR ALOJAMIENTO, ALIMENTOS Y BEBIDAS**

**1. Los hoteles, residencias, hoteles apartamentos, hostales residencias, pensiones, cabañas, refugios, albergues, hosterías, paraderos y afines.-** Por difusión o Comunicación pública de obras administradas por SAYCE, abonarán anualmente el resultado de multiplicar el número total de habitaciones que posean por el valor que corresponda de acuerdo a la categoría del establecimiento:

- De lujo (cinco estrellas), el equivalente a US\$ 3,50 más IVA;
- De primera categoría, el equivalente a US\$ 2,50 más IVA;
- De segunda categoría, el equivalente a US\$ 1,50 más IVA;
- De tercera y cuarta categoría, el equivalente a US\$ 1,00 más IVA.

Este pago no incluye las presentaciones de artistas en vivo que se cobrarán por cada una y de acuerdo al numeral 39.

### 3.3.4.12 Federación Hotelera Del Ecuador

La cual solicita para la acreditación y la categorización algunos requisitos.



#### FEDERACION HOTELERA DEL ECUADOR –AHOTEC-

Permisos, Tasas, Contribuciones y otras Obligaciones que deben cumplir los Establecimientos de Alojamiento ®

	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR
<b>PERMISOS</b>			
<a href="#">Registro Actividad Turística</a>	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
<a href="#">Licencia Única de Funcionamiento Turismo</a>	Ministerio Turismo / Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
<a href="#">Permiso Sanitario</a>	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
<a href="#">Certificados de Salud empleados</a>	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
<a href="#">Patente</a>	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
<a href="#">Rótulos y Publicidad Exterior</a>	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
<a href="#">Bomberos</a>	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas
<a href="#">Licencia Ambiental (Quito)</a>	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas

### 3.3.4.13 Categoría de la Hostería

Según la ley presentada por el ministerio de turismo la Hostería puede tener una categorización de tres estrellas que se lo detalla a continuación:

**Art.29.- Hosterías de dos estrellas.-** Cuentan con servicios de:

- a) De recepción, atendido las veinticuatro horas del día por personal capacitado. Existirá un mozo de equipajes o mensajero que dependerá de recepción.
- b) Teléfono público en la recepción;
- c) Botiquín de primeros auxilios.

### 3.4 Análisis financiero

#### 3.4.1 Inversión

Es el monto de recursos propios y el financiamiento de recursos de terceros requeridos para la ejecución del proyecto, está compuesta por diferentes partes entre éstas:

- Activos fijos
- Capital de trabajo

La inversión total de la empresa es:

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 452.607,14</b>
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 397.985,16</b>
TERRENOS	\$ 54.000,00
<b>CONSTRUCCIONES</b>	<b>\$ 264.159,60</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	<b>\$ 56.801,68</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	<b>\$ 10.152,06</b>
<b>EQUIPOS OFICINA</b>	<b>\$ 832,00</b>
<b>EQUIPOS COMPUTACIÓN</b>	<b>\$ 2.060,40</b>
<b>BIENES FUNGIBLES</b>	<b>\$ 9.979,43</b>
<b>CAPITAL TRABAJO</b>	<b>\$ 54.621,98</b>

Tabla 3.24 Inversión total

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

##### 3.4.1.1 Activos fijos

Se consideran en este grupo a todos los bienes que deberá adquirir la empresa para empezar con sus operaciones, también se conoce a los activos fijos como propiedades, planta y equipos. Dentro de la presente empresa se encuentran



<b>TERRENOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO POR METRO CUADRADO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>TERRENO</b>	m2	4500	12,00	\$ 54.000,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 54.000,00</b>

Tabla 3.25 Activos fijos terrenos

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>CONSTRUCCIONES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>PISCINAS</b>	m2	120	230,00	\$ 27.600,00
<b>OFICINAS</b>	m2	100	170,00	\$ 17.000,00
<b>BAÑOS</b>	m2	24	120,00	\$ 2.880,00
<b>HABITACIONES</b>	m2	375	200,00	\$ 75.000,00
<b>RESTAURANT Y COCINA</b>	m2	200	230,00	\$ 46.000,00
<b>LOCAL VTA ART. OFC Y LAVADERÍA</b>	m2	200	120,00	\$ 24.000,00
<b>SENDEROS</b>	m2	500	35,00	\$ 17.500,00
<b>ÁREAS VERDES Y RECREACIÓN</b>	m2	800	35,00	\$ 28.000,00
<b>PARQUEADEROS</b>	m2	300	70,00	\$ 21.000,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 258.980,00</b>
<b>IMPREVISTOS 2%</b>				\$ 5.179,60
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 264.159,60</b>

Tabla 3.26 Activos fijos construcciones

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>EQUIPO DE BOMBAS DE AGUA</b>	Unidad	3	\$ 1.350,00	\$ 4.050,00
<b>SISTEMA DE TEMPORIZADOR DE AGUA</b>	Unidad	2	\$ 9.600,00	\$ 19.200,00
<b>TUMBONAS PISCINA</b>	Unidad	18	\$ 60,44	\$ 1.087,92
<b>CAMPANA EXTRACTORA DE OLORES</b>	Unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>REFRIGERADOR</b>	Unidad	1	\$ 800,00	\$ 800,00
<b>COCINA INDUSTRIAL TRES QUEMADORES</b>	Unidad	2	\$ 760,00	\$ 1.520,00
<b>LAVABO 2 POZOS</b>	Unidad	2	\$ 270,00	\$ 540,00
<b>JUEGOS INFANTILES</b>	Unidad	3	\$ 2.700,00	\$ 8.100,00
<b>TELEVISOR</b>	Unidad	11	\$ 890,00	\$ 9.790,00
<b>KIT PROTECCIÓN</b>	Unidad	16	\$ 650,00	\$ 10.400,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 55.687,92
<b>IMPREVISTOS 2%</b>				\$ 1.113,76
<b>TOTAL</b>				\$ 56.801,68

Tabla 3.27 Activos fijos maquinaria y equipo

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>ESTACION TRABAJO GERENCIAL</b>	Unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>SILLA EJECUTIVA</b>	Unidad	1	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>ESTACION TRABAJO MODULAR</b>	Unidad	2	\$ 200,00	\$ 400,00
<b>SILLA GIRATORIA</b>	Unidad	2	\$ 70,00	\$ 140,00
<b>SILLONES</b>	Unidad	3	\$ 35,00	\$ 105,00
<b>ARCHIVADOR 4 GAVETAS</b>	Unidad	4	\$ 120,00	\$ 480,00
<b>MESAS</b>	Unidad	16	\$ 42,00	\$ 672,00
<b>SILLAS</b>	Unidad	88	\$ 23,00	\$ 2.024,00
<b>CAMAS 2 PLAZAS</b>	Unidad	1	\$ 220,00	\$ 220,00
<b>CAMAS 1 1/2 PLAZA</b>	Unidad	4	\$ 120,00	\$ 480,00
<b>CAMAS LITERAS</b>	Unidad	15	\$ 120,00	\$ 1.800,00
<b>COLCHONES DE 2 PLAZAS</b>	Unidad	1	\$ 119,00	\$ 119,00
<b>COLCHONES DE 1 1/2 PLAZAS</b>	Unidad	19	\$ 99,00	\$ 1.881,00
<b>BASUREROS GRANDES</b>	Unidad	15	\$ 12,00	\$ 180,00
<b>BASUREROS PEQUEÑOS</b>	Unidad	20	\$ 5,60	\$ 112,00
<b>VELADORES</b>	Unidad	22	\$ 30,00	\$ 660,00
<b>LÁMPARAS DE NOCHE</b>	Unidad	20	\$ 15,00	\$ 300,00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 9.953,00
<b>IMPREVISTOS 2%</b>				\$ 199,06
<b>TOTAL</b>				\$ 10.152,06

Tabla 3.28 Activos fijos muebles y enseres

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>EQUIPOS OFICINA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>TELÉFONO</b>	Unidad	8	\$ 55,00	\$ 440,00
<b>BASE TELEÉFONO CENTRAL</b>	Unidad	1	\$ 192,00	\$ 192,00
<b>BASE DE INTERNET</b>	Unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 632,00</b>
<b>IMPREVISTOS 2%</b>				\$ 12,64
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 832,00</b>

Tabla 3.29 Activos fijos equipos de oficina

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>EQUIPOS COMPUTACIÓN</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANT</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
<b>COMPUTADOR</b>	Unidad	3	\$ 590,00	\$ 1.770,00
<b>IMPRESORA MULTIFUNCIÓN</b>	Unidad	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>SUBTOTAL</b>				<b>\$ 2.020,00</b>
<b>IMPREVISTOS 2%</b>				\$ 40,40
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.060,40</b>

Tabla 3.30 Activos fijos equipos computación

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.4.1.2 Inversión capital de trabajo

En este caso se ha calculado un capital de trabajo para financiar las actividades comerciales de la empresa por tres meses.

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TRIMESTRE</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
<b>COSTOS DEL SERVICIO</b>		
<b>COSTOS DIRECTOS</b>	\$ 9.706,66	\$ 38.826,65
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	\$ 8.520,00	\$ 34.080,00
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	\$ 13.274,02	\$ 53.096,08
<b>ADMINISTRACIÓN</b>		
<b>TALENTO HUMANO</b>	\$ 7.681,14	\$ 30.724,54
<b>HONORARIOS CONTADOR</b>	\$ 459,00	\$ 1.836,00
<b>SERVICIO DE GUARDIANÍA</b>	\$ 1.734,00	\$ 6.936,00
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	\$ 758,45	\$ 3.033,81
<b>REPOSICIÓN INVENTARIOS</b>	\$ 345,21	\$ 1.380,85
<b>MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 3.006,33	\$ 12.025,31
<b>SEGUROS ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 3.831,93	\$ 15.327,73
<b>SUMINISTROS</b>	\$ 76,22	\$ 304,88
<b>VENTAS</b>		
<b>JEFE DE MARKETING Y VENTAS</b>	\$ 2.445,95	\$ 9.783,80
<b>PUBLICIDAD</b>	\$ 2.783,07	\$ 11.132,28
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 54.621,98</b>	<b>\$ 218.487,92</b>

Tabla 3.31 Capital de trabajo

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>COSTOS DIRECTOS</b>	<b>VALOR TRIMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Insumos piscina	\$ 900,00	\$ 3.600,00
Insumos (habitaciones)	\$ 2.720,71	\$ 10.882,83
Costos del tour	\$ 2.161,77	\$ 8.647,07
Abastecimiento Restaurante	\$ 3.733,86	\$ 14.935,44
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 9.516,34</b>	<b>\$ 38.065,35</b>
IMPREVISTOS 2%	\$ 190,33	\$ 761,31
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 9.706,66</b>	<b>\$ 38.826,65</b>

Tabla 3.32 Costos directos

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Los Costos directos de la hostería están compuestos por piscina, habitaciones, tour y restaurante.

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>VALOR TRIMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
ALQUILER CABALLOS	\$ 8.100,00	\$ 32.400,00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 420,00	\$ 1.680,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8.520,00</b>	<b>\$ 34.080,00</b>

Tabla 3.33 Costos indirectos

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>VALOR TRIMESTRAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Guardia de Seguridad	\$ 1.388,33	\$ 5.553,30
Guía Turístico	\$ 2.024,04	\$ 8.096,16
Chef	\$ 2.211,02	\$ 8.844,06
Ayudante cocina	\$ 1.537,91	\$ 6.151,62
Meseros	\$ 3.075,81	\$ 12.303,24
Ama de llaves	\$ 2.776,65	\$ 11.106,60
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 13.013,75</b>	<b>\$ 52.054,98</b>
IMPREVISTOS 2%	\$ 260,27	\$ 1.041,10
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 13.274,02</b>	<b>\$ 53.096,08</b>

Tabla 3.34 Mano de obra directa

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

CARGO	#	Sueldo x empleado	Sueldo total	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 1
<b>OPERATIVA</b>										
Guía Turístico	1	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 43,33	\$ 26,50	\$ 21,67	\$ 63,18	-	\$ 674,68	\$ 8.096,16
Chef	1	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 47,50	\$ 26,50	\$ 23,75	\$ 69,26	-	\$ 737,01	\$ 8.844,06
Ayudante cocina	1	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 32,50	\$ 26,50	\$ 16,25	\$ 47,39	-	\$ 512,64	\$ 6.151,62
Meseros	2	\$ 390,00	\$ 780,00	\$ 65,00	\$ 53,00	\$ 32,50	\$ 94,77	-	\$ 1.025,27	\$ 12.303,24
Ama de llaves	2	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 53,00	\$ 29,17	\$ 85,05	-	\$ 925,55	\$ 11.106,60
Guardia de Seguridad	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 14,58	\$ 42,53	-	\$ 462,78	\$ 5.553,30
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>\$ 3.310,00</b>	<b>\$ 275,83</b>	<b>\$ 212,00</b>	<b>\$ 137,92</b>	<b>\$ 402,17</b>	-	<b>\$ 4.337,92</b>	<b>\$ 52.054,98</b>
IMPREVISTOS 2%									\$ 86,76	\$ 1.041,10
<b>TOTAL PRODUCCIÓN:</b>									<b>\$ 4.424,67</b>	<b>\$ 53.096,08</b>
<b>VENTAS</b>										
Jefe de Marketing y Ventas	1	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 51,67	\$ 26,50	\$ 25,83	\$ 75,33	-	\$ 799,33	\$ 9.591,96
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>\$ 620,00</b>	<b>\$ 51,67</b>	<b>\$ 26,50</b>	<b>\$ 25,83</b>	<b>\$ 75,33</b>	-	<b>\$ 799,33</b>	<b>\$ 9.591,96</b>
IMPREVISTOS 2%									\$ 15,99	\$ 191,84
<b>TOTAL VENTAS:</b>									<b>\$ 815,32</b>	<b>\$ 9.783,80</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>										
Gerente General	1	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 87,50	\$ 26,50	\$ 43,75	\$ 127,58	-	\$ 1.335,33	\$ 16.023,90
Recepcionista	2	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 53,00	\$ 37,50	\$ 109,35	-	\$ 1.174,85	\$ 14.098,20
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>\$ 1.950,00</b>	<b>\$ 162,50</b>	<b>\$ 79,50</b>	<b>\$ 81,25</b>	<b>\$ 236,93</b>	-	<b>\$ 2.510,18</b>	<b>\$ 30.122,10</b>
IMPREVISTOS 2%									\$ 50,20	\$ 602,44
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN:</b>									<b>\$ 2.560,38</b>	<b>\$ 30.724,54</b>
<b>TOTAL TALENTO HUMANO:</b>									<b>\$ 7.800,37</b>	<b>\$ 93.604,42</b>

Tabla 3.35 Nomina primer año

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

CARGO	#	Sueldo x empleado	Sueldo Total	10mo 3ro	10mo 4to	Vacaciones	Aporte IESS	Fondos de Reserva	Mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>OPERATIVA</b>														
Guía Turístico	1	\$ 520,00	\$ 520,00	\$ 43,33	\$ 26,50	\$ 21,67	\$ 63,18	\$ 43,33	\$ 718,01	\$ 8.616,16	\$ 8.791,93	\$ 8.971,29	\$ 9.154,30	\$ 9.341,05
Chef	1	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 47,50	\$ 26,50	\$ 23,75	\$ 69,26	\$ 47,50	\$ 784,51	\$ 9.414,06	\$ 9.606,11	\$ 9.802,07	\$ 10.002,03	\$ 10.206,08
Ayudante cocina	1	\$ 390,00	\$ 390,00	\$ 32,50	\$ 26,50	\$ 16,25	\$ 47,39	\$ 32,50	\$ 545,14	\$ 6.541,62	\$ 6.675,07	\$ 6.811,24	\$ 6.950,19	\$ 7.091,97
Meseros	2	\$ 390,00	\$ 780,00	\$ 65,00	\$ 53,00	\$ 32,50	\$ 94,77	\$ 65,00	\$ 1.090,27	\$ 13.083,24	\$ 13.350,14	\$ 13.622,48	\$ 13.900,38	\$ 14.183,95
Ama de llaves	2	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 58,33	\$ 53,00	\$ 29,17	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 983,88	\$ 11.806,60	\$ 12.047,45	\$ 12.293,22	\$ 12.544,00	\$ 12.799,90
Guardia de Seguridad	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 26,50	\$ 14,58	\$ 42,53	\$ 29,17	\$ 491,94	\$ 5.903,30	\$ 6.023,73	\$ 6.146,61	\$ 6.272,00	\$ 6.399,95
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>\$ 3.310,00</b>	<b>\$ 275,83</b>	<b>\$ 212,00</b>	<b>\$ 137,92</b>	<b>\$ 402,17</b>	<b>\$ 275,83</b>	<b>\$ 4.613,75</b>	<b>\$ 55.364,98</b>	<b>\$ 56.494,43</b>	<b>\$ 57.646,91</b>	<b>\$ 58.822,91</b>	<b>\$ 60.022,90</b>
IMPREVISTOS 2%									\$ 92,27	\$ 1.107,30	\$ 1.129,89	\$ 1.152,94	\$ 1.176,46	\$ 1.200,46
<b>TOTAL PRODUCCIÓN:</b>									<b>\$ 4.706,02</b>	<b>\$ 56.472,28</b>	<b>\$ 57.624,31</b>	<b>\$ 58.799,85</b>	<b>\$ 59.999,37</b>	<b>\$ 61.223,35</b>
<b>VENTAS</b>														
Jefe de Marketing y Ventas	1	\$ 620,00	\$ 620,00	\$ 51,67	\$ 26,50	\$ 25,83	\$ 75,33	\$ 51,67	\$ 851,00	\$ 10.211,96	\$ 10.420,28	\$ 10.632,86	\$ 10.849,77	\$ 11.071,10
IMPREVISTOS 2%									\$ 17,02	\$ 204,24	\$ 208,41	\$ 212,66	\$ 217,00	\$ 221,42
<b>TOTAL VENTAS:</b>									<b>\$ 868,02</b>	<b>\$ 10.416,20</b>	<b>\$ 10.628,69</b>	<b>\$ 10.845,51</b>	<b>\$ 11.066,76</b>	<b>\$ 11.292,53</b>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>														
Gerente General	1	\$ 1.050,00	\$ 1.050,00	\$ 87,50	\$ 26,50	\$ 43,75	\$ 127,58	\$ 87,50	\$ 1.422,83	\$ 17.073,90	\$ 17.422,21	\$ 17.777,62	\$ 18.140,28	\$ 18.510,35
Recepcionista	2	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 53,00	\$ 37,50	\$ 109,35	\$ 75,00	\$ 1.249,85	\$ 14.998,20	\$ 15.304,16	\$ 15.616,37	\$ 15.934,94	\$ 16.260,01
<b>SUBTOTAL:</b>			<b>\$ 1.950,00</b>	<b>\$ 162,50</b>	<b>\$ 79,50</b>	<b>\$ 81,25</b>	<b>\$ 236,93</b>	<b>\$ 162,50</b>	<b>\$ 2.672,68</b>	<b>\$ 32.072,10</b>	<b>\$ 32.726,37</b>	<b>\$ 33.393,99</b>	<b>\$ 34.075,23</b>	<b>\$ 34.770,36</b>
IMPREVISTOS 2%									\$ 53,45	\$ 641,44	\$ 654,53	\$ 667,88	\$ 681,50	\$ 695,41
<b>TOTAL ADMINISTRACIÓN:</b>									<b>\$ 2.726,13</b>	<b>\$ 32.713,54</b>	<b>\$ 33.380,90</b>	<b>\$ 34.061,87</b>	<b>\$ 34.756,73</b>	<b>\$ 35.465,77</b>
<b>TOTAL TALENTO HUMANO:</b>									<b>\$ 8.300,17</b>	<b>\$ 99.602,02</b>	<b>\$ 101.633,90</b>	<b>\$ 103.707,23</b>	<b>\$ 105.822,86</b>	<b>\$ 107.981,65</b>

Tabla 3.36 Nomina a partir del segundo año

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.4.2 Financiamiento

Para financiar el siguiente proyecto se buscará apoyo en la Corporación Financiera Nacional, institución que ofrece financiamiento para proyectos turísticos, cuyas características son las siguientes:

FINANCIAMIENTO ESTRATÉGICO	
<b>DESTINO</b>	Activo fijo: Obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola y semoviente. Capital de Trabajo: Adquisición de materia prima, insumos, materiales directos e indirectos, pago de mano de obra, etc. Asistencia técnica.
<b>BENEFICIARIO</b>	Personas naturales. Personas jurídicas sin importar la composición de su capital social (privada, mixta o pública); bajo el control de la Superintendencia de Compañías. Cooperativas no financieras, asociaciones, fundaciones y corporaciones; con personería jurídica.
<b>MONTO</b>	Hasta el 70% para proyectos nuevos. Hasta el 100% para proyectos de ampliación. Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta. Desde US\$ 100,000* Valor a financiar (en porcentajes de la inversión total): *El monto máximo será definido de acuerdo a la metodología de riesgos de la CFN.
<b>PLAZO</b>	Activo Fijo: hasta 10 años. Capital de Trabajo: hasta 3 años. Asistencia Técnica: hasta 3 años.
<b>PERÍODO DE GRACIA</b>	Se fijará de acuerdo a las características del proyecto y su flujo de caja proyectado.
<b>TASAS DE INTERÉS</b>	Capital de trabajo: 10.5%; Activos Fijos: 10.5% hasta 5 años. 11% hasta 10 años.



<b>GARANTÍA</b>	<p>Negociada entre la CFN y el cliente; de conformidad con lo dispuesto en la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero a satisfacción de la Corporación Financiera Nacional. En caso de ser garantías reales no podrán ser inferiores al 125% de la obligación garantizada.</p> <p>La CFN se reserva el derecho de aceptar las garantías de conformidad con los informes técnicos pertinentes.</p>
<b>DESEMBOLSOS</b>	<p>.</p> <p>De acuerdo al cronograma aprobado por la CFN. Para cada desembolso deberán estar constituidas garantías que representen por lo menos el 125% del valor adeudado a la CFN.</p>
<b>SITUACIONES ESPECIALES DE FINANCIAMIENTO</b>	<p>Aporte del cliente en:</p> <p>Construcción: Hasta el 40% del costo del proyecto, conforme a normativa vigente de la CFN (incluye valor de terreno).</p> <p>Se financia:</p> <p>Terreno: Solamente en proyectos de reubicación o ampliación, conforme a normativa vigente de la CFN.</p>
<b>REQUISITOS</b>	<p>Para créditos de hasta US\$ 300,000 no se requiere proyecto de evaluación.</p> <p>Para créditos superiores a US\$ 300,000 se requiere completar el modelo de evaluación que la CFN proporciona en medio magnético.</p> <p>Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.</p> <p>Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen.</p> <p>Carta de pago de los impuestos.</p> <p>Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.</p> <p>Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.</p> <p>Proformas de la maquinaria a adquirir.</p> <p>Proformas de materia prima e insumos a adquirir.</p>

Tabla 3.37 Características del financiamiento

Fuente: Corporación Financiera Nacional, 2013

A continuación se muestra la estructura de financiamiento de la inversión para el presente proyecto:

DETALLE DE INVERSIONES	VALOR	RECURSOS PROPIOS		CRÉDITO	
		VALOR	%	VALOR	%
TERRENOS	\$ 54.000,00	\$ 54.000,00	100%		0%
CONSTRUCCIONES	\$ 264.159,60	\$ 171.703,74	65%	\$ 92.455,86	35%
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 56.801,68	\$ 14.200,42	25%	\$ 42.601,26	75%
MUEBLES Y ENSERES	\$ 10.152,06	\$ 2.538,02	25%	\$ 7.614,05	75%
EQUIPOS OFICINA	\$ 832,00	\$ 208,00	25%	\$ 624,00	75%
EQUIPOS COMPUTACIÓN	\$ 2.060,40	\$ 515,10	25%	\$ 1.545,30	75%
BIENES FUNGIBLES	\$ 9.979,43	\$ 2.494,86	25%	\$ 7.484,57	75%
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 54.621,98	\$ 54.621,98	100%	\$ 0,00	0%
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>	<b>\$ 452.607,14</b>	<b>\$ 300.282,11</b>	<b>66%</b>	<b>\$ 152.325,03</b>	<b>34%</b>

Tabla 3.38 Fuentes y usos

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

APORTACIONES DE LOS SOCIOS	
Fausto Báez Mera	\$ 50.047,02
Marcelo Báez Mera	\$ 50.047,02
Edgar Báez Mera	\$ 50.047,02
Fabián Báez Mera	\$ 50.047,02
Marcia Báez Mera	\$ 50.047,02
Eduardo Báez Mera	\$ 50.047,02
<b>TOTAL APORTACIONES</b>	<b>300.282,11</b>

Tabla 3.39 Aportaciones de los socios

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.4.2.1 Amortización del crédito

Para toda inversión se necesita calcular los intereses que esta genera y las anualidades o pagos que se producen, las mismas que se deben liquidar en las

entidades de la banca nacional pública o privada, para este efecto se realiza una tabla que se desglosa en el detalle siguiente:

$$Cuota\ Mensual = \frac{C}{\frac{(1 - (1 + i)^{-t})}{i}}$$

Dónde:

**A= \$ 257.588,51**

**i= 5.25 semestral**

**n= 10 semestres**

VALORES INICIALES				VALORES FINALES		
Capital:	152.325,03			Total pagado:	199.669,97	
Tiempo:	10	(en semestres)		Interés total:	47.344,93	
Interés:	5,25%	(semestral)		Cuota Mensual:	19.967,00	
	10,5%	(anual)				
Cuota	Capital	Cuota semestral	Cuota Capital	Cuota Interés	Capital Reducido	Interés Acumulado
1	\$ 152.325,03	\$ 19.967,00	\$ 11.969,93	\$ 7.997,06	\$ 140.355,10	\$ 7.997,06
2	\$ 140.355,10	\$ 19.967,00	\$ 12.598,35	\$ 7.368,64	\$ 127.756,75	\$ 15.365,71
3	\$ 127.756,75	\$ 19.967,00	\$ 13.259,77	\$ 6.707,23	\$ 114.496,98	\$ 22.072,94
4	\$ 114.496,98	\$ 19.967,00	\$ 13.955,91	\$ 6.011,09	\$ 100.541,07	\$ 28.084,03
5	\$ 100.541,07	\$ 19.967,00	\$ 14.688,59	\$ 5.278,41	\$ 85.852,48	\$ 33.362,43
6	\$ 85.852,48	\$ 19.967,00	\$ 15.459,74	\$ 4.507,26	\$ 70.392,74	\$ 37.869,69
7	\$ 70.392,74	\$ 19.967,00	\$ 16.271,38	\$ 3.695,62	\$ 54.121,36	\$ 41.565,31
8	\$ 54.121,36	\$ 19.967,00	\$ 17.125,63	\$ 2.841,37	\$ 36.995,74	\$ 44.406,68
9	\$ 36.995,74	\$ 19.967,00	\$ 18.024,72	\$ 1.942,28	\$ 18.971,02	\$ 46.348,96
10	\$ 18.971,02	\$ 19.967,00	\$ 18.971,02	\$ 995,98	\$ (0,00)	\$ 47.344,93
<b>OTALES</b>		<b>\$ 199.669,97</b>	<b>\$ 152.325,03</b>	<b>\$ 47.344,93</b>		

Tabla 3.40 Amortización de crédito semestral

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

La tabla de la amortización se resume de la siguiente manera:

AÑOS	CAPITAL	INTERES	CUOTA
1	\$ 24.568,29	\$ 15.365,71	\$ 39.933,99
2	\$ 27.215,67	\$ 12.718,32	\$ 39.933,99
3	\$ 30.148,33	\$ 9.785,66	\$ 39.933,99
4	\$ 33.397,00	\$ 6.536,99	\$ 39.933,99
5	\$ 36.995,74	\$ 2.938,25	\$ 39.933,99
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 152.325,03</b>	<b>\$ 47.344,93</b>	<b>\$ 199.669,97</b>

Tabla 3.41 Resumen de crédito

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.4.3 Estimación de egresos

Se detallaran los costos estimados para la creación de la Hostería Río Blanco.

COSTO DE PRODUCCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS	\$ 38.826,65	\$ 41.599,65	\$ 44.570,70	\$ 47.753,94	\$ 51.164,53
COSTOS INDIRECTOS	\$ 34.080,00	\$ 36.513,99	\$ 39.121,82	\$ 41.915,90	\$ 44.909,54
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 53.096,08	\$ 56.888,20	\$ 60.951,16	\$ 65.304,29	\$ 69.968,32
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 126.002,73</b>	<b>\$ 135.001,85</b>	<b>\$ 144.643,68</b>	<b>\$ 154.974,13</b>	<b>\$ 166.042,38</b>
GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>GASTOS AMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 98.221,53</b>	<b>\$ 99.538,52</b>	<b>\$ 101.069,72</b>	<b>\$ 102.632,15</b>	<b>\$ 104.226,46</b>
TALENTO HUMANO	\$ 30.724,54	\$ 33.380,90	\$ 34.061,87	\$ 34.756,73	\$ 35.465,77
HONORARIOS CONTADOR	\$ 1.836,00	\$ 1.873,45	\$ 1.911,67	\$ 1.950,67	\$ 1.990,46
SERVICIO DE GUARDIANÍA	\$ 6.936,00	\$ 7.077,49	\$ 7.221,88	\$ 7.369,20	\$ 7.519,53
SUMINISTROS	\$ 304,88	\$ 311,10	\$ 317,44	\$ 323,92	\$ 330,53
GASTOS CONSTITUCIÓN	\$ 2.172,60				
REPOSICIÓN INVENTARIOS	\$ 1.380,85	\$ 1.409,02	\$ 1.437,76	\$ 1.467,09	\$ 1.497,02
MANTENIMIENTO ACTIVOS FIJOS	\$ 12.025,31	\$ 12.270,62	\$ 12.520,94	\$ 12.776,37	\$ 13.037,01
SEGUROS ACTIVOS FIJOS	\$ 15.327,73	\$ 15.640,41	\$ 15.959,48	\$ 16.285,05	\$ 16.617,26
DEPRECIACIONES ACTIVOS FIJOS	\$ 24.479,83	\$ 24.479,83	\$ 24.479,83	\$ 24.479,83	\$ 24.479,83
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 3.033,81	\$ 3.095,70	\$ 3.158,85	\$ 3.223,29	\$ 3.289,04
<b>GASTOS VENTAS</b>	<b>\$ 20.916,08</b>	<b>\$ 21.988,07</b>	<b>\$ 22.436,62</b>	<b>\$ 22.894,33</b>	<b>\$ 23.361,38</b>
JEFE DE MARKETING Y VENTAS	\$ 9.783,80	\$ 10.628,69	\$ 10.845,51	\$ 11.066,76	\$ 11.292,53
PUBLICIDAD	\$ 11.132,28	\$ 11.359,38	\$ 11.591,11	\$ 11.827,57	\$ 12.068,85
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 15.673,02</b>	<b>\$ 12.972,69</b>	<b>\$ 9.981,37</b>	<b>\$ 6.667,73</b>	<b>\$ 2.997,02</b>
INTERESES PRESTAMO	\$ 15.673,02	\$ 12.972,69	\$ 9.981,37	\$ 6.667,73	\$ 2.997,02
<b>COSTOS TOTALES DEL PROYECTO</b>	<b>\$ 260.813,37</b>	<b>\$ 269.501,12</b>	<b>\$ 278.131,40</b>	<b>\$ 287.168,34</b>	<b>\$ 296.627,24</b>

Tabla 3.42 Presupuesto de egresos

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.4.4 Estimación de ingresos

Los ingresos son las entradas de dinero que se obtienen por las actividades comerciales de la empresa, en el caso de la hostería los principales servicios serán los de alojamiento y alimentación, esta analizada por capacidad de la hostería, estimado de ocupación diaria según la temporada por meses-

Meses del año	capacidad máxima diaria	% ocup diario	clientes a recibir al día	clientes a recibir a la semana	clientes a recibir al mes
enero	32	31%	10	73	294
febrero	32	34%	12	82	330
marzo	32	36%	12	86	345
abril	32	39%	13	93	372
mayo	32	39%	13	93	370
junio	32	44%	15	105	420
julio	32	44%	15	105	420
agosto	32	48%	16	115	459
septiembre	32	51%	17	121	486
octubre	32	47%	16	113	453
noviembre	32	34%	12	81	324
diciembre	32	29%	10	70	279
<b>clientes a recibir al año:</b>					<b>4.553</b>
valor hospedaje promedio					\$ 31,00
<b>ingresos al año por hospedaje</b>					<b>\$ 141.158,11</b>
promedio restaurant					\$ 10,50
<b>ingresos al año por restaurant</b>					<b>\$ 47.811,62</b>

Tabla 3.43 Ingresos anuales

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
TOTAL	43%	47,7%	50%	54%	54%	61%	66%	70%	66%	55%	47%	40%
PONDERADO	31%	34%	36%	39%	39%	44%	48%	51%	47%	40%	34%	29%

Tabla 3.44 Precios ponderados

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Como se observa, el número de clientes está dentro de lo estimando en la demanda insatisfecha obtenida en el análisis de mercado.

Se debe considerar que la hostería contará con 10 habitaciones, obteniendo una capacidad máxima para 32 pax. Además se estimó un porcentaje de ocupación mensual el cual no iguala el 100% de la misma. A continuación se muestra la proyección de ingresos, tomando en cuenta servicio de alojamiento, alimentación, recreación (tours).

ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Números Clientes	4.553	4.874	5.217	5.584	5.977
Promedio hospedaje	\$ 31,00	\$ 31,63	\$ 32,28	\$ 32,94	\$ 33,61
<b>Total Hospedaje</b>	<b>141.158,11</b>	<b>154.176,32</b>	<b>168.392,77</b>	<b>183.915,55</b>	<b>200.875,40</b>
Promedio restaurant	\$ 10,50	\$ 11,24	\$ 11,47	\$ 11,70	\$ 11,94
<b>Total restaurant</b>	<b>\$ 47.811,62</b>	<b>\$ 54.779,86</b>	<b>\$ 59.831,06</b>	<b>\$ 65.346,41</b>	<b>\$ 71.372,35</b>
<b>Ingresos hostería</b>	<b>\$ 188.969,73</b>	<b>\$ 208.956,18</b>	<b>\$ 228.223,82</b>	<b>\$ 249.261,96</b>	<b>\$ 272.247,75</b>
Tour para niños	1.366	1.462	1.565	1.675	1.793
Precio	\$ 22,00	\$ 22,45	\$ 22,91	\$ 23,37	\$ 23,85
<b>Total por tours</b>	<b>\$ 30.053,02</b>	<b>\$ 32.824,64</b>	<b>\$ 35.851,36</b>	<b>\$ 39.156,21</b>	<b>\$ 42.767,02</b>
Piscina Turistas	592	634	678	726	777
Precio piscina	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Toral Piscina	2959,77	3168,10	3391,05	3629,60	3885,05
<b>INGRESOS TOTALES ANUALES</b>	<b>\$ 360.180,85</b>	<b>\$ 395.957,13</b>	<b>\$ 432.467,95</b>	<b>\$ 472.333,72</b>	<b>\$ 515.890,17</b>

Tabla 3.45 Proyecto ingresos

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.4.5 Evaluación financiera

#### 3.4.5.1 Instrumentos de evaluación

##### 3.4.5.1.1 Estado de situación inicial

Este documento registra la situación inicial de la empresa, con los activos, pasivos y patrimonios correspondientes a ella.

ACTIVOS			PASIVO	
<b>Corrientes</b>			<b>A corto Plazo</b>	
Efectivo	\$ 54.621,98	\$ 54.621,98	Proveedores	-
Inventarios	\$ 0,00			
<b>Fijos</b>			<b>A largo plazo</b>	
<b>No Depreciables</b>		\$ 397.985,16	Préstamo Bancario	152.325,03
Terrenos	\$ 54.000,00			
<b>Depreciables</b>			<b>PATRIMONIO</b>	
Edificios	\$ 264.159,60		Capital social	300.282,11
Maquinaria y Equipo	\$ 56.801,68			
Muebles y Enseres	\$ 10.152,06			
Equipos de Oficina	\$ 832,00			
Bienes Fungibles	\$ 9.979,43			
Equipo de Computación	\$ 2.060,40			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$ 452.607,14</b>	<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 452.607,14</b>

Tabla 3.46 Estado de situación Inicial  
Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.4.5.1.2 Estado de resultados

La elaboración de los estados de resultados pretende calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto que son en forma general el beneficio real de la operación del proyecto, que se obtienen restando los ingresos menos los costos que incurre la empresa y los impuestos a pagarse. Éste se debe proyectar para la vida útil del proyecto que son 5 años con el fin de obtener los resultados económicos futuros de la empresa.

CONCEPTO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+) INGRESOS	\$ 360.180,85	\$ 395.957,13	\$ 432.467,95	\$ 472.333,72	\$ 515.890,17
(-) COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 126.002,73	\$ 135.001,85	\$ 144.643,68	\$ 154.974,13	\$ 166.042,38
= UTILIDAD BRUTA	\$ 234.178,12	\$ 260.955,28	\$ 287.824,27	\$ 317.359,59	\$ 349.847,78
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 98.221,53	\$ 99.538,52	\$ 101.069,72	\$ 102.632,15	\$ 104.226,46
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 20.916,08	\$ 21.988,07	\$ 22.436,62	\$ 22.894,33	\$ 23.361,38
= UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 115.040,51	\$ 139.428,70	\$ 164.317,93	\$ 191.833,11	\$ 222.259,95
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ 15.673,02	\$ 12.972,69	\$ 9.981,37	\$ 6.667,73	\$ 2.997,02
= UTILIDAD ANTES DE REPARTO	\$ 99.367,48	\$ 126.456,01	\$ 154.336,56	\$ 185.165,38	\$ 219.262,93
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 18.968,40	\$ 23.150,48	\$ 27.774,81	\$ 32.889,44
= UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	\$ 99.367,48	\$ 107.487,61	\$ 131.186,07	\$ 157.390,57	\$ 186.373,49
(-) IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
= UTILIDAD NETA	\$ 99.367,48	\$ 107.487,61	\$ 131.186,07	\$ 157.390,57	\$ 186.373,49

Tabla 3.47 Estado de resultados

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

**Art. (...)- Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.-**

Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones; así como también, las sociedades nuevas que se constituyeren, durante el mismo plazo, por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión.

Conforme lo dispuesto en el artículo 13 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, para la aplicación de esta norma, no se entenderá como inversión nueva y productiva a aquella relacionada exclusivamente con la comercialización o distribución de bienes o servicios.

Para la aplicación de la exoneración a que se refiere esta disposición, en los términos del Art. 13 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, se requerirá que la totalidad de la inversión sea nueva, salvo el caso en el que la inversión comprenda terrenos en cuyo caso la inversión nueva deberá ser de al menos el 80%. Esta disposición no aplica

*Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno*

*Página 12/141*

### 3.4.5.1.3 Flujo de caja

Es un estado financiero proyectado de las entradas y salidas de efectivo. Se realiza con el fin de conocer la cantidad de efectivo que requiere la empresa para operar durante un período.

CUENTAS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
= UTILIDAD NETA		\$ 99.367,48	\$ 107.487,61	\$ 131.186,07	\$ 157.390,57	\$ 186.373,49
(-) DEPRECIACIONES		\$ 23.999,83	\$ 23.999,83	\$ 23.999,83	\$ 23.313,03	\$ 23.313,03
(-) TERRENOS	\$ 54.000,00					
(-) CONSTRUCCIONES	\$ 264.159,60					
(-) MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 56.801,68					
(-) MUEBLES Y ENSERES	\$ 10.152,06					
(-) EQUIPOS OFICINA	\$ 832,00					
(-) EQUIPOS COMPUTACIÓN	\$ 2.060,40					
(-) BIENES FUNGIBLES	\$ 9.979,43					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	\$ 54.621,98					
(+) PRÉSTAMO	\$ 152.325,03					
(-) AMORTIZACIÓN DEUDA		\$ 24.568,29	\$ 27.215,67	\$ 30.148,33	\$ 33.397,00	\$ 36.995,74
<b>= FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$ (300.282,11)</b>	<b>\$ 98.799,03</b>	<b>\$ 104.271,76</b>	<b>\$ 125.037,57</b>	<b>\$ 147.306,60</b>	<b>\$ 172.690,78</b>

Tabla 3.48 Flujo de caja

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda



### 3.4.5.2 Indicadores de evaluación

#### 3.4.5.2.1 TMAR

También conocida como tasa de descuento, se compone de las tasas de interés manejadas en el proyecto y sirve como indicador mínimo aceptable de rendimiento.

$i = (T.P * \%R.P) + T.A * (1-t) * \%P + \text{Riesgo} + \text{Inflación}$		
tasa pasiva	T.P =	4,58%
recursos propios	R.P =	65,80%
tasa activa	T.A =	10,50%
tasa impuestos	t =	36,25%
préstamo	P =	34,20%
	Riesgo =	4,99%
	Inflación =	2,04%
$i = (0.0458 * \%0.47) + 0.0837 * (1-0.3625) * 0.53 + 0.05 + 0.0484$		
<b>i = 12,33%</b>		

Tabla 3.49 TMAR

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

#### 3.4.5.2.2 Valor actual neto

El VAN es uno de los indicadores más utilizados para verificar la factibilidad financiera de los proyectos, ya que compara la inversión inicial con los flujos netos a recibir descontados al valor actual, con la tasa de descuento.

La fórmula del VAN es:

$$\text{VAN} = S \left( \frac{\text{FNC}}{(1+i)^n} \right) - I$$

Dónde:

FNC = Flujos netos de caja

$i$  = tasa de interés calculada

$Io$  = Inversión inicial

$n$  = tiempo (período en años)

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO				
AÑOS	FNC	SFNC	$(1+i)^n$	$FNC/(1+i)^n$
0	-300.282,11			-300.282,11
1	98.799,03	98.799,03	1,12	87.961,01
2	104.271,76	203.070,79	1,26	82.649,81
3	125.037,57	328.108,36	1,42	88.237,50
4	147.306,60	475.414,96	1,59	92.549,15
5	172.690,78	648.105,74	1,79	96.595,51
<b>SUMAN</b>	<b>648.105,74</b>			<b>147.710,87</b>

**VAN = 147.710,87 PROYECTO VIABLE**

Tabla 3.50 VAN

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Se indica que el valor obtenido durante la operación del negocio a valores actuales supera ampliamente al dinero que el inversionista pondría para el proyecto, por tanto y de acuerdo a este indicador conviene el realizar la inversión.

### 3.4.5.2.3 Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno TIR, evalúa al proyecto en función de una única tasa de crecimiento llamada TIO tasa interna de oportunidad, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados serán igual a los desembolsos expresados en moneda actual. Aplicada al proyecto:

AÑOS	FLUJO
0	- 300.282,11
1	98.799,03
2	104.271,76
3	125.037,57
4	147.306,60
5	172.690,78

TIR: 28,81%

Tabla 3.51 TIR

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Este resultado comparado con la tasa de descuento es superior, por lo que se considera conveniente la inversión puesto que al final de los años de proyección los inversionistas recibirán mayor rentabilidad por su dinero.

#### 3.4.5.2.4 Período de recuperación de la inversión

El PRI se calcula para conocer el tiempo que se tardará en recuperar la inversión, que para el presente proyecto será para el cuarto año, como se muestra en la siguiente tabla:

AÑO	FNC	FNCA	FNCAA
0	\$ (300.282,11)	\$ (300.282,11)	\$ (300.282,11)
1	\$ 98.799,03	\$ 87.961,01	\$ (212.321,10)
2	\$ 104.271,76	\$ 82.649,81	\$ (129.671,29)
3	\$ 125.037,57	\$ 88.237,50	\$ (41.433,79)
4	\$ 147.306,60	\$ 92.549,15	\$ 51.115,36
5	\$ 172.690,78	\$ 96.595,51	\$ 147.710,87

Tabla 3.52 PRI

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

### 3.4.6 Punto de equilibrio

Se entiende como punto de equilibrio cálculo para determinar el número de productos que se tendrán que vender para cubrir los costos y gastos sin obtener ni pérdida ni ganancias.

$$PE (Q) = \frac{70.652,33}{21,17 - 13,84}$$

$$PE (Q) = 9.638 \text{ usos de los servicios}$$

$$PE (\$) = \frac{COSTO FIJO}{1 - \frac{COSTO VARIABLE UNIT}{INGRESOS}}$$

$$PE (\$) = \frac{70.652,33}{1 - \frac{13,84}{21,17}}$$

$$PE (\$) = 203.998,30$$

### Punto de equilibrio en dólares

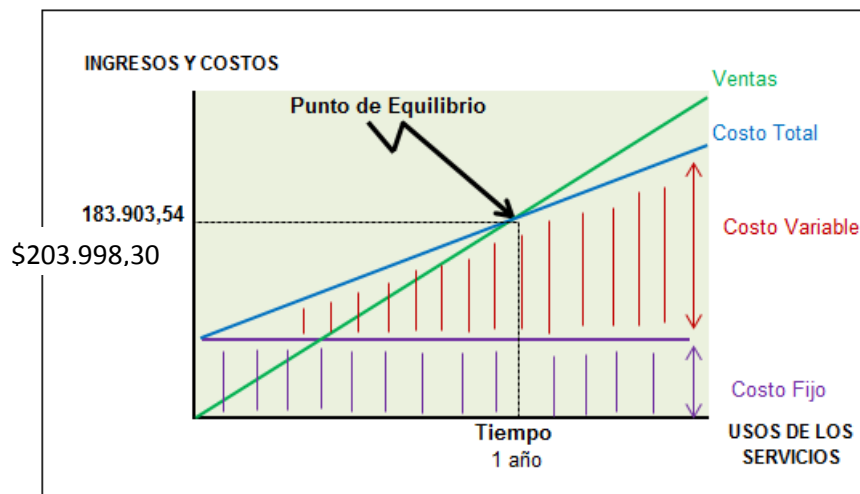


Gráfico 3.14 Punto de equilibrio

Elaborado por: David Báez, Daniela Granda

Vemos en el gráfico que se va a llegar al punto de equilibrio cuando los costos y los gastos sean \$203.998,30.

### **3.5 Análisis ambiental**

La aplicación de buenas prácticas ambientales dentro de la hostería, serán las siguientes:

- Mejorar la imagen pública del establecimiento, ya que los clientes deberán estar enterados de todas las buenas prácticas ambientales que se implanten, pues esta información servirá para afianzar a los clientes y será un motivo de atracción para nuevos clientes sensibilizados ambientalmente. Esto se realizará orientando al cliente en su estadia a conocer como es el tratamiento de agua y reciclaje de la hostería.
- Ahorro de costos, con las técnicas de reciclaje que pueden reducir los costes de eliminación, los costos de materias primas y proporcionar ingresos por la venta de residuos, los cuales se harán a través de la ubicación de tres basureros conjuntos en cada área de la hostería, cada uno etiquetado con la rotulación de desecho que contiene, como son plásticos, orgánicos y basura común. El mismo que se dará tratamiento de lo orgánico para la reutilización en los sembríos de plantas, los plásticos los cuales se entregarán a empresas recicladoras de Otavalo cada 2 semanas y esto reducirá el desecho de basura común.

- Reducir el consumo del agua, instalando medidores por áreas: cocina, habitaciones, lavandería, entre otras, del agua. Reutilizando el agua sin sólidos para el uso en inodoros.
- Canalizando las aguas de lluvia se respetará la topografía del entorno, evitando de esta forma que las aguas caigan con fuerza sobre superficies erosionables.
- Incrementar lavamanos con sensores para que evitemos el desperdicio de agua.

## CONCLUSIONES

- A través de la fundamentación teórica del proyecto concluimos que fue de gran utilidad la investigación en fuentes bibliográficas ya que no guio a realizar un trabajo fundamentado en investigaciones ya existente, facilitando así el desarrollo de la tesis de grado.
- La búsqueda de varias fuentes, creó en los estudiantes expectativas de mejora ante los temas que abarcaría la tesis lo que llevo a elaborar de mejor manera el desarrollo.
- La investigación de datos estadísticos actualizados tanto en base al país que es el macroentorno y en base a la provincia donde esta situado el proyecto llamado también microentorno ayudó a diagnosticar la factibilidad del mercado del proyecto.
- La propuesta de implementación de la Hostería encierra varios servicios aparte del alojamiento; como son la recreación en áreas cerradas como piscina, turco, sauna e hidromasaje, áreas al aire libre como canchas juegos infantiles, pared para escalar y al aire libre mostrando la flora del lugar. Lo cual hace atractivo al proyecto.
- El proyecto será financiado tanto con capital propio por aportes de los 6 socios así como también con crédito adquirido en la CFN.
- La TIR muestra que el proyecto es factible ya que el inversionista tendrá una recuperación del 28.81%

## RECOMENDACIONES

- A la comunidad del Canton "Rìo Blanco" es necesario que incrementen cultura de reciclaje y buenas practicas ambientales dentro de las instituciones para que el turista pueda familiarizarse con el cuidado a la naturaleza.
- Los socios y encargados de la hostería de les recomienda realizar convenios con instituciones de tranporte y alojamiento del lugar para cubrir mayor demanda cuando la hostería no se abastenga por capacidad.
- A los administradores y encargados de la ejecución del proyecto, dar seguimiento a la imagen corporativa de la hostería para actualización anuales de vision, mision, principio, y valores institucionelas.



## BIBLIOGRAFÍA

- *El ambiente en Ecuador.* (2008). Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://blog.espol.edu.ec/yojeda/reciclaje-de-plasticospapeles/>
- *Transporte turístico.* (2008). Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://mx.answers.yahoo.com/question/index?qid=20100810184024AAz7iyz>
- *Booking.com.* (2012). Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de [http://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=306396;label=otavalo-0XSp%2Akdfsglp1i4YlvGYBAS32019508525%3Apl%3Ata%3Ap115%3Ap2%3Aac%3Aap1t1%3Aneg;sid=92989669eefc5df248cdebb765838175;dcid=1;city=-931336;redirected\\_from\\_city=1;src=city](http://www.booking.com/searchresults.es.html?aid=306396;label=otavalo-0XSp%2Akdfsglp1i4YlvGYBAS32019508525%3Apl%3Ata%3Ap115%3Ap2%3Aac%3Aap1t1%3Aneg;sid=92989669eefc5df248cdebb765838175;dcid=1;city=-931336;redirected_from_city=1;src=city)
- Aguirre, J. (2008). *Estudio de Factibilidad para exportación de sacos.* Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de Tesis de Pregrado, Universidad de Otavalo: <http://repositorio.uotavalo.edu.ec/bitstream/123456789/43/2/UO-CA-CEF-7-JOHANA%20ELIZABETH%20AGUIRRE%20RUIZ-CAPITULO%20I.pdf>
- Amador, E., Cayot, L., Cifuentes, M., & Cruz, F. (1996). *Determinación de la Capacidad de Carga Turística en los Sitios de Visita del Parque Nacional Galápagos.* Servicio Parque Nacional Galápagos, Puerto Ayora.
- Amalavida.tv. (2012). *Guías de turismo.* Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://www.amalavida.tv/novedades/guia-de-turismo>
- Baca, G. (2006). *Evaluación de Proyectos.* México: McGraw Hill.

- Banco Central del Ecuador. (Abril de 2010). Evolución de la economía ecuatoriana.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Bigné, E. (2000). *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y Estrategias de Desarrollo*. ESIC.
- Cámara de la Pequeña Industria del Guayas. (2003). Plan de Negocios, división de proyectos.
- Colonialtours.com. (s.f.). *Historia del turismo*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://www.colonialtours.com.do/historiadelturismo.htm>
- Degerencia.com. (s/f). *Análisis PEST*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://www.degerencia.com/articulos.php?artid=544>
- Deluniversitario.blogspot.com. (Agosto de 2009). Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://rincondeluniversitario.blogspot.com/2009/08/el-servicio-turistico-es-el-conjunto-de.html>
- Diccionario Wordreference.com. (2010). Recuperado el 4 de Novibiembre de 2013, de <http://www.wordreference.com/definicion/ciclismo>
- Ecuadorambiental.com. (2012). Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://www.ecuadorambiental.com/estudios-impacto-ambiental.html>

- Ecuadorinmediato.com. (5 de Marzo de 2013). *Turiso Ecuador*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de [http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=192611&umt=ecuador\\_espera\\_visita\\_12\\_millones\\_turistas\\_en\\_2013](http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=192611&umt=ecuador_espera_visita_12_millones_turistas_en_2013)
- Ecuador-turistico.com. (Agosto de 2013). Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de <http://www.ecuador-turistico.com/2013/08/turismo-en-ecuador-ciudad-de-ibarra.html>
- Ecuale.com. (2012). *Ecuador*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2013, de <http://www.ecuale.com/imbabura/>
- Estoemarketing.com. (2012). *Perfil del turista*. Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de <http://www.estoemarketing.com/Sectores/Turismo%20rural.pdf>
- Ferrell, O., & Michael, D. (2006). *Estrategia de Marketing*. Cengage Learning.
- Fuster - Fabra, F. (2008). *Dirigir a los que gestionan*. Lulu.
- Gobierno Provincial de Imbabura. (2012). Recuperado el 23 de Septiembre de 2013, de [http://www.imbabura.gob.ec/?page\\_id=442](http://www.imbabura.gob.ec/?page_id=442)
- Gobierno Provincial de Imbabura. (2013). *Datos Generales de Imbabura*. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de [http://www.imbabura.gob.ec/?page\\_id=241](http://www.imbabura.gob.ec/?page_id=241)

- Gurría Di-Bella, M. (s.f.). *Introducción al Turismo*.
- Hosteriarolandovera.com. (2012). *Hostería La Rinconada*. Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://www.hosteriarolandovera.com/>
- Hoy.com.ec. (3 de Septiembre de 2013). El mapa de la migración del país.
- Imbaburaturismo.gob.ec. (2009). *Información y asistencia turística*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de <http://www.imbaburaturismo.gob.ec/categorias.php?vamenu=20009>
- Indexmundi.com. (2013). *Ecuador tasa de natalidad*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de [http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa\\_de\\_natalidad.html](http://www.indexmundi.com/es/ecuador/tasa_de_natalidad.html)
- INEC. (2012). *Censo Poblacional*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de [http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/ESTADISTICAS%20DE%20POBLACION%20DEL%20ECUADOR%202013%20\(SUPERTEL\).pdf](http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/ESTADISTICAS%20DE%20POBLACION%20DEL%20ECUADOR%202013%20(SUPERTEL).pdf)
- JATPUCE. (23 de Mayo de 2009). *Cultura en Imbabura*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de <http://cultubura.blogspot.com/>
- Lara, B. (s.f.). *Cómo Elaborar Proyectos de Inversión Paso a Paso*. Quito.
- Mancera, J. E. (2003). *Introducción a la modelación ecológica. Principios y aplicaciones*. Colombia: Univ. Nacional de Colombia.

- Maqueda, J. (2010). *Marketing, innovación y nuevos negocios*. ESIC Editorial.
- Martínez, D. (2012). *La elaboración del plan estratégico a través del cuadro del mando integral*. Ediciones Díaz de Santos.
- Millet, O. (s/f). *La imagen de un destino turístico como herramienta de marketing*.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2013). *Turismo en Imbabura*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2013, de <http://www.ecuador.travel/a-donde-ir/ubicacion/provincias/imbabura>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). *Ecoturismo en Ecuador*. Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://www.ecuador.travel/que-hacer/actividades/ecoturismo>
- Muñiz, L. (2010). *Guía Práctica para mejorar un Plan de Negocio: Cómo diseñarlo, implantarlo y evaluarlo*. Profit Editorial.
- Padilla, L. (8 de Julio de 2013). *Agencia de Noticia Andes*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de <http://www.andes.info.ec/es/economia/pib-ecuatoriano-crece-35-inicio-2013-reporta-banco-central.html>
- Pardo, G. (2008). *América Latina en la encrucijada de la inserción internacional*. Alicante.

- Pérez, M. (2004). *Manual de Turismo Sostenible: como conseguir un turismo social, económico y ambientalmente sustentable*. Barcelona: Mundi - Prensa.
- Pixel-creativo.com. (Octubre de 2011). Recuperado el 18 de Noviembre de 2013, de <http://pixel-creativo.blogspot.com/2011/10/marketing-mix-las-4-p-del-marketing.html>
- Pnagea.org. (2012). Recuperado el 11 de Diciembre de 2013, de <http://ccqc.pangea.org/cast/sostenible/soscast.html>
- Poraqui.net. (s.f.). *Glosario de turismo y hostelería*. Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,paquete+tur%C3%ADstico.xhtml>
- Pululahuahostal.com. (2013). Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de [http://www.pululahuahostal.com/html/pululahua\\_hostal\\_-\\_caballos\\_-\\_\\_.html](http://www.pululahuahostal.com/html/pululahua_hostal_-_caballos_-__.html)
- Quesada, R. (2006). *Elementos del Turismo: Teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: EUNED.
- *Redtercermundo.org*. (s.f.). Recuperado el 26 de Enero de 2012, de [www.redtercermundo.org.uy/.../texto\\_completo.php](http://www.redtercermundo.org.uy/.../texto_completo.php)
- Reyes, B. (2002). *Turismo Sostenible*. IEPALA.
- Sánchez, F. (2005). *Ecología*. México: Umbral.

- Sharon, V. (2010). *Comunidad de Otavalo*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos81/comunidad-otavalo/comunidad-otavalo2.shtml>
- Slideshare.com. (2012). Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://www.slideshare.net/sherrera/comunidades-indgenas-norte-centro>
- Slideshare.net. (s.f.). Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://www.slideshare.net/jedamayo/amadeus-1720739>
- Slideshare.net. (s.f.). Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://www.slideshare.net/patumaldonado/que-es-un-atractivo-turistico>
- Slideshare.net. (s.f.). Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://www.slideshare.net/videoconferencias/planta-turstica-14345298>
- UCSG radio. (4 de Junio de 2013). *El precio d ela estabilidad en Ecuador*. Recuperado el 15 de Octubre de 2013, de <http://www.ucsgrtv.com/radio/noticias/nacionales/item/1740-el-precio-de-la-estabilidad-en-ecuador.html>
- Varas, J. (25 de Julio de 2012). Recuperado el 4 de Noviembre de 2013, de <http://www.salud180.com/salud-dia-dia/5-etapas-para-transformarte>
- Vasquez, V. H. (2002). *Organización Aplicada*. Gráficas Vásquez.

- Vergara, M. (Junio de 2013). *Revista Perspectiva*. Recuperado el 14 de Octubre de 2013, de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/junio-2013/955-turismo-una-actividad-en-expansion#sthash.ZGAwm23f.dpuf>
- Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el Plan de Negocios*. México.
- visitEcuador.travel. (2012). *Fiestas Populares*. Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de <http://www.visitecuador.travel/contenidos.php?menu=4&submenu1=21&id=177&tipo=1&idiom=1>
- Zambrano, A. (2006). *Planificación Estratégica, presupuesto y control de la gestión pública*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.