



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA

INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
UNA HOSTERÍA EN EL SECTOR DE TULIPE.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios

AUTORA

Orbe Miño Karol Michelle

TUTOR

Andrés Palacio Fierro, MBA

QUITO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, **ORBE MIÑO KAROL MICHELLE**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre **“Plan de negocios para la creación y comercialización de una hostería en el sector de Tulipe”**, como requisito para optar al grado de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios, y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 19 días del mes de enero de 2022, firmo conforme:

Autor: Orbe Miño Karol Michelle



Firma:

Número de Cédula: 1752339307

Dirección: Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Nanegalito, Barrio Tulipe.

Correo Electrónico: michelleorbe01@gmail.com

Teléfono: 0990557114

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL SECTOR DE TULIPE**” presentado por la Srta. Orbe Miño Karol Michelle, para optar por el Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios,

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Quito, 19 de enero de 2022

Andrés Palacio Fierro. MBA.

TUTOR

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, 19 de enero de 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Orbe Miño Karol Michelle', with several horizontal lines underneath.

Orbe Miño Karol Michelle
175233930-7

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL SECTOR DE TULIPE**”, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito 19 de enero de 2022

Econ. Mercedes Galarraga Carvajal MBA
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Lcdo. Edwin Arteaga Bolaños, M.Sc
VOCAL

Ec. Jorge Fernando Guadalupe Lanas, PhD
VOCAL

DEDICATORIA

Este proyecto de grado se la dedico primero a Dios por haberme permitido llegar hasta este monto de mi vida y por estar presente en mi camino en cada paso que doy.

A mis padres, pilar fundamental en mi vida y mi ejemplo a seguir por su fortaleza y perseverancia a quienes amo con todo mi corazón porque han sido mi apoyo incondicional tanto económicamente y moralmente en mis estudios y en todos mis sueños han confiado en mí, demostrándome su amor y motivación constante para continuar.

con lo que me he propuesto, logrando así que hoy me encuentre a punto de alcanzar una meta más en mi vida.

A mi pareja por motivarme a cumplir mis sueños, quien me impulsa a seguir adelante pese a las dificultades que la vida me presenta, quien me da fortaleza y es mi ejemplo a seguir.

A mi familia en general por darme siempre ese aliento que he necesitado para continuar, este trabajo se lo dedico a ustedes

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por las bendiciones que ha derramado sobre mí, por permitirme a ver llegado hasta este punto de mi carrera profesional y de mi vida.

Agradezco a mis padres, quienes han luchado por otorgarme el mejor de los regalos mi carrera profesional, por enseñarme valores y principio, gracias por ser el motor para mi desarrollo personal y profesional, llego el momento de desenvolverme sola.

Agradezco a los docentes de la Universidad Indoamérica por compartir sus conocimientos mostrándonos lo lindo e importante que es estudiar, porque nunca se deja de aprender, pues contribuyeron a fortalecer mi formación profesional.

Todo esto ha sido gracias a ellos y siempre lo agradeceré enormemente.

Gracias

Tabla de contenido

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	4
1. MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	4
1.1. Objetivo del capítulo.	4
1.2. Definición del producto o servicio	4
1.2.1. Especificación del servicio o producto.....	4
1.2.2. Tabla de caracterización del producto o servicio.....	5
1.2.3. Público objetivo del servicio.	6
1.2.3.1. Categorización de sujetos	6
1.2.3.2. Estudio de Segmentación	6
1.2.3.3. Plan de muestreo.....	8
1.2.3.4. Instrumentos para recopilar información	10
1.2.3.5. Diseño y recolección de información.....	11
1.2.3.6. Análisis e Interpretación de resultados	15
1.2.3.7. Demanda Potencial.....	29
1.3. Análisis del macro y micro ambiente.....	30
1.3.1. Análisis del micro ambiente.....	30
1.3.3. Proyección de la oferta	34
1.4. Demanda potencial insatisfecha	35
1.5. Diseño de marca (Branding)	36
1.6. Estrategias de marketing.	37
1.7. Publicidad que se va a realizar.....	38
1.8. Canales de distribución.	38
1.9. Seguimiento de clientes	39
1.10. Especificar medios alternativos.	39
CAPÍTULO II	40

2. OPERACIONES.	40
2.1. Objetivo del capítulo.	40
2.2. Descripción del proceso	40
2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio	40
2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas	47
2.2.2.1. Descripción de instalaciones.....	47
2.2.3. Tecnología a aplicar	50
2.3. Factores que afectan el plan de operaciones	51
2.4. Capacidad de Producción.	51
2.4.1. Capacidad de producción futura.	52
2.5. Definición de recursos necesarios para la producción	53
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar .53	
2.6. Calidad.....	54
2.6.1. Método de control de calidad	54
2.7. Normativas y permisos que afectan su instalación	55
2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional	55
CAPÍTULO III	58
3. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	58
3.1. Objetivo del capítulo.	58
3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos	58
3.2.1. Visión de la Empresa.....	58
3.2.2. Misión de la Empresa	58
3.2.3. Valores Corporativos	58
3.2.4. Análisis FODA.....	59
3.2.5. Objetivos y estrategias	60
3.3. Organización funcional de la empresa.....	66
3.3.1. Organización Interna	66
3.3.2. Descripción de puestos.....	67
3.4. Control de gestión	73
3.4.1. Indicadores de gestión	73
3.5. Necesidades de personal.....	73
CAPÍTULO IV	75
4. JURÍDICO LEGAL	75
4.1. Objetivo del capítulo.	75
4.2. Determinación de la forma jurídica	75
4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.	78

CAPÍTULO V	82
5. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	82
1.1. Objetivo del capítulo.	82
1.2. Plan de inversiones.....	82
1.3. Cálculo de costos y gastos.	86
1.3.2. Depreciación.....	87
1.3.4. Detalle de costos	88
1.3.5. Proyección de costos	90
1.3.6. Detalle de gastos	91
1.3.7. Proyección de gastos	93
1.4. Plan de Financiamiento.	97
1.5. Cálculo de Ingresos.....	97
1.6. Punto de equilibrio	100
1.9. Evaluación Financiera	107
CONCLUSIONES.....	112
RECOMENDACIONES	113
REFERENCIAS.....	114
ANEXOS	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características del producto.....	5
Tabla 2 Categorización de sujetos	6
Tabla 3 Dimensión conductual	7
Tabla 4 Dimensión Geográfica	7
Tabla 5 Dimensión Demográfica	8
Tabla 6 Datos de la Formula	9
Tabla 7 Métodos De Recolección Objetivos Específicos.....	10
Tabla 8 Métodos De Recolección Objetivo Estratégico	11
Tabla 9 Demanda Potencial.	29
Tabla 10 Proyección de la demanda.	30
Tabla 11 Factor Político.	33
Tabla 12 Factor Económico.....	33
Tabla 13 Factor Social	34
Tabla 14. Factor Tecnológico.....	34
Tabla 15 Oferta.....	35
Tabla 16 Proyección de la oferta	35
Tabla 17 Demanda potencial insatisfecha.	36
Tabla 18 Materiales y Equipo de oficina	48
Tabla 19 Horarios de personal.	50
Tabla 20. Capacidad de producción diaria, semanal, mensual y anual	52
Tabla 21. Proyección de la capacidad de instalaciones a 5 años.	52
Tabla 22: Listado de productos requeridos	53
Tabla 23: Check list.	54
Tabla 24. Capítulo I. De las instalaciones, Art. 3-5.....	55
Tabla 25 Capítulo I. De las instalaciones, Art. 6-7	56
Tabla 26. Capítulo II. De los equipos y utensilios	56
Tabla 27 Capítulo IV. Requisitos higiénicos de fabricación	57
Tabla 28 FODA.....	59
Tabla 29 Descripción del Puesto del Gerente	68
Tabla 30 Descripción del Puesto de Recepcionista.....	69
Tabla 31 Descripción del Puesto de Chef.....	70
Tabla 32 Descripción del puesto de Mesera	71
Tabla 33 Descripción del puesto de mantenimiento y limpieza.....	72
Tabla 34 Indicadores de gestión	73
Tabla 35 Necesidad de personal.	74
Tabla 36. Proceso de registro de marca	76
Tabla 37. Trámite para el registro de marca	77
Tabla 38. Proceso de registro de logotipo	77
Tabla 39. Requisitos para Inscripción de Notificación Sanitaria	79
Tabla 40. Inscripción en el registro de patentes.	80
Tabla 41. Permiso de funcionamiento cuerpo de bomberos.	80
Tabla 42. Requisitos para obtención de RUC.....	81
Tabla 43 Plan de inversiones	82
Tabla 44 Cálculo de mano de obra.	86
Tabla 45 Cálculo de las depreciaciones	87
Tabla 46 Proyección de la depreciación.....	88
Tabla 47 Detalle de costos.	89

Tabla 48 Proyección de costos.....	90
Tabla 49 Detalle de gastos.....	92
Tabla 50 Proyección de gastos	94
Tabla 51 Plan de financiamiento	97
Tabla 52 Determinación del precio de venta unitario.....	97
Tabla 53 Cálculo del ingreso anual	98
Tabla 54 Proyección de ingresos	99
Tabla 55 Estado de resultados proyectado	103
Tabla 56 Flujo de caja	104
Tabla 57 Cálculo de TMAR.....	107
Tabla 58 Valor Actual Neto (VAN)	109
Tabla 59 Tasa Interna de Retorno	109
Tabla 60 Beneficio costo.....	110
Tabla 61 Periodo de recuperación.....	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Ubicación de la empresa	8
Gráfico 2 Datos generales de la encuesta (Género)	15
Gráfico 3 Datos generales de la encuesta (Edad)	16
Gráfico 4 Datos generales de la encuesta (Nivel de ingresos)	17
Gráfico 5 Pregunta 2 de la encuesta.	18
Gráfico 6 Pregunta 3 de la encuesta.	19
Gráfico 7 Pregunta 4 de la encuesta	20
Gráfico 8 Pregunta 5 de la encuesta	21
Gráfico 9 Pregunta 6 de la encuesta.	22
Gráfico 10 Pregunta 7 de la encuesta	23
Gráfico 11 Pregunta 8 de la encuesta.	24
Gráfico 12 Pregunta 9 de la encuesta.	25
Gráfico 13 Pregunta 10 de la encuesta.	26
Gráfico 14 Pregunta 11 de la encuesta.	27
Gráfico 15 Pregunta 12 de la encuesta.	28
Gráfico 16 Análisis Micro Ambiente	30
Gráfico 17 Mapa de procesos.....	43
Gráfico 18 Flujograma de Atención de venta en el local	44
Gráfico 19. Flujograma de Proceso de recepción de materia prima para alimentación.	45
Gráfico 20 Flujograma atención de venta online	46
Gráfico 21 Distribución de instalaciones.....	47
Gráfico 22 Organigrama Estructural de la empresa	66
Gráfico 23 Organigrama Funcional de la empresa	67
Gráfico 24 Punto de equilibrio	101

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: “Plan de negocios para la creación y comercialización de una hostería ecológica en el sector de Tulipe”.

AUTORA: Orbe Miño Karol Michelle

TUTOR: Andrés Palacio Fierro. MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El Plan de Negocios denominado “LA CREACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE UNA HOSTERÍA EN EL SECTOR DE TULIPE”, es un proyecto en el que se creará una hostería amigable con el ambiente, cuyo nombre será “Sumak Pakari”. Estará ubicado en un entorno de naturaleza, lejos del ruido y smog de la ciudad, a pocos minutos de Quito, en el sector de Tulipe. Por este motivo, el objetivo principal del proyecto es que los clientes puedan encontrar un ambiente tranquilo, acogedor y ecológico que les permitirá disfrutar de nuevas experiencias.

El valor estimado de la inversión será de \$107.823,88, el monto incluye terreno \$60.000,00 y demás activos fijos que se describen en la parte financiera del proyecto el cual corresponde \$ 47.823,88, además de capital de trabajo por 3 meses \$5.837,48, el monto para poner en marcha el proyecto cuenta con un financiamiento el cual corresponde al 40% de recursos propios y el 60% mediante un crédito bancario a través de entidades financieras públicas como es la Corporación Financiera Nacional (CFN).

El beneficio costo del proyecto es de 2,01 esto indica que la idea del negocio es rentable para iniciar la puesta en marcha debido a que las cifras son razonables y sostenibles en el tiempo.

Palabras claves: Plan de negocios, hostería, Tulipe, capital, ecológico.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

**TEMA: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION AND
COMMERCIALIZATION OF AN ECO-LODGE IN TULIPE”**

AUTHOR: Orbe Miño Karol Michelle

TUTOR: Andrés Palacio Fierro. MBA

ABSTRACT

The business plan called "CREATION AND COMMERCIALIZATION OF AN ECO-LODGE IN TULIPE", is a project in which an environmentally friendly lodge will be created, whose name will be "Sumak Pakari". It will be located in a natural environment, away from the noise and smog of the city, a few minutes from Quito, in Tulipe. Therefore, the main objective of the project is that customers can find a calm, welcoming, and ecological environment to enjoy new experiences.

The estimated value of the investment will be \$107,823.88, this amount includes \$60,000.00 regarding the land and other fixed assets that are described in the financial part of the project which corresponds to \$47,823.88; in addition, the working capital for 3 months representing \$5,837, 48. The amount to start up the project has financing divided in 40% from its own resources and 60% by a bank loan through public financial entities such as the National Financial Corporation (CFN).

The cost benefit of the project is 2.01, this indicates that the business idea is profitable to start up because the figures are reasonable and sustainable over time.

Keywords: Business plan, Eco – Lodge, Tulipe, investment, capital, ecological.

INTRODUCCIÓN

La idea del presente plan de negocios surge debido a que el sector de Tulipe, barrio que es parte de la Parroquia Rural del Distrito Metropolitano de Quito (Nanegalito), Tulipe es un lugar de encanto por sus paisajes, clima y su gente, además de su gran diversidad en flora, fauna, sus cascadas, ríos, además de cuenta con un patrimonio intangible debido a que en el lugar se encontró vestigios arqueológicos de la cultura yumbo como. (petroglifos, tolas, culuncos, estructuras, tumbas y el gran centro ceremonial) por ende se construyó un museo arqueológico que actualmente atrae a un sin número de visitantes nacionales y extranjeros, sin embargo, se carece de infraestructura que preste servicios de hospedaje, alimentación y servicios complementarios, dando lugar a que exista solo turismo de paso, por eso se ve la necesidad de la creación de una hostería ecológica que brinde seguridad, confort y servicios de calidad a los turistas.

Mediante la creación y posterior comercialización de los servicios que se ofertaran en la hostería ecológica ubicada en el sector de Tulipe, se pretende se pretende solucionar un problema que afecta en su mayoría a los pobladores del sector y a su vez a los visitantes de lugares turísticos de la zona ya que los turistas llegan a conocer lugares de Tulipe y sus alrededores y no encuentran un sitio que brinde servicios de hospedaje y alimentación, motivo por el cual se ven obligados a acudir a pernoctar en Mindo o Pacto que son lugares cercanos, la hostería ecológica se destacara por sus instalaciones e infraestructura ya que está rodeada totalmente de naturaleza. Siendo un beneficio tanto para el presente proyecto como para la comunidad en general pues al promocionar la hostería se atraerá a los turistas y generará fuentes de empleo, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los habitantes del sector.

Descripción de Capítulos

El desarrollo de este Plan de Negocios se encuentra estructurado de la siguiente manera:

- **Capítulo I: Área de marketing**, se basa en determinar la definición del producto o servicio con su valor agregado, definición del mercado, la segmentación, técnicas e instrumentos de recopilación de la información, la proyección de la oferta, demanda, los canales de distribución y comunicación.
- **Capítulo II: Área de producción (operaciones)**, en este capítulo se realiza el estudio de los procesos de producción, la descripción de las instalaciones, equipos, personas, los factores que afectan al plan de operaciones, la capacidad de producción y los recursos necesarios para la producción
- **Capítulo III: Área de organización y Gestión**, en esta parte se observa el análisis estratégico para la empresa, que consiste en estructurar la misión, visión, objetivos cómo es su organización interna y la clasificación de puestos de sus integrantes.
- **Capítulo IV: Área jurídico Legal**, aquí se señala cuál es la forma jurídica de la empresa de forma argumentada, detallando sus licencias para funcionar, patentes y marcas.
- **Capítulo V: Área Financiera**, finalmente en esta fase contiene de forma detallada el plan de inversiones, cómo es el financiamiento, detalle de cálculo de costos y gastos, mano de obra, depreciación, flujo de caja, punto de equilibrio, TIR, VAN y la rentabilidad proyectada del negocio.

Objetivos del trabajo de titulación

Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la creación y comercialización de una hostería en el sector de Tulipe, el cual será de gran ayuda para el desarrollo turístico y económico de los moradores del sector y a su vez estimular el Turismo de estancia.

Objetivos Específicos

- Analizar la industria y el entorno donde se desarrollará el proyecto, evaluando las condiciones selectas del macro y micro entorno, además de determinar las viables oportunidades y amenazas.
- Crear una estructura organizacional conveniente para el equipo de trabajo que tendrá la hostería.
- Desarrollar el análisis financiero del proyecto, el mismo que será de gran utilidad para conocer la viabilidad financiera del plan de negocios.
- Desarrollar un apropiado plan estratégico de mercado que servirá para promocionar el servicio que se va a ofrecer.
- Realizar un estudio de mercado para conocer los posibles clientes, mediante herramientas de carácter cualitativas y cuantitativas.

CAPÍTULO I

1. MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

1.1. Objetivo del capítulo.

Definir el mercado objetivo, para la comercialización del producto, estableciendo la oferta y demanda, empleando una encuesta, así como el diseño de estrategias que la empresa utilizará.

1.2. Definición del producto o servicio

1.2.1. Especificación del servicio o producto

Mediante la creación y comercialización de los servicios que se ofertaran en la hostería ecológica, la misma que estará ubicada en el en el sector de Tulipe, parroquia de Nanegalito, perteneciente al distrito metropolitano de Quito, se generara fuentes de trabajo a los habitantes del sector, lo que incentivara a la reactivación del turismo local que fue agresivamente golpeado por la pandemia mundial del Covid- 19, puesto que el sector de Tulipe es visitado por un gran número de turistas por la presencia de atractivos turísticos como, museo arqueológico de la cultura “Yumbo”, ruta de la panela, cascadas, turismo comunitario, ferias agropecuarias, ganadera;, siendo el museo arqueológico el atractivo turístico más visitado del sector tanto por turistas nacionales como extranjeros, debido a este antecedente nace un gran problema ya que en Tulipe no existe sitios de brinde el servicio de hospedaje y alimentación, motivo por el cual surge la necesidad de crear una hostería que brinde seguridad y confort a los visitantes.

Según la Cámara de turismo del Noroccidente de Pichincha indica que la mayoría de turistas que visitan las parroquias de Nanegalito, Pacto y Gualea para realizar turismo de paso es decir van hacia el destino de su elección visitan los sitios turísticos y retornan a sus hogares, esto ha causado malestar en a los visitantes ya que indican que Tulipe es un lugar privilegiado por su clima, ecosistema, naturaleza, atractivos turísticos,

gastronomía y su gente. Por esta razón se tomó la iniciativa de crear de una hostería a en Tulipe

Mediante la construcción y comercialización de los servicios que se ofrecerá en la hostería se generará muchos beneficios especialmente a los habitantes del sector ya que generara plazas de empleo, se reactivara el turismo debido a que en Tulipe existen restaurantes y sitios turísticos. También se dará un impacto positivo en los turistas ya que podrán visitar lugares cercanos y se podrán hospedar en un lugar que brinde todas las comodidades que los huéspedes requieren, además de disfrutar de la tranquilidad y el contacto directo con la naturaleza.

1.2.2. Tabla de caracterización del producto o servicio.

A continuación, se da a conocer las características transformadas en beneficios para el cliente y un resumen explicativo.

Tabla 1 Características del producto

Características	Beneficios	Resumen
Profesionalismo	Atención personalizada y de calidad.	El personal que conformara la hostería serán profesionales que brinden un óptimo servicio a los clientes
Rapidez	Capacidad de respuesta ante una situación.	La capacidad del personal será de acuerdo al nivel de profesionalismo de cada una de las personas que va a conformar la hostería.
Servicio	Instalaciones optimas	la infraestructura de la hostelería será enfocada a la parte ecológica, considerando el lugar donde va a ser construida, por ende, las estaciones con las que va a contar las hosterías serán acogedoras con el propósito de crear un impacto positivo en los clientes y a la vez generar conciencia en los mismo

Elaborado por: La Autora.

1.2.3. Público objetivo del servicio.

El mercado al que esta direccionado el presente plan de negocios es a turistas nacionales y extranjeros hombres y mujeres especialmente en edades productivas que buscan el servicio de hospedaje, alimentación y estar en contacto directo con la naturaleza, además se ofrecerá estos servicios a un costo accesible.

1.2.3.1. Categorización de sujetos

Como consecuencia de la investigación para la creación de la hostería ecológica se ha determinado las siguientes categorías:

En la tabla que se muestra a continuación, se identifica cuatro aspectos esenciales que permiten categorizar a los sujetos por medio de algunas preguntas:

Tabla 2 Categorización de sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Turistas nacionales, turistas extranjeros, agencia de viajes y operadoras turísticas
¿Quién usa?	Hombres y mujeres en edades productivas o familias.
¿Quién decide?	Los turistas
¿Qué influye?	Locación, transporte, temporadas altas como feriados, seguridad, precios.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora.

1.2.3.2. Estudio de Segmentación

Juárez (2018) explica en qué consiste la segmentación de mercado mediante la siguiente definición:

Las organizaciones identifican los grupos de individuos que son de interés y los agrupan homogéneamente mediante una actividad llamada segmentación de mercado para llegar a clientes que necesitan adquirir un mismo producto. Estos segmentos de los cuales la empresa decide dirigir sus actividades de marketing se denominan mercado meta.

Una adecuada segmentación requiere que se definan con claridad las variables que serán utilizadas como base para la generación de los grupos, dichas variables están relacionadas con los tipos de consumidores que van a ser tenidos en cuenta, así como la plataforma estratégica de las empresas. (p.16)

Anteriormente se mencionó que el mercado objetivo de la investigación es el número de turistas que visitan Tulipe y las parroquias aledañas al sector. En las tablas que se presentan a continuación, se describe la dimensión conductual, geográfica y demográfica que el mercado intenta atender.

Tabla 3 Dimensión conductual

VARIABLE	DESCRIPCION
Beneficio	Descanso, distracción, diversión
Uso	Turismo al menos 1 vez al mes
Tipo de necesidad:	Social, distracción
Tipo de compra:	Comparación
Relación con la marca:	Si
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tabla 4 Dimensión Geográfica

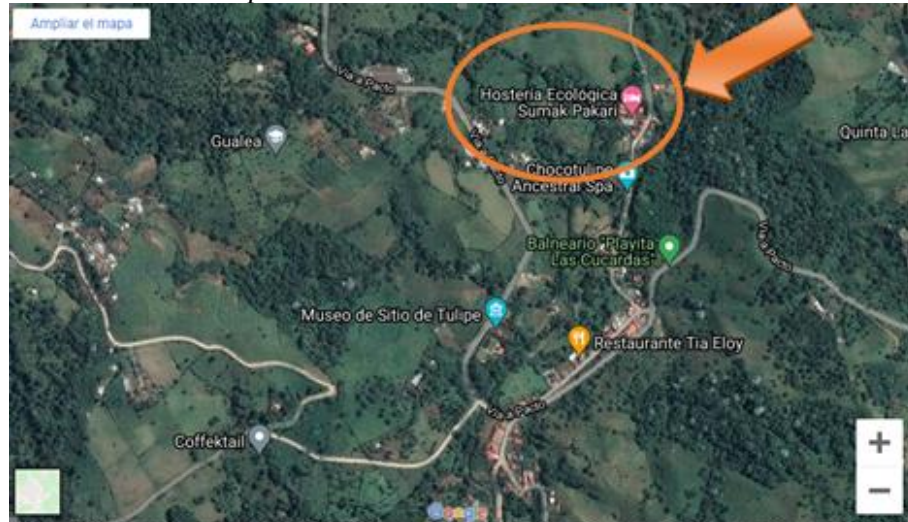
VARIABLE	DESCRIPCION	No HABITANTES
País	Ecuador	17'008.000
Región	Sierra	7'504.942
Ciudad urbana y rural	Quito	2'735.987
Sector	Noroccidente de Pichincha	72.051.00
Barrio	Tulipe	1.026.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: La Autora

Según las estadísticas publicadas por Quito Turismo actualmente se registra una afluencia de 416.037 viajeros nacionales que visitan centros turísticos dentro de Pichincha. Además, se menciona que alrededor de 8.000 turistas visitan Tulipe y sitios cercanos al año.

Gráfico 1 Ubicación de la empresa



Fuente: Mapa, coordenadas GPS e imagen de satélite de Tulipe.

La hostería ecológica Sumak Pakari estará ubicada en el DMQ, Nor-occidente de Pichincha, Parroquia rural de Nanegalito, barrio poblado de Tulipe a 1 hora y media de Quito, Tulipe es muy concurrido por visitantes nacionales y extranjeros por la presencia y descubrimiento de las ruinas arqueológicas de la cultura yumbo, sitio en el cual se levantó un museo arqueológico el cual lleva el nombre de “Museo Arqueológico de Tulipe, este atractivo turístico ha ganado premios internacionales por la conservación y trabajo en equipo con los habitantes de la comunidad.

Tabla 5 Dimensión Demográfica

VARIABLE	DESCRIPCION	No HABITANTES
NACIONALIDAD	Nacionales	5.000
NACIONALIDAD	Extranjeros	3.000
TOTAL	TURISTAS	8.000

Fuente: (INEC, 2010)

Elaborado por: La Autora

1.2.3.3. Plan de muestreo

De acuerdo con Malhotra (2015) la muestra es:

Es la colección de elementos u objetos que procesan la información buscada por el investigador y sobre la cual se harán inferencias, pues la muestra es, un subgrupo de elementos de una población o universo, selectos para participar en un estudio. (p.32)

Para calcular el universo de la investigación, se sumó 5.000 que es el total de turistas nacionales que visitan Tulipe y sus alrededores al año y 3.000 que corresponde a turistas extranjeros, dando un total de 8.000 turistas que visitan Tulipe.

Para determinar los sujetos a ser investigados y proceder a obtener la muestra se deberá aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

Tabla 6 Datos de la Formula

Datos para la fórmula	
n = Tamaño de la muestra	n = personas
Z = Nivel de confianza 95%=1,96	Z = Nivel de confianza 95%=1,96
P = Probabilidad de Ocurrencia 50%	P = Probabilidad de Ocurrencia 50%
Q = Probabilidad de NO Ocurrencia 50%	Q = Probabilidad de NO Ocurrencia 50%
e = Margen de error de la muestra (5%)	e = Margen de error de la muestra (5%)
N = Tamaño de Población o Universo	N = 8.000 turistas

Fuente: Malhotra, *Investigación de mercados* (2015)

Elaborado por: La Autora

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(8.000)}{(1,96)^2(0,50)(0,50) + (8.000)(0,05)^2}$$

$$n = \frac{7.683,2}{20,002401}$$

n= 384// Personas a encuestar.

Interpretación

Según la fórmula utilizada con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95%, de esta manera se obtuvo un resultado de **384** muestras necesarias para obtener datos valederos del mercado objetivo como son los turistas que visitan el GAD parroquial de Nanegalito.

1.2.3.4. Instrumentos para recopilar información

Tomando en cuenta la muestra que se pudo obtener, es importante identificar aquellas necesidades de los clientes a quienes va dirigido el servicio (Turistas), así como también definir objetivos claros que permitan realizar el plan de negocios para obtener conclusiones claras y tomar decisiones acertadas.

Objetivo general

Investigar la factibilidad de la creación y comercialización de una hostería ecológica en el sector de Tulipe, identificando la aceptación de los turistas y analizando la competencia de establecimientos hoteleros en el sector.

Tabla 7 Métodos De Recolección Objetivos Específicos

Necesidades de información	Tipo de información	Fuente	Instrumentos
¿Qué es el producto Hotelero?	Secundaria	Proveedores	Servicios agrupados
Tipos de servicios de Hospedaje	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Costos de los servicios de hospedaje	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Reglamento general sobre actividades de hospedaje.	Secundaria	Proveedores	Pagina Web, Ministério de Turismo, Câmara de turismo del Nor ocidente
Capacitación en servicio al cliente.	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones
Conocimiento de la competencia en el mercado turístico	Secundaria	Proveedores	Bancos de datos de otras organizaciones

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora.

Objetivos Específicos

- Determinar la demanda y preferencias de los consumidores mediante el diseño de un cuestionario en la encuesta.
- Analizar la competencia de sitios Turísticos que brindan hospedaje a turistas en el sector de Tulipe, para identificar el valor agregado del servicio, además de establecer precios competitivos para el segmento de la población seleccionada.

Tabla 8 Métodos De Recolección Objetivo Estratégico

Necesidades de información	Tipo de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	Servicios agrupados
Factores críticos para el sector Hotelero	Secundaria	Ministerio de Turismo	Bancos de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Turistas Nacionales y extranjeros	Encuesta

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora

1.2.3.5. Diseño y recolección de información

Según los autores Hernández & Fernández (2016) definen:

La investigación descriptiva comprende la descripción, detalle, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente. (p. 79)

Este apartado contempla la metodología que ha sido utilizada para desarrollar el estudio, en el cual se hace referencia al tipo de investigación, técnicas e instrumentos que se emplearon. A continuación, se plantean los instrumentos que permitirán cumplir con los requerimientos de las diferentes necesidades.

- **Necesidad 1. Determinar el mercado potencial**

Para poder determinar el mercado potencial que tendrá la hostería se requiere identificar la oferta y demanda existente. Mientras que para determinar la oferta se recurre a la observación, con la finalidad de establecer la oferta actual. En el caso de la determinación de la demanda, y ante la inexistencia de información estadística, se recurre a la aplicación de encuestas con el fin de establecer la información útil.

- **Necesidad 2. Identificar los principales competidores**

Se recabará información proveniente desde el INEC, Cámara de turismo del noroccidente de Pichincha y se establecerá la competencia existente actual.

- **Necesidad 3. Establecer los gustos y preferencias**

Mediante de la aplicación de la encuesta con preguntas cerradas, permitirá establecer los gustos y preferencias de los consumidores.

- **Necesidad 4. Delimitar los precios que están dispuestos a pagar**

Se recurre a la aplicación de encuestas con preguntas de opción múltiple, las mismas que permitirán conocer con claridad los precios que los posibles clientes están dispuestos a pagar por los servicios que serán ofertados.

- **Necesidad 5. Aspectos que más valora al momento visitar un establecimiento turístico.**

La encuesta a través de preguntas de opción múltiple, será el instrumento necesario que servirá para identificar los aspectos que más se valoran en un servicio.

Información primaria

Los instrumentos utilizados fueron:

- **Encuesta:**

Malhotra (2015) indica que la encuesta es “un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica” (p.89).

Diseño de la encuesta

A continuación, encontrará algunas preguntas destinadas a conocer su opinión sobre alojarse en una hostería ecológica en Tulipe.

Sírvase contestar cada una de las preguntas con la mayor sinceridad posible de acuerdo a su criterio. Los datos recolectados serán utilizados con fines académicos. Gracias

1. Datos generales

a) Género

Femenino ☐

Masculino ☐

b). Edad

18 - 25 años ☐

26 - 33 años ☐

34 - 51 años ☐

Más de 52 años ☐

c) Nivel de ingresos

Sueldo básico ☐

De \$500 - \$1.000 ☐

De \$1.001 a \$1.500 ☐

Más de \$1.500 ☐

2. ¿Cuántas veces al año viaja por turismo dentro del Cantón Quito?

1 veces al año ☐

2 veces al año ☐

4 veces al año ☐

Ninguna ☐

3. ¿Alguna vez usted ha visitado la Parroquia de Nanegalito? Si su respuesta es positiva continúe con la encuesta (caso contrario le agradece por su tiempo).

Si ☐

No ☐

4. ¿Qué destinos turísticos de la Parroquia de Nanegalito ha visitado?

Museo arqueológico ☐

Ruta del café ☐

Pesca deportiva ☐

Ninguno ☐

Otros ☐

5. ¿Le gustaría conocer los lugares turísticos de Tulipe?

Si ☐

No ☐

6. ¿Quisiera hospedarse al menos una noche y/o ir a un restaurante para comer en Tulipe?

Si ☐

No ☐

7. ¿En qué tipo de alojamiento prefiere pernoctar?

Hotel ☐

Hostal ☐

Hostería ☐

No me gustaría pernoctar en Tulipe ☐

8. En promedio ¿Cuántas noches pernocta en los destinos turísticos visitados?

Una noche ☐

De 2 a 4 noches ☐

Más de 4 noches ☐

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedaje, por persona en Tulipe?

Entre 10-20 dólares ☐

Entre 21 - 30 dólares ☐

Entre 31 - 40 dólares ☐

Más de 50 dólares ☐

10. ¿Qué características le gustaría encontrar en la hostería que se va a hospedar?

Comoda ☐

Presentar todos los servicios basicos ☐

Servicio gentil ☐

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alimentación en un restaurante en Tulipe?

Opción 1 (puede elegir fritada, trucha, tilapia) \$8,00

Opción 2 (puede elegir caldo o secos de gallina) \$6,00

12. ¿A través de que medios de comunicación le gustaría que se informe sobre la hostería ecológica y sus promociones?

Redes sociales

☐

Página web

☐

Publicidad tradicional (hojas volantes, vallas publicitarias, radio)

☐

1.2.3.6. Análisis e Interpretación de resultados

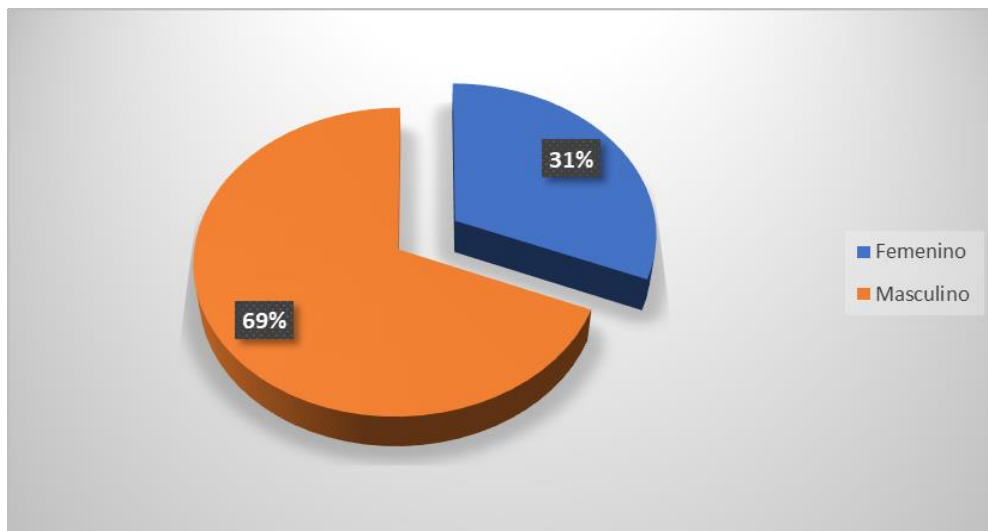
A continuación, se presenta los datos recolectados de la encuesta que fue realizada a 380 personas

1. ¿Datos generales?

a) Género

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Femenino	120	31
Masculino	264	69
TOTAL	384	100

Gráfico 2 Datos generales de la encuesta (Género)



Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

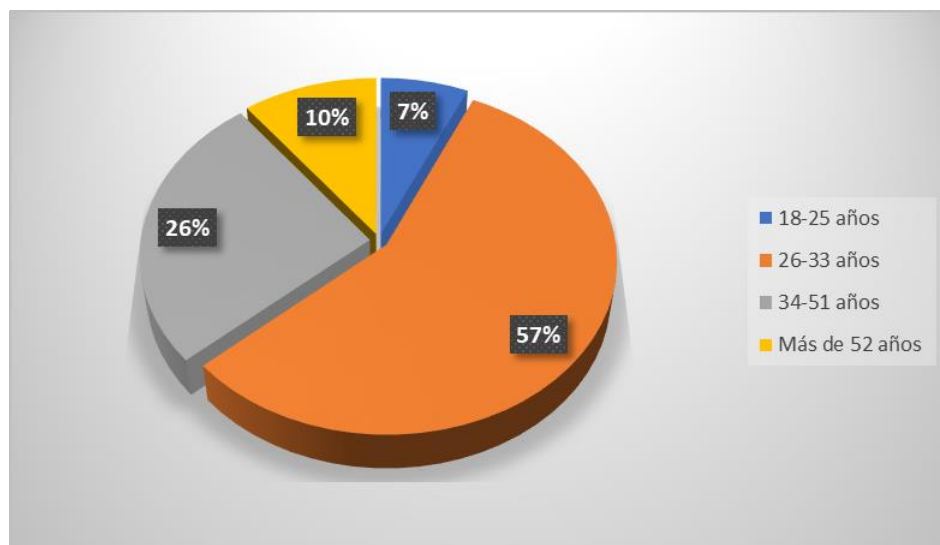
Mediante la investigación de campo, se pudo conocer que el 69% de las personas encuestadas son de género masculino, de igual manera con el 31% pertenecen a género

femenino, como se aprecia existe mayor preferencia por los hombres en relación turismo, dato a tomar en cuenta en el desarrollo del proyecto.

a) Edad

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
18-25 años	26	7
26-33 años	218	57
34-51 años	100	26
Más de 52 años	40	10
TOTAL	384	100

Gráfico 3 Datos generales de la encuesta (Edad)



Elaborado por: La Autora

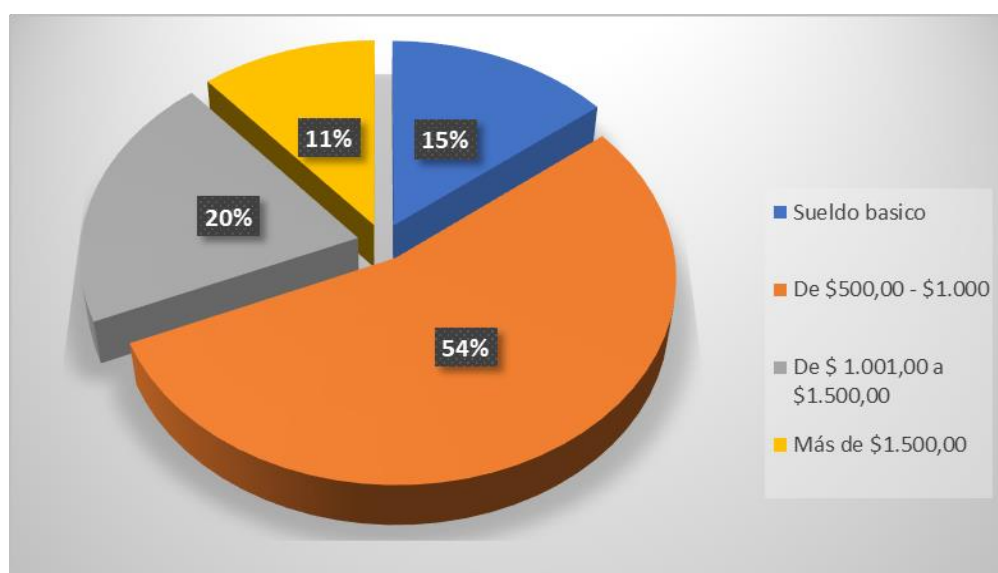
Análisis e interpretación

A través de la investigación campo se puede conocer la edad de las personas encuestadas, es decir que el 57% presenta entre 26 a 33 años, seguido con el 26% de 34 a 51 años, y en menores porcentajes con el 10% más de 52 años y de 18 a 25 años con el 7%, de esta manera se considera un rango de edad del mercado objetivo, siendo primordial para analizar las cualidades o perspectivas del cliente potencial.

c) Nivel de ingresos

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Sueldo básico	55	14
De \$500,00 - \$1.000	208	54
De \$ 1.001,00 a \$1.500,00	78	20
Más de \$1.500,00	43	11
TOTAL, GENERAL	384	100

Gráfico 4 Datos generales de la encuesta (Nivel de ingresos)



Elaborado por: La Autora

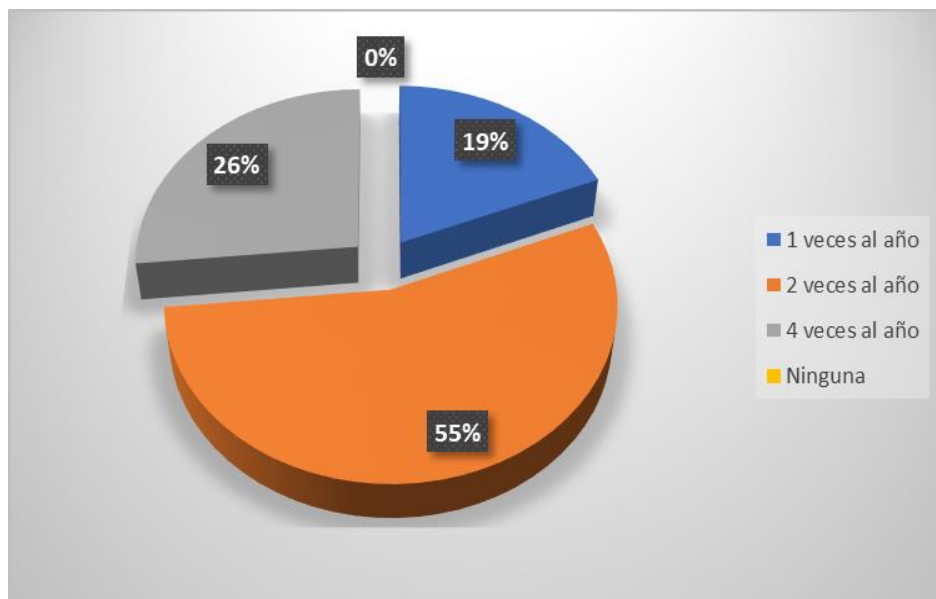
Análisis e interpretación

De igual manera se conoció en relación a los ingresos de los encuestados, que el 54% presentan de \$500,00 a \$1.000,00 seguido con el 20% de \$1.001,00 a \$1.500,00 de igual manera con el 15% cuentan con un sueldo básico que corresponde a \$400,00 finalmente con el 11% más de \$1.500. De esta manera se conoce los ingresos de los futuros clientes potenciales, que estarían dispuestos a utilizar un servicio turístico.

2. ¿Cuántas veces al año viaja por turismo dentro del Cantón Quito?

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
1 veces al año	72	19
2 veces al año	210	55
4 veces al año	102	27
Ninguna	0	0
TOTAL	384	100

Gráfico 5 Pregunta 2 de la encuesta.



Elaborado por: La Autora.

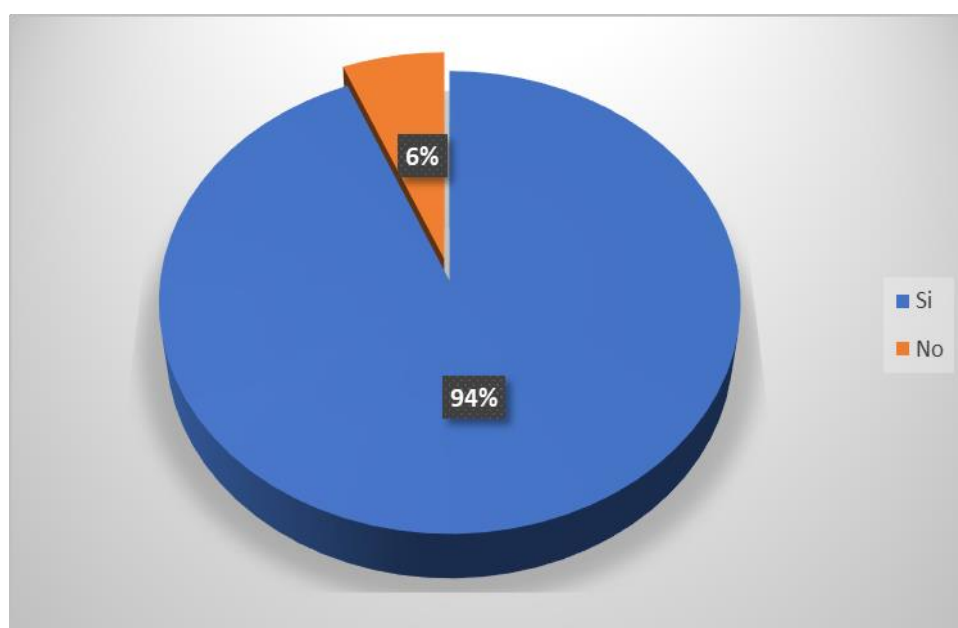
Análisis e interpretación

También se planteó dentro de la investigación de campo, la interrogante de cuantas veces al año realiza turismo, se pudo conocer que el 55% lo hace de dos veces al año, seguido con el 26% cuatro veces, y en menor porcentaje con el 19% una vez al año, bajo esta perspectiva se conocerá la frecuencia de turismo, que realizan las personas.

3. ¿Alguna vez usted ha visitado la Parroquia de Nanegalito? Si su respuesta es positiva continúe con la encuesta (caso contrario se le agradece por su tiempo).

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si	360	94
No	24	6
TOTAL, GENERAL	384	100

Gráfico 6 Pregunta 3 de la encuesta.



Elaborado por: La Autora.

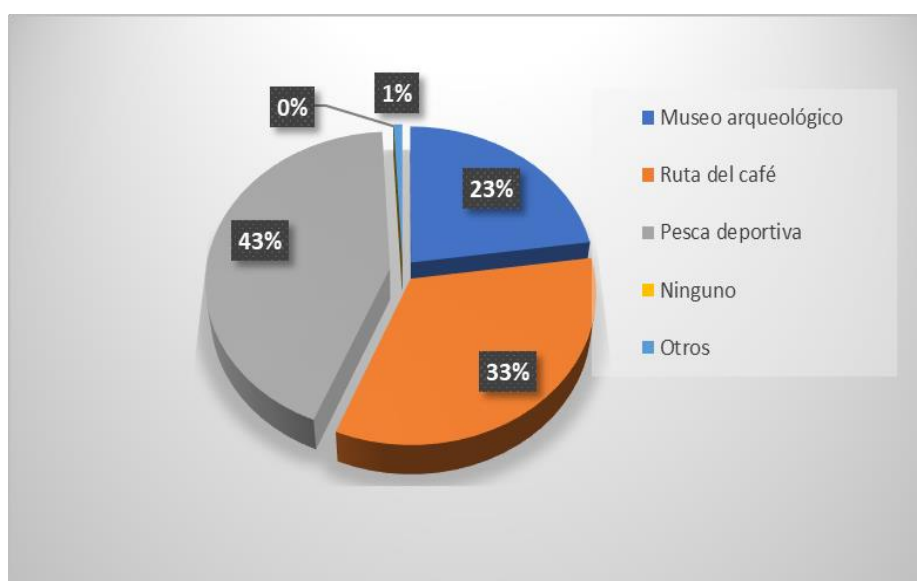
Análisis e interpretación

De igual manera se conoce, que el 94% de las personas encuestadas si han visitado alguna vez la Parroquia de Nanegalito, sin embargo, el 6% menciona que no, bajo este panorama se tiene claro la perspectiva del mercado objetivo, al cual se podrá brindar un servicio turístico que cubra sus expectativas, frente a la competencia del sector.

4. ¿Qué destinos turísticos de la Parroquia de Nanegalito ha visitado?

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Museo arqueológico	82	23
Ruta del café	120	33
Pesca deportiva	155	43
Ninguno	0	0
Otros	3	1
TOTAL, GENERAL	360	100

Gráfico 7 Pregunta 4 de la encuesta



Elaborado por: La Autora

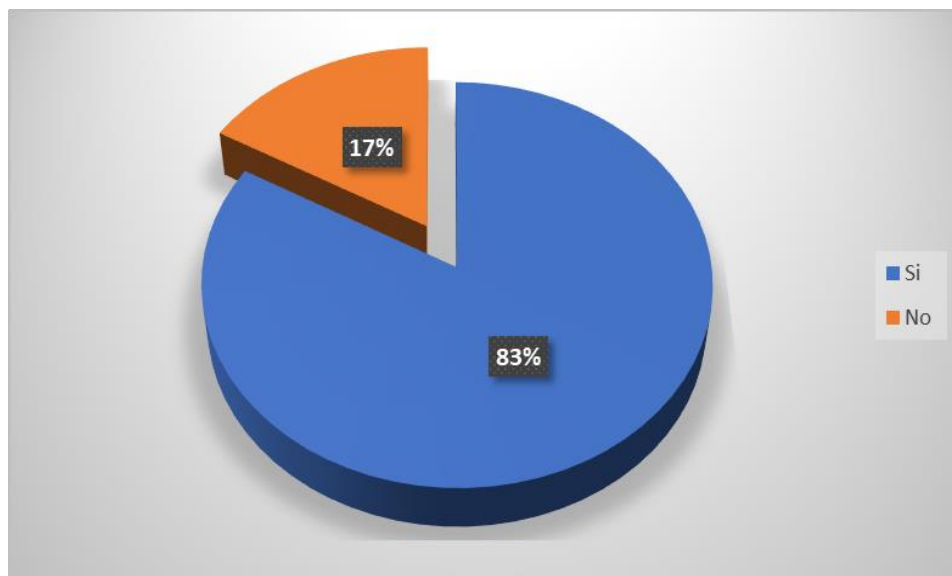
Análisis e interpretación

Se planteó dentro de la encuesta la interrogante de qué destinos turísticos de la Parroquia de Nanegalito ha visitado, de esta manera se pudo conocer con el 43% a visitado lugares de pesca deportiva, seguido con el 33% la ruta del café, con 23% museo arqueológico, finalmente con el 1% otros, de esta manera se conoce la preferencia de los turistas que han visitado este lugar.

5. ¿Le gustaría conocer los lugares turísticos de Tulipe? (si su repuesta es positiva, continúe con la encuesta, caso contrario se le agrade por la información)

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si	300	83
No	60	17
TOTAL, GENERAL	360	100

Gráfico 8 Pregunta 5 de la encuesta



Elaborado por: La Autora.

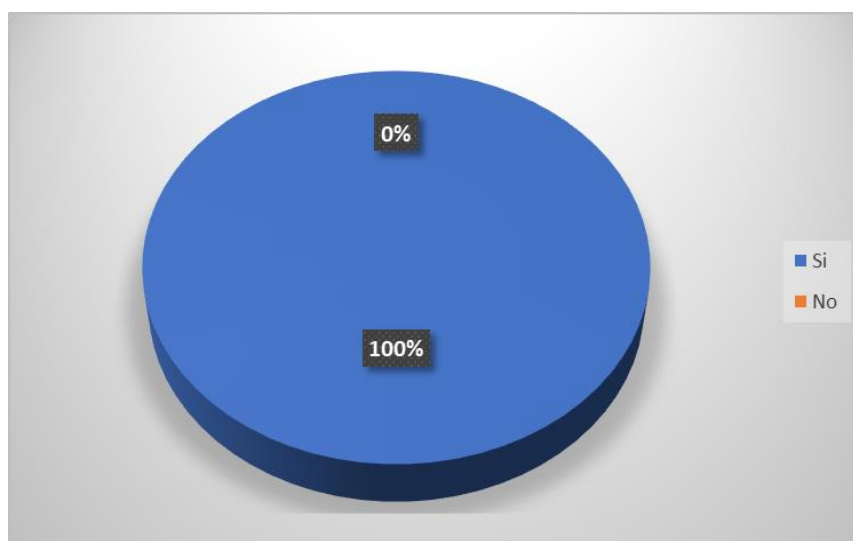
Análisis e interpretación

Dentro de la investigación de campo, se pudo conocer en cuanto a la interrogante que, si les gustaría conocer los lugares turísticos de Tulipe, en la que 83% de las personas encuestas dan conocer que sí, sin embargo, un 17% menciona que no, de esta manera se tiene una perspectiva clara sobre la acogida de los turistas de visitar la parroquia de Nanegalito.

6. ¿Quisiera hospedarse al menos una noche y/o o ir a un restaurante para comer en Tulipe?

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Si	300	100
No	0	0
TOTAL, GENERAL	300	100

Gráfico 9 Pregunta 6 de la encuesta.



Elaborado por: La Autora

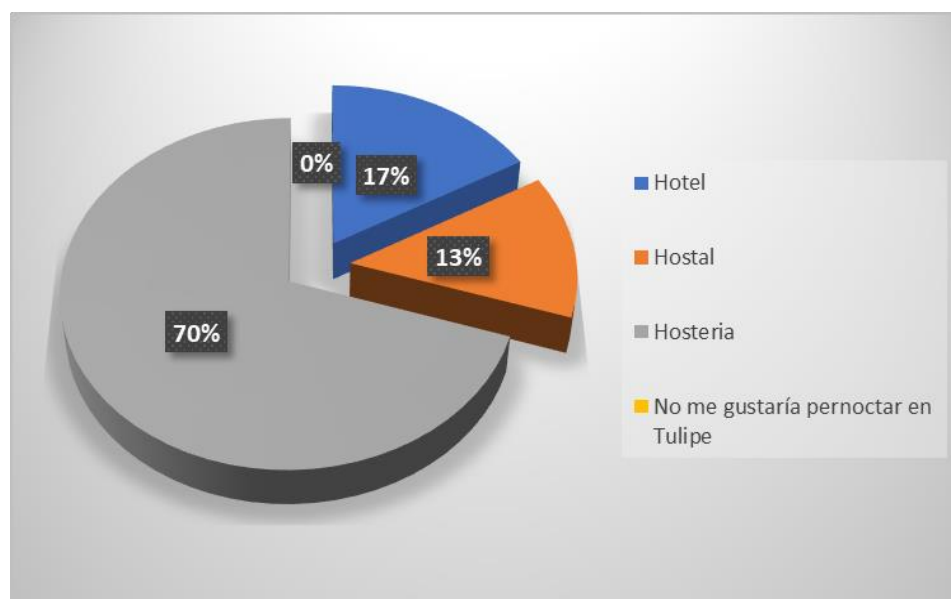
Análisis e interpretación

En relación a la interrogante que, si le gustaría hospedarse al menos una noche y/o o ir a un restaurante para alimentarse en el sector Tulipe, en la que el 100% da conocer que sí, datos que permitirá calcular la capacidad instalada y utilizada que puede presentar la nueva hostería.

7. ¿En qué tipo de alojamiento prefiere pernoctar?

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Hotel	50	17
Hostal	40	13
Hostería	210	70
No me gustaría pernoctar en Tulipe	0	0
TOTAL, GENERAL	300	100

Gráfico 10 Pregunta 7 de la encuesta



Elaborado por: La Autora.

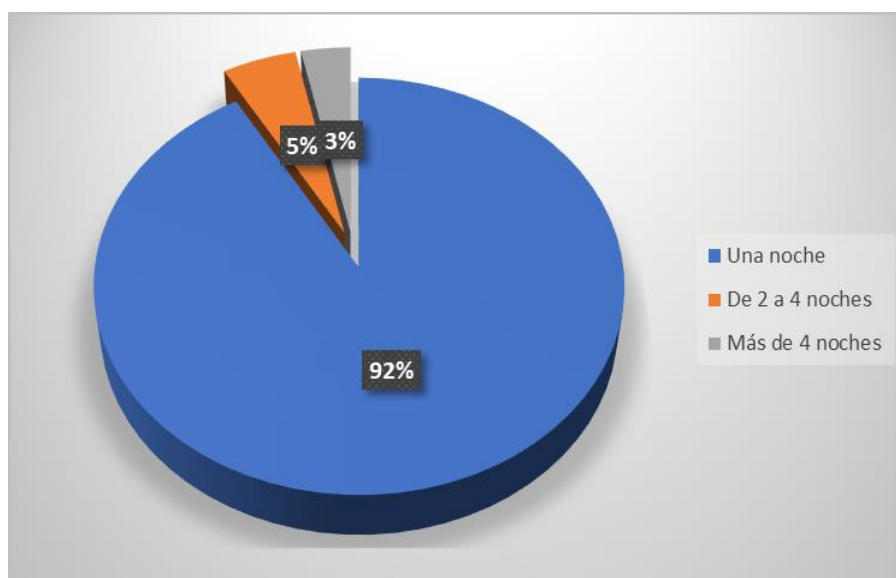
Análisis e interpretación

Mediante la aplicación de la encuesta, se pudo conocer de los turistas en relación al tipo de alojamiento prefiere pernoctar, en la que 70% dan a conocer que prefieren utilizar hosterías, seguido con el 17% hotel y un 13% hostal, bajo esta perspectiva se tiene claro que la nueva hostería si presentaría una demanda por parte de los clientes potenciales.

8. En promedio ¿Cuántas noches pernocta en los destinos turísticos visitados?

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Una noche	275	92
De 2 a 4 noches	15	5
Más de 4 noches	10	3
TOTAL, GENERAL	300	100

Gráfico 11 Pregunta 8 de la encuesta.



Elaborado por: La Autora.

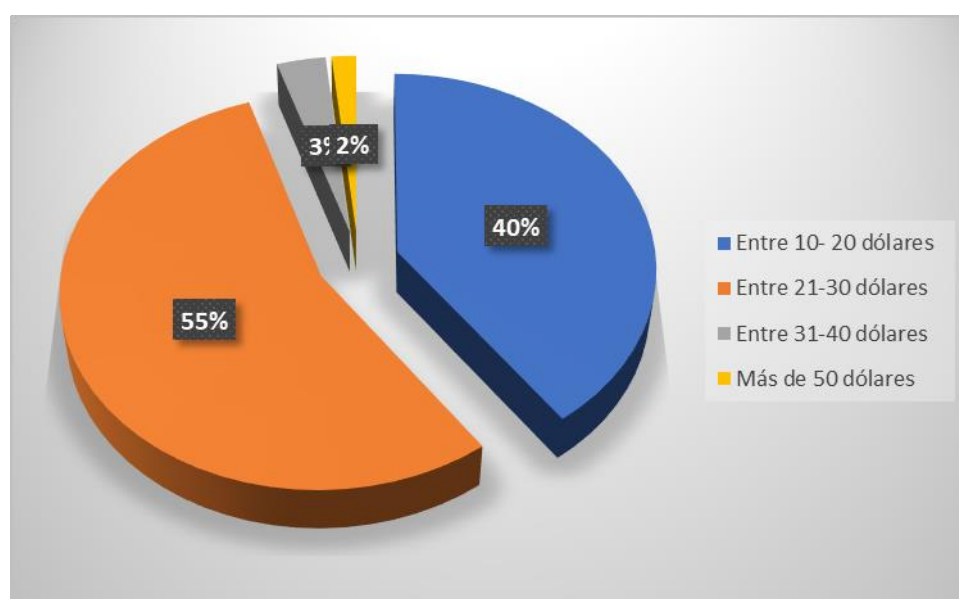
Análisis e interpretación

A través de la investigación de campo se pudo conocer en relación a la pregunta, en promedio ¿Cuántas noches pernocta en los destinos turísticos visitados?, se pudo conocer con el 92% una noche, seguido con el 5% de 2 a 4 noches y, con el 3% más de 4 noches, datos a tomar en cuenta en la capacidad que debería presentar la hostería para brindar un servicio de calidad.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedaje, por persona en Tulipe?

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Entre 10- 20 dólares	120	40
Entre 21-30 dólares	165	55
Entre 31-40 dólares	10	3
Más de 50 dólares	5	2
TOTAL, GENERAL	300	100

Gráfico 12 Pregunta 9 de la encuesta.



Elaborado por: El Autor

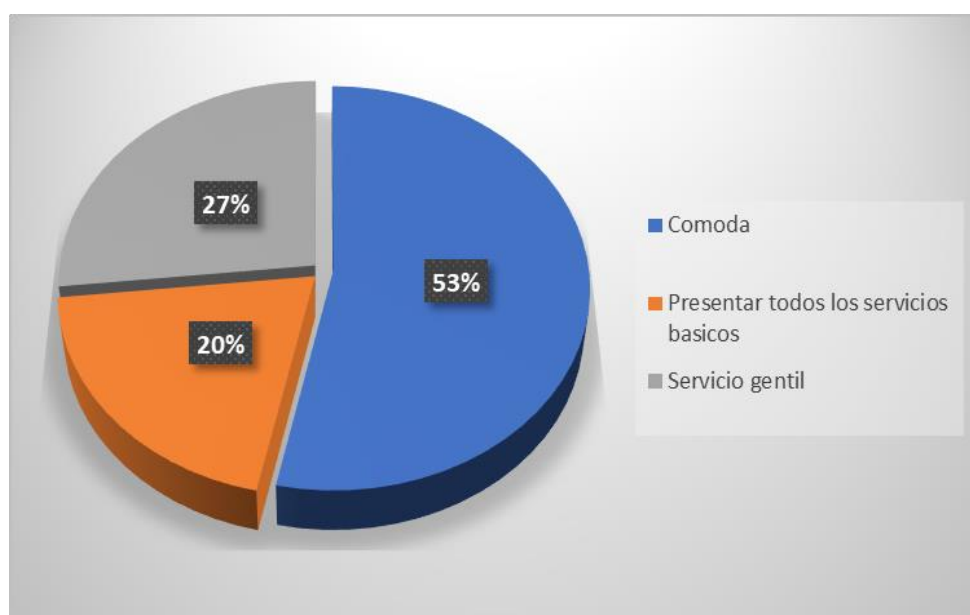
Análisis e interpretación

Mediante la investigación de campo, se pudo conocer en referencia a la pregunta de cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedaje, por persona en Tulipe, de esta manera se pudo conocer con el 55% entre 21 a 30 dólares, de igual forma de 10 a 20 dólares con el 40%, siendo las cifras más importantes para poner en cuenta al definir los precios del hospedaje de la nueva hostería.

10. ¿Qué características le gustaría encontrar en la hostería que se va a hospedar?

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Cómoda	160	53
Presentar todos los servicios básicos	60	20
Servicio gentil	80	27
TOTAL, GENERAL	300	100

Gráfico 13 Pregunta 10 de la encuesta.



Elaborado por: La Autora.

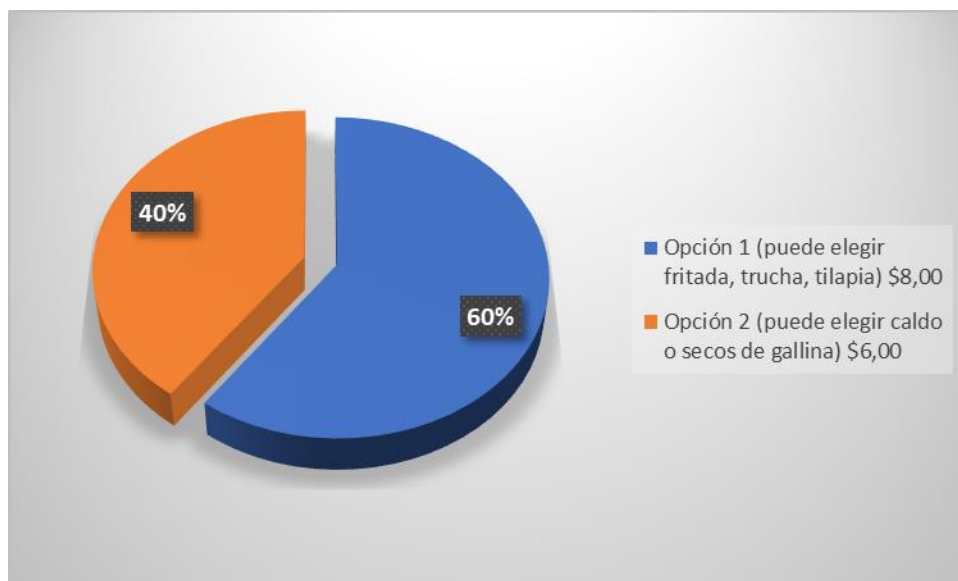
Análisis e interpretación

A través de la encuesta aplicada al mercado objetivo, se conoció con respecto a la pregunta qué tipo de características le gustaría encontrar en la hostería que se va a hospedar, en la que se pudo conocer con el 53% que sea cómoda, seguido con el 27% servicio gentil, finalmente con el 20% que presente todos los servicios básicos, aspecto con el cual deberá cumplir la nueva hostería para cubrir las expectativas de los turistas.

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alimentación en un restaurante en Tulipe?

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Opción 1 (puede elegir fritada, trucha, tilapia) \$8,00	180	60
Opción 2 (puede elegir caldo o secos de gallina) \$6,00	120	40
TOTAL, GENERAL	300	100

Gráfico 14 Pregunta 11 de la encuesta.



Elaborado por: El Autor

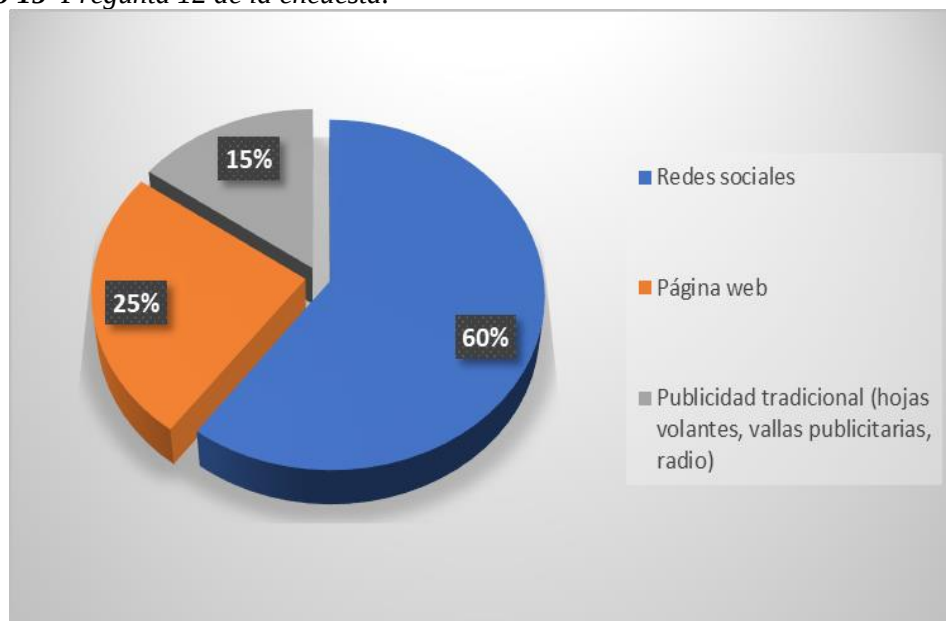
Análisis e interpretación

Mediante la aplicación de la encuesta, se pudo conocer en relación a la pregunta, que cuanto estará dispuesto a pagar por alimentación en un restaurante en Tulipe, en la que se pudo conocer que por la opción 1 (puede elegir fritada, trucha, tilapia) cancelarían \$8,00 con el 60%, de igual manera con el 40% pagarían \$6,00 por la opción 2 (puede elegir caldo o secos de gallina), perspectiva que permitirá definir los precios a fin de cubrir la necesidad de los clientes potenciales.

12. ¿A través de que medios de comunicación le gustaría que se informe sobre la hostería ecológica y sus promociones?

DETALLE	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE
Redes sociales	180	60
Página web	75	25
Publicidad tradicional (hojas volantes, vallas publicitarias, radio)	45	15
TOTAL, GENERAL	300	100

Gráfico 15 Pregunta 12 de la encuesta.



Elaborado por: La Autora.

Análisis e interpretación

Es primordial detallar que al realizar la investigación de campo se pudo conocer que 60% le gustaría que se informe sobre la hostería ecológica y sus promociones, mediante las redes sociales, seguido con el 25% página web, siendo los más aceptados, por ende, la empresa debe enfocar a estas herramientas para poder publicitar sus productos.

1.2.3.7. Demanda Potencial

Malhotra (2015) en su libro de Investigación de mercados, indica que la demanda potencial es “el conjunto de clientes que manifiestan un grado suficiente de interés en una determinada oferta de mercado” (p.89).

Por lo tanto, para esta investigación es el límite superior máximo que podríamos alcanzar a un grupo de personas con características similares que se convertirán específicamente en consumidores de nuestro servicio.

Para el cálculo de la demanda se toma en cuenta el mercado objetivo que corresponde a los turistas que equivale a 8.000, por la pregunta de la encuesta 5 ¿Le gustaría conocer los lugares turísticos de Tulipe?, en la que el 83% da conocer que sí le gustaría conocer lugares turísticos de dicho sector.

Demanda=8.000 * 83%

Demanda de turistas =6.640

- **Demanda potencial**

Tabla 9 Demanda Potencial.

POBLACIÓN	%FRECUENCIA DE SERVICIO	POBLACIÓN OBTENIDA	FRECUENCIA A DE SERVICIO	DEMANDA EN NÚMERO DE SERVICIOS
6.640	19,00%	1.262	1	1.262
6.640	55,00%	3.652	2	7.304
6.640	26,00%	1.726	4	6.906
TOTAL	100,00%	6.640		15.471

Elaborado por: La Autora

Observación: Para obtener la demanda en número de servicios se toma en cuenta la pregunta 2 de la encuesta ¿Cuántas veces al año viaja por turismo?, de esta manera se determina que corresponde a 15.471 servicios.

Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se toma en cuenta la tasa de crecimiento turística de la ciudad de Quito que corresponde al 7% de forma anual, datos que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 10 Proyección de la demanda.

Año	Proyección
	Demanda en número de servicios
1	15.471
2	16.554
3	18.953
4	23.218
5	30.434

Elaborado por: La Autora.

1.3. Análisis del macro y micro ambiente

1.3.1. Análisis del micro ambiente

Porter (2015) sostiene que, “el potencial de rentabilidad de una empresa viene definido por cinco fuerzas que compiten entre sí por quedarse con la mayor parte del valor que se produce en una industria” (p. 200), estas se detallan a continuación:

Porter menciona que el potencial de rentabilidad en una organización está definido por 5 fuerzas, las mismas que compiten entre sí por tener la mayor parte del valor que se produce en la empresa.

Gráfico 16 Análisis Micro Ambiente



Elaborado por: La autora.

- **Análisis de las cinco Fuerzas de Porter.**

- 1. Nuevos competidores. (Mediana)**

Actualmente existe mucha competencia en cuanto se refiere al ámbito del turismo en el sector noroccidental de Pichincha , pero en el sector de Tulipe siendo u lugar muy concurrido por turistas nacionales y extranjeros por la presencia del museo arqueológico de la cultura Yumbo, sería la primera hostería, en reiteradas ocasiones se nota el malestar de los visitantes ya que no existe un lugar que preste servicios de por ende los turistas visitan el museo y se van hacia otros lugares cercanos a buscar hospedaje, especialmente a Mindo.

- 2. Negociación proveedores. (Moderada)**

La Hostería no tendría ningún problema ya que se tiene contacto directo con los proveedores para la adquisición de ciertos productos que se va a utilizar.

Por la cercanía a la ciudad y la vía en buen estado se puede obtener productos que serán de suma importancia para el funcionamiento de la hostería.

La hostería estará ubicada en sector rural y en la zona hay gran cantidad de productos orgánicos y de calidad.

- 3. Negociación clientes. (Alta)**

El poder de negociación de clientes se ve reflejado en el tipo de servicio que se ofrecerá, el lugar en el que se va a construir la hostería es completamente rodeado de naturaleza y es lo que muchos clientes buscan para poder descansar y disfrutar de un sitio alejado de ruidos, smog y del estrés que existe en la ciudad.

En la hostería se va a ofrecer servicios de hospedaje y alimentación a precios accesibles y con un servicio de calidad y calidez.

Los turistas buscan un lugar en el que puedan descansar y ofrezca confort y una atención personalizada.

4. Productos o servicios sustitutos. (Baja)

En servicios sustitutos en Tulipe será la única hostería que prestará servicios de hospedaje y alimentación.

La hostería será netamente ecológica y amigable con el ambiente que es lo que actualmente están buscando los turistas, el poder disfrutar de un lugar tranquilo, estar en contacto con la naturaleza, consumir productos de calidad y orgánicos, además la hostería contará con habitaciones confortables, familiares y matrimoniales, también un restaurante donde además de podrá realizar reuniones.

5. Rivalidad entre competidores (Moderado)

Actualmente en el lugar sería la primera hostería que existiría, siendo un lugar muy concurrido por turistas nacionales y extranjeros, pero en barrios y parroquias cercanas si existen hosterías, a continuación, una lista de los competidores actuales.

Yumbo spa and resort.

Esta hostería se encuentra a aproximadamente 20 km de Tulipe, dispone de servicios de hospedaje, alimentación, spa entre otros.

Piripe lodge.

Esta hostería está ubicada en la parroquia de Pacto a 15km de Tulipe, sus principales visitantes son personas de la 3ra edad y grupos familiares ya que realizan actividades típicas de campo como, siembra y cosecha de frutos y productos del sector, los competidores directos son de nivel socio económico medio a medio alto, cuentan con servicios como: Hospedaje, piscina, caminatas.

1.3.2. Análisis del macro ambiente

Se detalla en los siguientes párrafos una breve descripción y análisis de los factores externos en los campos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, culturales, laborales y propios del sector, que influyen en el desarrollo de las funciones institucionales.

A continuación, se presenta la herramienta Pest, que es una herramienta crucial para conocer los aspectos externos que pueden afectar a la empresa, mediante las variables que a continuación se detallan:

Político.

Tabla 11 Factor Político.

Factor:	Clima político
Detalle:	Con la posesión del nuevo gobierno el país a empezado a tener cambios positivos con cambio en leyes y/o normativas con relación a la empresa privada.
Plazo:	Largo plazo, desde marzo 2021 aproximadamente.
Implicación (Análisis):	El gobierno actual que tiene el Ecuador atraviesa por una situación muy difícil debido al gran endeudamiento que tiene, esto ha hecho que haya constantes cambios en el tema político, cambios en leyes. Con la elección de las nuevas autoridades del país, en el ámbito político surge la necesidad de impulsar el apoyo a la empresa privada, a la empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos que ayuden a la reactivación, ya que generan fuentes de empleo, especialmente a aquellas personas que están en busca de un trabajo
Impacto:	Positivo

Fuente: Revista Primicias (2021)

Elaborado por: La autora.

Económico.

Tabla 12 Factor Económico

Factor:	Clima político
Detalle:	El Ecuador atraviesa por un decrecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) a nivel país, el cual debido a la pandemia no ha mejorado.
Plazo:	Corto y largo plazo, desde ahora hasta 2025.
Implicación (Análisis):	A pesar de las dificultades ocurridas en el país, la población ecuatoriana se ha caracterizado por siempre buscar un mejor estilo de vida. La pandemia ha causado que actualmente baje el PIB, algo que lleva al país a inflación de precios, endeudamiento, es una situación que se ha salido de control a nivel mundial, pero poco a poco la población se está acostumbrando a la nueva modalidad, pues ya se han retomado las actividades paulatinamente, según el Banco Mundial estima que el PIB tendrá un crecimiento de alrededor de 3,2% para el año 2021 y 1,5% en el 2022.
Impacto:	Positivo

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021) y Revista Gestión Digital (2021)

Elaborado por: La autora

Social.

Tabla 13 Factor Social

Factor:	Clima político
Detalle:	las personas buscan sitios alejados del ruido de la ciudad, el estrés causado por la crisis sanitaria que el mundo atraviesa.
Plazo:	A corto plazo abril 2021 y a largo plazo en adelante.
Implicación (Análisis):	Las personas en la actualidad buscan lugares turísticos en los que se cumpla con las medidas de bioseguridad y el aforo permitido según el aforo, lugares en los cuales se pueda disfrutar y olvidar por un momento el estrés que actualmente se vive por la pandemia Covid-19. Los visitantes buscan sitios a precios asequibles que cumplan con sus expectativas, que brinde seguridad, confort, confianza y se lleven una buena experiencia.
Impacto:	Positivo

Fuente: investigación propia

Elaborado por: La Autora

Tecnológico.

Tabla 14. Factor Tecnológico

Factor:	Clima político
Detalle:	El uso de la tecnología ha ido aumentando, pero actualmente está siendo cada vez un factor más prioritario cuando se trata de negocios.
Plazo:	A corto plazo abril 2021 y a largo plazo en adelante.
Implicación (Análisis):	El país considera cada vez más importante la innovación en el ámbito tecnológico ya que se necesita fomentar el desarrollo de las empresas ecuatorianas. Con el tiempo han ido existiendo más importaciones de maquinaria para alimentos y así enfatizar más la producción en el Ecuador. También hoy en día debido a la pandemia es un gran reto innovador las mejoras tecnológicas para que las empresas aumenten su productividad, esto posibilitará a la empresa llegar con oferta de productos saludables a más personas gracias a las posibilidades de ir innovando en maquinaria y en el tema digital como medios de ventas y comunicación con los clientes.
Impacto:	Positivo

Fuente: Revista Gestión Digital (2021)

Elaborado por: La Autora.

1.3.3. Proyección de la oferta

La oferta se calcula en relación a la competencia, es decir en relación al número de servicios que presta de forma anual, datos que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 15 Oferta

N°	Empresas competidoras	Número de servicios de forma anual
1	Hostería Ecológica Sumak	1.800
2	Sumak Pakari Hostería	1.700
3	La Belle Vue Lodge	1.200
4	Yumbo Spa and Resort	1.300
5	Casa de Piedra	1.600
6	Hostería Quinta Santa Teresa	1.750
	Total	9.350

Elaborado por: La autora

Una vez obtenida la oferta en relación al número de servicios que cubre la competencia, la cual corresponde a 9.350 servicios, se realiza la proyección tomando en cuenta el crecimiento del sector de alojamiento y servicios de comida que es del 9% acorde a los datos del PIB del Banco Central del Ecuador, cifras que se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 16 Proyección de la oferta

AÑO	PROYECCION
	OFERTA EN NÚMRO DE SERVICIOS
1	9.350
2	10.192
3	12.109
4	15.681
5	22.135

Elaborado por: La autora

1.4. Demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha es necesario conocerla ya que un porcentaje de esta, será la cantidad de unidades de producto que es probable que el mercado consuma en los próximos años, es decir la población del sector que quedaría libre para conseguir que sean los consumidores de este nuevo servicio. Esta ha sido determinada mediante la diferencia entre demanda – oferta.

En la siguiente tabla, se aprecia la demanda potencial insatisfecha existente dentro del mercado objetivo

Tabla 17 Demanda potencial insatisfecha.

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA	DPI/DIA
1	15.471	9.350	6.121	17
2	16.554	10.192	6.363	17
3	18.953	12.109	6.844	19
4	23.218	15.681	7.537	21
5	30.434	22.135	8.299	23

Elaborado por: La autora

1.5. Diseño de marca (Branding)

Con base en los análisis realizados describa las oportunidades de negocio y realice la construcción de la identidad del producto, donde se identifique al menos los siguientes parámetros:

- **Nombre de la marca**

“Hostería Ecológica Sumak Pakari”.

La palabra Sumak Pakari es un nombre en lengua quechua y el significado es hermoso amanecer

- **Logotipo**

Para la representación de la Hostería se propone el siguiente logotipo:

- **Diferenciación**
 - **Calidad del servicio**

La Hostería ecológica Sumak Pakari se destacará de la competencia por su calidad en el servicio ya que el personal que laborará en la misma estará debidamente capacitado y habrá una selección adecuada del personal que brinde atención personalizada y de calidad.

- **Instalaciones cómodas.**

Además del servicio de calidad que se ofrecerá en la hostería Sumak Pakari también existirá una óptima infraestructura respetando el entorno en el que estará la hostería por ende las instalaciones serán netamente ecológicas llevara colores y diseños que concuerden con el encanto de la naturaleza, además de la comodidad de las instalaciones ya que será la imagen lo que genere un impacto positivo en los huéspedes.

- **Ubicación privilegiada.**

La hostería ecológica Sumak Pakari estará en un sitio realmente privilegiado ya que se encuentra dentro de la 7ma reserva de la biosfera (Choco Andino), por ende existe mucha biodiversidad de flora y fauna, un lugar libre de contaminación y de ruido, lo cual llamara la atención de clientes que buscan un lugar para descansar y desconectarse del estrés que causa la ciudad, además que a 500 metros se encuentra un museo arqueológico de la cultura yumbo el mismo que es muy concurrido por visitantes, también en el sector existen atractivos turísticos como, tour de café, fábricas de panela y trago, cascadas, ríos, ferias turísticas y agropecuarias, etc. Por ende, los turistas podrán descansar y disfrutar de la hostería, además de conocer atractivos que hay en el lugar.

1.6. Estrategias de marketing.

La estrategia de marketing que se va a utilizar para que la hostería se poseione en el mercado será la creación de una página web en la que los clientes encontraran información relevante, como:

- Imágenes de instalaciones.
- Imágenes de habitaciones.
- Paquetes familiares y de parejas
- Precios de hospedaje.
- Contactos de la hostería.
- Ubicación de la hostería por GPS.
- Misión, visión y valores.
- Etc.

Otra estrategia de marketing para dar a conocer a la hostería y sus servicios, será en la inauguración en la misma que se ofertara hospedaje con muy buenos descuentos de hasta el 50% por cada persona, de esta manera se dará a conocer el negocio y se generara en los huéspedes una experiencia positiva en cuanto a infraestructura, confort y el servicio de calidad y personalizado que se brindara.

1.7. Publicidad que se va a realizar.

La hostería ecológica Sumak Pakari se dará a conocer a través de medios publicitarios que servirán para poder captar clientes y se explica a continuación.

- **ATL:** Para poder utilizar este tipo de publicidad y lograr que este sea una publicidad masiva y poder llegar a todo tipo de turista se utilizará medios de comunicación como:
 - Medios de comunicación (radio y revistas de CAMTUR)
 - Volantes
- **BTL:** Se pretende tener un canal de comunicación directa con los clientes para atender de manera eficiente cada uno de sus requerimientos se utilizará medios como:
 - Página Web
 - Ferias Turísticas
 - Redes sociales.

1.8. Canales de distribución.

La hostería ecológica Sumak Pakari utilizara canales de distribución directo e indirecto los cuales serán detallados a continuación.

- **Canales de distribución directos.**

Mediante la promoción que se realice en redes sociales como Facebook e Instagram, o en la página web que tendrá la hostería los clientes podrán ponerse en contacto directo con la hostería para realizar la reservación o directamente llegar hacia la hostería conocer y decidir si se quedan.

- **Canales de distribución indirectos.**

La publicidad de manera indirecta se hará mediante convenios con agencias de viajes y operadoras turísticas, además de publicaciones en la revista de la cámara de turismo del noroccidente.

1.9. Seguimiento de clientes

La Hostería Ecológica Sumak Pakari ubicada en el sector de Tulipe usará un CRM tradicional, para el seguimiento de sus clientes.

El CRM tradicional será una estrategia de la empresa que se fijará principalmente en los clientes, se basado en la creación de aplicaciones informáticas que tendrá una base de datos de todos los clientes tanto nacionales como extranjeros, en la cual se puede conocer cuáles son los principales requerimientos que tienen los clientes, lo que trascenderá en su grado de satisfacción y felicidad de los clientes.

Además, mediante un registro de visitantes se pedirá a los clientes que realicen su registro pertinente, los datos que se pedirán son: nombres completos, número de cedula, fecha de nacimiento, ciudad de origen, fecha de ingreso fecha de salida, nombres de los acompañantes, a través de la fecha de nacimiento se podrá conocer el cumpleaños y una asistente de la hostería se puede poner en contacto para ofrecer descuentos por su día.

1.10. Especificar medios alternativos.

La hostería Sumak Pakari tendría como mercado alternativo una granja turística experimental en la cual podrán visitar estudiantes, ya que tiene un área de aproximadamente 5 hectáreas rodeada de naturaleza, ríos, flora, fauna típica del sector.

CAPÍTULO II

2. OPERACIONES.

2.1. Objetivo del capítulo.

Establecer a detalle las operaciones técnicas y organizativas que se requiere para la implantación del plan de negocios, evidenciando las acciones que se debe llevar a cabo en el proceso para el funcionamiento de la hostería, de igual manera con el diseño del plan de operaciones se podrá determinar las estrategias que serán aplicadas al proceso productivo, el cual estará orientado a lograr el cumplimiento de metas y objetivos establecidos por la empresa, facilitando la aplicación y mejoramiento la admiración de los recursos materiales y humanos.

2.2. Descripción del proceso

Peña & de la Torre (2016) detallan que la producción es:

El conjunto de herramientas, administrativas, que va a maximizar los niveles de la productividad de una empresa, por lo tanto, la gestión de la producción se centra en la planificación, demostración, ejecución y control de diferentes maneras, para así obtener un producto de calidad. (p. 211)

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio

La hostería Ecológica Sumak Pakari proveerá el servicio de alojamiento y alimentación a los clientes que buscan un sitio idóneo para descansar y estar en contacto directo con la naturaleza debido al área en la cual estará constituida la hostería, el negocio estará dentro de la 7ma reserva de la biosfera del mundo un lugar natural y que se lo debe cuidar.

Para lograr una adecuada y profesional atención al cliente la Hostería se encargará de realizar una adecuada contratación de profesionales altamente capacitados en las área que se van a desempeñar, principalmente se contratara a personas del sector, este requisito se considera de fundamental importancia para el crecimiento del negocio y fidelización del público objetivo (esto debido a que al ser una población culturalmente tradicionalista, que busca relajarse, pasar un momento inolvidable), conlleva a que los

clientes busquen ser atendidos con calidad y calidez por parte del personal que labora en el negocio.

Para dar cumplimiento con los servicios de hospedaje y alimentación a los visitantes, la hostería contara con el siguiente proceso.

- **Procesos estratégicos.**

En este proceso se realizar convenios con agencias de viajes y operadoras turísticas para que incluyan en sus opciones la visita a la hostería, estos convenios serán bajo un porcentaje de comisión que será entregado a las instituciones que acepten dicho convenio, además se creará una página web en la cual se subirá información relevante y de interés de posibles huéspedes.

- **Procesos operativos**

Los procesos operativos son los que se encargarán de dar cumplimiento de las normas, políticas y procedimientos que se efectuará para un adecuado servicio de alojamiento y alimentación para lo cual se efectuarán los siguientes procedimientos:

Reservación.

- El cliente se comunica por medio de WhatsApp o Facebook de la hostería.
- La Recepcionista contesta su requerimiento y da a conocer el servicio que se brinda en el establecimiento además de las opciones que puede escoger ya sea, paquetes familiares, paquetes para pareja, hospedaje o full Day. (3min)
- El cliente toma a decisión y escoge la fecha que desea hacer la reservación.
- La recepcionista indica el mecanismo para proceder a formalizar la reservación y registra en el cuadro de reservación.
- Check in 12h00 una vez que el cliente llega al establecimiento se dirige a recepción, la persona encargada lo recibe, realiza toma de temperatura y coloca alcohol gel en sus manos, da indicaciones generales, indica las instalaciones y procede a entregar la habitación escogida por los huéspedes.
- Los visitantes solicita información de alimentación mediante WhatsApp o personalmente en recepción. (5 min).

- La recepcionista recibe en mensaje vía WhatsApp p atiende personalmente al cliente, le proporciona la información que el cliente puede ser el caso de que el cliente desee conocer sobre el servicio de alimentación (5 min)
- El cliente ordena el menú de su elección y se le indica que los alimentos serán preparados en ese momento y que puede acercarse al área de restaurante en un periodo de 20 min. (5 min)
- El cliente se acerca al restaurante mientras la mesera lo atiende y lleva el menú que el cliente eligió para que procedan a servirse los alimentos. (40 min)
- El cliente se retira del restaurante.
- Check out 11h00 siguiente día, el cliente ingresa a recepción paga por el consumo y se procede a entregar factura y revisión de la habitación por parte de personal de limpieza.

Adquisición de materia prima

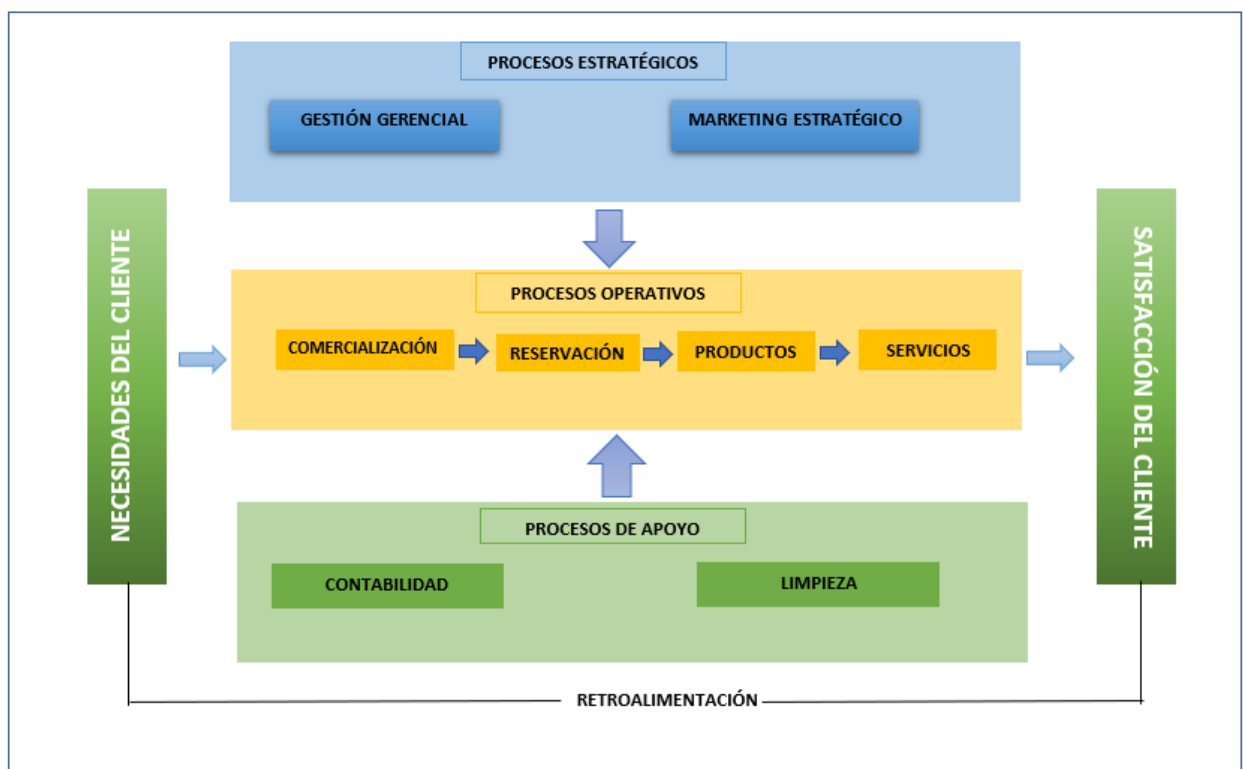
- La hostería ecológica Sumak Pakari ejecuta la compra de materia prima en el caso de productos orgánicos es decir frutas, hortalizas, tubérculos a productores del sector con la finalidad de apoyar económicamente a los moradores del sector, en el caso de otros productos serán adquiridos en establecimientos comerciales de Quito
- Recepción rigurosa del estado y calidad de los productos que se reciben.
- **Proceso de apoyo**
 - El proceso contable, esta función estará a cargo de la recepcionista ya que será una persona capacitada para poder resolver las necesidades y exigencias que el puesto tiene.
 - Dentro del proceso de Marketing se realizará la publicidad en redes sociales, página web, agencias de viajes, operadoras turísticas, publicación en revistas y periódicos de la cámara de turismo del noroccidente de Pichincha.
 - Mantenimiento, está a cargo de una persona que será contratada para cumplir con dicha función, una vez que se realice el check out, la persona de limpieza y mantenimiento ingresará a l revisar la habitación y cerciorarse que estén las cocas completas y en perfecto estado, a

continuación, procederá a realizar la limpieza y desinfección del área para poder entregar nuevamente a la siguiente persona que tenga reservación.

Mapa de procesos

En el presente mapa de procesos se refleja la integración de los diferentes departamentos, mismos que involucran los macro procesos de la empresa (estratégicos, operativos y de apoyo) los mismos que serán cumplidos a través de una planificación, esto dará un enfoque diferente a la hostería ecológica lo que le permitirá tener competitividad en el mercado turístico del sector.

Gráfico 17 Mapa de procesos



Elaborado por: La autora

Flujograma

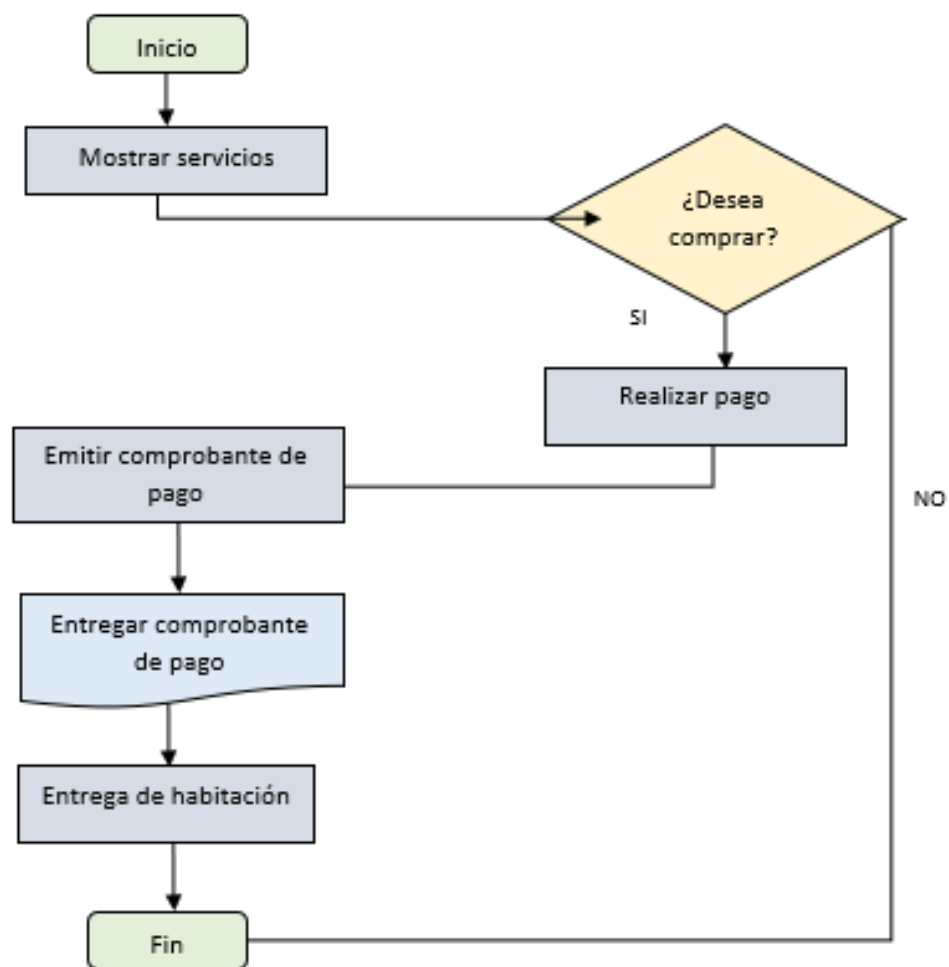
López (2016) especifica al flujograma con la siguiente definición “es una representación gráfica de una secuencia de actividades o acciones que implican un proceso determinado. Es decir, flujograma consiste en representar gráficamente, situaciones, hechos, movimientos y relaciones de todo tipo mediante el uso de los símbolos” (p.94).

Con esta definición se determina la importancia de contar con flujogramas en la empresa porque esto permite tener claro las responsabilidades, así como también ayudará a identificar los pasos a seguir, mismos que deben ser cumplidos por todos sus miembros.

En el flujograma que se presenta a continuación se indicará los procesos de recepción de materia prima para la elaboración del menú que se ofrecerán en la hostería, además del proceso de reservación tanto de manera presencial como on line.

Procedimiento 1: Atención venta presencial en la hostería.

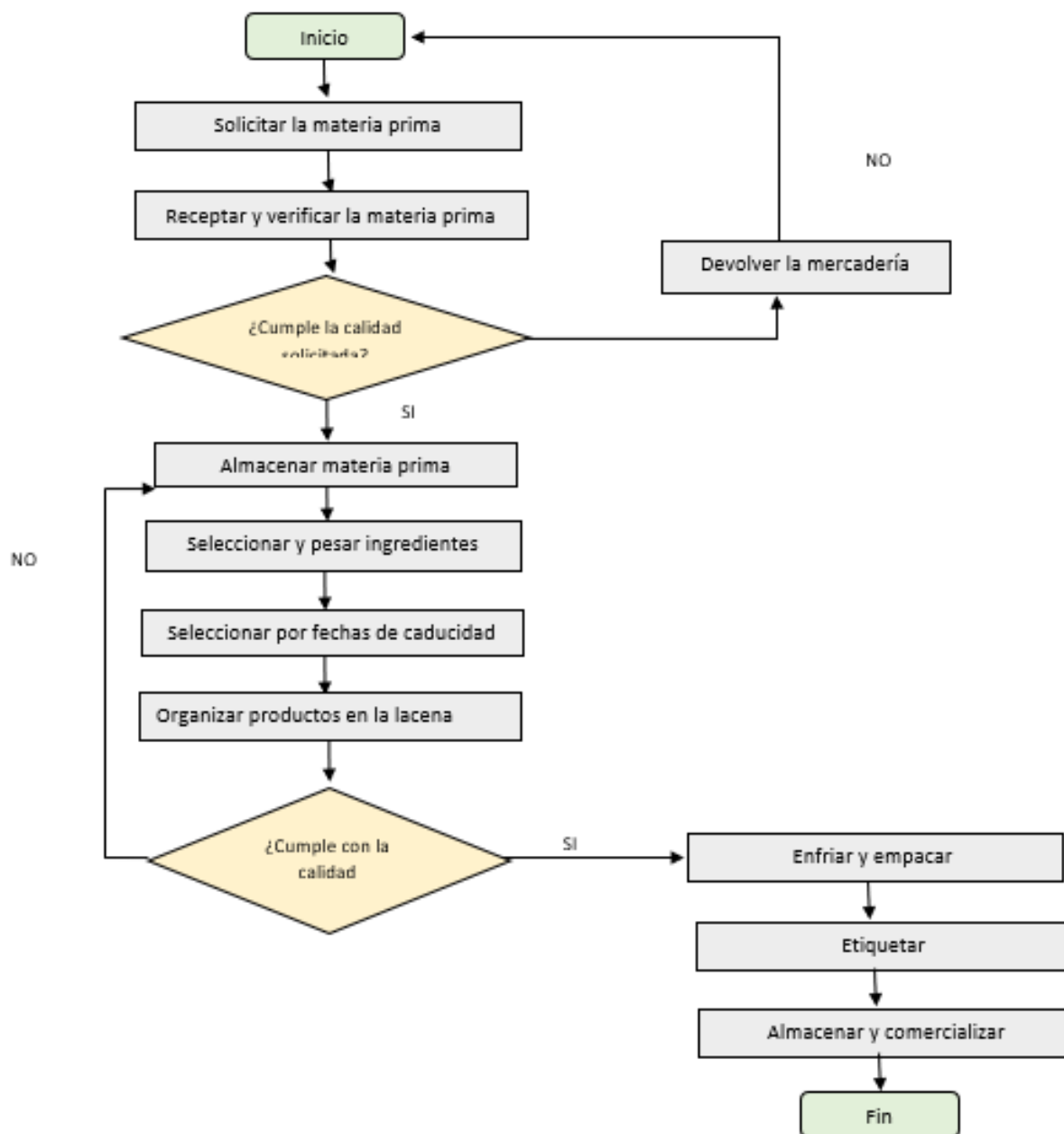
Gráfico 18 *Flujograma de Atención de venta en el local*



Elaborado por: La autora

Procedimiento 2: Recepción de materia prima para alimentación.

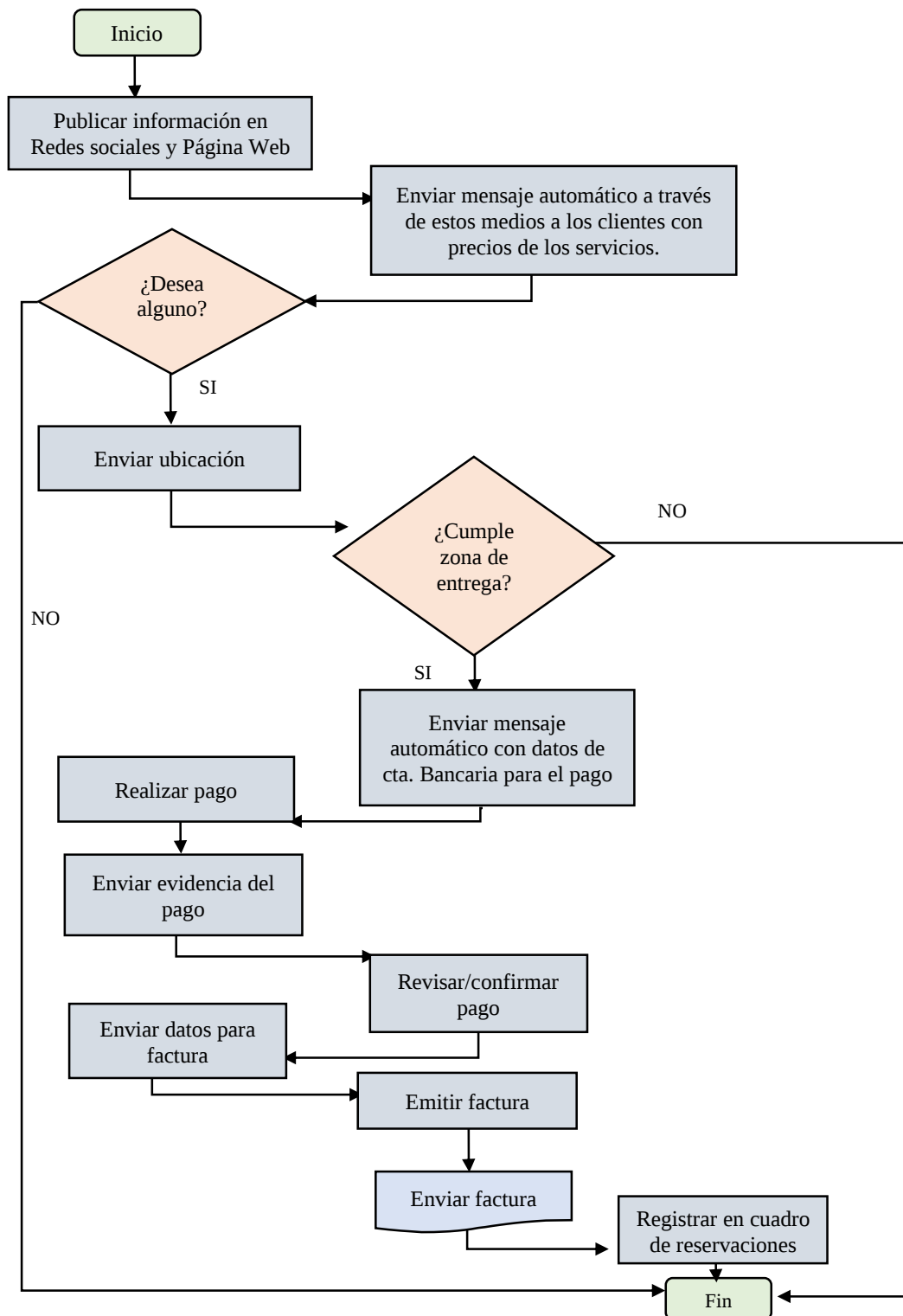
Gráfico 19. Flujograma de Proceso de recepción de materia prima para alimentación.



Elaborado por: La autora

Procedimiento 3: Atención venta online

Gráfico 20 Flujograma atención de venta online



Elaborado por: La autora

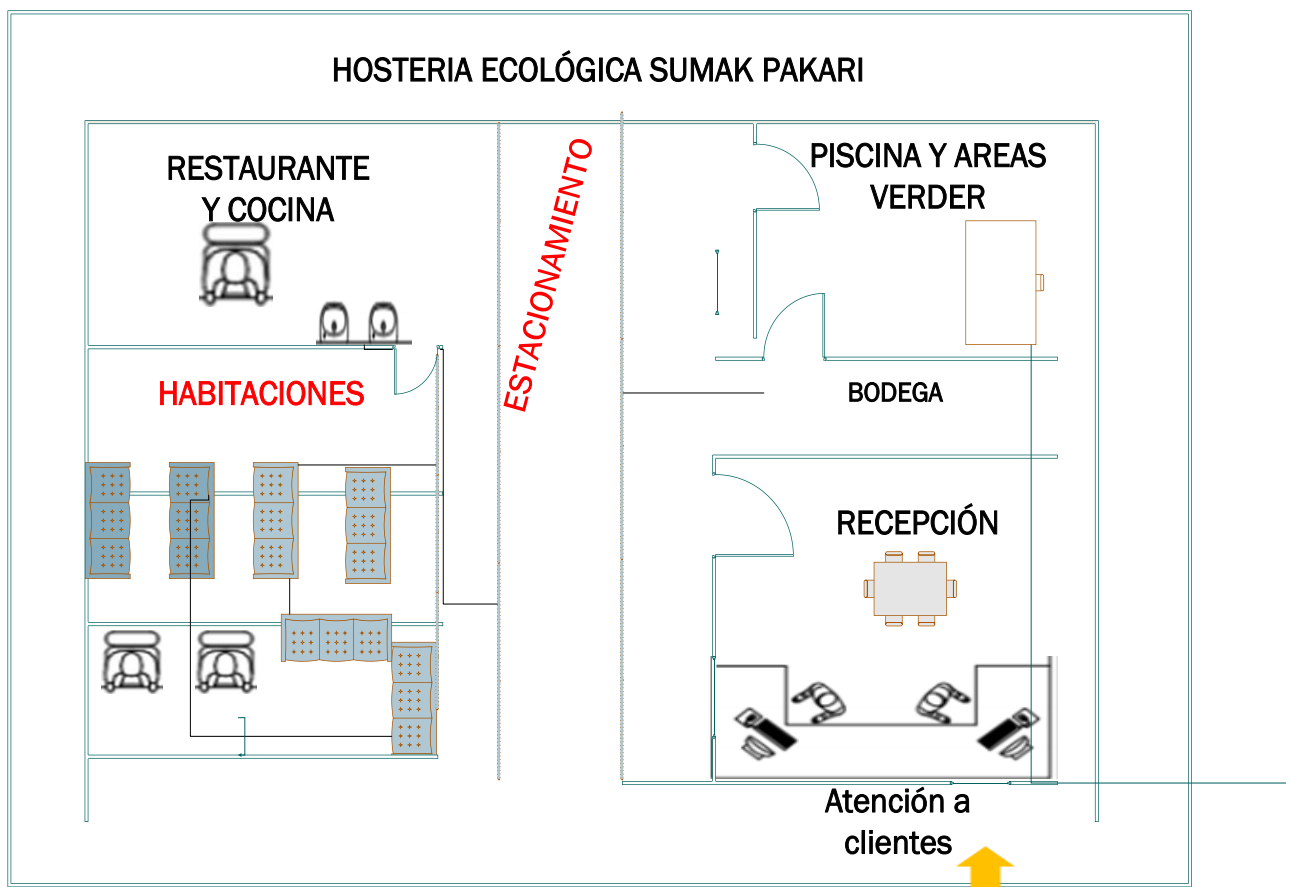
2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas

2.2.2.1. Descripción de instalaciones

Instalaciones.

En la descripción de instalaciones de la hostería ecológica Sumak Pakari se puede observar la capacidad instalada y la que se va a utilizar para lograr cubrir con lo previsto, según el espacio apropiado, así como también el recurso humano con el que se contará para su funcionamiento, en este aspecto, en el siguiente gráfico se establece la distribución de las áreas que dispondrá la empresa.

Gráfico 21 Distribución de instalaciones.



Elaborado por: La autora

Infraestructura física.

La hostería ecológica Sumak Pakari de Tulipe contará con 400.000 m² de terreno, en instalaciones contará con:

- 5 cabañas

- Restaurante y cocina
- Piscina
- Recepción
- Áreas verdes (Jardines, senderos, huertos)

Equipos.

Para la creación de la Hostería se necesitarán diferentes equipos, los cuales serán registrados como activos fijos para su contabilización, el detalle de los mismos se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 18 Materiales y Equipo de oficina

Área	Materiales y Equipos	Cantidad
Recepción y Gerencia		
	Equipos	
	Computadora	1
	Impresora	1
	Escritorio	2
	Sofá	2
	Caja registradora	1
	Datafast	1
	Detector de billetes falsos	1
	Silla para escritorio	2
	Teléfono convencional	1
	Teléfono celular	1
	Router de internet	1
	Cámaras de seguridad	1
	Equipo de sonido	1
Alimentos (cocina y restaurant)		
	Tanque de gas	
	Cocina	1
	Microondas	1
	Refrigeradora	1
	Congelador	1
	Horno a gas	1
	Vajilla x 20 piezas	2
	Juego de cubiertos x 20 piezas	2
	Juego de vasos x 20 piezas	2

Estanterías	2
Juego de mesas con 4 sillas	5
Juego de ollas	3
Hospedaje (Habitaciones)	
Calefón	5
Lavadora	1
Secadora	1
Plancha	1
Colchones 2 plazas	5
Colchones 1/2 plaza	3
Camas 2 plazas	5
Camas 1/ 2	3
Juego de Sabanas	10
Edredones	8
Cobijas	8
Tv	5
Jacuzzi	2
Vehículo	
Bicicletas	4
Limpieza y Mantenimiento	
Aspiradora	1
Escobas	4
Trapeadores	4
Galón de desinfectante	2
Pacas de 20 papel higiénico	3
Galón de Shampoo	2
Galón de jabón	2
Galón de gel antibacterial	2
Limpiones	5
Galón de cloro	2

Fuente: La autora

Elaborado por: La Autora

Personas.

Para un adecuado servicio de alojamiento y alimentación la hostería contratara a personal capacitado para que realice un óptimo trabajo en las áreas que se desempeñaran.

- Gerente (1)
- Recepcionista (1)

- Chef (1)
- Mesera (1)
- Personal de limpieza (1)

Horarios del personal.

Tabla 19 Horarios de personal.

Detalle	Tiempo	Turnos
Recepcionista	8 horas laborables	8h00 a 16h00
Chef	8 horas laborables	8h00 a 16h00
Mesera	8 horas laborables	8h00 a 16h00
Limpieza	8 horas laborables	8h00 a 16h00

Fuente: La autora

Elaborado por: La Autora

En caso excepcionales y de ser necesario los colaboradores deberán quedarse más tiempo de los estipulado por la ley y serán remunerados con pago de horas extras por el tiempo adicional que tuvieron que permanecer en el establecimiento.

En caso de que el cliente tenga alguna necesidad o inquietud y los colaboradores ya no se encuentren en el establecimiento, estas inquietudes las resolverá la Gerente puesto que permanecerá en el establecimiento ya que es la propietaria y su vivienda se encuentra dentro de la hostería.

2.2.3. Tecnología a aplicar

Con la finalidad de brindar un servicio de calidad a los visitantes, la empresa Hostería ecológica Sumak Pakari de Tulipe, invertirá a largo plazo en la adquisición de aparatos tecnológicos como:

- **Datafast.** (aparato tecnológico que sirve para realizar cobros con tarjetas ya sean de crédito o débito)

- **Check in y check out sin pasar por la recepción** (Dispositivo móvil que sirve para que los huéspedes registren su ingreso y salida del hotel sin necesidad de presentarse en la recepción de manera personal.
- **Puertas magnéticas.** (Puertas que se abren con una tarjeta el cual porta un chip)
- **Pantalla de tv gigante.** (Tv gigante la cual servirá para que presentar películas y documentales en la hostería)

2.3. Factores que afectan el plan de operaciones

Factores externos.

- Los clientes
- Productos o vendedores
- Competidores
- La economía
- Políticas legales
- Tecnología
- Pandemia Covid- 19.

Si bien los factores externos de la empresa, como los cambios en las políticas gubernamentales, a veces son inesperados, eso no significa que no se pueda estar preparado ante ellos.

Factores internos.

- Personal sin conocimientos de las áreas en las que se van a desempeñar.
- Falta comunicación entre los empleados.
- Incipiente cultura organizacional.
- Incumplimiento de funciones de los trabajadores.

2.4. Capacidad de Producción.

La capacidad de la producción de la hostería será de 5 habitaciones con un máximo de alojamiento para 13 personas. Ya que contará con 3 habitaciones familiares con 2 camas y 2 habitaciones matrimoniales con 1 cama.

Se contempla el número de habitaciones que son 5 podremos conocer la capacidad de producción de manera semanal, mensual y anual.

Tabla 20. Capacidad de producción diaria, semanal, mensual y anual

Paquetes todo incluido	Diario	5
	Semanal	35
	Mensual	140
	Anual	1680

Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar en el cuadro la capacidad de producción de habitaciones con 5 por cada día, 35 habitaciones vendidas a la semana, por ende, en el mes son 140 y al año tendríamos una venta de 1680 habitaciones.

2.4.1. Capacidad de producción futura.

A la medida que pase el tiempo y la hostería tenga mayor posicionamiento en el mercado, la demanda irá aumentando significativo y el nivel de producción será en mayor cantidad, por lo tanto, se incrementara la capacidad de producción, razón por la cual se lo realiza para 5 años.

Tabla 21. Proyección de la capacidad de instalaciones a 5 años.

Año	# de Habitaciones	Unidades producidas
1	5	1680
2	5	1680
3	6	2016
4	6	2016
5	7	2352

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Con los datos obtenidos en esta tabla realiza la proyección para los primeros 5 años, en el cual se ha tomado en cuenta la cantidad de habitaciones vendidas al año 1680 las mismas que se mantendrán hasta el segundo año, para el 3er y 4to año se contempla la construcción de 1 habitación adicional por ende se incrementa la capacidad de producción (2016), para el año 5to año se extenderá con 1 habitación más lo cual genera

un aumento significativo en la capacidad, por lo tanto la hostería en 5 años contará con 7 habitaciones.

2.5. Definición de recursos necesarios para la producción

2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar

La materia prima, insumos, muebles y enseres que se utilizará para que la hostería empiece prestar los servicios de alojamiento y alimentación son los siguientes:

Tabla 22: Listado de productos requeridos

Productos	Grado de sustitución			Proveedores
	Alto	Medio	Bajo	
Muebles para habitaciones		X		Carpintería Sanches
Sábanas, cobijas, edredones.		X		Pinto
Tv, aires acondicionados		X		Artefacta
Colchones y almohadas	X			Chaide y Chaide
Muebles para restaurante y cocina		X		Carpintería Sánchez
Estanterías		X		Carpintería Sanches
Computadora, impresora, teléfono		X		Almacenes Artefacta
Electrodomésticos		X		Artefacta, La Ganga,
Vajilla y ollas	X			Tramontina,
Insumos de limpieza	X			Mega Santa María
Productos alimenticios	X			Santa María,

Fuente: La Autora.

Elaborado por: La Autora

2.6. Calidad

2.6.1. Método de control de calidad

Para fijar un apropiado control de calidad de los productos y bienes de la hostería, se diseñará un check list para los productos y bienes al momento de adquiridas, en la misma que se revisara de manera minuciosa el estado de los insumos y bienes que se adquirirá para el funcionamiento de la hostería, en la revisión se tomara en cuenta el registro sanitario, fechas de caducidad, estado de los producto y que se encuentren en perfecto estado, seguido a del registro en el check list se monitorea que exista un adecuado proceso de mantenimiento en un área especial a temperatura ambiente que no provoque daños de en los mismos, los residuos que generen los visitantes en el caso e botellas plásticas serán previamente reciclados para no dañar el medio ambiente ni contaminar el habitat.

Tabla 23: Check list.

Lista de Chequeo			
Departamento:			
Responsable:			
Fecha de control:			
Producto:			
Lote:			
Verificación			
Actividad	Sí cumple	No cumple	Observaciones
Recepción de la materia prima			
¿Cumple con la calidad establecida?			
Almacenamiento de la materia prima			
¿Los productos se encuentran libres de humedad y con ventilación?			
¿Se encuentran los productos dentro de las fechas de consumo?			
Proceso de producción			
¿Utiliza el personal los equipos de protección durante el proceso de elaboración de los alimentos?			
¿Se ha optimizado recursos durante el proceso, cero desperdicios?			
¿El producto final cuenta con las etiquetas según lo establecido?			
¿Cumple el producto con la calidad deseada?			
Proceso de despacho			
¿Se realizan los despachos de los productos dentro del tiempo establecido?			
Firma del evaluador	Firma del responsable:		
_____	_____		

Elaborado por: La Autora

2.7. Normativas y permisos que afectan su instalación

2.7.1. Seguridad e higiene ocupacional

La Hostería Sumak Pakari basa su Seguridad e Higiene ocupacional en el Reglamento de buenas prácticas para alimentos procesados del Ecuador, documento que describe artículos importantes a cumplir para llevar a cabo las diferentes actividades dentro de los estándares de calidad definidos y aprobados por este reglamento.

Tabla 24. *Capítulo I. De las instalaciones, Art. 3-5*

Capítulo I. De las instalaciones
Art. 3: De las condiciones mínimas básicas: Los establecimientos donde se producen y manipulan alimentos serán diseñados y contruidos en armonía con la naturaleza de las operaciones y riesgos asociados a la actividad y al alimento, y deben cumplir con los siguientes requisitos: a) Que el riesgo de contaminación y alteración sea mínimo b) Que el diseño y distribución de las áreas permita un mantenimiento, limpieza y desinfección apropiado que minimice las contaminaciones c) Que las superficies y materiales, particularmente aquellos que están en contacto con los alimentos, no sean tóxicos y estén diseñados para el uso pretendido, fáciles de mantener, limpiar y desinfectar. Art. 4: De la localización: Los establecimientos donde se procesen envases y/o distribuyan alimentos serán responsables que su funcionamiento esté protegido de focos de insalubridad que representen riesgos de contaminación. Art. 5: Diseño y construcción: La edificación debe diseñarse y construirse de manera que: a) Ofrezca protección contra polvo, materias extrañas, insectos, roedores, aves y otros elementos del ambiente exterior y que mantenga las condiciones sanitarias b) La construcción sea sólida y disponga de espacio suficiente para la instalación operación y mantenimiento de los equipos, así como para el movimiento del personal y el traslado de materiales o alimentos. c) Las áreas internas de producción se deben dividir en zonas según el nivel de higiene que requieran y dependiendo de los riesgos de contaminación de los alimentos.

Fuente: Reglamento de buenas prácticas de alimentos procesados del Ecuador (2019)

Elaborado por: La autora

Tabla 25 Capítulo I. De las instalaciones, Art. 6-7

Capítulo I. De las instalaciones
Art. 6: Condiciones específicas de las áreas, estructuras internas y accesorios:
Estas deben cumplir los siguientes requisitos de distribución, diseño y construcción:
Distribución de las áreas
a) Las diferentes áreas o ambientes deben ser distribuidos y señalizados siguiendo de preferencia el principio de flujo hacia adelante, esto es, desde la recepción de las materias primas hasta el despacho del alimento terminado, de tal manera que se evite confusiones y contaminaciones
Calidad del Aire y Ventilación
a) Se debe disponer de medios adecuados de ventilación natural o mecánica, directa o indirecta y adecuada para prevenir la condensación del vapor, entrada de polvo y facilitar la remoción del calor donde sea viable y requerido.
Instalaciones sanitarias
a) Deben existir instalaciones o facilidades higiénicas que aseguren la higiene del personal para evitar la contaminación de los alimentos.
Art. 7: Servicios de Planta
a) Disposición de Desechos Sólidos: Se debe contar con un sistema adecuado de recolección, almacenamiento, protección y eliminación de basuras. Esto incluye el uso de recipientes con tapa y con la debida identificación para los desechos de sustancias.

Fuente: Reglamento de buenas prácticas de alimentos procesados del Ecuador (2019)

Elaborado por: La autora

Tabla 26. Capítulo II. De los equipos y utensilios

Capítulo II. De los equipos y utensilios
Art. 8: La selección, fabricación e instalación de los equipos:
Debe ser acorde a las operaciones a realizar y al tipo de alimento a producir. El equipo comprende las máquinas utilizadas para la fabricación, llenado o envasado, acondicionamiento, almacenamiento, control, emisión y transporte de materias primas y alimentos terminados.

Fuente: Reglamento de buenas prácticas de alimentos procesados del Ecuador (2019)

Elaborado por: La autora

Tabla 27 Capítulo IV. Requisitos higiénicos de fabricación

Capítulo IV. Requisitos higiénicos de fabricación
Art. 10: Durante la fabricación de alimentos El personal manipulador que entra en contacto directo o indirecto con los alimentos debe a) Mantener la higiene y el cuidado personal b) Comportarse y operar de la manera descrita en este reglamento c) Estar capacitado para su trabajo y asumir la responsabilidad que le cabe en su función de participar directa e indirectamente en la fabricación de un producto.
Art. 13: Higiene y medidas de protección El personal que trabaja en una Planta Procesadora de Alimentos debe cumplir con normas escritas de limpieza e higiene: a) El personal de la planta debe contar con uniformes adecuados a las operaciones a realizar b) Delantales o vestimenta, que permitan visualizar fácilmente su limpieza c) Cuando sea necesario, otros accesorios como guantes, botas, gorros, mascarillas, limpios y en buen estado d) El calzado debe ser cerrado y cuando se requiera, deberá ser antideslizante e impermeable e) Las prendas mencionadas en los literales a y b del inciso anterior, deben ser lavables o desechables, prefiriéndose esta última condición f) La operación de lavado debe hacérsela en un lugar apropiado, alejado de las áreas de producción; preferiblemente fuera de la fábrica.

Fuente: Reglamento de buenas prácticas de alimentos procesados del Ecuador (2019)

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO III

3. ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

3.1. Objetivo del capítulo.

Establecer una propuesta técnica que permita determinar el sector estratégico que tendrá la empresa, así como su estructura organizacional y funcional que certifique el cumplimiento de objetivos y metas de la empresa.

3.2. Análisis estratégico y definición de objetivos

3.2.1. Visión de la Empresa

La Hostería Ecológica Sumak Pakari, tiene como visión llegar a ser reconocida como uno de los mejores destinos turístico a nivel local, orientada al desarrollo del turismo sostenible.

3.2.2. Misión de la Empresa

Somos una Hostería creada con el objetivo principal de ofrecer a nuestros clientes el mejor de los servicios de alojamiento y alimentación brindando altos estándares de calidad, para así lograr la satisfacción de los visitantes.

3.2.3. Valores Corporativos

La Hostería Ecológica Sumak Pakari ratifica y promueve los siguientes valores socialmente responsable de la formación integral.

Para un servicio de calidad se practicarán estos valores:

- **Lealtad:** ser fieles a nuestros clientes y al servicio de calidad que nos comprometemos en brindar.
- **Respeto:** demostrar respeto por los valores sociales, la integridad, el ambiente y la persona.
- **Honestidad:** realizar todas las actividades con total transparencia y rectitud.

- **Servicio:** dar un excelente trato al cliente será nuestra principal prioridad, teniendo por objetivo conseguir en todo momento el 100% de su satisfacción.
- **Compromiso:** asumir los retos estando siempre comprometidos con el desarrollo y crecimiento de la empresa y la satisfacción de nuestros clientes.

3.2.4. Análisis FODA

Tabla 28 FODA

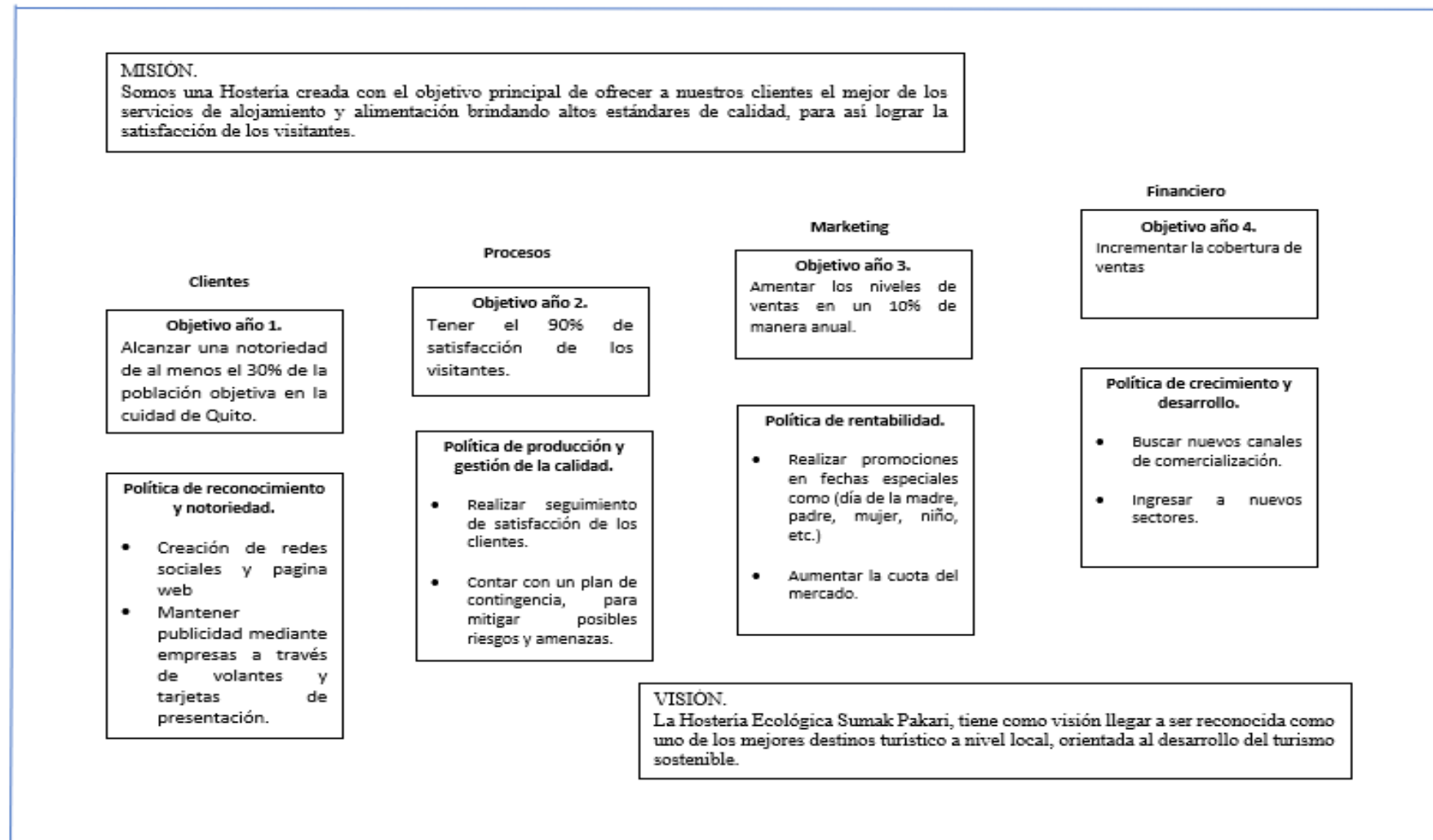
FORTALEZAS		DEBILIDADES	
1.	Conocimiento de manejo administrativo de empresas.	1.	Negocio joven
2.	Única hostería en el sector.	2.	No contar con agua potable.
3.	Precio competitivo y asequible	3.	Escasas alianzas estratégicas con operadoras de turismo.
4.	Entorno y biodiversidad privilegiados.	4.	Falta de capital para invertir.
5.	Ubicación estratégica		
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
1.	Incremento de actividades por parte de Quito turismo.	1.	Limitado número de visitantes debido a la pandemia de covid-19.
2.	Gran acogida de los clientes a servicios de hospedaje y alimentación en el Noroccidente.	2.	Poco interés de los habitantes de la zona por conservar el medio ambiente
3.	Proveedores cercanos a la hostería.	3.	Aparición de empresas de renombre
4.	Ampliación del mercado	4.	Incremento de la competencia en cuanto a costos y servicio de hospedaje.

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

3.2.5. Objetivos y estrategias

Gráfico 22. Mapa de objetivos y estrategias.



Elaborado por: La autora

Objetivos estratégicos

- Alcanzar una notoriedad de al menos el 30% de la población objetiva en la ciudad de Quito.
- Tener el 90% de satisfacción de los visitantes.
- Aumentar los niveles de ventas en la empresa en 10% de manera anual.
- Incrementar la cobertura de ventas en otros sectores

3.2.5 Políticas internas.

Políticas personales de la hostería.

Las políticas que continuación se describen serán de carácter obligatorio y los empleados deberán cumplirlas.

- Cada trabajador tendrá un jefe inmediato al cual deberá comunicar las actividades y cualquier modificación que exista.
- La hostería se deslinda de responsabilidades en caso que se llegará a perder algún objeto personal, es obligación de cada trabajador cuidar sus pertenencias.
- Los trabajadores están obligados a cumplir el contrato de trabajo bajo el cual fueron contratados.
- Los empleados están obligados a cumplir con las reglas de higiene y seguridad.
- Se prohíbe las relaciones interpersonales dentro de la hostería.
- Los empleados deberán estar en sus puestos de trabajo para resolver cualquier inconveniente que se presente.

Jornada Laboral.

- La hora de ingreso para personal de mantenimiento y limpieza, recepcionista, meseros y chef será a las 8 am y deberán registrar su entrada en el sistema de chequeo de huella digital (biométrico).
- La hora de salida para personal será a las 16 horas, en caso de que exista huéspedes y deban permanecer más tiempo en la hostería deberán firmar en una bitácora las horas extras.
- En caso de que el colaborador no cumpla con el horario, ya sea con retrasos o faltas, se sancionará sobre pago de nómina y prestaciones, esta sanción se aplicará

si sobrepasa 3 faltas consecutivas sin autorización del jefe, si llegase a suceder que automáticamente despedido.

- Las vacaciones estarán sujetas a disposiciones oficiales y a cambios con previo aviso.
- Los días de feriados es obligación que los colaboradores asistan a la hostería a cumplir sus funciones puesto que son fechas en la que habrá más visitantes, estos días de trabajo serán recompensados con devolución de días libres en fechas que el empleador decida.
- Las vacaciones no serán acumulables.
- Los trabajadores tendrán 45 minutos para descansar y comer.

Salarios.

- El pago de nómina se hará de acuerdo a lo establecido en el contrato con cada trabajador.
- Los sueldos se pagarán entre los días 30 y 31 de cada mes y será en efectivo.
- En caso que el colaborador decida renunciar se le liquidara de acuerdo a lo establecido por la ley federal del trabajo.

Prohibiciones a empleados

- Se prohíbe el consumo de bebidas alcohólicas ni sustancias narcóticas en las instalaciones de la hostería ni en horario de trabajo.
- Se prohíbe hacer uso de productos e insumos del establecimiento para uso personal.
- Se prohíbe Ofensas, daños o faltas de respeto a otros colaboradores y a instalaciones.
- Se prohíbe que los empleados substraigan algún objeto de propiedad de la empresa

Higiene y Seguridad

Debido a la crisis sanitaria que el mundo atraviesa se aplicara las siguientes medidas de bioseguridad a los colaboradores.

- Toma de temperatura.
- Lavado constante de manos.
- Entrega de alcohol antiséptico y visor.

- Proporcionar a cada colaborador cada día 1 mascarilla KN-95
- Para el personal de limpieza se entregará traje de bioseguridad para aseo de habitaciones e instalaciones.
- En caso que de algún colaborador presente síntomas relacionados con Covid -19 se procederá a realizar pruebas de hisopado al colaborador con síntomas y pruebas rápidas a los demás colaboradores.
- En caso de accidente de algún trabajador, se hará uso de botiquín y en caso de ser necesario se procederá a prestar los primeros auxilios y posterior traslado al hospital más cercano.
- Se realizará a todo el personal exámenes médicos y psicométricos requeridos por la hostería.
- No se permite que personal masculino use de aretes, tatuajes en áreas visibles, cabello largo o peinados extravagantes; en caso del personal femenino debe tener una presentación decorosa.

Políticas generales para huéspedes.

- Check-in 2 p.m.
- Check-out 12:00 am.
- Todos los huéspedes deben ser registrados en recepción.
- Si hubiese una persona extra en la habitación el valor de la ocupación será cargado a la cuenta del cliente.
- Si desea prolongar su estadía el huésped debe comunicar con 12 horas de anticipación a Recepción
- Si lleva algún objeto de valor (joyas, dinero, computadores personales, pasaportes, boletos, etc.) por favor entréguelos en Recepción. No nos hacemos responsables de la pérdida de objetos de valor en las habitaciones o en cualquier otra parte de la hostería.
- Por razones de seguridad y salud está prohibido fumar en las habitaciones a excepción de las áreas exteriores (zonas de fumadores o balcones)
- No se permitirá mascotas en las habitaciones.
- Cualquier daño causado a la propiedad del hotel será cancelado por el huésped.
- La administración se reserva el derecho de terminar el contrato de hospedaje si alguna de las regulaciones anteriores es violada.

Políticas de reservación.

- Para garantizar la reservación se solicita un depósito o una transferencia a una de nuestras cuentas bancarias.
- Se solicita el 50% del valor total del hospedaje para reservar una habitación.
- Si el huésped hace uso del formulario en línea de pre-reserva, esto no garantiza una reserva. Se tomará contacto de manera inmediatamente para confirmar la disponibilidad de habitaciones.

Políticas de cancelación de reservas.

Si el huésped requiere cancelar su reservación, deberá tomar en consideración los siguientes puntos.

- Cancelaciones hasta 72 horas antes 100% de reembolso al cliente.
- Cancelaciones hasta 48 horas antes 50% de reembolso al cliente.
- Cancelaciones hasta 24 horas antes no habrá reembolso.
- Si no se presenta el cliente en la fecha indicada en la reservación no habrá reembolso.

Como cancelar la reservación.

- Las reservaciones deben ser canceladas vía telefónica, WhatsApp o vía email directamente a la hostería.

Políticas de bioseguridad (Covid-19)

- Horarios de atención y aforo.
- De miércoles a domingos y feriados.
- Aforo (Se atenderá el número de personas de acuerdo a los lineamientos generales del COE según el color del semáforo)
- Protocolos de arribo y recepción de clientes
- Desinfección de vehículos por parte del personal de hostería, previo al ingreso al parqueadero.
- Uso obligatorio de mascarilla.
- Toma de temperatura de los huéspedes.
- Llenar registro de sintomatología.
- lavado de manos y desinfección.

- Check in, (respetando distanciamiento).
- Indicaciones generales.
- Solicitar cualquier requerimiento a través de WhatsApp.
- Entrega de habitación. (las llaves desinfectadas se encontrarán en la habitación en una bandeja y al salir las depositen en el mismo recipiente)
- Cumplir con las medidas de bioseguridad de acuerdo a la señalética exigida en el establecimiento.
- De acuerdo al número de visitantes se coordinará la hora de las comidas para evitar aglomeración en el restaurante.

Ingreso al restaurante.

- Ingreso con mascarilla.
- Lavado de manos.
- Uso de alcohol Gel
- Ubicación en mesa de acuerdo a la rotulación de familia a la que pertenece.

Servicio por parte del personal en el restaurante.

- El personal estará debidamente protegido, llevará mascarilla, guantes, cabello recogido y cubierto, mantendrá distanciamiento seguro.
- Facilitar a los huéspedes alcohol gel al 70%

Uso de piscina y áreas verdes.

- Coordinar previamente el uso de instalaciones con el fin de evitar aglomeraciones.

Check out.

- Solicitar a los huéspedes la hora de Check out evitar aglomeraciones en el área de recepción.
- Promover el pago por medio de tarjetas o transferencias con la finalidad de evitar contacto con dinero físico.

3.3. Organización funcional de la empresa

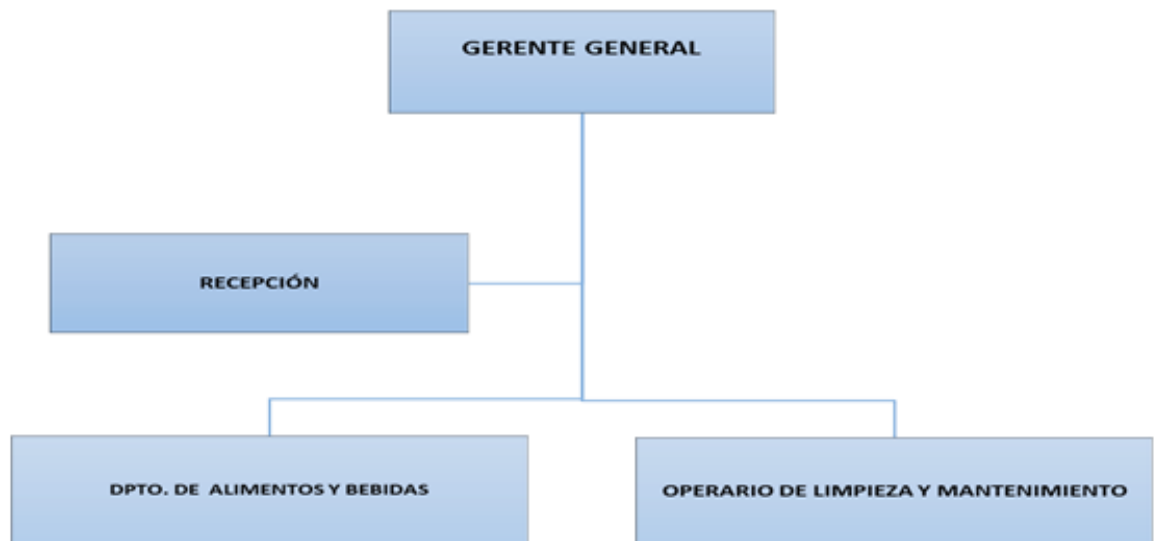
3.3.1. Organización Interna

La estructura organizacional de la hostería ecológica Sumak Pakari tendrá niveles de dirección que se encargaran de la parte operacional y administrativa de la empresa, las mismas que se encargaran de cubrir todas las necesidades que existan en las áreas de la hostería de esta manera se garantizara que el servicio que se brinde a los turistas sea de calidad.

EMPRESA “NUTRIDELICIAS” S.A.S **Organigrama estructural**

A continuación, se expondrá el organigrama estructural de la Hostería ecológica Sumak Pakari.

Gráfico 22 Organigrama Estructural de la empresa



Fuente: *Elaborado por: La Autora*

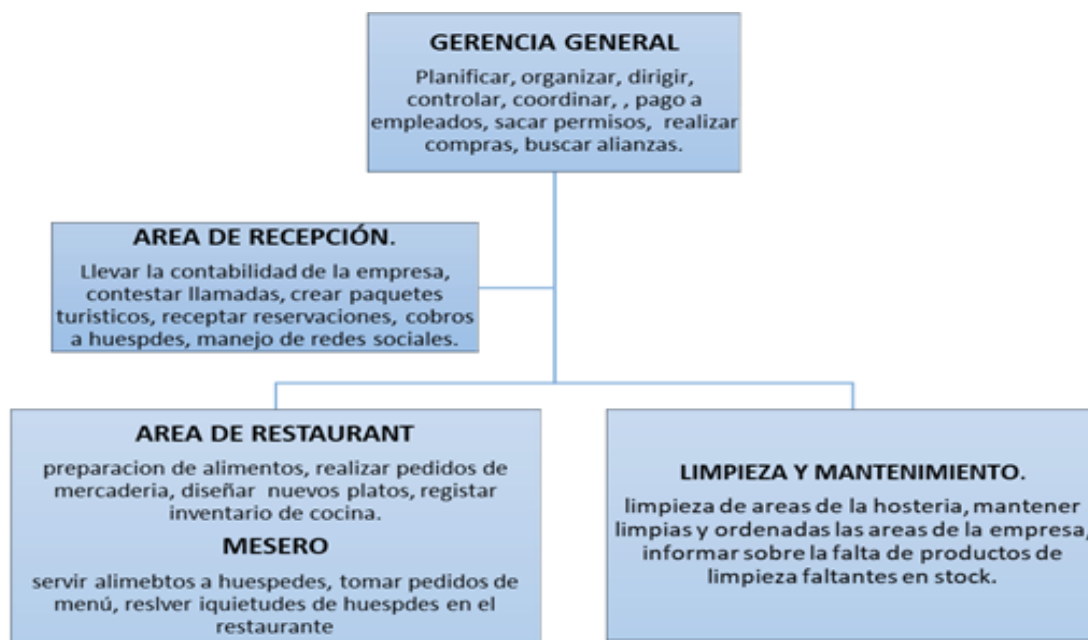
En el presente grafico se aprecia como estará estructurada la empresa y los diversos departamentos que se conformaran para poder dar inicio a las actividades turísticas y de servicio.

EMPRESA “NUTRIDELICIAS” S.A.S

Organigrama Funcional

Se detalla el organigrama estructural que tendrá la hostería ecológica Sumak Pakari.

Gráfico 23 Organigrama Funcional de la empresa



Elaborado por: La Autora.

Las actividades que se desarrollarán en la hostería estarán a cargo de personas del sector previamente capacitadas para desarrollar actividades asignadas a su puesto de trabajo. La estructura organizacional de la hostería se ha desarrollado tomando en cuenta estimaciones de posible demanda de turistas o visitantes. Se debe manifestar que si los huéspedes desean realizar actividades o servicios adicionales se procederá a realizar contratos a terceras personas.

3.3.2. Descripción de puestos

A continuación, se da a conocer la descripción de puestos que tendrá la hostería Sumak Pakari para la ejecución de sus actividades turísticas, en dicha descripción se da a conocer funciones y objetivos de cada puesto.

Tabla 29 Descripción del Puesto del Gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto:</i> Gerente
<i>Jefe inmediato superior:</i> Ninguno ya que es la máxima autoridad en la empresa
<i>Supervisa a:</i> Todo el personal de la hostería
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y distribuir el trabajo de la empresa
III FUNCIONES
• Pagar los servicios básicos de la hostería • Pagar a los proveedores en las fechas establecidas • Estar en contacto frecuente con el Instituto de Patrimonio para conocer qué tipo de información y publicidad se está dando • Realizar convenios con agencias de viajes, de turismo y tarjetas de crédito para promocionar nuestra hostería • Estar en contacto frecuente con la agencia de publicidad que trabaja con nosotros. • Revisar el stock de cada departamento para prevenir desabastecimiento. • Analizar la materia prima entregada por los proveedores para dar el mejor producto al huésped • Planificar estrategias funcionales y operacionales • Medir la satisfacción del cliente externo e interno • Seguimiento y cobro de impagos
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional:</i> Ingeniero/a
<i>Experiencia:</i> 3 años en cargos similares.
<i>Habilidades:</i> Planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, manejo de conflictos, comunicación asertiva, tener empatía.
<i>Formación:</i> Ingeniero/a en Administración de Empresas.

Elaborado por: La autora

Tabla 30 Descripción del Puesto de Recepcionista.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto:</i> Recepcionista
<i>Jefe inmediato superior:</i> Gerente
<i>Supervisa a:</i> Chef, Mesero, personal encargado de mantenimiento y limpieza.
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Planear, controlar, organizar, analiza, comunicación asertiva, tener empatía.
III FUNCIONES
• Elaboración de paquetes turísticos • Analizar el punto de equilibrio de los distintos meses. • Llevar detenidamente un análisis mensual de egresos vs. Ingresos. • Llevar cuentas bancarias. • Chequear disponibilidad de la hostería • Asignar habitaciones • Dar la bienvenida al huésped e información adicional • Elaborar los reportes del departamento • Apoya al personal en la solución de problemas • Recibe a los huéspedes • Da información general del hotel • Lleva el control de entrada y salida de huéspedes • Reporta a la ama de llaves las habitaciones check out para fines de limpieza • Vigilar el stock de la habitación luego del check out • Revisar que las tarjetas de crédito sean igual que las identificaciones de los huéspedes • Elaborar y actualizar paquetes turísticos • Mantener precios de acuerdo al mercado • Revisar los comentarios de los huéspedes para mejorar el servicio
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional:</i> Tecnólogo en administración de empresas.
<i>Experiencia:</i> 2 años en cargos similares.
<i>Habilidades:</i> Capacidad, buen servicio al cliente, Planear, controlar, organizar.
<i>Formación:</i> Tecnología en Administración de empresas

Elaborado por: La autora

Tabla 31 Descripción del Puesto de Chef

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto:</i> Chef
<i>Jefe inmediato superior:</i> Gerente General.
<i>Supervisa a:</i> Mesera
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Velar por la satisfacción total del cliente, a través de la administración, organización, de todos los recursos que la cocina necesite.
III FUNCIONES
• Identificar la materia prima para la preparación del menú. • Planificar los menús • Calcular volúmenes de producción óptimos • Calcular niveles de inventario requerido • Mantener en perfectas condiciones los equipos • Analizar el ciclo de vida de cada producto • Encontrar proveedores adecuados a nuestros requerimientos • Realizar presupuestos • Se encarga de los tipos de alimentos para la compra y adquisición • Elaboración de recetas estándar • Realizar una variedad de la carta nacional e internacional • Elaborar los diferentes tipos de menú.
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional:</i> Chef
<i>Experiencia:</i> 2 años en cargos similares.
<i>Habilidades:</i> Tener conocimiento de comida ecuatoriana, saber de presentación de platos a la carta, ser eficiente y eficaz con todos los recursos disponibles
<i>Formación:</i> Gastronomía.

Elaborado por: La autora

Tabla 32 Descripción del puesto de Mesera

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto:</i> Mesera
<i>Jefe inmediato superior:</i> Chef
<i>Supervisa a:</i> Ninguno.
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Servir de manera adecuada a los clientes que se sitúan en la cafetería o restaurante de manera cordial y respetuosa.
III FUNCIONES
• Darles la bienvenida a los clientes, guiarlos a sus mesas de ser necesario y brindarles servicio una vez estén ubicados: • Entregar y describir los menús y especiales del día. • Tomar nota de los pedidos de alimentos y bebidas y entregar la comanda en la cocina o el bar para su preparación. • Servir los alimentos y bebidas y velar por el disfrute de los clientes. • Entregarles la factura a los clientes y recibir su pago o, en su defecto, guiarlos a la caja. • Agradecer a los clientes por su visita.
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional:</i> Indistinto
<i>Experiencia:</i> 2 años en cargos similares.
<i>Habilidades:</i> Capacidad, buen servicio al cliente, Planear, controlar, organizar.
<i>Formación:</i> Secundaria.

Elaborado por: La autora

Tabla 33 Descripción del puesto de mantenimiento y limpieza.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:
<i>Puesto:</i> Operario de limpieza y Mantenimiento.
<i>Jefe inmediato superior:</i> Recepcionista.
<i>Supervisa a:</i> Ninguno.
II OBJETIVO DEL PUESTO:
Mantener en estado óptimo las áreas e instalaciones de la hostería
III FUNCIONES
• Realizar mantenimiento preventivo y correctivo • Realizar inspecciones periódicas en todas las aéreas • Realizar informes periódicos del funcionamiento de las instalaciones, equipos y mobiliario de la hostería • Revisar periódicamente los pozos sépticos • Fumigación periódica • Revisar la llegada y salida de huéspedes, con el fin de que extraños entren en la hostería • Limpieza de habitaciones • Poner en la lavadora y secadora las prendas que fueron utilizadas. • Revisar que las habitaciones estén el óptimo estado previo a ser entregadas a los huéspedes
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO:
<i>Título profesional:</i> Indistinto
<i>Experiencia:</i> 1 años en cargos similares.
<i>Habilidades:</i> Capacidad, Planear, controlar, organizar.
<i>Formación:</i> Secundaria.

Elaborado por: La autora

3.4. Control de gestión

3.4.1. Indicadores de gestión

Beltrán (2018) define los indicadores de gestión de la siguiente manera:

Es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso que permite describir características, comportamientos o fenómenos de la realidad, a través de la evolución de una variable o el establecimiento de una relación entre variables, la que comparada con períodos anteriores, productos similares o una meta o compromiso permite evaluar el desempeño y su evolución en el tiempo. (p.34)

Se implementará indicadores de gestión los mismo que ayudaran a medir de forma cuantitativa el cumplimiento de objetivos plateados para el crecimiento y posicionamiento en el mercado de la Hostería ecológica Sumak Pakari.

Tabla 34 *Indicadores de gestión*

AREAS	INDICADORES
Dirección	# Porcentaje de clientes satisfechos/ total de visitantes.
Recepción	# de clientes atendidos/Total de reservaciones.
Marketing y Ventas	Ventas anuales/ total pronóstico de ventas anuales.
Servicio al Cliente.	# de clientes satisfechos/Total de huéspedes.
Alimentos y Bebidas	# de clientes atendidos/listado de pedidos.

Elaborado por: La autora

3.5. Necesidades de personal

Para el presente plan de negocios se necesitará la contratación del siguiente número de colaboradores entre personal administrativos y personal operativo, los mismos que ocuparan los cargos que continuación se detalla.

Tabla 35 Necesidad de personal.

CARGO	# DE PERSONAS
Gerencia	1
Recepción	1
Chef	1
Meseros/as	1
Mantenimiento y Limpieza	1
Total	5

Elaborado por: La autora

La hostería ecológica Sumak Pakari contará con 5 colaboradores para poder cumplir con las actividades que son indispensables para su crecimiento y a futuro se pretende incrementar la contratación de más personal ya que con los que se ha planificado y determinado actualmente, será el personal suficiente para el inicio de la actividad turísticas.

CAPÍTULO IV

4. JURÍDICO LEGAL

4.1. Objetivo del capítulo.

Determinar las normativas legales y jurídicas con sus respectivos trámites para la creación de un plan de negocios, el mismo que tiene por finalidad la creación de una hostería ecológica en el sector de Tulipe perteneciente al distrito metropolitano de Quito.

4.2. Determinación de la forma jurídica

Persona natural.

La hosteria ecologica Sumak Pakari estará constituida como persona natural, En el Ecuador, cuando se va a emprender un negocio se puede constituir bajo la aplicación de una figura jurídica y legal como persona natural.

El emprendedor una vez que aplica esta figura legal tiene derechos y obligaciones ya que asume de forma directa todas las responsabilidades que implica ser dueño y jefe de su empresa.

Pasos para ejercer un negocio como persona natural

A continuación, se describe los pasos para operar como persona natural en el Ecuador.

- Tener un establecimiento físico.
- Haber sacado el RUC o el RISE como persona natural en el SRI.
- Haber obtener la patente municipal de persona natural en el Municipio del DMQ
- Imprimir facturas.

4.3. Requisitos de marcas.

Al hablar de marca se refiere a un signo o símbolo que represente el negocio para que se pueda distinguir de los demás, la marca de la hostería representada por un logotipo el mismo que tiene un significado cultural ya que que representa la cultura Yumbo.

A continuación, se indica los pasos para poder registrar una nueva marca en el mercado.

Tabla 36. Proceso de registro de marca

Proceso de registro de marca
1. Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec 2. Seleccionar PROGRAMA/SERVICIOS 3. Ingresar opción CASILLERO VIRTUAL 4. Llenar los datos que solicita el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural poner los datos con número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica colocar los datos con el RUC de la empresa) 5. Una vez que haya dado este procedimiento, llega al correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual. 6. Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, e ingresar a SOLICITUDES EN LINEA. 7. Ingresar el usuario y contraseña 8. Ingresar a la opción PAGOS 9. Opción TRAMITES EN LINEA 10. Opción GENERAR COMPROBANTE 11. Se despliega una plantilla para llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingresar el código 1.1.10.) 12. Ingresar los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE 13. Imprimir el comprobante 14. Realizar pago en línea de la búsqueda fonética (Manual de uso) por un valor de \$ 16,00. 15. Imprimir y escanear los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado) 16. Enviar vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que se desea verificar. 17. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2020)

Elaborado por: La autora

Tabla 37. Trámite para el registro de marca

Trámite para el registro de marca
18. Una vez verificado en el listado de marcas, que no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
19. Ingresar a solicitudes en línea con su usuario y contraseña
20. Opción REGISTRO
21. Del listado escoger la opción SOLICITUD DE SIGNOS DISTINTIVOS
22. Y proceder a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca.
23. Después de haber ingresado los datos
24. Botón GUARDAR
25. Botón VISTA PREVIA
26. Botón GENERAR COMPROBANTE DE PAGO, que tiene un costo de \$208,00
27. Cancelar al Banco del Pacífico
28. Icono INICIO DE PROCESO.

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2020)

Elaborado por: La autora

Requisitos para el registro del nuevo logo

El logotipo es la imagen que causa impacto en los clientes sobre una marca o un negocio, el logotipo de la hostería representa a la cultura debido a que la empresa se encuentra dentro del área en la cual hace muchos años atrás habito la cultura Yumbo

A continuación, se detalla los requisitos para el registro del logotipo.

Tabla 38. Proceso de registro de logotipo

REGISTRO DEL LOGOTIPO.
1. Llenar la respectiva solicitud que otorga el SENADI
2. Pago original de la tasa por registro de marcas
3. El nombramiento del representante legal
4. Si una marca tiene diseños se debe presentar con las etiquetas y el arte respectivamente
5. Documento de prioridad
6. Este trámite tiene una demora aproximadamente de 5 a 6 meses
7. Se debe pagar también \$28 dólares, este pago se lo realiza una vez cada diez años
8. Examen de registro de la marca.
9. El director nacional de Propiedad Intelectual niega o aprueba la marca

Fuente: Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (2021)

Elaborado por: La autora

4.4. Licencias necesarias para funcionar y documentos legales.

Seguido se detalla el proceso y de los trámites y las instituciones que las emiten para la obtención de permisos de funcionamiento para la Hostería Ecológica Sumak Pakari.

Tabla 37. Requisitos permiso funcionamiento ARCSA.

Requisitos de Obtención de Permiso Funcionamiento ARCSA	
1.	Ingresar al link: http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/ o en la página web de la ARCSA: www.controlsanitario.gob.ec
2.	Dar clic en la opción “Obtén tu Permiso de Funcionamiento”
3.	Una vez ingresado al portal del sistema, podrá consultar si su establecimiento requiere o no requiere del permiso de funcionamiento y en caso de requerirlo se detallará cuáles son los requisitos para la obtención del mismo, para realizar la consulta podrá dar clic en la opción “AQUÍ”.
4.	Deberá ingresar la(s) palabra(s) que describan la actividad/tipo de establecimiento, una vez completado, hacer clic en la opción “Buscar”
5.	Se desplegará un listado de opciones según su búsqueda, y podrá dar clic en alguna de ellas para visualizar el detalle.
6.	Una vez consultado si su establecimiento requiere del permiso de funcionamiento, deberá volver a la pantalla principal del sistema para crear su usuario y contraseña.
7.	Luego, debe ingresar al sistema con su usuario y contraseña.
8.	Deberá generar la solicitud para obtener el permiso de funcionamiento.
9.	Cancelar el valor correspondiente de acuerdo con la orden de pago generada en el sistema informático.
10.	Adjuntar el comprobante de pago en el sistema informático; siempre y cuando la cancelación del valor se haya realizado en BanEcuador.
11.	Su pago se validará de acuerdo con el tipo de cancelación del importe por la obtención del permiso de funcionamiento, que realice (Banco del Pacífico: 24 horas / BanEcuador: 24 horas); luego podrá imprimir su factura y permiso de funcionamiento.

Fuente: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2021)

Elaborado por: La autora

1. Ley de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2021) detalla los siguientes requisitos para realizar la Inscripción de la Notificación Sanitaria de Alimentos Procesados Nacionales.

Tabla 39. Requisitos para Inscripción de Notificación Sanitaria

Requisitos de Inscripción de Notificación Sanitaria
1. La Planta de Alimentos deberá tener <u>Permiso de Funcionamiento</u> Arcsa vigente 2. Ingresar al formulario de solicitud (129-AL-002-REQ-01) a través de Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE). a. Registro de Representante Legal o Titular del Producto b. Registro del <u>Representante Técnico</u> 3. En el sistema se consignará datos y documentos: a. Descripción e interpretación del código de lote. b. Diseño de etiqueta o rótulo del o los productos. c. Especificaciones físicas y químicas del material de envase, bajo cualquier formato emitido por el fabricante o distribuidor. d. Descripción general del proceso de elaboración del producto. e. En caso de maquila, declaración del titular de la notificación obligatoria. f. Para productos orgánicos se presentará la Certificación otorgada por la Autoridad competente correspondiente. 4. El sistema emitirá una orden de pago de acuerdo con la categoría que consta en el Permiso de Funcionamiento otorgado por la Agencia, el cual debe ser acorde al tipo de alimento a notificar. 5. Después de la emisión de la orden de pago el usuario dispondrá de 5 días laborables para realizar la cancelación, caso contrario será cancelada dicha solicitud de forma definitiva del sistema de notificación sanitaria. El comprobante debe ser enviado a la siguiente dirección: arcsa.facturacion@controlsanitario.gob.ec, para confirmación del pago. 6. El Arcsa revisará los requisitos en función del <u>Perfil de Riesgo del Alimento</u>, en 5 días laborales. 7. Una vez ratificada la solicitud por parte de la ARCSA se deberá imprimir la Orden de Pago y realizar la cancelación del valor correspondiente. 8. Con el pago realizado se podrá imprimir el Certificado de Registro Sanitario correspondiente.

Fuente: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2021)

Elaborado por: La autora

2. Según la **Ordenanza Municipal N°. 04-CSMB (2021)** del GADM de San Miguel de los Bancos, solicita los siguientes requisitos para la Obtención de la Patente Municipal:

Tabla 40. *Inscripción en el registro de patentes.*

Art. 5. Inscripción en el registro de patentes:
Todas las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la jurisdicción del Cantón Quito, que realicen actividades económicas de forma permanente, están obligados a inscribirse por una sola vez dentro de los sesenta días conforme lo establece el Art. 1 de la presente ordenanza, para lo cual deberá presentar la siguiente documentación:

Fuente: Ordenanza Municipal N.º.04- (2021) del DMQ

Elaborado por: La autora

Tabla 41. *Permiso de funcionamiento cuerpo de bomberos.*

Empresa Municipal del Cuerpo de Bomberos (2021)
Se necesita la siguiente documentación detallada para la Obtención de este permiso:
1. Solicitud de inspección del local
2. Croquis de la ubicación de la empresa
3. Copia del plano de las instalaciones
4. Informe favorable de la inspección
5. Pago al día de los predios
6. Copia del Ruc
7. Presentar informe de compatibilidad de uso de suelo.

Fuente: Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos (2021)

Elaborado por: La autora

Tabla 42. Requisitos para obtención de RUC

Servicio de Rentas Internas (SRI -2020)

El establece que los requisitos para la Obtención del RUC son los siguientes:

1. Inscripción en el Registro Único de contribuyente
2. Emisión de comprobantes de venta
3. Declaración de impuestos
4. Pago de impuestos

Para el cumplimiento de las obligaciones, describe realizar las siguientes:

1. Declaración mensual de Impuestos retenidos en la fuente
 2. Declaración mensual del Impuesto al valor agregado
 3. Declaración de Impuesto a la renta anual
 4. Pago de Anticipo de impuesto a la renta
 5. Anexos Transaccionales Simplificados
 6. Anexo de Impuesto a la Renta en Relación de Dependencia (RDEP)
 7. Anexo de Impuesto a los Consumos Especiales
 8. Anexo de socios/as, participantes (si lo amerita)
 9. Anexo de utilidades (si lo amerita)
 - 10. Elaboración y transmisión de informes al MRL**
-

Fuente: SRI (2021)

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA

1.1. Objetivo del capítulo.

Ejecutar un estudio financiero que evidencie la rentabilidad económica del plan de negocios y que permita conocer la relación costo beneficio esperado para cada año del proyecto.

1.2. Plan de inversiones

Sapag (2015) considera lo siguiente:

El plan de inversiones es un documento que incluye todo un proceso de análisis, en el cual el objetivo es reflejar todo lo que se necesita para empezar a emprender un negocio, manteniendo el valor del negocio y sin que la empresa pierda rentabilidad y viabilidad. (p.31)

A continuación, se especifica el plan de inversiones para la creación de una hostería ecológica en el barrio de Tulipe, en el presente proyecto se detalla todos los rubros en los que el negocio incurrirá para la realización y ejecución de sus operaciones, además de la generación del servicio.

Tabla 43 Plan de inversiones

PLAN DE INVERSIONES				
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Total General
	Terreno			\$ 60.000,00
10000	Terreno (10.000m2)	\$ 6,00	\$ 60.000,00	
	Infraestructura			\$ 20.020,40
5000	Adecuaciones m2	\$ 4,00	\$ 20.000,00	
6	Tomacorrientes	\$ 3,40	\$ 20,40	
	Muebles y enseres			\$ 4.889,00
2	Escritorio para computadora	\$ 100,00	\$ 200,00	
2	Sillas para escritorio	\$ 65,00	\$ 130,00	
1	Archivadores pequeños	\$ 59,00	\$ 59,00	

PLAN DE INVERSIONES				
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Total General
5	Camas King completa (matrimoniales)	\$ 480,00	\$ 2.400,00	
3	Literas plaza y media completa	\$ 300,00	\$ 900,00	
5	Juego de mesas con 4 sillas	\$ 240,00	\$ 1.200,00	
	Equipos de oficina			\$ 1.465,00
1	Caja registradora	\$ 700,00	\$ 700,00	
1	Datafast	\$ 120,00	\$ 120,00	
1	Detector de billetes falsos	\$ 50,00	\$ 50,00	
1	Teléfono convencional	\$ 55,00	\$ 55,00	
1	Teléfono celular	\$ 160,00	\$ 160,00	
1	Router de internet	\$ 140,00	\$ 140,00	
1	Cámaras de seguridad	\$ 240,00	\$ 240,00	
	Equipo de computación			\$ 1.750,00
2	Computadora de escritorio	\$ 750,00	\$ 1.500,00	
1	Impresora multifuncional	\$ 250,00	\$ 250,00	
	Equipos de menaje de cocina			\$ 671,00
1	Juego de cuchillos	\$ 32,00	\$ 32,00	
1	Juego de ollas	\$ 120,00	\$ 120,00	
1	Juego de sartenes	\$ 135,00	\$ 135,00	
4	Vajilla completa 20 piezas	\$ 85,00	\$ 340,00	
2	Juego de vasos x 20 piezas	\$ 22,00	\$ 44,00	
	Equipo de línea blanca			\$ 7.350,00
1	Cocina industrial	\$ 600,00	\$ 600,00	
1	Lavadora Electrolux	\$ 579,00	\$ 579,00	

PLAN DE INVERSIONES				
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Total General
1	Extractor indurama	\$ 189,00	\$ 189,00	
1	Refrigeradora Whirlpool	\$ 529,00	\$ 529,00	
1	Congelador Horizontal	\$ 848,00	\$ 848,00	
5	Aire acondicionado Indurama	\$ 850,00	\$ 4.250,00	
1	Licuada industrial	\$ 150,00	\$ 150,00	
1	Secadora	\$ 85,00	\$ 85,00	
1	Plancha	\$ 120,00	\$ 120,00	
	Equipos de audio y video			\$ 3.750,00
5	TV plasma Smart	\$ 400,00	\$ 2.000,00	
5	Equipo estéreo	\$ 350,00	\$ 1.750,00	
	Inventarios			\$ 78,00
2	Agendas	\$ 3,00	\$ 39,00	
2	Esferos color negro (docena)	\$ 4,00	\$ 8,00	
2	Perforadora	\$ 2,00	\$ 4,00	
2	Grapadora	\$ 2,00	\$ 4,00	
4	Papel bond A4 (resmas)	\$ 3,00	\$ 12,00	
4	Carpetas doble aro	\$ 2,00	\$ 8,00	
2	Clips (caja 100 unidades)	\$ 1,50	\$ 3,00	
	Útiles de ase /insumo bioseguridad			\$ 110,00
4	Líquidos de limpieza presentación galón	\$ 4,50	\$ 18,00	
4	desinfectantes naturales	\$ 6,00	\$ 24,00	
4	Escobas	\$ 4,00	\$ 16,00	
4	Dispensador Jabón Líquido 500ml A. Inox. Lujo rellenable	\$ 7,00	\$ 28,00	

PLAN DE INVERSIONES				
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Total General
4	Alcohol en gel 100ML	\$ 6,00	\$ 24,00	
	Costos de constitución/diferidos			\$ 1.903,00
1	Obtención del RUC	\$ 55,00	\$ 55,00	
1	Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)	\$ 30,00	\$ 30,00	
1	Permiso de funcionamiento de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA)	\$ 30,00	\$ 30,00	
1	Tramites de constitución	\$ 80,00	\$ 80,00	
1	Cuerpo de Bomberos	\$ 400,00	\$ 400,00	
1	Derechos del SENADI	\$ 208,00	\$ 208,00	
1	Software	\$ 1.100,00	\$ 1.100,00	
	Capital de trabajo			\$ 5.837,48
1	Publicidad virtual	\$ 575,00	\$ 575,00	
1	Mano de obra	\$ 5.262,48	\$ 5.262,48	
	TOTAL, INVERSIÓN			\$ 107.823,88

Elaborado por: La autora

Observación.

De esta manera se determina que es necesario contar con un valor de inversión de, \$107.823,88 dólares americanos para la puesta en marcha del proyecto, el mismo que está distribuido entre activos (maquinaria, los muebles y enseres, equipos de computación, equipos de oficina, inventario para la producción y vehículos), gastos de constitución (permisos legales e instalaciones y remodelaciones) y también se toma en cuenta el capital de trabajo que es la cantidad total con la que empresa cuenta para realizar sus operaciones diarias y poder cubrir sus necesidades logrando un funcionamiento óptimo.

1.3. Cálculo de costos y gastos.

1.3.1. Mano de Obra.

Vale destacar que para realizar el cálculo de la mano de obra y los gastos en sueldos en los que se debe incurrir, se hará uso de un anexo que realiza los cálculos automáticos para el efecto. Dicho anexo se lo presenta a continuación:

Tabla 44 Cálculo de mano de obra.

Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	SBU	Total	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar
1	Eva Cumba	Chef	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48
1	Mayli Acosta	Mesero/a	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48
1	Jesús Tituaña	Mantenimiento y limpieza	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48
Total, Mano de Obra			\$ 1.350,00	\$ 1.350,00	\$ 127,58	\$ 127,58	\$ 1.222,43
MANO DE OBRA INDIRECTA							
1	Michelle Orbe	Gerente	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 66,15	\$ 66,15	\$ 633,85
1	Pamela Alvear	Recepción	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48
Total, Mano de Obra			\$ 1.150,00	\$ 1.150,00	\$ 108,68	\$ 108,68	\$ 1.041,33

Provisiones	Patronal 11,15%	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
Chef	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 33,33	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 177,25	\$ 584,72
Mesero/a	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 33,33	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 177,25	\$ 584,72
Mantenimiento y limpieza	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 33,33	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 177,25	\$ 584,72
TOTAL	\$ 150,53	\$ 112,50	\$ 99,99	\$ 112,47	\$ 56,25	\$ 531,74	\$ 1.754,16
MANO DE OBRA INDIRECTA							
Gerente	\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 33,33	\$ 58,31	\$ 29,17	\$ 257,19	\$ 891,04

Recepción	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 33,33	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 177,25	\$ 584,72
Total, provisiones	\$ 128,23	\$ 95,83	\$ 66,66	\$ 95,80	\$ 47,92	\$ 434,43	\$ 891,04

COSTO MENSUAL MANO DE OBRA	\$ 2.645,20
-----------------------------------	--------------------

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

Observación.

En el cuadro de provisiones se calcula según el salario que percibirán los empleados de la hostería ecológica, el costo mensual de mano de obra pertenece a la suma de costo de provisiones más el costo de mano de obra, mientras que el valor del primer año corresponde a la suma de fondos de reserva más costo de mano de obra.

1.3.2. Depreciación.

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc. Considerando que los activos incluidos en nuestro plan de inversiones estarán sujetos a este fenómeno, debemos realizar el cálculo que determine el cargo por depreciación que deberá ser incluidos en el detalle de gastos.

En el cuadro que se presenta a continuación se realizara el cálculo de depreciación usando el método lineal.

Tabla 45 *Cálculo de las depreciaciones*

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Infraestructura	10	\$ 20.020,40	10%	\$ 2.002,04
Muebles y enseres	10	\$ 4.889,00	10%	\$ 488,90
Equipos de oficina	10	\$ 1.465,00	10%	\$ 146,50
Equipo de computación	3	\$ 1.750,00	33%	\$ 583,28
Equipos de menaje de cocina	10	\$ 671,00	10%	\$ 67,10
Equipo de línea blanca	10	\$ 7.350,00	10%	\$ 735,00
Equipos de audio y video	10	\$ 3.750,00	10%	\$ 375,00
TOTAL, DEPRECIACIONES		\$ 39.895,40		\$ 4.397,82

Elaborado por: La autora

1.3.3. Proyección de la depreciación.

El valor obtenido del cálculo de las depreciaciones, debe ser proyectado en el tiempo, con una particularidad, los cargos por depreciación a lo largo de la vida útil del plan de negocios serán los mismos, a excepción de los equipos de computación, cuya vida útil sólo es de tres años.

Tabla 46 Proyección de la depreciación

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Infraestructura	2.002,04	2.002,04	2.002,04	2.002,04	2.002,04
Muebles y enseres	488,90	488,90	488,90	488,90	488,90
Equipos de oficina	146,50	146,50	146,50	146,50	146,50
Equipo de computación	583,28	583,28	583,28	-	-
Equipos de menaje de cocina	67,10	67,10	67,10	67,10	67,10
Equipo de línea blanca	735,00	735,00	735,00	735,00	735,00
Equipos de audio y video	375,00	375,00	375,00	375,00	375,00
Total, Proyección Depreciación	\$ 4.397,82	\$ 4.397,82	\$ 4.397,82	\$ 3.814,54	\$ 3.814,54

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

1.3.4. Detalle de costos

Los autores Ortiz & Soto (2017) definen a los costos de la siguiente manera:

Los costos son un valor sacrificado, medido en términos monetarios mediante la reducción de activos o el aumento de pasivos, hasta obtener un beneficio presente o futuro. Partida que representa aquellos desembolsos que realiza la empresa y que se activan en los productos a ser fabricados, ejemplos: costos de producción, costos de ventas, etc. Este tipo de cuenta se presenta en aquellas empresas que compra materia prima como tal y que luego será sometida a un proceso de transformación en el que convergen la mano de obra y los costos indirectos de fabricación para establecer que los productos han sido terminados y están disponibles para ser vendidos. (p. 84)

Para este tema, se enlista y se da valor a cada uno de los costos en los cuales se incurrirá en la factibilidad para la creación de hostería, relacionando a la actividad principal del negocio como es la prestación de servicios turísticos. Los costos que

incurrirán en la factibilidad del plan de negocios son: mano de obra directa, materiales, depreciación y servicios básicos, estos valores se detallan en el siguiente cuadro:

En la presente tabla se desglosan todos los costos que incurren en el proyecto para la elaboración de las tortillas de harina de quínoa de forma mensual y anual.

Tabla 47 Detalle de costos.

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Costo del servicio			\$ 753,39	\$ 845,39	\$ 10.144,68
Esferos color negro (docena)	Unidades	2	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Perforadora	Unidades	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Grapadora	Unidades	2	\$ 2,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Clips (caja 100 unidades)	Unidades	2	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 36,00
Líquidos de limpieza presentación galón	Unidades	4	\$ 4,50	\$ 18,00	\$ 216,00
desinfectantes naturales	Unidades	4	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 288,00
Escobas	Unidades	4	\$ 4,00	\$ 16,00	\$ 192,00
Dispensador Jabón Líquido 500ml A. Inox. Lujo rellenable	Unidades	4	\$ 7,00	\$ 28,00	\$ 336,00
Alcohol en gel 100ML	Unidades	4	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 288,00
Costo de materia prima	Unidades	1	\$ 716,39	\$ 716,39	\$ 8.596,68
Mano de Obra Directa				\$ 1.754,16	\$ 21.049,92
Chef	Persona	1	\$ 584,72	\$ 584,72	\$ 7.016,64
Mesero/a	Persona	1	\$ 584,72	\$ 584,72	\$ 7.016,64
Mantenimiento y limpieza	Persona	1	\$ 584,72	\$ 584,72	\$ 7.016,64
Costo Indirectos de fabricación				\$ 255,00	\$ 3.060,00
Agua potable	Unidades	1	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ 780,00

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Energía eléctrica	Unidades	1	\$ 145,00	\$ 145,00	\$ 1.740,00
Teléfono fijo	Unidades	1	\$ 45,00	\$ 45,00	\$ 540,00
Internet	Unidades	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Total					
Total				2.854,55	34.254,60

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

En el detalle constan todos los costos con los que incidirá la hostería para el inicio de sus funciones, además se pudo conocer los, costos mensuales y los costos anuales.

1.3.5. Proyección de costos

Los costos que se consideran fijos son: pago de arriendo, depreciaciones, seguros de equipos y mantenimiento, pero de estos gastos no se le ha aumentado la tasa de inflación a las depreciaciones ni al arriendo ya que las depreciaciones no aplica para inflación y el arriendo es el mismo precio establecido bajo un contrato firmado con el dueño.

Los costos considerados variables son: materia prima, materiales indirectos, mano de obra directa, servicios básicos de producción y combustibles, mismos que tuvieron el aumento de la tasa de inflación.

Tabla 48 Proyección de costos

Descripción	Costo mensual	Costos		Total Año 1	Costos		Total Año 2	Costos		Total Año 3
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Costo del producto	\$ 845,39	\$ 845,39	\$ -	\$ 10.144,68	\$ 846,40	\$ -	\$ 10.156,85	\$ 847,42	\$ -	\$ 10.169,04
Mano de obra directa	\$ 1.754,16	\$ 1.754,16	\$ -	\$ 21.049,92	\$ 1.756,26	\$ -	\$ 21.075,12	\$ 1.758,37	\$ -	\$ 21.100,44

Costos Indirectos de fabricación	\$ 255,00		\$ 255,00	\$ 3.060,00	\$ -	\$ 255,31	\$ 3.063,72	\$ -	\$ 255,62	\$ 3.067,44
TOTAL	\$ 2.854,55	\$ 2.599,55	\$ 255,00	\$ 34.254,60	\$ 2.602,66	\$ 255,31	\$ 34.295,69	\$ 2.605,79	\$ 255,62	\$ 34.336,92

Descripción	Costos		Total Año 4	Costos		Total Año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Costo del producto	\$ 848,44	\$ -	\$ 10.181,24	\$ 849,46	\$ -	\$ 10.193,46
Mano de obra directa	\$ 1.760,48	\$ -	\$ 21.125,76	\$ 1.762,59	\$ -	\$ 21.151,08
Costos Indirectos de fabricación	\$ -	\$ 255,93	\$ 3.071,16	\$ -	\$ 256,24	\$ 3.074,88
TOTAL	\$ 2.608,92	\$ 255,93	\$ 34.378,16	\$ 2.612,05	\$ 256,24	\$ 34.419,42

Elaborado por: La autora

Observación:

Una vez que se obtuvo el costo mensual, se procede a realizar la proyección anual, esto permite manifestar los valores a lo largo de la vida útil del proyecto, A continuación, se detalla la proyección tomando en cuenta el porcentaje de la tasa de inflación mensual del 0,12 del año 2021.

1.3.6. Detalle de gastos

El gasto se define como “Partida que representa aquellos desembolsos destinados a cubrir las actividades operativas de la empresa y se reflejan en los resultados, ejemplo: los gastos de administración, los gastos de ventas, financieros entre otros” (Ortiz & Soto González, 2017).

Es primordial definir los siguientes gastos, mismo que favorece a prestar un servicio hotelero de calidad, por lo cual se toma en cuenta los administrativos, ventas y financieros, valores que se refleja a continuación.

Tabla 49 Detalle de gastos.

**GASTOS
ADMINISTRATIVOS**

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo del personal					\$ 1.475,76	\$ 17.709,12
Gerente	unidad	1	\$ 891,04	100%	\$ 891,04	\$ 10.692,48
Recepción	unidad	1	\$ 584,72	100%	\$ 584,72	\$ 7.016,64
Depreciaciones					\$ 366,49	\$ 4.397,82
Infraestructura	unidad		\$ 20.020,40	10%	\$ 166,84	\$ 2.002,04
Muebles y enseres	unidad		\$ 4.889,00	10%	\$ 40,74	\$ 488,90
Equipos de oficina	unidad		\$ 1.465,00	10%	\$ 12,21	\$ 146,50
Equipo de computación	unidad		\$ 1.750,00	33%	\$ 48,61	\$ 583,28
Equipos de menaje de cocina	unidad		\$ 671,00	10%	\$ 5,59	\$ 67,10
Equipo de línea blanca	unidad		\$ 7.350,00	10%	\$ 61,25	\$ 735,00
Equipos de audio y video	unidad		\$ 3.750,00	10%	\$ 31,25	\$ 375,00
Servicios Básicos					\$ 90,00	\$ 1.080,00
Luz Eléctrica	unidad		\$ 15,00	100%	\$ 15,00	\$ 180,00
Agua Potable	unidad		\$ 15,00	100%	\$ 15,00	\$ 180,00
Teléfono Internet	unidad		\$ 60,00	100%	\$ 60,00	\$ 720,00
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS					\$ 1.932,25	\$ 23.186,94

GASTOS DE VENTAS

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad						
ATL (Medios de comunicación (radio y revistas de CAMTUR))	Unidad	1	\$ 83,33	100%	\$ 83,33	\$ 1.000,00
ATL (Hojas volantes)	Unidad	1	\$ 4,17	100%	\$ 4,17	\$ 50,00
Página Web	Unidad	1	\$ 50,00	100%	\$ 50,00	\$ 600,00
Ferias Turísticas	Unidad	1	\$ 33,33	100%	\$ 33,33	\$ 400,00
Redes sociales.	Unidad	1	\$ 20,83	100%	\$ 20,83	\$ 250,00
TOTAL, GASTOS DE VENTAS					\$ 191,67	\$ 2.300,00

GASTOS FINANCIEROS

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
					\$ 570,00	\$ 6.840,02
Intereses Pagados	Unidad	0	\$ 64.694,33	100%	\$ 570,00	\$ 6.840,02
TOTAL, GASTOS					\$ 2.693,92	\$ 32.326,95

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

1.3.7. Proyección de gastos

Se detalla la proyección de los gastos, valores que se refleja corresponde a los cinco primeros años de funcionamiento de la hostería.

Tabla 50 Proyección de gastos

**GASTOS
ADMINISTRATIVOS**

Descripción	GASTO MENSUA L	Gastos		Total Año 1	Gastos		Total Año 2	Gastos		Total Año 3
		Fijos	Variable s		Fijos	Variable s		Fijos	Variable s	
Gastos Administrativos	\$ 1.902,25	\$ 1.902,25	\$ -	\$ 22.827,00	\$ 1.904,10	\$ -	\$ 22.849,20	\$ 1.905,95	\$ -	\$ 22.871,40
Sueldo del personal	\$ 1.475,76	\$ 1.475,76	\$ -	\$ 17.709,12	\$ 1.477,53	\$ -	\$ 17.730,36	\$ 1.479,30	\$ -	\$ 17.751,60
Gerente	\$ 891,04	\$ 891,04	\$ -	\$ 10.692,48	\$ 892,11	\$ -	\$ 10.705,32	\$ 893,18	\$ -	\$ 10.718,16
Recepción	\$ 584,72	\$ 584,72	\$ -	\$ 7.016,64	\$ 585,42	\$ -	\$ 7.025,04	\$ 586,12	\$ -	\$ 7.033,44
Depreciaciones	\$ 366,49	\$ 366,49	\$ -	\$ 4.397,88	\$ 366,49	\$ -	\$ 4.397,88	\$ 366,49	\$ -	\$ 4.397,88
Infraestructura	\$ 166,84	\$ 166,84	\$ -	\$ 2.002,08	\$ 166,84	\$ -	\$ 2.002,08	\$ 166,84	\$ -	\$ 2.002,08
Muebles y enseres	\$ 40,74	\$ 40,74	\$ -	\$ 488,88	\$ 40,74	\$ -	\$ 488,88	\$ 40,74	\$ -	\$ 488,88
Equipos de oficina	\$ 12,21	\$ 12,21	\$ -	\$ 146,52	\$ 12,21	\$ -	\$ 146,52	\$ 12,21	\$ -	\$ 146,52
Equipo de computación	\$ 48,61	\$ 48,61	\$ -	\$ 583,32	\$ 48,61	\$ -	\$ 583,32	\$ 48,61	\$ -	\$ 583,32
Equipos de menaje de cocina	\$ 5,59	\$ 5,59	\$ -	\$ 67,08	\$ 5,59	\$ -	\$ 67,08	\$ 5,59	\$ -	\$ 67,08
Equipo de línea blanca	\$ 61,25	\$ 61,25	\$ -	\$ 735,00	\$ 61,25	\$ -	\$ 735,00	\$ 61,25	\$ -	\$ 735,00

Equipos de audio y video	\$ 31,25	\$ 31,25	\$ -	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ -	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ -	\$ 375,00
Servicios Básicos	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ -	\$ 720,00	\$ 60,08	\$ -	\$ 720,96	\$ 60,16	\$ -	\$ 721,92
Luz Eléctrica	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ -	\$ 180,00	\$ 15,02	\$ -	\$ 180,24	\$ 15,04	\$ -	\$ 180,48
Agua Potable	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ -	\$ 180,00	\$ 15,02	\$ -	\$ 180,24	\$ 15,04	\$ -	\$ 180,48
Teléfono Internet	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ -	\$ 360,00	\$ 30,04	\$ -	\$ 360,48	\$ 30,08	\$ -	\$ 360,96
Gasto de Ventas	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ -	\$ 2.300,00	\$ 191,90	\$ -	\$ 2.302,80	\$ 192,13	\$ -	\$ 2.305,56
Manejo de publicidad	\$ 191,67	\$ 191,67	\$ -	\$ 2.300,00	\$ 191,90	\$ -	\$ 2.302,80	\$ 192,13	\$ -	\$ 2.305,56
Gastos Financieros	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ -	\$ 6.840,02	\$ 6.840,02	\$ -	\$ 5.672,96	\$ 5.672,96	\$ -	\$ 4.373,99
Interés	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ -	\$ 6.840,02	\$ 6.840,02	\$ -	\$ 5.672,96	\$ 5.672,96	\$ -	\$ 4.373,99
Total	\$ 2.663,92	\$ 2.663,92	\$ -	\$ 31.967,02	\$ 8.936,02	\$ -	\$ 30.824,96	\$ 7.771,04	\$ -	\$ 29.550,95

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Gastos		Total Año 4	Gastos		Total Año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Gastos Administrativos	\$ 1.907,80	\$ -	\$ 22.310,28	\$ 1.861,04	\$ -	\$ 22.332,48
Sueldo del personal	\$ 1.481,07	\$ -	\$ 17.772,84	\$ 1.482,84	\$ -	\$ 17.794,08
Gerente	\$ 894,25	\$ -	\$ 10.731,00	\$ 895,32	\$ -	\$ 10.743,84
Recepción	\$ 586,82	\$ -	\$ 7.041,84	\$ 587,52	\$ -	\$ 7.050,24
Depreciaciones	\$ 366,49	\$ -	\$ 3.814,56	\$ 317,88	\$ -	\$ 3.814,56
Infraestructura	\$ 166,84	\$ -	\$ 2.002,08	\$ 166,84	\$ -	\$ 2.002,08
Muebles y enseres	\$ 40,74	\$ -	\$ 488,88	\$ 40,74	\$ -	\$ 488,88
Equipos de oficina	\$ 12,21	\$ -	\$ 146,52	\$ 12,21	\$ -	\$ 146,52
Equipo de computación	\$ 48,61	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de menaje de cocina	\$ 5,59	\$ -	\$ 67,08	\$ 5,59	\$ -	\$ 67,08
Equipo de línea blanca	\$ 61,25	\$ -	\$ 735,00	\$ 61,25	\$ -	\$ 735,00
Equipos de audio y video	\$ 31,25	\$ -	\$ 375,00	\$ 31,25	\$ -	\$ 375,00
Servicios Básicos	\$ 60,24	\$ -	\$ 722,88	\$ 60,32	\$ -	\$ 723,84
Luz Eléctrica	\$ 15,06	\$ -	\$ 180,72	\$ 15,08	\$ -	\$ 180,96
Agua Potable	\$ 15,06	\$ -	\$ 180,72	\$ 15,08	\$ -	\$ 180,96
Teléfono Internet	\$ 30,12	\$ -	\$ 361,44	\$ 30,16	\$ -	\$ 361,92
Gasto de Ventas	\$ 192,36	\$ -	\$ 2.308,32	\$ 192,59	\$ -	\$ 2.311,08
Manejo de publicidad	\$ 192,36	\$ -	\$ 2.308,32	\$ 192,59	\$ -	\$ 2.311,08
Gastos Financieros	\$ 4.373,99	\$ -	\$ 2.928,21	\$ 4.373,99	\$ -	\$ 1.319,02
Interés	\$ 4.373,99	\$ -	\$ 2.928,21	\$ 4.373,99	\$ -	\$ 1.319,02
Total	\$ 6.474,15	\$ -	\$ 27.546,81	\$ 6.427,62	\$ -	\$ 25.962,58

Elaborado por: La autora.

1.4. Plan de Financiamiento.

1.4.1. Forma de financiamiento

Se define la forma de financiamiento, la cual corresponde al 40% recursos propios y el 60% mediante un crédito bancario a través de la entidad financiera pública como es la Corporación Financiera Nacional (CFN), valores que se visualiza en la siguiente tabla

Tabla 51 Plan de financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	TOTAL %
Recursos Propios	43.129,55	40%
Recursos de terceros		
préstamo Bancario	64.694,33	60%
TOTAL	\$ 107.823,88	100%

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

1.5. Cálculo de Ingresos.

Los ingresos del proyecto están calculados en relación a la capacidad instalada y utilizada, el precio de los servicios se encuentra proyectados con la tasa de inflación mensual al mes de agosto del año 2021 que corresponde a 0,12%, cifras que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 52 Determinación del precio de venta unitario

Productos	Unidad de medida	Costo Unitario	Margen de utilidad		Precio unitario
			%	\$	
Habitaciones matrimoniales	Unidades	\$ 8,45	113,08%	\$ 9,55	\$ 18,00
Habitaciones familiares	Unidades	\$ 8,45	77,57%	\$ 6,55	\$ 15,00
Alimentación (Opción 1 (puede elegir fritada, trucha, tilapia)	Unidades	\$ 2,60	130,77%	\$ 3,40	\$ 6,00
Alimentación opción 2(puede elegir caldo o secos de gallina)	Unidades	\$ 2,40	66,67%	\$ 1,60	\$ 4,00
TOTAL, INGRESOS				\$ 9,55	\$ 10,75

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

Tabla 53 Cálculo del ingreso anual

Productos	Precio unitario	Unidades producidas	Ingreso mensual total
Habitaciones matrimoniales	\$ 18,00	84	\$ 1.520,64
Habitaciones familiares	\$ 15,00	253	\$ 3.801,60
Alimentación (Opción 1 (puede elegir fritada, trucha, tilapia)	\$ 6,00	203	\$ 1.218,00
Alimentación opción 2(puede elegir caldo o secos de gallina)	\$ 4,00	135	\$ 540,00
TOTAL, INGRESOS	\$ 10,75	676	\$ 1.520,64

Fuente: La autora

Elaborado: La autora

1.5.1. Proyección de Ingresos.

De esta manera en la siguiente tabla se refleja los ingresos económicos que percibirá la nueva empresa dentro de los primeros cinco años.

Tabla 54 Proyección de ingresos

Productos	Cantid ad	Precio unitar io	Total año 1	Cantid ad	Precio unitar io	Total año 2	Cantid ad	Precio unitar io	Total año 3
Habitaciones matrimoniales	1.014	\$ 18,00	\$ 18.247,68	1024	\$ 18,02	\$ 18.458,25	1035	\$ 18,04	\$ 18.669,24
Habitaciones familiares	3.041	\$ 15,00	\$ 45.619,20	3073	\$ 15,02	\$ 46.155,86	3105	\$ 15,04	\$ 46.693,79
Alimentación (Opción 1 (puede elegir fritada, trucha, tilapia)	2.433	\$ 6,00	\$ 14.598,00	2458	\$ 6,01	\$ 14.772,58	2484	\$ 6,02	\$ 14.953,68
Alimentación opción 2(puede elegir caldo o secos de gallina)	1.622	\$ 4,00	\$ 6.488,00	1639	\$ 4,00	\$ 6.556,00	1656	\$ 4,00	\$ 6.624,00
Total, Proyección Ingresos			84.952,88			85.942,69			86.940,70

Productos	Cantidad	Precio unitario	Total año 4	Cantidad	Precio unitario	Total año 5
Habitaciones matrimoniales	1045	\$ 18,06	\$ 18.880,65	1056	\$ 18,08	\$ 19.092,48
Habitaciones familiares	3136	\$ 15,06	\$ 47.232,98	3168	\$ 15,08	\$ 47.773,44
Alimentación (Opción 1 (puede elegir fritada, trucha, tilapia)	2509	\$ 6,03	\$ 15.129,27	2534	\$ 6,04	\$ 15.305,36
Alimentación opción 2(puede elegir caldo o secos de gallina)	1673	\$ 4,00	\$ 6.692,00	1690	\$ 4,00	\$ 6.760,00
Total, Proyección Ingresos			87.934,90			88.931,28

Fuente: La Autora

Elaborado: La Autora

1.6. Punto de equilibrio

Para Itaú (2019) el punto de equilibrio tiene la siguiente definición:

La determinación del punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio, pues permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costos variables y los costos fijos (gastos). Esto implica que una empresa, en su punto de equilibrio, contará con un beneficio igual a cero, en donde no perderá dinero, pero tampoco lo ganará. El punto de equilibrio es una herramienta estratégica clave a la hora de determinar la solvencia de un negocio.

A continuación, se presenta el desglose del cálculo realizado para la obtención del punto de equilibrio

Punto de equilibrio en dólares

$$PE\$ = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

$$PE\$ = \frac{5.071,80}{1 - \frac{255,00}{84952,88}}$$

$$PE\$ = \frac{5.071,80}{0,996998336}$$

$$PE\$ = 5.087,07$$

En unidades

$$PEQ = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{PVQ - CVU}$$

$$PEQ = \frac{5.071,80}{10,75 - 8,45}$$

$$PEQ = \frac{5.071,80}{2,30}$$

$$PEQ = 2203$$

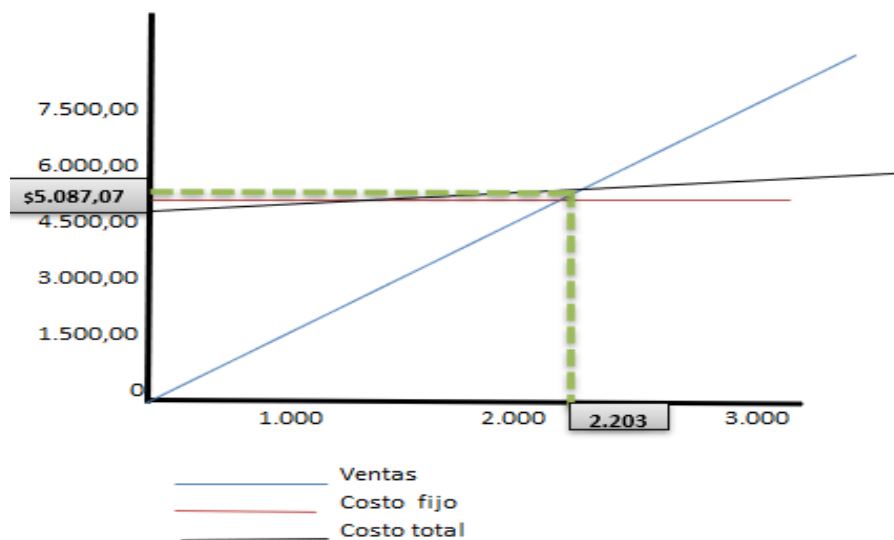
Punto de equilibrio en porcentaje

$$PE\% = \frac{PE.\$}{IT} \times 100$$

$$PEQ = \frac{5.087,07}{\$ 84.952,88} \times 100$$

$$PEQ = 6\%$$

Gráfico 24 Punto de equilibrio



Elaborado: La autora

Observación:

Se presenta un punto de equilibrio cuando se presente ingresos económicos por \$5.087,07 dólares americanos, por ende, se brindarán 2.203 servicios, dentro de la nueva hostería ecológica.

1.7.Estado de resultados.

Según Itaú (2019) el estado de resultados tiene la siguiente definición:

Un estado de resultados en un resumen que muestra de forma ordenada y detallada cómo se obtuvo el resultado del ejercicio. La información detallada en el Estado de Resultados entrega a los socios del negocio información precisa y eficaz, que permite identificar en qué sectores o partidas se debe trabajar para lograr una mayor eficiencia de los recursos.

La utilización de los estados de resultados permite convertir los datos obtenidos de la empresa y que estos sean información de utilidad para poder tomar decisiones tanto a corto como a largo plazo.

El estado de resultados proyectado, permitirá conocer si la organización en sus primeros años de funcionamiento presentará una utilidad o pérdida, valores que se refleja a continuación.

Tabla 55 Estado de resultados proyectado

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	\$ 84.952,88	\$ 85.942,69	\$ 86.940,70	\$ 87.934,90	\$ 88.931,28
(-)	Costo de ventas	\$ 34.254,60	\$ 34.295,69	\$ 34.336,92	\$ 34.378,16	\$ 34.419,42
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 50.698,28	\$ 51.647,00	\$ 52.603,78	\$ 53.556,74	\$ 54.511,86
(-)	Gasto de venta	\$ 2.300,00	\$ 2.302,80	\$ 2.305,56	\$ 2.308,32	\$ 2.311,08
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 48.398,28	\$ 49.344,20	\$ 50.298,22	\$ 51.248,42	\$ 52.200,78
(-)	Gastos Administrativos	\$ 18.429,12	\$ 18.451,32	\$ 18.473,52	\$ 18.495,72	\$ 18.517,92
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 29.969,16	\$ 30.892,88	\$ 31.824,70	\$ 32.752,70	\$ 33.682,86
(-)	Gastos Financieros	\$ 6.840,02	\$ 5.672,96	\$ 5.672,96	\$ 5.672,96	\$ 5.672,96
(+)	Otros Ingresos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 23.129,14	\$ 25.219,92	\$ 26.151,74	\$ 27.079,74	\$ 28.009,90
(-)	15% Participación trabajadores	\$ 3.469,37	\$ 3.782,99	\$ 3.922,76	\$ 4.061,96	\$ 4.201,49
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 19.659,77	\$ 21.436,93	\$ 22.228,98	\$ 23.017,78	\$ 23.808,42
(-)	Impuesto a la renta 25%	\$ 4.914,94	\$ 5.359,23	\$ 5.557,25	\$ 5.754,44	\$ 5.952,10
(=)	UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 14.744,83	\$ 16.077,70	\$ 16.671,74	\$ 17.263,33	\$ 17.856,31

Fuente: La autora

Observación.

La herramienta que se ha desarrollado de acuerdo a la normativa contable, permite conocer entonces, si el proyecto es o no viable. En la proyección realizada para 5 años, se observa que la utilidad del ejercicio para el primer año es de \$ 14.744,83, y para el último año proyectado se refleja un aumento dando un valor de utilidad de \$ 17.856,31, esto hace que la idea de negocio sea rentable para iniciar la puesta en marcha porque estos valores son razonables y sostenibles en el tiempo.

1.8.Flujo de caja.

Mediante el flujo de caja permitirá actualizar los valores, presentando como resultado el flujo neto generado, cifras que permite calcular los indicadores financieros a través del cual se puede conocer la factibilidad del proyecto.

Tabla 56 Flujo de caja

Opc.	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	INGRESOS OPERACIONALES	107.823,88	84.952,88	85.942,69	86.940,70	87.934,90	88.931,28
	Recursos propios	43.129,55	-	-	-	-	-
	Recursos terceros	64.694,33	-	-	-	-	-
	Ingresos de ventas	-	84.952,88	85.942,69	86.940,70	87.934,90	88.931,28
B	EGRESOS OPERACIONALES	107.823,88	54.983,72	55.049,81	55.116,00	55.182,20	55.248,42
	Terreno	60.000,00					
	Infraestructura	20.020,40	-	-	-	-	-
	Muebles y enseres	4.889,00	-	-	-	-	-
	Equipos de oficina	1.465,00	-	-	-	-	-
	Equipo de computación	1.750,00	-	-	-	-	-

	Equipos de menaje de cocina	671,00	-	-	-	-	-
	Equipo de línea blanca	7.350,00	-	-	-	-	-
	Equipos de audio y video	3.750,00					
	Inventarios	188,00	-	-	-	-	-
	Costos de constitución	1.903,00	-	-	-	-	-
	Capital de trabajo	5.837,48	-	-	-	-	-
	Costo del producto	-	10.144,68	10.156,85	10.169,04	10.181,24	10.193,46
	Mano de obra directa	-	21.049,92	21.075,12	21.100,44	21.125,76	21.151,08
	Costos Indirectos de fabricación	-	3.060,00	3.063,72	3.067,44	3.071,16	3.074,88
	Gastos Administrativos	-	18.429,12	18.451,32	18.473,52	18.495,72	18.517,92
	Gasto de Ventas	-	2.300,00	2.302,80	2.305,56	2.308,32	2.311,08
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)	-	29.969,16	30.892,88	31.824,70	32.752,70	33.682,86
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	-	-	-	-	-	-
	Créditos a contratarse a corto plazo	-	-	-	-	-	-
	Otros ingresos	-	-	-	-	-	-

E	EGRESOS NO OPERACIONALES	-	25.550,02	26.307,92	26.645,71	26.982,11	27.319,29
	Gastos financieros	-	6.840,02	5.672,96	4.373,99	2.928,21	1.319,02
	Pago de crédito a largo plazo	-	10.325,68	11.492,75	12.791,71	14.237,50	15.846,69
	Pago de participación de utilidades	-	3.469,37	3.782,99	3.922,76	4.061,96	4.201,49
	Pago de impuestos	-	4.914,94	5.359,23	5.557,25	5.754,44	5.952,10
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	-	(25.550,02)	(26.307,92)	(26.645,71)	(26.982,11)	(27.319,29)
G	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-	55.519,18	57.200,80	58.470,41	59.734,80	61.002,15
H	SALDO INICIAL DE CAJA	-	-	-	-	-	-
I	SALDO FINAL DE CAJA(G+H)	(107.823,88)	55.519,18	57.200,80	58.470,41	59.734,80	61.002,15

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

1.9.Evaluación Financiera

Ortiz & Soto González (2017) en su libro Manual de Gestión Financiera Empresarial definen a la evaluación financiera como:

Uno de los tipos de evaluación, juzga específicamente a los proyectos desde la perspectiva de generación de rentabilidad financiera lo cual resulta pertinente para la determinación de lo que se denomina “Capacidad Financiera del proyecto” y por supuesto, de la rentabilidad de los fondos propios invertidos en el mismo proporcionan elementos de juicio para tomar decisiones importantes y ellos se basan en información conocida y/o estimada del movimiento de los fondos del proyecto a lo largo del horizonte temporal. (p. 135)

El haber realizado todos los cálculos mediante las diferentes herramientas resumidas en las tablas anteriores, se obtuvo el estado de resultados, mismo que es un fundamento para la valoración de los criterios, pero para ello también es necesario apoyarse de diferentes indicadores variables que determinarán la solvencia que tendrá el proyecto.

1.9.1. Indicadores

1.9.1.1.Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Para el cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento, se toma en cuenta los factores que afecta en el desarrollo del proyecto, cálculo que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 57 Cálculo de TMAR

	Calculo Tmar	% Participación	Tasa de Rentabilidad	Promedio Ponderado
Fondos propios	43.129,55	40%	10%	4,00%
Fondos Terceros BCO	64.694,33	60%	11,00%	6,60%
			TMAR	10,60%

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

1.9.1.2. Valor Actual Neto (VAN)

Para los autores Ortiz & Soto González (2017) el VAN es:

Es un indicador de evaluación desde una perspectiva costo beneficio puesto que muestra el resultado de la riqueza excedente que genera un proyecto luego de haber solventado todos sus costos y la rentabilidad esperada en un determinado horizonte de tiempo. (p.139)

Esto quiere decir que el VAN trae a valor presente los flujos de caja proyectados, pues es la diferencia entre el dinero que entra a la empresa y la cantidad que se invierte en un mismo producto, a esto se le incluye la suma de los flujos netos de efectivo a la que se le aplica la tasa de descuento y permitirá saber si la empresa va a ganar o a perder, la ganancia trayendo los valores al presente.

Previamente para el cálculo del VAN, se ha tenido que calcular la Tasa mínima aceptable de rendimiento que es la tasa de referencia para los inversionistas porque la tasa de los bancos no se puede tomar como referencia porque es menor a la inflación, y eso no daría ganancia. Este valor será el que el inversionista está dispuesto a recibir por el valor el proyecto planteado.

Al obtener un valor actual neto (VAN), positivo en valor en dólares que corresponde a \$109.137,48 misma que permite conocer la factibilidad del proyecto, cifras que se refleja en la siguiente tabla.

A continuación, se describe el procedimiento realizado para el cálculo del VAN:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Ft}{(1+k)^t} - I_0$$

$$VAN = \frac{FINE\ 1}{(1+i)} + \frac{FINE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FINE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FINE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FINE\ 5}{(1+i)^5} - Inv.In.$$

Tabla 58 Valor Actual Neto (VAN)

AÑOS	FNC	(1+i) ^n	VALOR ACTUAL
0	-107.823,88		-107.823,88
1	55.519,18	1,11	50.198,17
2	57.200,80	1,22	46.761,87
3	58.470,41	1,35	43.218,61
4	59.734,80	1,50	39.921,51
5	61.002,15	1,65	36.861,21
TOTAL			109.137,48

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

1.9.1.3.Tasa Interna de Retorno

Es la tasa porcentual de un proyecto de inversión. Como criterio de evaluación, la TIR está directamente relacionada con el Valor Actual Neto, debido a que equivale a la tasa de descuento cuando este VAN es igual a cero. (Ortiz & Soto, 2017).

La Tasa Interna de Retorno, se calcula en relación a los flujos netos generados, la cual hace que el Valor Actual Neto (VAN), sea igual a cero, por lo cual se emplea la siguiente fórmula.

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Tabla 59 Tasa Interna de Retorno

TIR =	44,93%
TASA DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL NETO (VAN)
0,0%	184.103,47
5,0%	144.384,03
10,0%	112.528,39
20,0%	65.324,61
30,0%	32.688,03
44,93%	0,00
50,00%	-8.231,28
60,00%	-21.572,90
70,00%	-32.023,28
80,00%	-40.380,84
91,89%	-48.329,65
100,0%	-52.815,55

Elaborado por: La autora

1.9.1.4. Beneficio Costo

Este indicador es un cociente que permite medir la relación entre costo y beneficio comparando los beneficios y los costos y así poder determinar cuál es la viabilidad del proyecto. Se ha realizado mediante la división entre el Valor Actual de los ingresos netos (VAI) con el Valor Actual de los Costos de Inversión (VAC) de este proyecto.

El beneficio costo permite conocer la factibilidad del proyecto, mismo que tiene que ser mayor a 1, de esta manera se toma en cuenta a los ingresos del proyecto y egresos, cifras que se aprecia en la siguiente tabla.

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

Tabla 60 Beneficio costo.

AÑOS	FNC	(1+i) ^n	VALOR ACTUAL
0	-107.823,88	-	-107.823,88
1	55.519,18	1,11	50.198,17
2	57.200,80	1,22	46.761,87
3	58.470,41	1,35	43.218,61
4	59.734,80	1,50	39.921,51
5	61.002,15	1,65	36.861,21
TOTAL			109.137,48

BENEFICIO COSTO	2,01
------------------------	-------------

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

1.9.1.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

A través del cálculo del periodo de recuperación, se conoce que la inversión se recupera en el segundo año, valores que se refleja en la siguiente tabla.

$$\text{Payback} = \frac{I_0}{F}$$

I₀ es la inversión inicial del proyecto

F es el valor de los flujos de caja

Tabla 61 Periodo de recuperación

Año	Flujo de Efectivo	Periodo de recuperación
0		-107.823,88
1	55.519,18	-52.304,70
2	57.200,80	4.896,10
3	58.470,41	63.366,51
4	59.734,80	123.101,31
5	61.002,15	184.103,47

Fuente: La autora

Elaborado por: La autora

CONCLUSIONES

- Mediante la aplicación de las encuestas se pudo conocer que existe un alto nivel de aceptación para la ejecución del plan de negocios en el sector de Tulipe, siendo un lugar ecológico que brinde a los visitantes altos estándares de calidad, el mismo que genera interés en el público objetivo.
- Gracias al aprendizaje adquirido durante los años de estudio y la investigación realizada sobre el servicio, se realizó los flujogramas que están enfocados en optimizar tiempo y recursos brindando calidad en el servicio.
- Conocer sobre las leyes y requisitos necesarios para poner en marcha el proyecto ha permitido plasmar valores que incurren en los gastos para la conformación de la empresa con la finalidad de hacer realidad esta idea de negocio.
- Por medio de las diferentes herramientas financieras, se determinó que la TIR para este proyecto es mayor que la TMAR lo que hace que este proyecto sea viable para poder invertir en el sitio en el que se realizó el estudio.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que una vez que se ejecute el plan de negocios se analice la factibilidad de realizar un Plan de Marketing con mucha profundidad para que se pueda introducir con mucha notoriedad la marca en el sector de Tulipe.
- El plan de negocios en base al estudio que se realizó nos indica que es factible, por tal motivo, se sugiere iniciar el negocio tal como se ha planificado en el proyecto, puesto que además de ser rentable y viable, tiene una gran responsabilidad social y empresarial porque es un negocio ecológico que llama mucho la atención de los turistas, ya que en su mayoría buscan descansar y estar en contacto directo con la naturaleza.
- A futuro sería recomendable implementar un área de spa con tratamientos naturales y novedosos ya que la idea de este negocio no es solo ofrecer hospeda sino servicios complementarios, sino que conforme pasen los años se pueda agregar variedad de actividades.
- Se necesita que una vez que inicie el proyecto el gerente esté en constante indagación sobre leyes y/o normas actualizadas, ya que son factores externos además que es necesario saber para el buen ejercicio de la actividad empresariales.

REFERENCIAS

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2020). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/documentos-vigentes/>
- Angrisani Barrionuevo, R. (2016). *Gestión Organizacional*. Madrid: A & L.
- Banco Central del Ecuador. (2020). Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1359-la-economia-ecuatoriana-crecio-01-en-2019>
- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR. (Julio de 2020). *Tasas Vigentes*. Obtenido de documentos/Estadísticas/SectorMonFinTasasInteres: <https://contenido.bce.fin.ec>
- Beltrán, J. (Julio de 2018). *Indicadores de Gestión*. (3. Editores, Ed.) Obtenido de https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/manual_indicadores.pdf
- Bojanic, A. (2015). *La quinua, cultivo milenario para contribuir a la seguridad alimentaria*. Bolivia: Proinpa.
- Bomberos, E. M. (2020).
- Brealey, R. (2015). *Principios de Finanzas Corporativas* (Novena ed.). México, México: McGraw Hill.
- Carvajal, G., & Valls, W. (2017). *Gestión por procesos, un principio de la gestión de calidad*. (M. abierto, Ed.) Obtenido de https://issuu.com/marabiertoaleam/docs/gestion_por_procesos
- Chiavenato, I. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. México: Mc Graw Hill. Obtenido de https://www.academia.edu/29724210/Chiavenato_Administracion_de_Recursos_Humanos_subrayado
- Fajardo Ortiz, M., & Soto González, C. (2017). *Gestión Financiera Empresarial*. Machala, Ecuador: Uthmach. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12487/1/GestionFinancieraEmpresarial.pdf>
- Hernández, R., & Fernández, C. (2016). *Metodología de la Investigación* (Séptima ed.). Buenos Aires, Argentina: McGraw Hill.
- INEC. (Diciembre de 2019). *Boletín técnico_12-2019-IPC.pdf*. Obtenido de documentos/web-inec/Inflacion/2019/Diciembre-2019: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador 2010, con proyección al. (2020). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Itaú, E. (2019). *Manual de Gestión Financiera*. Obtenido de https://s2.q4cdn.com/476556808/files/doc_downloads/spanish/sustentabilidad/2019/08/Manual-gestion-financiera.pdf
- Juárez, F. (2018). *Principios de marketing* (Primera ed.). Bogotá: Universidad del Rosario.

- Ley de Compañías*. (28 de febrero de 2020). Obtenido de Sección VIII Ley de Compañías, sección innumerada de las S.A.S. Registro Oficial N°. 151:
<https://www.registroficial.gob.ec/index.php/registro-oficial-web/publicaciones/suplementos/item/12640-suplemento-al-registro-oficial-no-151>
- López Lemos, P. (2016). *Herramientas para la mejora de la calidad*. Madrid, España: FC Editorial. Fundación Confemetal.
- Malhotra, N. (2015). *Investigación de mercados*. Galicia, España: Pearson.
- Ordenanza Municipal N°. 04-CSMB*. (2019).
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]*. (2015). Obtenido de Aprovechamiento de los cultivos prehispánicos:
<http://www.fao.org/quinoa/es/>
- PDyOT. (2020). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón San Miguel de los Bancos. Pichincha.
- Peña, E., & de la Torre, F. (2016). *Fundamentos de dirección de producción y operaciones* (210-215 ed.). Madrid, España: Centro de Estudios Financieros CEF.
- Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva* (Segunda ed.). Ciudad de México, México: Patria.
- Ramírez, C., & Ramírez, M. (2016). *Fundamentos de Administración* (Cuarta ed.). Colombia: ECOE.
- Reglamento de buenas prácticas de alimentos procesados del Ecuador*. (2019). Obtenido de
<http://www.epmrq.gob.ec/images/lotaip/leyes/rbpm.pdf>
- Revista Gestión Digital. (Abril de 2020). Obtenido de
<https://www.revistagestion.ec/index.php/economia-y-finanzas-analisis/la-manufactura-una-tabla-de-salvacion-en-medio-de-la-crisis>
- Revista Primicias. (2020). Obtenido de <https://www.primicias.ec/politica/>
- Sapag, N. (2015). *Proyectos de Inversión, formulación y evaluación*. (Tercera ed.). Chile: Pearson.
- Servicio de Rentas Internas*. (2020). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/home>
- Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. (2020). Obtenido de
<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/patentes-2/>
- Superintendencia de Compañías, valores y seguros*. (2020). Obtenido de
<https://portal.supercias.gob.ec/images/SAS.pdf>

ANEXOS

- **Anexo 1. Encuesta**



A continuación, encontrará algunas preguntas destinadas a conocer su opinión sobre alojarse en una hostería ecológica en Tulipe.

Sírvase contestar cada una de las preguntas con la mayor sinceridad posible de acuerdo a su criterio. Los datos recolectados serán utilizados con fines académicos. Gracias

1. Datos generales

a) Género

Femenino ☐

Masculino ☐

b). Edad

18 - 25 años ☐

26 - 33 años ☐

34 - 51 años ☐

Más de 52 años ☐

c) Nivel de ingresos

Sueldo básico ☐

De \$500 - \$1.000 ☐

De \$1.001 a \$1.500 ☐

Más de \$1.500 ☐

2. ¿Cuántas veces al año viaja por turismo dentro del Cantón Quito?

1 veces al año ☐

2 veces al año ☐

4 veces al año ☐

Ninguna ☐

3. ¿Alguna vez usted ha visitado la Parroquia de Nanegalito? Si su respuesta es positiva continúe con la encuesta (caso contrario le agradece por su tiempo).

Si ☐

No ☐

4. ¿Qué destinos turísticos de la Parroquia de Nanegalito ha visitado?

Museo arqueológico ☐

Ruta del café ☐

Pesca deportiva ☐

Ninguno ☐

Otros ☐

5. ¿Le gustaría conocer los lugares turísticos de Tulipe?

Si ☐

No ☐

6. ¿Quisiera hospedarse al menos una noche y/o o ir a un restaurante para comer en Tulipe?

Si ☐

No ☐

7. ¿En qué tipo de alojamiento prefiere pernoctar?

Hotel ☐

Hostal ☐

Hostería ☐

No me gustaría pernoctar en Tulipe ☐

8. En promedio ¿Cuántas noches pernocta en los destinos turísticos visitados?

Una noche ☐

De 2 a 4 noches ☐

Más de 4 noches ☐

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedaje, por persona en Tulipe?

Entre 10-20 dólares ☐

Entre 21 - 30 dólares ☐

Entre 31 - 40 dólares ☐

Más de 50 dólares ☐

10. ¿Qué características le gustaría encontrar en la hostería que se va a hospedar?

Comoda ☐

Presentar todos los servicios basicos ☐

Servicio gentil ☐

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por alimentación en un restaurante en Tulipe?

Opción 1 (puede elegir fritada, trucha, tilapia) \$8,00

Opción 2 (puede elegir caldo o secos de gallina) \$6,00

12. ¿A través de que medios de comunicación le gustaría que se informe sobre la hostería ecológica y sus promociones?

Redes sociales

☐

Página web

☐

Publicidad tradicional (hojas volantes, vallas publicitarias, radio)

☐

- **Anexo 2. Tasas de interés pasiva efectiva referencial por plazo julio 2020 Ecuador.**

contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indexe.htm

Tasas de Interés			
Julio - 2020			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.08	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.50	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.46	Productivo PYMES	11.83
Productivo Agrícola y Ganadero**	8.34	Productivo Agrícola y Ganadero**	8.53
Comercial Ordinario	9.24	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	9.12	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.65	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	10.84	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.57	Consumo Ordinario	17.30
Consumo Prioritario	16.78	Consumo Prioritario	17.30
Educativo	9.38	Educativo	9.50
		Vivienda de Interés Social ³	4.99
Inmobiliario	9.97	Inmobiliario	11.33
Microcrédito Agrícola y Ganadero**	18.87	Microcrédito Agrícola y Ganadero**	20.97
Microcrédito Minorista ^{1*}	26.00	Microcrédito Minorista ^{1*}	28.50
Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*}	23.51	Microcrédito de Acumulación Simple ^{1*}	25.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*}	20.90	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{1*}	23.50
Microcrédito Minorista ^{2*}	23.23	Microcrédito Minorista ^{2*}	30.50
Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*}	21.73	Microcrédito de Acumulación Simple ^{2*}	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*}	20.13	Microcrédito de Acumulación Ampliada ^{2*}	25.50
Inversión Pública	7.35	Inversión Pública	9.33
1. Las tasas de interés para los segmentos Microcrédito Minorista, Microcrédito de Acumulación Simple y Microcrédito de Acumulación Ampliada son aplicables para el sector financiero privado y de la economía popular y solidaria (cooperativas de ahorro y crédito del segmento 1 y mutualistas). 2. Las tasas de interés para los segmentos Microcrédito Minorista, Microcrédito de Acumulación Simple y Microcrédito de Acumulación Ampliada son aplicables para el sector de la economía popular y solidaria (cooperativas de ahorro y crédito del segmento 2, 3, 4 y 5). 3. De acuerdo a la Resolución 555-2019-F de 23 de diciembre de 2019, de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. *Resolución 437-2018-F de 26 de enero de 2018 de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera. ** Conforme Resolución 496-2019-F de 28 de febrero de 2019, la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera crea los segmentos de la cartera Productiva Agrícola y Ganadero, y, Microcrédito Agrícola y Ganadero, aplicable para todo el Sistema Financiero Nacional.			
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	6.24	Depósitos de Ahorro	1.12
Depósitos monetarios	0.92	Depósitos de Tarjetahabientes	1.03
Operaciones de Reporto	1.50		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.98	Plazo 121-180	6.13
Plazo 61-90	5.89	Plazo 181-360	7.01
Plazo 91-120	6.24	Plazo 361 y más	8.33
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (según regulación No. 133-2015-M)			