

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de
Empresas Hoteleras

**Propuesta de plan de negocio para la creación de establecimiento de
alojamiento sostenible en el cantón Puerto Quito de la provincia de Pichincha**

Autor:

Gary William Quiroz Castro

Director:

MBA. Marcelo Nieto,

Quito, Ecuador.

Noviembre 2019



BIBLIOTECA "DAVID CASTRO M"

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: Gary William Quiroz Castro con C.I. 1726757568, de la carrera de Administración Hotelera, declaro en forma libre y voluntaria que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación denominado: "Propuesta de plan de negocio para la creación de establecimiento de alojamiento sostenible en el cantón Puerto Quito de la provincia de Pichincha". Así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de exclusiva responsabilidad de mi persona como autor(a).

1.-Declaro igualmente, tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de conformidad con **el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT**, en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.-Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la UNIB.E, el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Quito, DM., a los 27 del mes de Enero de 2020

Gary Quiroz

1726757568



CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Diana Constante

Directora de la Escuela de Administración de Empresas Hoteleras

Presente. -

Yo, Marcelo Nieto Reyes, director del Trabajo de Titulación realizado por Gary William Quiroz Castro, estudiante de la carrera de Administración Hotelera, informo haber revisado el presente documento titulado “Propuesta de plan de negocio para la creación de establecimiento de alojamiento sostenible en el cantón Puerto Quito de la provincia de Pichincha”, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito, y el Manual de Estilo Institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,



MBA. Marcelo Nieto Reyes

Director del Trabajo de Titulación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

1. Yo, Gary William Quiroz Castro declaro, en forma libre y voluntaria, que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación denominado: “Propuesta de plan de negocio para la creación de establecimiento de alojamiento sostenible en el cantón Puerto Quito de la provincia de Pichincha”, previa a la obtención del título profesional de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras, en la Dirección de la Escuela de Hotelería. Así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor/a.
2. Declaro, igualmente, tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de conformidad con el **artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT**, en formato digital una copia del referido Trabajo de Titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, respetando los derechos de autor.
3. Autorizo, finalmente, a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la UNIB.E (Repositorio Institucional), el referido Trabajo de Titulación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Quito, DM., a los 18 días del mes de noviembre del 2019



Gary William Quiroz Castro

CI: 1726757568

ÍNDICE

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	I
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	II
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Introducción.....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	3
1.3 Justificación.....	5
1.4 Objetivos	8
1.4.1 Objetivo General.....	8
1.4.2 Objetivos Específicos.....	8
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	9
2.1 Antecedentes	9
2.2 Bases teóricas.....	11
2.2.1. Descripción de la zona de estudio	11
2.2.2. Turismo en Puerto Quito.....	12
2.2.3. Alojamiento	12
2.2.4. Tipo De Establecimientos Hoteleros	13
2.2.5. Infraestructura Ecológica	15
2.2.6 Plan de Negocios.....	16
2.2.7 5 Fuerzas de Porter	17
2.2.8. Misión, visión, valores empresariales.....	17
2.2.9. Análisis FODA	18
2.2.10. BMC (Business Model Canvas)	20
CAPITULO 3: METODOLOGÍA.....	23
3.1. Naturaleza de la Investigación	23
3.2. Diseño de investigación	26
3.3. Población y Muestra.....	27
3.3.1. Población.....	27
3.3.2. Muestra.....	30
3.4 Operacionalización de variables.....	32
3.4.1 Variable	32
3.5 Técnica e instrumentos de recolección de datos	33

3.6	Procesamiento de datos.....	35
3.7	Validez y confiabilidad.....	36
CAPITULO 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		38
4.1.	Estudio de Mercado	38
4.1.1.	Análisis de resultados del estudio.....	38
4.1.2	Segmentación de mercado	51
4.1.3	Mercado meta.....	52
4.1.4	Análisis de la Demanda	52
4.2	Plan Administrativo.....	55
4.2.1	Análisis del modelo de negocios.....	55
4.2.2	Nombre o razón social	57
4.2.3	Organigrama.....	58
4.2.4	Descripción del puesto de trabajo.....	58
4.2.5	Misión	60
4.2.6	Visión.....	60
4.2.7	Conclusión FODA	60
4.3	Plan de Marketing	61
4.3.4	Objetivos de comercialización.....	61
4.3.5	Conclusión estudio de la oferta.....	61
4.3.6	Conclusión Mix de Marketing.....	62
4.4	Plan Técnico Legal.....	63
4.4.1	Permisos legales	63
4.4.2	Determinación de la capacidad instalada del negocio.....	64
4.4.3	Diseño de las instalaciones.....	65
4.4.4	Construcción e infraestructura	67
4.4.5	Hoteles Ecológicos	69
4.4.6	Certificaciones para hoteles ecológicos	71
4.5	Resumen Plan Financiero	74
4.5.2	Estado de Resultados.....	74
4.5.3	Flujo de Fondos	75
4.5.4	Balance General	76
CAPITULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		77

5.1 Conclusiones.....	77
5.2 Recomendaciones.....	78
GLOSARIO	80
BIBLIOGRAFÍA	82
Fuentes impresas:	82
Fuentes de internet:	84
ANEXOS	87

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fuente: Fascículo Provincial, Estructura de la Población, INEC (2010).....	30
Tabla 2.Operacionalización de variables. Fuente: G. Quiroz, 2019	32
Tabla 3. Resultados obtenidos de edad (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	38
Tabla 4. Resultados obtenidos ingresos mensuales (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	39
Tabla 5. Resultados obtenidos con qué frecuencia sale de vacaciones (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	41
Tabla 6. Resultados obtenidos de los destinos para vacacionar (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	42
Tabla 7. Resultados obtenidos vacaciones en el noroccidente de Pichincha (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	42
Tabla 8. Resultados obtenidos de preferencias al vacacionar al Noroccidente de Pichincha (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	43
Tabla 9Le gustaría volver a repetir la experiencia (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	44
Tabla 10. Estaría dispuesto a realizar actividades de turismo ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	45
Tabla 11. Estaría dispuesto a hospedarse en un hostel ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	45
Tabla 12. Utilizar materiales y objetos reciclables o reutilizables y reduzca la cantidad de residuos (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	46
Tabla 13. Uso eficaz de la energía y el agua (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	47
Tabla 14. Utilización de energías renovables, privilegiando la solar por sobre las demás (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	48
Tabla 15. Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	49
Tabla 16. Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	50
Tabla 17 Segmentación de mercado. Fuente: G. Quiroz 2019.....	51
Tabla 18 Demanda Potencial. Fuente: G. Quiroz 2019	52
Tabla 19 Demanda Potencial. Fuente: G. Quiroz 2019	55
Tabla 20 Distribución de habitaciones. Fuente: G. Quiroz (2019).....	65
Tabla 21 Presupuesto según Ingeniero Sergio Espinoza. Fuente: S. Espinoza y G. Quiroz (2019).....	68
Tabla 22 Estado de Resultados. Fuente: G. Quiroz 2019	74
Tabla 23 Flujo de Fondos. Fuente: G. Quiroz 2019.....	75
Tabla 24 Rentabilidad. Fuente: G. Quiroz 2019	75
Tabla 25 Balance General. Fuente: G. Quiroz 2019	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. 5 Fuerzas de Porter. Fuente Porter 1979	17
Gráfico 2. Cantidad de turistas que llegan a Puerto Quito. Fuente: GAD P. Q., 2015.....	28
Gráfico 3. Ciudades las cuales visitan Puerto Quito. Fuente: GAD P. Q., 2015	29
Gráfico 4. Producto turístico con más actividad en Puerto Quito. Fuente: GAD P. Q., 2015	30
Gráfico 5. Representación gráfica de los resultados obtenidos de edad (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	39
Gráfico 6. Ingresos mensuales (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	40
Gráfico 7. Con que frecuencia sale de vacaciones (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	41
Gráfico 8. ¿Sus destinos para vacacionar son? (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	42
Gráfico 9. Ha vacacionado usted en el noroccidente de Pichincha(Quito). Fuente:G. Quiroz 2019.....	43
Gráfico 10. Al vacacionar al noroccidente de Pichincha usted prefiere. Fuente:G. Quiroz 2019	44
Gráfico 11. Le gustaría volver a repetir la experiencia (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	44
Gráfico 12. Está familiarizado con el turismo ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	45
Gráfico 13. Conoce que es un hostel ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	46
Gráfico 14. Utilizar materiales y objetos reciclables o reutilizables y reduzca la cantidad de residuos (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	47
Gráfico 15. Uso eficaz de la energía y el agua (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	48
Gráfico 16. Utilización de energías renovables, privilegiando la solar por sobre las demás (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	49
Gráfico 17. Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	50
Gráfico 18. Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	51

RESUMEN

La presente investigación se centró en proponer un plan de negocios para la creación de una hostería sostenible en el Cantón Puerto Quito, para ello en primer lugar se realizó un estudio de mercado y se aplicaron encuestas para determinar el perfil del turista y sus necesidades, posteriormente se elaboró un estudio técnico donde se determinó el tamaño de la empresa y los servicios a ofertar, se realizaron diagramas de flujo para cada una de las áreas de la hostería y además el perfil del personal que se contara en cada una de las áreas establecidas. Dentro del ámbito legal para el funcionamiento de la hostería se reconoció como unipersonal, debido a su tamaño y finalmente en el estudio financiero se demuestra la factibilidad y rentabilidad económica para la obtención de ingresos económicos. La investigación se realizó enmarcando en el paradigma positivista, bajo un enfoque cuantitativo y la investigación es de tipo no experimental y descriptiva, porque se orienta a caracterizar, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual de las variables, tal como son observadas por el investigador. Todo esto lleva a los resultados de los diferentes tipos de estudios donde se observa la factibilidad y viabilidad del plan de negocios para Puerto Quito ya que el estudio de mercado arrojó una gran aceptación a una nueva hostería y en el estudio técnico y legal se engloban los diferentes aspectos para los trámites correspondientes para la puesta en marcha y finalmente el estudio financiero dio un resultado favorable y rentable en la creación de la hostería. Se puede afirmar que la realización de un plan de negocios sirvió como guía para la futura creación de una hostería siendo una herramienta dicho plan de negocios que será de mucha utilidad con la finalidad de que se pueda realizar de la forma más apropiada y eficiente posible en este sentido se recomienda seguir todos los procesos y pasos para la elaboración de un plan de negocios y así demostrar la viabilidad de los diferentes tipos de estudios que ayudaran al desarrollo de alguien proyecto.

Palabras clave: plan de negocio, hostería, factibilidad, rentabilidad, viabilidad, proyecto.

ABSTRACT

The present research focused on proposing a business plan for the creation of a sustainable inn in the Canton Puerto Quito, for this, first of all a market study was carried out and evaluations were applied to determine the profile of the tourist and his needs, a technical study was subsequently developed where the size of the company and the services demanded were determined, flow charts were considered for each of the areas of the hotel and in addition to the importance of the personnel in each of the areas adapted to The client's requirements Within the legal scope for the operation of the inn, it is recognized as sole proprietorship, due to its size and finally in the financial study the feasibility and economic profitability for obtaining economic income is demonstrated. The research was carried out by framing the positivist paradigm, under a quantitative approach and the research is non-experimental and descriptive, because it aims to characterize, record, analyze and interpret the current nature of the variables, as observed by the researcher. . All this leads to the results of the different types of studies where the feasibility and viability of the business plan for Puerto Quito is observed since the market study gave a great acceptance to a new inn and the technical and legal study encompasses the different aspects for the corresponding procedures for the implementation and finally the financial study gave a favorable and profitable result in the creation of the inn. In conclusion, it can be said that the realization of a business plan served as a guide for the future creation of a hostel being a very useful tool with the determination that it can be done in the most appropriate and efficient way possible and in this sense It recommends to follow all the processes and steps for the elaboration of a business plan and thus demonstrate the viability of the different types of studies that help the development of someone's project.

Keywords: business plan, inn, feasibility, profitability, viability, project.

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

El presente capítulo tiene como objetivo servir de introducción al trabajo de titulación, donde en todo su desarrollo se expondrá la problemática, justificación y objetivos generales y específicos los cuales engloban los diferentes estudios a realizarse para desarrollar el presente trabajo sobre un plan de negocios.

1.1 Introducción

A partir de la última década del siglo XX, la actividad turística inició un extraordinario desarrollo a escala mundial. Cada vez más, las personas que viven en un lugar desean conocer costumbres y la cultura de otras zonas del mundo. Además, el aumento del poder adquisitivo de los ciudadanos hace que su interés pueda verse recompensado con viajes que llenan su tiempo de ocio. (Lexus, 2011).

El sector turístico en la actualidad es una de las principales fuentes de ingresos del Ecuador, debido a la gran demanda que existe en todo el territorio el cual, gracias a su ubicación territorial, los factores ambientales, la Cordillera de los Andes y las corrientes marinas de Humboldt y la del niño, hace que el Ecuador sea un país con gran biodiversidad, tomando en consideración la superficie de tan solo 256.370 km² (Castro, 2016).

Además según Castro (2016) la biodiversidad y la prodigiosa naturaleza en Galápagos, la Amazonía, los páramos, montañas y nevados de la Sierra, las playas de la Costa, se juntan en un rico patrimonio histórico en las ciudades, que en los casos de Quito y Cuenca tienen el reconocimiento de la Unesco. Pero hay condiciones

previas de infraestructura, desarrollo de servicios y proyectos turísticos que deben ser implementadas para que todo aquello sea aprovechable.

Todos estos destinos, Costa, Sierra Oriente y Galápagos, son las principales fuentes de ingresos en el turismo por lo que cuentan con una infraestructura hotelera y turística de elevados estándares y que se renueva de manera constante que permite las exigencias y expectativas de los turistas por lo que una hostería con un buen ambiente, con servicio de calidad y personal capacitado es una alternativa muy favorable (Krauchuk, 2017).

El termino hostería es empleado en Europa y parte de Estados Unidos, y en algunos países de Latinoamérica, se emplea el cual para definir a un tipo de hospedaje con características peculiares, pues mayormente se ubican fuera del área urbana, con decoraciones de interiores propias de la cultura, con la finalidad de que el turista experimente como el morador local. (Castro, 2016)

El Turismo puede ser un importante incentivo para el desarrollo local de un gran número de zonas rurales. En forma particular, en los últimos años se han venido promoviendo actividades turísticas que tienen como marco de realización el medio rural y que están dirigidas a segmentos de demanda muy específicos y bien definidos. Este tipo de Turismo viene impulsado por la valoración de los modos de vida tradicionales, la cada vez mayor conciencia ecológica y el contacto con la naturaleza (Grefa, 2017).

Debido a todo lo analizado anteriormente la elaboración de plan de negocios para la creación de establecimiento de alojamiento sostenible en el Cantón Puerto Quito de la provincia de Pichincha es considerado oportuno por su perfecta localización situada

cerca de lugares turísticos en el cual pueden tener contacto con la naturaleza que es el enfoque principal el cual tendrá la hostería.

Por tal motivo, todo este plan de negocios se llevará a cabo a través de un estudio de mercado, un estudio técnico y un estudio financiero permitirá determinar la factibilidad para la creación de la empresa e identificar los beneficios que conlleva la implementación de la misma ofreciendo servicio de hospedaje a personas extranjeras, pero principalmente a nacionales.

1.2 Planteamiento del problema

El Ecuador un país con una estructura productiva muy dependiente del sector primario, donde busca la necesidad de diversificar su matriz productiva y generar nuevos ingresos que mejoren su economía impulsando una serie de iniciativas en el sector turístico (Castillo, 2015)

Es así que el Ecuador se ha convertido en el destino turístico de mayor crecimiento en hoteles y establecimiento de alojamiento y el más popular en Sudamérica ocupando el tercer lugar superado únicamente en la lista por Australia y China convirtiéndose en el único país de América Latina que forma parte de esta importante lista mundial (Berbel, 2017).

Es así que el turismo ha sido identificado como una de las actividades con potencial para contribuir al desarrollo económico en la cual los gobiernos tienen capacidad para influir y tomar medidas en las áreas que afectan a esta actividad, a través de regulaciones, incentivos, promoción o mitigando los efectos externos negativos. Es

por ello, que los gobiernos están utilizando cada vez más esta actividad como vehículo para el desarrollo regional (Martínez, 2013).

En las últimas décadas el turismo se ha mostrado como una actividad con potencial para diversificar la estructura económica de los países frente a actividades económicas tradicionales. Entre enero y marzo de 2018 ingresaron al país USD 584,0 millones, por concepto de turismo, lo que representa un crecimiento del 46,3% frente a igual periodo de 2017. Solo en junio llegaron al país 218.470 personas que representa un aumento del 60,5% con relación al mismo mes de 2017. (MINTUR, 2018).

Un punto muy importante a tomar en cuenta en esta investigación es la creciente corriente turística que tiene como destino la naturaleza, que es la de mayor crecimiento a nivel mundial. Es así que actualmente no solo se habla de convertir al turismo en una actividad principal, sino que se hacen referencias al turismo ecológico, al turismo verde, al turismo naturaleza, al turismo de aventura y al ecoturismo. (López, 2018)

Una de las preferencias de los turistas quiteños es viajar a lugares naturales, cálidos, para tener contacto con la naturaleza y, más específicamente, al noroccidente de Pichincha, hacia el cantón Puerto Quito, ubicado a 143 kilómetros de Quito, donde predomina una población tranquila y acogedora.

El noroccidente de Pichincha es una zona dedicada a la agricultura, ganadería y turismo ecológico, rodeada de diversos ríos y riachuelos que son un imán para los bañistas y se convierten en un gran atractivo para los visitantes nacionales y extranjeros, quienes además disfrutan de actividades relacionadas con el agroturismo,

aventura y deportes extremos o si ellos prefieren, descansar en los balnearios junto a los ríos Caoní y Silanche (GAD Puerto Quito, 2015).

Las opciones de hospedaje en el noroccidente de Pichincha son hosterías y hoteles muy tradicionales. En este punto se encuentran muy pocas hosterías con cabañas y bungalows ecológicos, que busquen brindar hospedaje con la posibilidad de sumergirse en la riqueza de la naturaleza.

La implementación de una hostería ecológica es una excelente alternativa para los turistas que desean visitar el noroccidente de Pichincha y específicamente, el Cantón Puerto Quito, con la finalidad de disfrutar de un acercamiento con la naturaleza junto con un servicio de calidad.

Acorde a lo planteado, se propone crear un alojamiento con conciencia medioambiental en la zona de Puerto Quito que respete el ecosistema y mantenga las características de conservación solicitadas con la demanda existente.

De acuerdo a lo antes expuesto, se presenta a continuación la formulación de la siguiente pregunta:

¿Cuál es la factibilidad y elementos que se deben considerar para la creación de un establecimiento de alojamiento sostenible en Puerto Quito?

1.3. Justificación

Este análisis para crear una hostería en el Cantón Puerto Quito surge de la necesidad de ofrecer un servicio diferente, con productos de calidad y a partir de ello determinar la factibilidad de implementación de un establecimiento de alojamiento en el Cantón

Puerto Quito, ya que en los últimos años el turismo en el Ecuador se ha ido constituyendo en una de las fuentes de ingresos más importantes dentro de la economía nacional.

Esta investigación tendrá un impacto positivo a nivel económico y social en el cantón Puerto Quito: porque se incrementarán las plazas de empleo para sus habitantes; y en lo social, porque revitalizará la zona, mediante la realización de actividades culturales por la noche, que permitirán recuperar costumbres y tradiciones.

El cantón cuenta con recursos necesarios y con un paisaje natural que llama la atención de los visitantes, siendo un lugar apto para la creación de un tipo de establecimiento de alojamiento, motivando a la población a conocer los recursos naturales que posee, siendo la comunidad local el principal beneficiado económicamente, además de permitir a nuevas generaciones valorar y disfrutar de todo lo que puede ofrecer el Cantón.

Es entonces viable y factible esta investigación para analizarla junto con los elementos que se deben considerar para la creación de un establecimiento de alojamiento sostenible en Puerto Quito, ya que la propuesta podrá ser utilizada con el fin de que el sector turístico pueda acceder a las políticas y beneficios que ofrece el estado como los créditos, formación y asesoría técnica, la cual generará competitividad y ofrecerá mejores oportunidades de desarrollo, ayudando de esta manera a la transformación de la matriz productiva del Cantón.

El impacto de la nueva hostería siendo ecológica principalmente será respetar y mantener el ecosistema, es decir se convertirá en destino de ecoturismo lo cual permite aprovechar de una manera consiente la flora, fauna y paisajes que la zona

puede ofrecer, siguiendo principios de sostenibilidad. El compromiso de la hostería es generar turismo con un bajo impacto en el medio ambiente y buscar generar ingresos y fuentes de empleo.

El aporte de la hostería en Puerto Quito está enfocada a un establecimiento que respete y cuide la naturaleza y el medio ambiente, que permita un turismo responsable que no permita dejar una huella en la naturaleza, además lo que busca la hostería es que los turistas tengan un lugar de relajación, pero con respeto medio ambiental y dar conciencia sobre los recursos que poco a poco se van agotando, tratar de disminuir la mala explotación que pongan en riesgo los diferentes lugares turísticos.

Los beneficios de este plan de negocios será que al implementar la hostería mejorara la calidad de vida de Puerto Quito ayudando económicamente al sector creando fuentes de empleo y también beneficiará al medio ambiente por el cuidado y la concientización que este ofrecerá, también los servicios, el hospedaje y lo complementario a la hostería se adaptaran y cuidaran el medio ambiente el cual rodeara.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Proponer un plan de negocios para la creación de una hostería sostenible en el Cantón Puerto Quito.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar el mercado potencial y el grado de aceptación para una nueva Hostería en el Noroccidente de Pichincha.
- Analizar la viabilidad técnica y legal de una hostería sustentable en el Cantón Puerto Quito.
- Determinar el peso económico y financiero que conlleva a la creación de un establecimiento de alojamiento.
- Definir una Propuesta de valor diferencial para la creación de una hostería en el Cantón Puerto Quito.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Castro (2016). En su investigación: plan de negocio para la implementación de una hostería ubicada en la ciudad de Lambayeque en donde fue dirigido a las personas de Lambayeque, esta investigación está enfocada en la modalidad descriptiva que se apoya en un estudio de campo. Además, el propósito de esta investigación es principalmente la implementación de la hostería que brindará una propuesta diferente de alojamiento que, a su vez, aportará al desarrollo socio económico de Lambayeque.

Por lo que se puede evidenciar en los resultados la viabilidad técnico operativa, viabilidad organizacional y viabilidad económica financiera. Contará con una inversión de S/ 491,732.91 financiado en un 45% de la inversión total, equivalente a S/ 221,279.81, obteniendo un VAN (E) de S/. 417, 111.24 y una TIR (E) de 44.08%, demostrando que el proyecto es rentable.

Esta investigación aporta elementos fundamentales y beneficiosos sobre la factibilidad de crear una hostería y la predisposición de los turistas para hospedarse en hosterías recién creadas.

Parra (2015). En su investigación: estudio de factibilidad para la implementación de la hostería “Skytrain Lodge” en la comunidad de Guñag, Cantón Alausí dirigida hacia la comunidad de Guñag que está enfocada a un estudio de campo cuantitativa y descriptiva con el propósito de motivar la experiencia del turismo comunitario a través de instalaciones llamativas e innovadoras, ya que se ha habilitado vagones de tren para convertirse en habitaciones en medio de un entorno natural que evoca a la

relajación y que a su vez se convierte en una base económica para el desarrollo rural de los habitantes a través de la generación de ingresos y fuentes de trabajo.

El aporte de esta investigación ayudará con elementos importantes que permitirá el cumplimiento de los objetivos planteados para proporcionar un producto acorde a los requerimientos del mercado actual para satisfacer la demanda.

Ordoñez (2014). En su investigación: estudio de factibilidad para la implementación de cabañas ecológicas en el sector El Tablón De La Comunidad Releche, Parroquia La Candelaria, Cantón Penipe, Provincia De Chimborazo que realizó mediante trabajo de campo e información primaria y secundaria; se ejecutó el estudio de mercado y mediante encuestas se determinó el perfil de los turistas y sus necesidades donde estuvo enfocada a los turistas que visitan la Reserva de Producción Faunística Chimborazo y el Parque Nacional Sanga.

Tuvo como propósito determinar el perfil de los turistas y sus necesidades para el servicio de hospedaje y su capacidad para poder atenderlos de mejor manera y con calidad total es así que se puede evidenciar en los resultados se pudo determinar la inversión total del proyecto de \$ 240581,11 se calcularon los siguientes procesos: costos e ingresos, estado proforma de resultados, balance general, flujo de caja y el punto de equilibrio. En la evaluación financiera se calculó el VAN: 65830,52 dólares, la relación B/C: 1,80 dólares, el PRC: 3 años 8 meses y el TIR: 19,36%. Se concluye que el proyecto es comercial, técnico, ambiental, social y económica.

Es así que el aporte de esta investigación ayudó con elementos importantes como flujogramas por procesos, además cálculos de los costos y gastos del mobiliario, equipos y materia prima necesarios para la operación turística; el aspecto legal del

proyecto se encuentra sustentado por las leyes ecuatorianas vigentes relacionadas con el sector turístico.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Descripción de la zona de estudio

El GAD Municipal del Cantón Puerto Quito (2015) dice que el nombre de "Puerto Quito" se deriva de la asignación dada por el científico riobambeño Pedro Vicente Maldonado en una de sus incursiones en el año 1740 a esta zona, bautizada como "Puerto de Quito". Buscaba, así, establecer un camino corto entre la ciudad de Quito y el Océano Pacífico

También Puerto Quito, es una ciudad ecuatoriana; cabecera cantonal del Cantón Puerto Quito, de la Provincia de Pichincha, así como la urbe más pequeña y menos poblada de la misma. Se localiza a orillas del río Caoní, al noroccidente de la provincia, en los flancos externos de la cordillera occidental de los Andes, a una altitud de 135 msnm y con un clima lluvioso tropical de 25°C en promedio.

Es una zona climática lluviosa tropical, su temperatura habitual es de unos 18 a 33 °C en verano. En invierno normalmente hace más calor de 23 a 34 °C y a veces llega a los 38 °C. Su temperatura media es de 25,5 °C.

Situado en los flancos externos de la cordillera occidental de los Andes, a una altitud de 135 msnm, en la zona noroccidental del Ecuador, es una de las zonas con mayor pluviosidad del país. Tiene una gran riqueza hidrológica, ubicándose al final de la hoya del río Guayllabamba. El río Caoní pasa por el sur de la ciudad (GAD Puerto Quito, 2015).

En el censo de 2010 tenía una población de 3.080 habitantes. Sus orígenes datan de mediados del siglo XX, debido a su ubicación geográfica, que enlaza a Quito, con la Provincia de Esmeraldas. Las actividades principales de la ciudad son el comercio, la ganadería, el turismo y la agricultura.

2.2.2. Turismo en Puerto Quito

El turismo es una de las industrias más vitales de Puerto Quito y, en los últimos años, está en constante cambio. El cantón se encuentra con una creciente reputación como destino turístico por su ubicación en plena selva del Chocó biogeográfico. A través de los años, Puerto Quito ha incrementado su oferta turística; actualmente, el índice turístico creció gracias a la campaña turística emprendida por el gobierno nacional, "All you need is Ecuador". El turismo de la ciudad se enfoca en su belleza natural y deportes de aventura. En cuanto al turismo ecológico, la urbe cuenta con la mayoría de los bosques y atractivos cercanos, que están bajo su jurisdicción.

El turismo de la ciudad se relaciona íntimamente con el resto del cantón; el principal atractivo del cantón es la naturaleza, dotada de una alta biodiversidad. En la zona se puede visitar las diferentes cascadas, hay variedades de artesanías hechas en balsa y de tagua hechas en otros lugares y revendidas en esta localidad. Actualmente en un proceso fundamentalmente económico, apuesta al turismo, reflejándose en los cambios en el entorno de la ciudad. (GAD Puerto Quito, 2015)

2.2.3. Alojamiento

La actividad turística de alojamiento consiste en dar el servicio de hospedaje a cambio de una remuneración económica tanto a clientes nacionales como internacionales

siempre y cuando su estadía no sea permanente (Reglamento de Alojamiento Turístico, 2015).

“Un establecimiento de alojamiento es aquella entidad que proporciona hospedaje a cambio de un precio, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios como alimentación, recreación, lavandería, entre otros. Cuando se menciona el concepto establecimiento de alojamiento, se está refiriendo a tantos tipos de hospedaje como servicios posea el establecimiento; su clasificación es compleja debido a la diversidad que puede presentarse en la industria” (Sepúlveda, 2012)

Según Sepúlveda en lo anteriormente dicho un establecimiento de alojamiento da hospedaje a cambio de representativo económico y este a su vez puede prestar varios servicios complementarios.

2.2.4. Tipo De Establecimientos Hoteleros

Los siguientes tipos de alojamiento que a continuación se especifican y su categorización están acorde a lo que el Reglamento de Alojamiento (2016) dice:

Categoría: Se considera a los requisitos técnicos diferenciadores de categorización, en un rango de una a cinco estrellas, que permite medir la infraestructura, cantidad y tipo de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes. Se considera a un establecimiento de cinco estrellas como el de más alta categoría y al de una estrella como de más baja categoría.

Categoría única: Se considera una excepción a los requisitos de categorización en la cual no se aplica el número de estrellas. Esta categoría se utilizará para refugio, casa de huéspedes y campamento turístico.

Clasificación de alojamiento turístico y nomenclatura. - Los establecimientos de alojamiento turístico se clasifican en:

Hotel.- Establecimiento de alojamiento con instalaciones para ofrecer servicio de hospedaje en habitaciones privadas y deben contar con cuarto de baño y aseo, además, cuenta con el servicio de alimentos y bebidas en un área definida como restaurante o cafetería, según su categoría, y que puede proporcionar otros servicios complementarios. Deberá contar con mínimo de 5 habitaciones.

El hotel apartamento: se deberá ofrecer de igual forma el servicio de hospedaje en apartamentos y cada apartamento debe tener como mínimo de lo siguiente: dormitorio, baño, sala de estar integrada con comedor y cocina equipada. Facilita la renta y ocupación de estancias largas.

b) Hostal.- Es un establecimiento de alojamiento que cuenta con instalaciones para el servicio de hospedaje en habitaciones privadas o compartidas y deben contar con cuarto de baño privado o compartido, según su categoría; además puede prestar el servicio de alimentos y bebidas para los huéspedes, y puede prestar servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

c) Hostería - Hacienda Turística - Lodge: Hostería.- Establecimiento de alojamiento para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño privado; debe prestar el servicio de alimentos y bebidas, prestando además servicios complementarios. Debe tener jardines, áreas verdes, zonas de recreación y estacionamiento. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

d) Hacienda turística.- Establecimiento de alojamiento para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones privadas con cuarto de baño privado o compartido según su categoría, deben estar dentro de paisajes naturales y áreas cerca de poblados. Su estructura puede tener valores patrimoniales, históricos, culturales con actividades en el campo como siembra, huerto, cabalgatas, vinculación con la comunidad del sector, etc.; debe permitir el contacto con la naturaleza, presta servicio de alimentos y bebidas. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones.

e) Lodge.- Establecimiento de alojamiento para ofrecer el servicio de hospedaje en habitaciones o cabañas privadas, con cuarto de baño privado o compartido según su categoría. Debe estar ubicado en entornos naturales en los cuales el paisaje se mantiene y se sienta en armonía con el ambiente. Es un punto de encuentro para excursiones, tales como observación de flora y fauna, culturas locales, caminatas por senderos, entre otros. Ofrece servicio de alimentos y bebidas y otros servicios complementarios. Deberá contar con un mínimo de 5 habitaciones. Todo lo anteriormente mencionado está estipulado por Reglamento de Alojamiento, 2016.

2.2.5. Infraestructura Ecológica

De acuerdo con el profesor Thomas Van Der Hammen (2017), son áreas identificadas cuya función es la de sostener la biodiversidad y los procesos ecológicos esenciales a través del territorio, brindando los servicios ambientales vitales y garantizando la integridad ecosistémica a escala local y regional. Si queremos construir verdaderos territorios de paz, los debemos hacer sostenibles.

Según la revista de la Federación de enseñanza de Andalucía (2015) dice: en el sector hotelero han surgido nuevas formas de explotación, los ecohoteles, con un propósito

fundamental: lograr que los huéspedes alojados puedan disfrutar al máximo de su estancia, a la vez que contribuyen a preservar la biodiversidad y a conservar, cuidar y proteger la naturaleza.

Un hotel ecológico es aquel que está plenamente integrado en el entorno, sin dañar al medio ambiente, contribuyendo de alguna forma al progreso y mejora de la comunidad local y al crecimiento sostenible de la industria turística. Debe existir, por tanto, en este tipo de establecimientos una unión plena entre el ser humano y la naturaleza, dejando de un lado las nuevas tecnologías.

Estos nuevos espacios tienen las mismas instalaciones y comodidades que un hotel convencional, pero no dejan de lado la conciencia social para apoyar al medio ambiente.

2.2.6 Plan de Negocios

El plan de negocios define las etapas de desarrollo de un plan un proyecto de empresa y es una guía que facilita la creación o el crecimiento de la misma. Es también una carta de presentación para posibles inversionistas o para obtener financiamiento. Además, reduce la curva de aprendizaje, minimiza el riesgo del inicio o crecimiento de una empresa, facilita el análisis de la viabilidad, factibilidad técnica y económica de un proyecto. Debe transmitir a los nuevos inversionistas, a los accionistas y a los financieros, los factores que harán de la empresa un éxito, la forma en la que recuperarán su inversión y en el caso de lograr expectativas de los socios, la fórmula para determinar la sociedad y cerrar la empresa. Flietman (2000).

2.2.7 5 Fuerzas de Porter

Las 5 fuerzas de Porter es el medio por el cual los negocios pueden maximizar los recursos y superar a la competencia, cualquiera que sea el giro de la empresa. Según Porter (1979), si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia, sino que además también te da acceso a un puesto importante dentro de una empresa y acercarte a conseguir todo lo que soñaste, se puede apreciar de mejor manera las 5 fuerzas en la siguiente figura.



Gráfico 1. 5 Fuerzas de Porter. Fuente Porter 1979

2.2.8. Misión, visión, valores empresariales

La visión según Porter (1979) debe estar enfocada en el futuro, lo que hace que una empresa se comience a describir a sí misma y sepa que es lo que quiere lograr. La definición de la misión debe contemplar todos los valores de la empresa.

Mientras que la misión es una de las cosas más importantes y por eso va en primer lugar, se debe saber cuál es la misión por medio de la razón de ser de la empresa. Esta debe ser a su vez independiente (Porter, 1979)

Para finalizar Porter propone cuáles son tus prioridades y cuáles son los puntos más importantes de tu empresa. En este punto, se debe resaltar lo que hace a la empresa única y destacarla por encima de las demás.

Tras haber definido estos tres conceptos es que puedes comenzar a formular una estrategia, según Porter. Tener estos puntos ya te da una ventaja competitiva en el mundo de los negocios, pues te permite dirigir esfuerzos y comenzar siempre con un fin en la mente

2.2.9. Análisis FODA

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Donde Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.

2.2.9.1. Fortalezas y debilidades

Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con atributos psicológicos y su evidencia de competencias. Otro aspecto identificado como una fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización, como un logro que brinda la organización y una situación favorable en el medio social (Thompson, 1998).

Por otra parte, una debilidad de una organización se define como un factor considerado vulnerable en cuanto a su organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, colocándola en una situación considerada débil (Thompson, 1998).

2.2.9.2. Oportunidades y amenazas

Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejora. También el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones (Thompson, 1998).

Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales. Las oportunidades y amenazas no sólo pueden influir en el atractivo del estado de una organización; ya que establecen la necesidad de emprender acciones de carácter estratégico (Thompson, 1998).

Lo importante de este análisis al evaluar y analizar las fortalezas y debilidades, las oportunidades y las amenazas es llegar a conclusiones y buena toma de decisiones dentro de una organización para tener una ventaja competitiva.

2.2.10. BMC (Business Model Canvas)

Es una plantilla de gestión estratégica para el desarrollo de nuevos modelos de negocio o documentar los ya existentes. Es un gráfico visual con elementos que describen propuesta de producto o de valor de la empresa, la infraestructura, los clientes y las finanzas. Ayuda a las empresas a alinear sus actividades mediante la ilustración de posibles compensaciones (Reiner, 2017)

- ✓ Segmento de clientes: El objetivo es agrupar a nuestros clientes con características homogéneas en segmentos definidos y describir sus necesidades, averiguar información geográfica y demográfica, gustos, etc. Después, nos ocuparemos de ubicar a los clientes actuales en los diferentes segmentos para finalmente tener alguna estadística y crecimiento potencial de cada grupo.
- ✓ Propuesta de Valor: El objetivo es de definir el valor creado para cada Segmento de clientes describiendo los productos y servicios que se ofrecen a cada uno. Para cada propuesta de valor hay que añadir el producto o servicio más importante y el nivel de servicio. Estas primeras dos partes son el núcleo del modelo de negocio
- ✓ Canales de Distribución: Para cada producto o servicio que hemos identificado en el paso anterior hay que definir el canal de su distribución adecuado,

añadiendo como información el radio de éxito del canal y la eficiencia de su costo.

- ✓ Relaciones con clientes: Aquí identificamos qué recursos utilizamos para mantenernos en contacto con nuestros clientes. Por lo general, si un producto o servicio tiene un costo alto entonces los clientes esperan tener una relación más cercana con nuestra empresa.
- ✓ Flujos de ingresos: Este paso tiene como objetivo identificar que aportación monetaria hace cada grupo, y además de donde vienen las entradas (ventas, comisiones, licencias, etc.). Así podremos tener una visión global de que grupos son más rentables y cuáles no. Aquí además de los beneficios económicos también habría que incluir si se obtienen otro tipo de beneficios sociales o medioambientales.
- ✓ Recursos claves: Después de haber trabajado con los clientes, tenemos que centrarnos en la empresa, para ello debemos utilizar los datos obtenidos anteriormente, seleccionamos la propuesta de valor más importante y la relacionamos con el segmento de clientes, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, y los flujos de ingreso para saber cuáles son los recursos clave que intervienen para que la empresa tenga la capacidad de entregar su oferta o propuesta de valor.
- ✓ Actividades claves: Utilizando la propuesta de valor más importante, los canales de distribución y las relaciones con los clientes, definimos las actividades necesarias para entregar nuestra oferta. Repetimos esta operación para cada propuesta de valor.

- ✓ Red de Asociados, Alianzas y Colaboradores: En este apartado describimos a nuestros proveedores, socios, y asociados con quienes trabajamos para que la empresa funcione.
- ✓ Costos económicos: Aquí especificamos los costos de la empresa empezando con el más alto (marketing, producción, salarios etc.). Luego relacionamos cada costo con los bloques definidos anteriormente, evitando generar demasiada complejidad. También se incluirán si existen los costos sociales y ambientales.

CAPITULO 3: METODOLOGÍA

El siguiente capítulo especifica la metodología empleada para llevar a cabo una correcta elaboración del plan de negocios, la cual va a ser empleada para obtener la información y datos que se necesitan para la oportunidad de negocio analizando el mercado, tanto la oferta como la demanda y que actividades se pretende ofrecer en la hostería. Además, se especificarán los elementos necesarios para desarrollar los objetivos planteados anteriormente.

3.1. Naturaleza de la Investigación

En referencia a lo anterior en esta investigación se enmarco en el paradigma positivista, el cual según Hernández, Fernández y Baptista (2014) que al pretender obtener un conocimiento relativo de las variables de estudio a partir de la percepción de la realidad observable empleando métodos, técnicas y teorías para obtener datos pertinentes al objeto de investigación, que en su cuantificación y análisis permitan determinar la naturaleza del problema a fin de generar respuestas validas, para responder así, a las interrogantes planteadas. Por ello, la presente investigación se orientó hacia los criterios del estudio cuantitativo.

De acuerdo al fin que persigue esta investigación es de tipo no experimental, de tipo descriptivo, y en donde se detallaron las características para la factibilidad y los elementos para la conformación de un Plan de Negocios. Se recabo información importante sobre el mercado potencial al que se apuntará para detectar su grado de aceptación tomando en cuenta los elementos fundamentales para la creación de una hostería en el Cantón Puerto Quito Provincia de Pichincha.

El enfoque de la presente investigación es cuantitativo, pues la orientación del negocio responde a una necesidad existente en la población determinada. Es cuantitativa pues según Hernández, Fernández y Baptista (2014) el enfoque cuantitativo “es secuencial y probatorio”, la presente investigación se ha realizado siguiendo una serie de pasos en secuencias con el propósito de probar la viabilidad del plan de negocio.

En este sentido, la investigación empleo técnicas cuantitativas y procedimientos estadísticos, efectuando cálculos sobre los niveles de respuestas suministradas por la población estudiada, según categorías preestablecidas para medir el comportamiento de las variables, confrontando la teoría en los hechos a través de la observación, verificación y el análisis científico.

Asumiendo que la investigación se considera descriptiva, porque “se orienta a caracterizar, registrar, analizar e interpretar la naturaleza actual de las variables investigadas, tal como son observadas por el investigador”. Al respecto en cuanto a las características descriptivas, afirma Hernández Sampieri, R., et al (2010) que: “busca especificar propiedades, características y rasgos importante de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo de población”. (p. 103)

Cabe destacar también, que, en cuanto al nivel de conocimiento a obtener a partir de este estudio, la investigación trasciende la descripción de los hechos, situándose en un nivel analítico, orientándose a recolectar, ordenar e interpretar los datos de forma sistemática, reflexionando sobre el significado de los factores y componentes asociados a las variables abordadas, intentando comprender las interconexiones que explican su integración.

Tambein, Véliz y Jorna (2014) proponen que el método analítico fue empleado para descomponer el todo en las partes, conocer las raíces y, partiendo de este análisis, realizar la síntesis para reconstruir y explicar. Aquí entra el plan de negocios como un proceso desde cero para conocer la viabilidad de una hostería en la cual implican elaboración de conocimientos, ya que se utiliza para la elaboración de conocimientos. Dado el tipo de datos a ser recolectados, el diseño de la presente investigación, tendrá dos modalidades, no experimental, de campo.

De tal manera, la investigación se enmarca en un diseño no experimental, transversal, por cuanto no se realiza manipulación intencional de las variables de negociación del conflicto y desarrollo organizacional, ya que las mismas serán medidas y analizadas en sus condiciones naturales, en una sola oportunidad buscando obtener la información necesaria para el logro de objetivos planteados, empleando técnicas apropiadas al contexto del estudio a desarrollar.

Para definir el diseño no experimental, Sabino (2014), expresa que estos estudios miden la variable sin manipularlas deliberadamente, observando los fenómenos tal y como se presenta en la realidad. En este caso, las variables objeto de estudio se medirán sin alteración de las mismas por parte del investigador a través de un plan definido sistemáticamente que permita recoger la información, procesarla y dar resultados de acuerdo a los objetivos propuestos.

Según Arias (2014), la investigación de campo consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador

obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental.

Parella y Martins (2015), afirman que la investigación de campo consiste en la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables. Estudia los fenómenos sociales en su ambiente natural. El investigador no manipula variables debido a que esto hace perder el ambiente de naturalidad en el cual se manifiesta.

3.2. Diseño de investigación

La siguiente investigación se basó en modelo de plan de negocios de la Corporación Financiera Nacional (CFN) la cual se encuentra empeñada en crear una cultura de elaboración de Plan de Negocios o Proyectos, desarrollando los escenarios más probables con todas sus variables, facilitando para esto herramientas que provean un análisis integral y una presentación a otras entidades involucradas en el negocio.

Es por eso que, al tener una guía profesional como este modelo, un buen plan de negocios puede llegar a cumplirse y realizarse, pero si no se tiene claro cómo transformarla en realidad pueden no encontrar apoyo, de esta manera este modelo es una guía y base para concretar el inicio de operaciones de una empresa o la expansión de un negocio que le permita operar de manera eficiente, preservando el patrimonio, y optimizando recursos que aumenten la rentabilidad.

Dentro de todo Plan de negocios los objetivos deben ser claros para que la investigación pueda avanzar y como objetivo general es proponer un plan de negocios

para la creación de una hostería sostenible en el Cantón Puerto Quito y para cada una de esas variables se utilizarán herramientas para su recolección y análisis posterior.

Para identificar el mercado potencial y el grado de aceptación para una nueva Hostería en el Noroccidente de Pichincha se utilizó la técnica de encuesta para la recolección donde las preguntas serán cerradas, así se solicitarán respuestas breves, específicas y delimitadas con varias alternativas de respuestas donde se señalarán uno o más ítems en una lista de respuestas sugeridas

Al determinar el peso económico y financiero que conlleva a la creación de un establecimiento de alojamiento se realizó a través de un análisis y estados financieros, en la cual se puede proyectar los un aproximado de inversión, gastos e ingresos y así poder adaptar a nuestra necesidad de negocio que es una Hostería para obtener una visión rápida del presupuesto estimado.

Finalmente, para definir una propuesta de valor diferencial para el proyecto de una hostería en el Cantón Puerto Quito se utilizará de igual manera la encuesta en la cual se reflejará si al estar de acuerdo con una hostería ecológico que diferenciará para darnos ese plus de preferencia de los demás establecimientos de alojamiento además de Arasha que sería la única competencia directa.

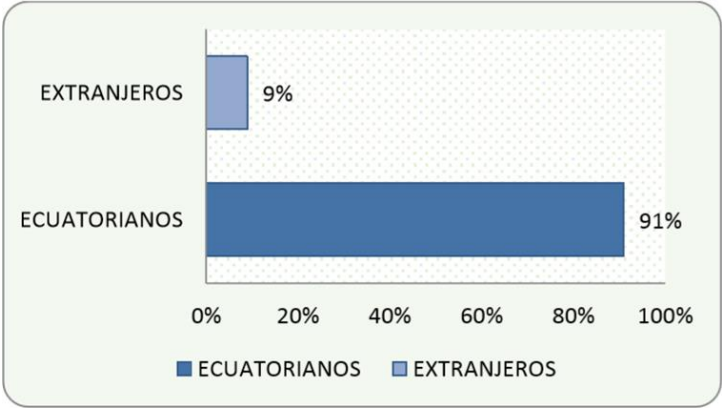
3.3. Población y Muestra

3.3.1. Población

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), definen la población como el agregado de casos que coinciden con algunas de sus descripciones y suelen estar

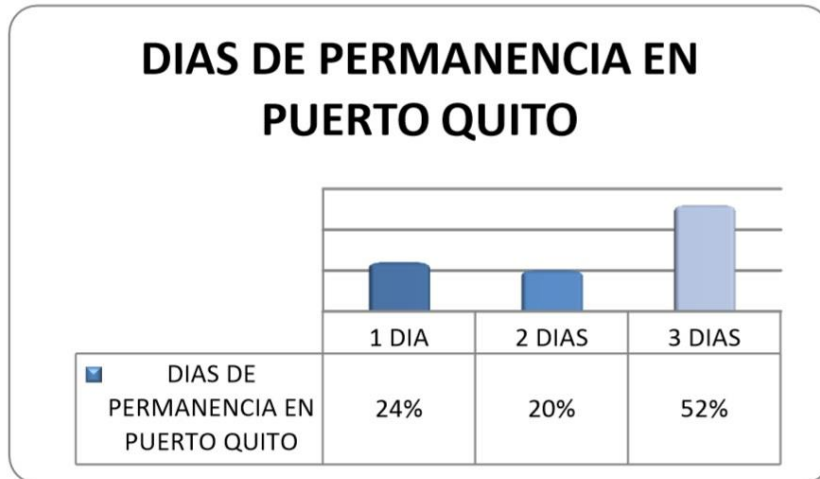
conformadas por personas, organizaciones, eventos o situaciones entre otros que constituyen el foco de la investigación.

Para esta investigación, la población a ser investigada son los habitantes del cantón Quito de ambos sexos entre la edad de 20 a 39 años donde corresponde a 873.401 según el INEC (2010) con una preferencia hacia la naturaleza, ecológico y aventurero esta población más conocida como Millennials en su mayoría que es una generación estigmatizada que ha sido descrita como perezosa, individualista, aburguesada pero también son estos jóvenes los que impulsaron la vida sana, la alimentación saludable o el ecologismo, se presentan datos extraídos del GAD de puerto Quito para el sustento de esta investigación.



Fuente: Dirección de GAyT. GADM/ P.Q
Elaboración: Equipo PDOT / GADM P.Q.

Gráfico 2. Cantidad de turistas que llegan a Puerto Quito. Fuente: GAD P. Q., 2015



Fuente: Dirección de GAYT. GADM/ P.Q.
Elaboración Equipo PDOT / GADM P.Q.

Gráfico 3. Días de permanencia en Puerto Quito. Fuente: GAD P. Q., 2015



Fuente: Dirección de GAYT. GADM/ P.Q.
Elaboración Equipo PDOT / GADM P.Q.

Gráfico 4. Ciudades las cuales visitan Puerto Quito. Fuente: GAD P. Q., 2015



Fuente: Dirección de GAyT. GADM/ P.Q.
Elaboración Equipo PDOT / GADM P.Q.

Gráfico 5. Producto turístico con más actividad en Puerto Quito. Fuente: GAD P. Q., 2015

3.3.2. Muestra

Para determinar a la proporción de la muestra se acudió a los datos del INEC y en base al número de personas se hizo el cálculo respectivo tomando como referencia el porcentaje del grupo de personas como se muestra en la tabla N°3 a continuación.

Tabla 1. Fuente: Fascículo Provincial, Estructura de la Población, INEC (2010)

Edad	Población
De 20 a 24 años	246.050
De 25 a 29 años	238.668
De 30 a 34 años	208.179
De 35 a 39 años	180.504
Total	873.401

El tipo de muestra a utilizarse es en base en un muestreo no probabilístico porque los datos obtenidos de la investigación se van a generar con criterio de los investigadores, al momento de aplicar los instrumentos de recolección de datos.

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizo la siguiente fórmula:

Z = Nivel de confianza : 95% = 1.96

E = Margen de error : 5 %

P = Variabilidad positiva: 50%

q = Variabilidad negativa: 50%

N = Tamaño de la población

$$n = \frac{NpqZ^2}{e^2(N-1) + pqZ^2}$$

$$n = \frac{873.401*(0.5)*(0.5)*(3.7632)}{0.0025*(873.401-1)+(0.5)*(0.5)*(3.7632)} = 200 \text{ encuestados de la ciudad de Quito}$$

3.4 Operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de variables. Fuente: G. Quiroz, 2019

Operacionalización de variables			
Variable	Dimensión	Subdimensión	Indicador
Plan de Negocios	Estudio de mercado	Segmentación del mercado	Niveles socioeconómicos
		Investigación del mercado segmentado	Aspectos de mercado investigado
		Demanda	Número de consumidores potenciales
		Oferta	Número de establecimientos de alojamiento
		Marketing mix	Producto
			Precio
			Plaza
	Promoción		
	Estudio Técnico y legal	Especificaciones técnicas	Tamaño del proyecto
			Localización del proyecto
			Capacidad del proyecto
			Diagramas de flujo
		Organigrama organizacional	
	Especificaciones legales	Leyes, Reglamentos y Normativas turísticas y de alojamiento	
	Estudio Financiero	Indicadores económicos y financieros	Estructura de la inversión
			Balance inicial
			Flujo económicos y financiero
			Financiamiento
VAN			
TIR			
Punto de Equilibrio			
Periodo de recuperación			

3.4.1 Variable

3.4.1.1 Plan de negocio

El plan de negocios de la Corporación Financiera Nacional (CFN) se encuentra empeñada en crear una cultura de elaboración de Plan de Negocios o Proyectos, desarrollando los escenarios más probables con todas sus variables, facilitando para

esto herramientas que provean un análisis integral y una presentación a otras entidades involucradas en el negocio.

3.4.1.2 Dimensión

- ✓ Mercado
- ✓ Técnico Legal
- ✓ Financiero

3.5 Técnica e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Encuesta

La investigación no tiene sentido sin las técnicas de recolección de datos. Estas técnicas conducen a la verificación del problema planteado. Cada tipo de investigación determinara las técnicas a utilizar y cada técnica establece sus herramientas, instrumentos o medios que serán empleados (Aguilar, 2016).

Las técnicas en una investigación, implican el conjunto de procedimientos para el aprovechamiento de los elementos que rodean los fenómenos sobre los cuales se investiga. De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) las técnicas de recolección de datos comprenden procedimientos y actividades a seguir, ya que integran la estructura por medio de la cual se organiza la investigación

Un instrumento de recolección o medición es el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente (Hernández, Fernández y Baptista (2014). Y así complementar el trabajo y garantizar una investigación más completa.

De acuerdo con la consideración de Calduch (2014), el cuestionario es un conjunto de preguntas organizado para facilitar información sobre un suceso o problema de la realidad a partir de las respuestas expresadas por una persona o un colectivo de personas previamente seleccionadas. Este tipo de cuestionario tiene las siguientes ventajas: Requiere de un menor esfuerzo por parte de los encuestados, limitan las respuestas de la muestra, es fácil de llenar, mantiene al sujeto en el tema, es relativamente objetivo y es fácil de clasificar y analizar.

El instrumento, se estructuró sobre la base del contexto teórico de la variable, encontrándose conformado por un conjunto de ítems orientados a medir las dimensiones e indicadores que determinan el comportamiento de dicha variable.

El cuestionario constituye el instrumento de recogida de los datos donde aparecen enunciadas las preguntas de forma sistemática y ordenada, y en donde se consignan las respuestas mediante un sistema establecido de registro sencillo. El cuestionario es un instrumento rígido que busca recoger la información de los entrevistados a partir de la formulación de unas mismas preguntas intentando garantizar una misma situación psicológica estandarizada en la formulación de las preguntas y asegurar después la comparabilidad de las respuestas. (Lopez,2015, p. 77)

3.5.2 Entrevista

De acuerdo con Folgueiras (2015). La entrevista es una técnica de recogida de información que además de ser una de las estrategias utilizadas en procesos de investigación, tiene ya un valor en sí misma. Tanto si se elabora dentro de una investigación, como si se diseña al margen de un estudio sistematizado, tiene unas mismas características y sigue los pasos propios de esta estrategia de recogida de información. Por tanto, todo lo que a continuación se expone servirá tanto para desarrollar la técnica dentro de una investigación como para utilizarla de manera puntual y aislada.

3.5.2.1 Entrevista estructurada

Entrevistas estructuradas o enfocadas: las preguntas se fijan de antemano, con un determinado orden y contiene un conjunto de categorías u opciones para que el sujeto elija. Se aplica en forma rígida a todos los sujetos del estudio. Tiene la ventaja de la sistematización, la cual facilita la clasificación y análisis, asimismo, presenta una alta objetividad y confiabilidad. Su desventaja es la falta de flexibilidad que conlleva la falta de adaptación al sujeto que se entrevista y una menor profundidad en el análisis. (Bravo,2013).

3.6 Procesamiento de datos

El procesamiento de datos es sencillamente entrelazar los datos y resultados que se encontraron en la investigación con los datos o información de la base teórica y los antecedentes. Consiste, en esencia, el análisis e interpretación de los datos. El propósito es poner en notoriedad todas y cada una de las partes del conjunto que proporcionan respuestas a los elementos de la investigación.

Para la realización del procesamiento y análisis de datos se utilizaron herramientas estadísticas y software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), presentándose en tablas y gráficos de barras la información recogida a través de la plataforma de google drive en la cual está alojada la encuesta y se compartió a varias personas para que se llenen y completar con el numero requerido.

Con el resultado de la tabulación de las encuestas, se continuo con la investigación para conocer las necesidades, requerimientos y preferencias de los potenciales

clientes para la hostería y así implementar un plan estratégico que permita posicionar a la hostería en un nivel competitivo dentro del sector.

Los datos que se muestren ya sea en tablas o pasteles, el analista debe detectar de forma muy rápida y entendible. De manera que cuando encuentre un conjunto de datos tenga idea de cómo proceder a su interpretación con fines comparativos donde los datos deben estar ordenados para que ofrezcan una información clara y precisa del proyecto.

Además, todos estos datos irán con colores para resaltar y enfatizar la presentación de algunos datos estadísticos que tienen mayor relevancia, todo dependerá del tipo de gráfico al momento de utilizarlos para darles una mayor exactitud a las estimaciones numéricas.

3.7 Validez y confiabilidad

En toda investigación, es primordial la aplicación de un instrumento que permita medir de manera confiable la variable. Al respecto, se hace necesario aplicar procedimientos que permitan recolectar datos a través de instrumentos con niveles óptimos de validez y confiabilidad, para el logro de los objetivos del estudio.

Para la validez del instrumento del cuestionario se tomaron en cuenta tres aspectos: pertinencia, claridad técnica y lenguaje en cada una de las preguntas para esto se necesitó de igual manera tres expertos uno en metodología de investigación, otro magister en estudios socio-ambientales y licenciatura en ecoturismo y por último un magister en hotelería y turismo.

Las encuestas organizadas en ítems, cuyos criterios evalúan cada uno de los indicadores, permiten estimar el grado de confiabilidad y validez del instrumento; ambos, principios básicos de calidad que debe reunir tras ser sometido al juicio de expertos con conocimiento del área de estudio la cual tiene el proyecto de investigación. (Garrote y Rojas, 2015).

Según (Hernández, Fernández y Baptista (2014), la validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable de la presentación del contenido, el contraste de los indicadores con los ítems que miden las variables pertinentes. En ese sentido, se estima la validez como el hecho de que una prueba sea de tal manera concebida, elaborada y aplicada y que mida lo que se propone medir.

Por otra parte, la confiabilidad de un instrumento de medición es considerada como el grado en que al aplicarse de manera repetitiva al mismo objeto de estudio u otro diferente, se producirán resultados iguales o similares, para estimar la confiabilidad de los instrumentos se empleará la fórmula de Alpha Cronbach, la cual de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2014) se aplica para estimar la confiabilidad en los cuestionarios tipo Likert. Para ello, se empleará la siguiente fórmula:

Donde:

K = Número de ítems

Si2 = Varianza de los puntajes de cada ítem

St2 = Varianza de los puntajes totales

$$r_{11} \approx \frac{K-1}{K} \left[1 - \frac{\sum SI^2}{ST^2} \right]$$

CAPITULO 4: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Este capítulo tiene como objetivo dar a conocer de forma detallada los resultados que se obtuvieron durante el proceso de investigación a través de resultados de los cuestionarios aplicados y ficha de análisis documental. Con el fin de lograr los objetivos planteados al inicio del trabajo e titulación, donde se presentan los resultados a través de tablas y gráficos para su mayor interpretación y entendimiento

4.1. Estudio de Mercado

4.1.1. Análisis de resultados del estudio

- Edad

En conformidad sobre la edad, 85 personas que representan El 42,5% tienen una edad entre 20-25 años de edad mientras que 98 personas están en la edad de 26-35 años representando un 49% que es el mayor porcentaje y finalmente 17 personas están en la edad de 36-40 años representando un 8,5% siendo el menor porcentaje de las personas encuestadas tal como se puede apreciar en la tabla N°4 y el grafico N°5

Tabla 3. Resultados obtenidos de edad (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
20-25 años	85	42,5%
26-35 años	98	49%
36-40 años	17	8,5%
Total	200	100%

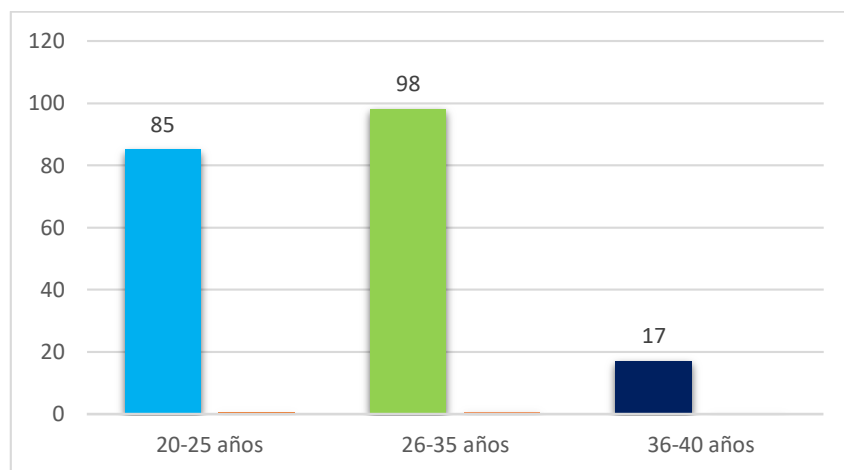


Gráfico 4. Representación gráfica de los resultados obtenidos de edad (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- Ingresos Mensuales

De igual manera, sobre los ingresos mensuales 97 personas representando el 48,5% ganan entre 394 (sueldo básico) y 500 dólares, en segundo lugar 85 personas representando un 42,5% ganan entre 501 dólares y 1000 dólares, entre ambos representan el 90% de los encuestados mientras que 18 personas restantes representan en 9% tal como se puede apreciar en la tabla N°5 y el gráfico N° 6.

Tabla 4. Resultados obtenidos ingresos mensuales (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Menos de 500 dólares	97	48.5%
501 a 1000	85	42.5%
1001 a 1500	14	7%
1501 a 2000	3	1.5%
2001 en adelante	1	0.5%

Total	200	100%
-------	-----	------

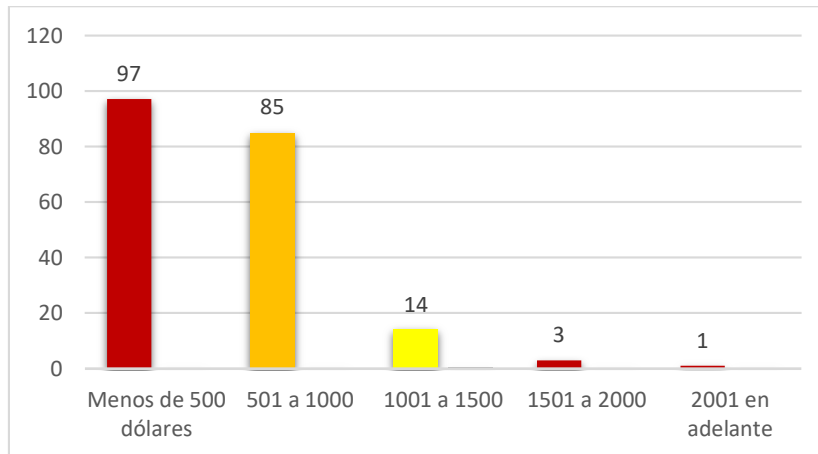


Gráfico 5. Ingresos mensuales (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- ¿Con que frecuencia sale de vacaciones?

Por consiguiente, según la frecuencia con la que los encuestados salen de vacaciones donde 4 personas no salen representando el 2%, 2 personas que salen 1 vez cada 15 días representan el 1%, las personas que salen 1 vez cada mes son 6 en total representando un 3% mientras que 7% que son un total de 14 personas salen 1 vez cada 3 meses, la mayoría representando a 91 personas siendo 45,5% salen de vacaciones 1 vez cada 6 meses, el 36,5% representando a 73 personas salen de vacaciones 1 vez al año y finalmente 10 personas que salen 1 vez cada 2 años representan el 5% de los encuestados tal y como se puede apreciar en la tabla N°6 y el gráfico N°7.

Tabla 5. Resultados obtenidos con qué frecuencia sale de vacaciones (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
No sale	4	2%
1 vez cada semana	0	0%
1 vez cada 15 días	2	1%
1 vez cada mes	6	3%
1 vez cada 3 meses	14	7%
1 vez cada 6 meses	91	45.5%
1 vez cada año	73	36.5%
1 vez cada 2 años	10	5%
Total	200	100%

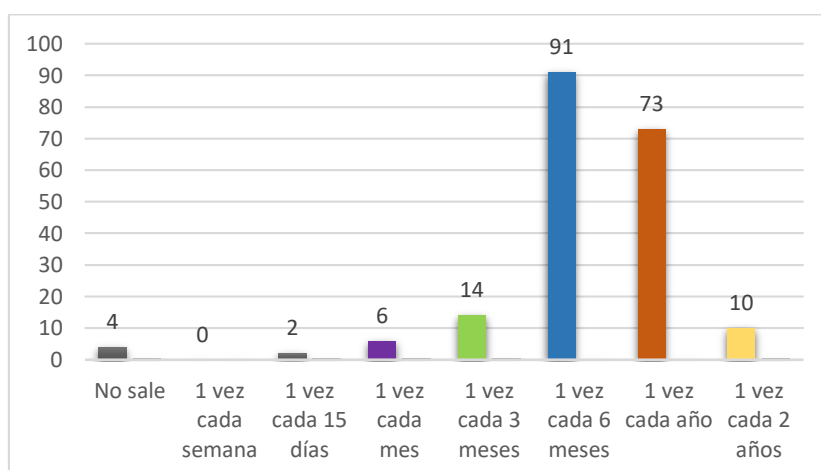


Gráfico 6. Con que frecuencia sale de vacaciones (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- ¿Sus destinos para vacacionar son Nacionales?

En conformidad con los destinos a vacacionar, el 94% de los encuestados representando a 188 prefieren destinos nacionales al momento de vacacionar y el 6% que en total son 12 personas prefieren destinos internacionales lo cual se puede apreciar en la tabla N° 7 y el grafico N°8 por lo tanto se observa que la actividad turística mayormente es dentro del territorio ecuatoriano.

Tabla 6. Resultados obtenidos de los destinos para vacacionar (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	188	94%
No	12	6%
Total	200	100%

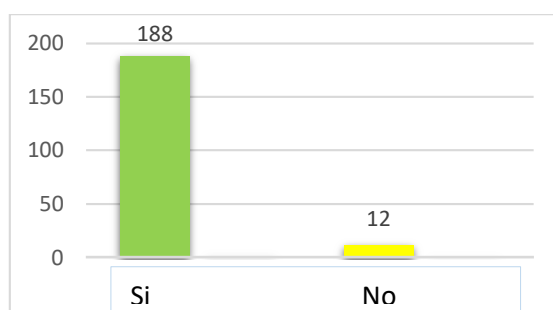


Gráfico 7. ¿Sus destinos para vacacionar son Nacionales? (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- ¿Ha vacacionado usted en el noroccidente de Pichincha?

Por lo tanto, del 100% de los encuestados el 94% representando a 189 personas ha viajado al noroccidente de Pichincha, mientras que el 5,5% presentando a 11 personas no lo han hecho como se puede observar en la tabla N°8 y el grafico N° 9 por lo que se observa que la mayoría de encuestados prefieren viajar hacia el noroccidente de Pichincha.

Tabla 7. Resultados obtenidos vacaciones en el noroccidente de Pichincha (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	189	94.5%
No	11	5.5%
Total	200	100%

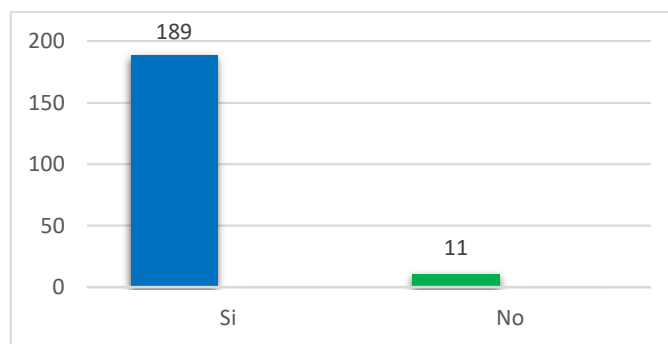


Gráfico 8. Ha vacacionado usted en el noroccidente de Pichincha (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- ¿Al vacacionar en el Noroccidente de Pichincha prefiere?

De tal forma que los diferentes lugares ubicados en el noroccidente de Pichincha entre ellos Puerto Quito, Mindo y Pedro Vicente Maldonado donde el 76 personas que representa el 38% prefiere viajar a Puerto Quito mientras como primera opción esta Mindo con un 59,5% representando a 119 personas encuestadas y finalmente Pedro Vicente Maldonado tiene una preferencia de 2,5% presentando a 5 personas como se puede apreciar en la tabla N°9 y grafico N° 10 lo cual nos ayudara a saber dónde ubicar estratégicamente la hostería según la preferencia de los turistas quiteños.

Tabla 8. Resultados obtenidos de preferencias al vacacionar al Noroccidente de Pichincha (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Puerto Quito	76	38%
Mindo	119	59.5%
Pedro Vicente Maldonado	5	2.5%
Total	200	100%

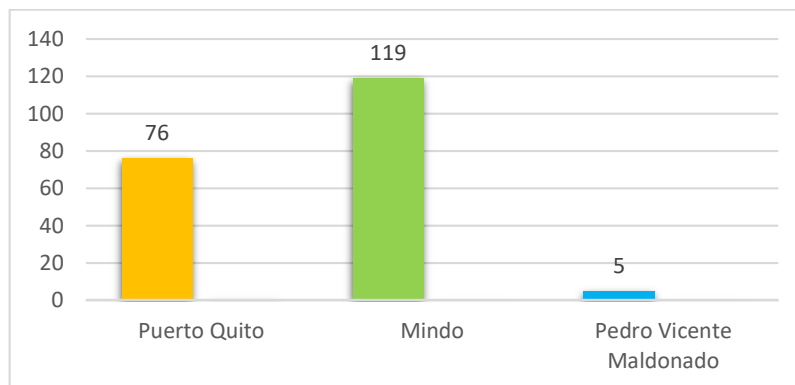


Gráfico 9. Al vacacionar al noroccidente de Pichincha usted prefiere. Fuente:G. Quiroz 2019

- ¿Le gustaría volver a repetir la experiencia?

Por lo tanto, 98% de los encuetados representando a 196 personas les gustaría volver a repetir la experiencia a los lugares visitados al noroccidente de Pichincha mientras que el otro 4% por razones desconocidas no desea repetirlo, pero el número es muy bajo por lo cual da referencia a que los turistas siempre regresan al destino al que visitaron según la tabla N°10 y grafico N° 11.

Tabla 9 Le gustaría volver a repetir la experiencia (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	196	98%
No	4	2%
Total	200	100%

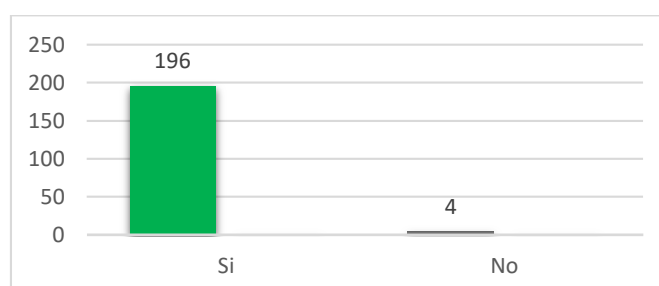


Gráfico 10. Le gustaría volver a repetir la experiencia (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- ¿Estaría dispuesto a realizar actividades de turismo ecológico?

Mientras tanto el turismo ecológico en la actualidad se está volviendo tendencia es así que el 78% de los encuestados representando a 156 personas realizarían actividades ecológicas mientras que el 22% que son 44 personas no lo harían como se puede apreciar en la tabla N° 11 y el grafico N° 12 es así que beneficiaría a la hostería los turistas que practiquen turismo ecológico.

Tabla 10. Estaría dispuesto a realizar actividades de turismo ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	156	78%
No	44	22%
Total	200	100%

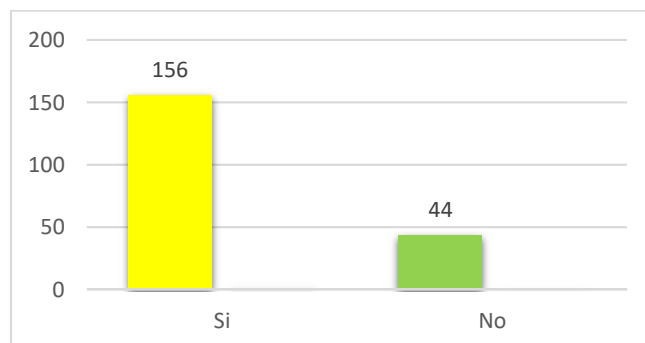


Gráfico 11. Estaría dispuesto a realizar actividades de turismo ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- ¿Estaría dispuesto a hospedarse en un hostel ecológico?

Se hospedarían un 56.5% de los encuestados representando a 113 personas mientras que el 43,5% que son un total de 87 personas no se hospedarían como se puede apreciar en la tabla N° 12 y grafico N°13.

Tabla 11. Estaría dispuesto a hospedarse en un hostel ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	113	56.5%
No	87	43.5%

Total	200	100%
-------	-----	------

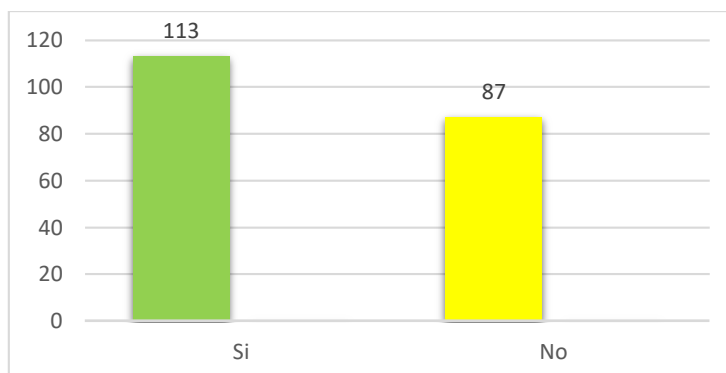


Gráfico 12. Estaría dispuesto a hospedarse en un hostel ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- Utilizar materiales y objetos reciclables o reutilizables y reduzca la cantidad de residuos

Además, dentro de la escala de importancia el resultado es muy relevante al momento de darle importancia al reciclaje donde el 55% de los encuestados representados a 110 personas lo ven sumamente importante además el 35% representando a 70 personas lo ven importante mientras que el 10% representado un total de 20 personas lo ven importante lo cual da a conocer la importancia del reciclaje en la hostería según la tabla N°13 y el gráfico N°14.

Tabla 12. Utilizar materiales y objetos reciclables o reutilizables y reduzca la cantidad de residuos (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	0	0
Poco importante	0	0
Importante	20	10%
Muy importante	70	35%
Sumamente importante	110	55%
Total	200	100%

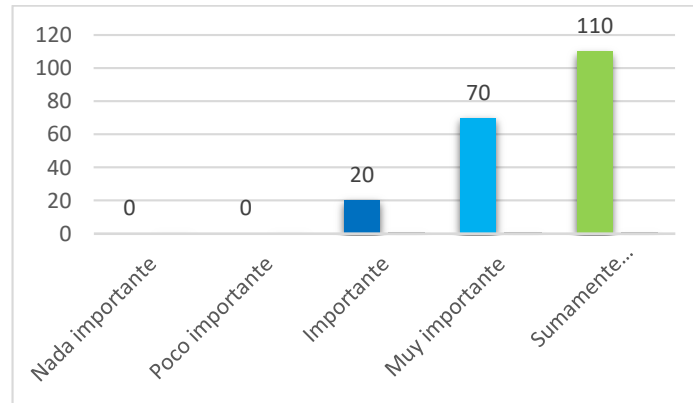


Gráfico 13. Utilizar materiales y objetos reciclables o reutilizables y reduzca la cantidad de residuos (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- Uso eficaz de la energía y el agua

Por consiguiente, la importancia del uso tanto de agua como de luz según 151 personas que son el 75,5% de los encuestados dicen que es sumamente importante además el 23,5% representando a 47 personas los ven muy importante y finalmente 3 personas que son el 1% de los encuestados lo ven importante según la tabla N°14 y el gráfico N° 15 lo cual nos ayudara a saber que impacto tiene en las personas el uso eficaz de agua y energía.

Tabla 13. Uso eficaz de la energía y el agua (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	0	0
Poco importante	0	0
Importante	3	1%
Muy importante	47	23.5%
Sumamente importante	151	75.5%
Total	200	100%

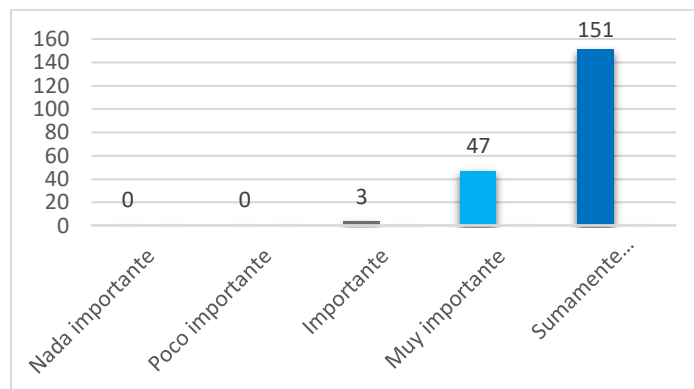


Gráfico 14. Uso eficaz de la energía y el agua (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- Utilización de energías renovables, privilegiando la solar por sobre las demás

De igual manera el nivel de importancia al usar energía es alto por lo cual dentro de la hostería y es sumamente importante para 129 personas que son el 64,5%, por otro lado 61 personas representando el 30,5% lo ven muy importante y 4,5% que son 9 personas lo ven importante tal y como se ve en la tabla N°15 y grafico N° 16 lo cual nos indica que más del 50% buscan energías alternativas dentro de la hostería.

Tabla 14. Utilización de energías renovables, privilegiando la solar por sobre las demás (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	1	0.5%
Poco importante	0	0
Importante	9	4.5%
Muy importante	61	30.5%
Sumamente importante	129	64.5%
Total	200	100%

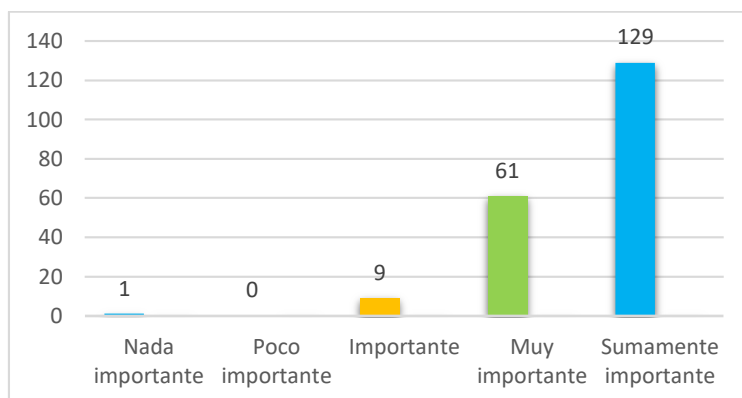


Gráfico 15. Utilización de energías renovables, privilegiando la solar por sobre las demás (Quito).
Fuente: G. Quiroz 2019

- Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local

Además, el paisaje flora y fauna es primordial dentro de una hostería ecológica donde 78% que son 156 personas lo ven sumamente importante, 42 personas que representan el 21% lo ven sumamente importante y finalmente el 1% que son 2 personas lo ven importante según la tabla N°16 y grafico N°17 lo que nos ayudará a saber la preferencia en cuanto a preservación del medio ambiente en el cual estará la hostería.

Tabla 15. Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	0	0
Poco importante	0	0
Importante	2	1%
Muy importante	42	21%
Sumamente importante	156	78%
Total	200	100%

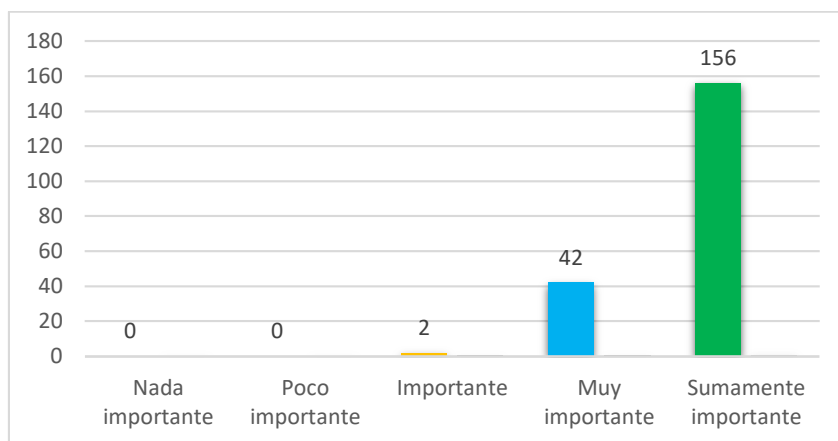


Gráfico 16. Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

- Tratamiento de aguas negras y grises

Finalmente el tratamiento de aguas negras y grises es sumamente importante para 136 personas que representa el 68% de los encuestados, 20.5% que son 41 personas lo ven muy importante, por otro lado 19 personas que representa el 9,5% los ven importante y finalmente poco importante y nada importante escogieron 2 personas que son el 1% respectivamente como se ve en la tabla N°15 y grafico N°18 lo que nos ayuda ver la importancia que percibe la gente en nuestra hostería sobre el tratamiento de las aguas

Tabla 16. Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	2	1%
Poco importante	2	1%
Importante	19	9.5%
Muy importante	41	20.5%
Sumamente importante	136	68%
Total	200	100%

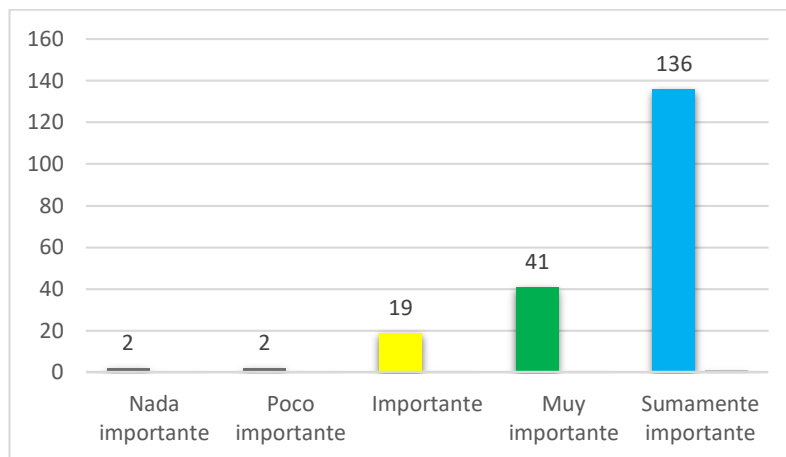


Gráfico 17. Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

4.1.2 Segmentación de mercado

Tabla 17 Segmentación de mercado. Fuente: G. Quiroz 2019

VARIABLE	DEFINICIÓN	PARÁMETRO	PORCENTAJE
Demográfica	Residencia	Norte	
		Centro	
		Sur	
		Valle	
	Edad	20 a 25 años	42.5%
26 a 35 años		49%	
36 a 40 años		8.5%	
Conductuales	Destinos	Nacional	94%
		Internacional	6%
	Viajado al Noroccidente	Si	94.5%
		No	5.5%
	Repetiría experiencia	Si	98%
		No	2%
	Actividades Ecológicas	Si	78%
		No	22%
Económico	Niveles de ingreso	394 a 1000	91%
		1001 a 2000	8.5%
		2001 en adelante	0.5%

4.1.3 Mercado meta

El mercado meta, es un grupo de personas que responden a un determinado perfil demográfico como conductuales y económicas al cual la empresa ofrece un producto o servicio, convirtiéndose en una parte fundamental del negocio. De acuerdo a la segmentación realizada se logra identificar el mercado objetivo del proyecto a turistas nacionales con una edad entre los 26 y 35 años, que han viajado al noroccidente de Pichincha y al mismo tiempo quieren o les gustaría repetir la experiencia junto con la realización de actividades ecológicas, que además cuentan con un nivel de ingresos entre 394 que es el sueldo básico y 1000 dólares.

4.1.4 Análisis de la Demanda

4.1.4.1 Demanda potencial

Para calcular la demanda potencial del proyecto se tomarán como base los datos del GAD de Puerto Quito (2015), Mindo (2015) y Pedro Vicente Maldonado (2015) sobre el número de turistas que pernoctan en los cantones. A partir de esta cifra se harán descuentos porcentuales extrapolando los resultados obtenidos en la investigación de mercado con respecto costumbres de compra de los turistas extranjeros y aceptación del proyecto presentado.

Tabla 18 Demanda Potencial. Fuente: G. Quiroz 2019

Turistas que recibe Puerto Quito	216 798
Porcentaje de turistas que provienen de Quito	91%
Subtotal 1	197 286

Porcentaje de turistas que prefieren turismo ecológico	63%
Subtotal 2	124 290
Porcentaje de turistas que esta dispuestos a hospedarse en una hostería ecológica	78%
Subtotal 3	96 946
Porcentaje de turistas que tienen ingresos de 500 a 2000 mensuales	51%
Subtotal 4	49 442

4.1.4.2 Demanda Insatisfecha

Se tomaron en cuenta 3 establecimientos de hospedaje dentro de Puerto Quito los cuales aspectos a ser tomados en cuenta son la calidad de alojamiento y el cuidado del medio ambiente.

Hacienda Rio Blanco

Se encuentra ubicada al noroccidente de la provincia de Pichincha, a una hora y media de la ciudad de Quito con un clima perfecto y su temperatura promedio es de 24°C.

Cuenta con más de 150 hectáreas incluyendo zonas vírgenes, cascadas, islas, lagunas convirtiéndolo en un lugar perfecto para el descanso.

Cuenta con 4 tipos de habitaciones con camas dobles, terraza, bañera de hidromasaje, baño privado y desayunos incluidos, con capacidad para 12 personas.

El promedio de turistas que llegan al año son un promedio entre 4000 a 5000 huéspedes por capacidad instalada de la Hacienda.

Casa Divina Lodge

A tan solo 1.2 km del centro de Mindo, Casa Divina Lodge es un alojamiento con elegantes habitaciones situadas en medio del prístino bosque nublado ecuatoriano, en el que prima la conciencia ambiental.

Las cabañas son amplias y confortables, hechas a mano y con madera de la zona cosechada de manera sostenible, opción ideal para parejas, familias o grupos que buscan una inolvidable experiencia en el bosque nublado, llena de aventura, descanso, comodidad y contacto con la naturaleza.

Cuenta con habitaciones tipo individual, matrimonial, triple, cuádruple y familiar con una capacidad para 25 personas y un promedio de turistas que arriban entre 1500 y 2000 al año.

Arasha Resort

El Arasha Resort & SPA está situado en Pedro Vicente Maldonado y alberga un jardín. El complejo cuenta con piscina al aire libre, vistas al jardín, restaurante y bar.

Las habitaciones del complejo incluyen armario. Las habitaciones del Arasha Resort & SPA disponen de conexión WiFi gratuita y baño privado con ducha y artículos de aseo gratuitos. Las habitaciones cuentan con zona de estar.

El Arasha Resort & SPA sirve un desayuno continental o buffet. El complejo cuenta con bañera de hidromasaje. En el Arasha Resort & SPA se puede jugar al minigolf. Hay aparcamiento privado gratuito, centro de negocios y recepción 24 horas.

Los tipos de habitaciones que posee son eco cabaña, cabaña delux, cabaña familiar y tropical junior suit con una capacidad 180 huéspedes

Tabla 19 Demanda Potencial. Fuente: G. Quiroz 2019

Demanda potencial	49.442
Establecimiento de alojamiento con tendencia ecológica y buenas prácticas ambientales	50%
Demanda insatisfecha	24.721 Turistas

4.2 Plan Administrativo

4.2.1 Análisis del modelo de negocios

La propuesta de valor del negocio está enfocada al cuidado y preservación ambiental donde las actividades principales son el ofrecimiento de alojamiento ya que está enfocada a turistas principalmente nacionales entre 20 y 39 años de edad que realicen turismo ecológico y tengan conciencia sobre el cuidado medio ambiental.

Los canales clave para la hostería serán directos e indirectos como publicidad en redes sociales como Facebook e Instagram y directamente a través de nuestra página web propia y finalmente podrán encontrar los precios y realizar reservas.

Las relaciones principales que se tendrá con los clientes será un servicio de calidad que el cliente se identifique con la hostería para de esa manera satisfacer sus exigencias dentro de un ambiente relajante y confortable para así fidelizarlo.

Las formas de pago la cual se aceptará es en efectivo, también pagos a través de tarjeta de crédito directamente en la hostería o antes de llegar a través de la página web.

Los recursos clave dentro de la Hostería son los insumos de calidad que se ofrecerá a los huéspedes además de un personal capacitado dentro de una infraestructura adecuada a la temática medioambiental donde además se contará con proveedores turísticos confiables.

Las actividades claves son, el alojamiento ya que es una hostería, junto con atención al cliente que será personalizado y tendrá en perfectas condiciones las instalaciones, sus maquinarias y el plus adicional será además técnicas de marketing enfocadas al cuidado ambiental.

Por otra parte, los socios clave de la hostería serán principalmente agencias de viajes, proveedores de alimentos, servicios tecnológicos y de mantenimiento además profesionales expertos en diversas áreas como turismo y hotelería y finalmente con personas del mismo cantón.

Finalmente, dentro de la estructura de costos están tomadas en cuenta las capacitaciones, diferentes tipos de pagos y los costos de inversión para la misma hostería.

4.2.2 Nombre o razón social

El nombre "Greenature" se ha elegido como razón social debido al tipo de estructura de la hostería que hace referencia a la naturaleza y su cuidado y que al estar en medio de un paisaje verdoso natural lo envolverá por completo ayudando a olvidar el estrés, la contaminación, el ruido que la ciudad posee siendo este un buen lugar ecológico para la relajación y el confort.

Sus colores son café y verde donde el café representa recursos naturales, principalmente en la tierra y la madera, por lo que se le relaciona con la resistencia, la defensa, la confianza y la permanencia, también de satisfacción. Mientras que el verde asociado a la naturaleza también lo es a la sanación y curación, a la frescura, la tradición, el verde es también el color de la esperanza, el optimismo y la buena suerte.

4.2.3 Organigrama

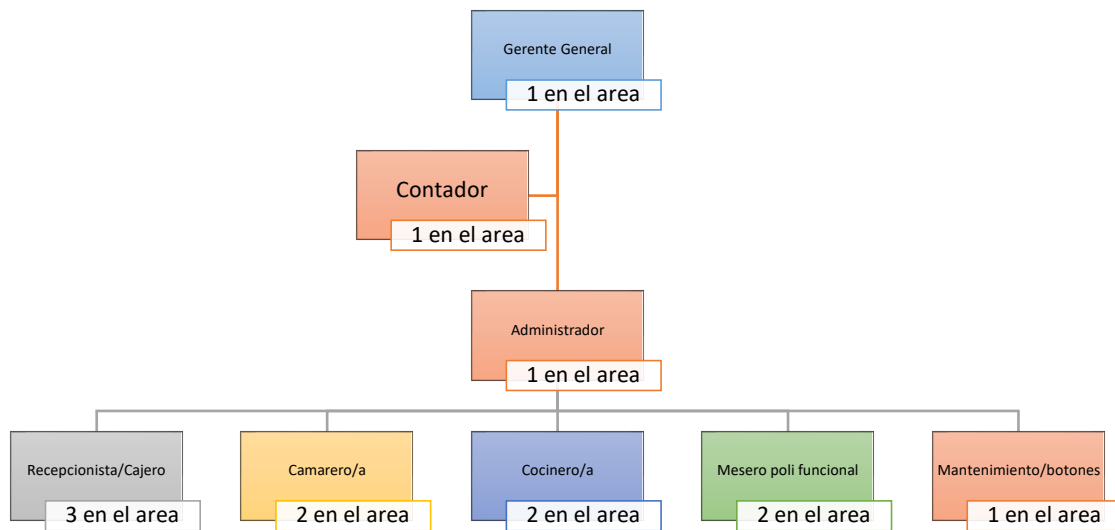


Gráfico 18. Organigrama Empresarial. Fuente: G. Quiroz 2019

4.2.4 Descripción del puesto de trabajo

4.2.4.1 Gerente General

Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

4.2.4.2 Administrador

El administrador de empresas de alojamiento se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.

4.2.4.3 Contador Externo

Todo contador debe tener por naturaleza una gran afinidad por los números y tener una pequeña pasión por los sistemas de la tecnología de la información. Asimismo, debe ser una persona con gran capacidad de interpretación y de análisis, debido a que tendrá que definir conclusiones en los informes financieros que serán de mucha utilidad para la toma de decisiones gerenciales.

4.2.4.4 Recepcionista/Cajero

El recepcionista que desempeña un puesto polivalente se ocupa principalmente, de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped; ser nexo entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento; atender teléfono y caja; cubrir ciertas actividades del botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.

4.2.4.5 Camarero/a

La camarera de pisos se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.

4.2.4.6 Cocinero

El chef de cocina se ocupa principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.

4.2.4.7 Mesero

El mesero polivalente se ocupa, principalmente, de recibir y acoger al cliente; servir alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio.

4.2.4.8 Mantenimiento

El encargado de mantenimiento se ocupa, principalmente, de verificar, dar mantenimiento y solucionar problemas en equipo, mobiliario e instalaciones; prestar ayuda en la instalación de equipos de uso temporal y evaluar el servicio de mantenimiento encomendado.

4.2.5 Misión

Promover el turismo en Puerto Quito a través de un buen servicio de hospedaje ecológico, permitiendo al turista disfrutar de diferentes actividades al aire libre con un paisaje natural sin dejar una huella en el ecosistema

4.2.6 Visión

En el 2025, ser una hostería con una firme base administrativa y operativa que permita estar posicionados como uno de los principales lugares de alojamiento con orientación y valores ecológicos en Puerto Quito.

4.2.7 Conclusión FODA

Según la matriz FODA se puede apreciar que existen fortalezas y oportunidades que podemos y debemos aprovechar al máximo mientras que en debilidades y fortalezas

como en todo negocio existen, pero podemos mitigarlas de otra forma menos las de fuerza mayor las cuales no tendremos un control absoluto sobre ellas.

4.3 Plan de Marketing

4.3.4 Objetivos de comercialización

- Cerrar el primer año con una ocupación total del 35%.
- Tener un crecimiento anual a partir del segundo con un 50%.
- Tener una ocupación máxima del 95% en el octavo y noveno año.

4.3.5 Conclusión estudio de la oferta

Se hace en referencia a los establecimientos que se encuentran registradas en la guía turística de la provincia de Pichincha, para ello se consideraron únicamente tres establecimientos dentro del Noroccidente de Pichincha donde se tomaron en cuenta factores como la calidad de alojamiento y el cuidado del medio ambiente.

Dentro de los establecimientos antes nombrados muestran una competencia media ya que ofrecen alojamiento igualmente en cabañas, pero lo que diferenciará y dará un plus es el servicio ya que se tiene conocimientos hoteleros y no solo empíricos a comparación de los hoteles cercanos.

Además de la diferente maquinaria que se tendrá en cuenta para el cuidado y preservación del medio ambiente nos ayudara a minimizar costos, aunque requiere una alta inversión, pero a futuro se recompensara con las ganancias y al mismo tiempo ayudaremos al medio ambiente.

4.3.6 Conclusión Mix de Marketing

En base a estudios de las 4 P's se centra en los diferentes puntos para tomar acciones y decisiones para mejorar la mejor aceptación y captación de los clientes para que adquieran el producto.

4.3.6.1 Conclusión Producto

La Hostería "Greenature" brinda servicios de alta calidad, competitividad e innovación, así se diferencia de la competencia, y esto se logrará en base a nuestras instalaciones, además se ajusta a las actuales necesidades y exigencias de los eco-turistas y atiende las preferencias de cada uno brindando un servicio integral y personalizado.

4.3.6.2 Conclusión Precio

El precio está calculado en función de los costos fijos y variables del proyecto, rendimiento esperado del inversionista, precios de la competencia nacional, influencia de la situación política y económica del destino turístico, temporadas altas y bajas del negocio.

4.3.6.3 Conclusión Plaza

Se utilizarán canales directos e indirectos como en nuestra página web y además participar de las actividades de promoción turística organizadas por el primer ente regulador de la industria turística que es el Ministerio de Turismo a nivel nacional y además a nivel cantonal el GAD de Puerto Quito realiza ferias, exposiciones, conferencias entre otros eventos coordinados para promocionar al cantón y los proyectos turísticos

4.3.6.4 Conclusión Promoción

La promoción y comunicación del proyecto tomo en cuenta al mercado industrial turístico para comunicar los servicios de la hostería a través de campaña publicitaria de lanzamiento, revistas especializadas en negocios, turismo y deportes, periódicos nacionales, internet como principal fuente de promoción y vallas publicitarias.

4.4 Plan Técnico Legal

4.4.1 Permisos legales

Los permisos que permitirán el funcionamiento de la hostería son los siguientes:

- Registro Único de Contribuyentes RUC
- Patente Municipal
- Permiso Sanitario de Funcionamiento
- Permiso de Funcionamiento emitido por el cuerpo de Bomberos
- Permiso del Ministerio de Turismo
- Pago del impuesto: Predial

Tasa turística

IVA

IR

Los impuestos que generará el presente emprendimiento son:

- Impuesto al Valor Agregado
- Impuesto a la renta

Se detallan procesos dentro de la hostería para ofrecer un servicio de excelencia dentro de recepción con el proceso de check in, reservas y check out junto con recepción de facturas dentro del departamento de ama de llaves el proceso de reporte de habitación y finalmente en el restaurante el proceso de atención en restaurante.

4.4.2 Determinación de la capacidad instalada del negocio

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Nunes, 2015)

Según el concepto mencionado en el párrafo anterior, la capacidad instalada del negocio sería el total de las habitaciones, las camas disponibles, los recursos humanos y de experiencia que se ofrece en un espacio y tiempo determinado.

La hostería consta de cuatro áreas, conformada por el área administrativa, área de servicios, área libre y área de alojamiento, cuyas habitaciones tienen las medidas adecuadas para brindar comodidad. El área total de la hostería es de 600 metros cuadrados

La capacidad de la hostería determinada para el presente proyecto es de 20 habitaciones, 4 habitaciones dobles cada una de 25 m² y en conjunto hacen un total de 100 m², 4 habitaciones matrimoniales de 28 m² lo cual en total abarca 112 m² y 12 habitaciones familiares de 30 m² que abarca un total de 360 m².

Asimismo, en total las 20 habitaciones albergarán un total de 64 personas. El área general en metros cuadrados es de 600 m² con un área libre de 28 m².

Distribución de habitaciones:

Tabla 20 Distribución de habitaciones. Fuente: G. Quiroz (2019)

Tipo de cabañas	Numero de cabañas	Número de personas por cama	Total de personas
Dobles	4	2	8
Matrimoniales	4	2	8
familiares	12	4	48
TOTAL	20		64

4.4.3 Diseño de las instalaciones

El establecimiento dispondrá de (600 metros cuadrados), la cual contará con habitaciones, un restaurante/recepción y áreas verdes.

PLANO

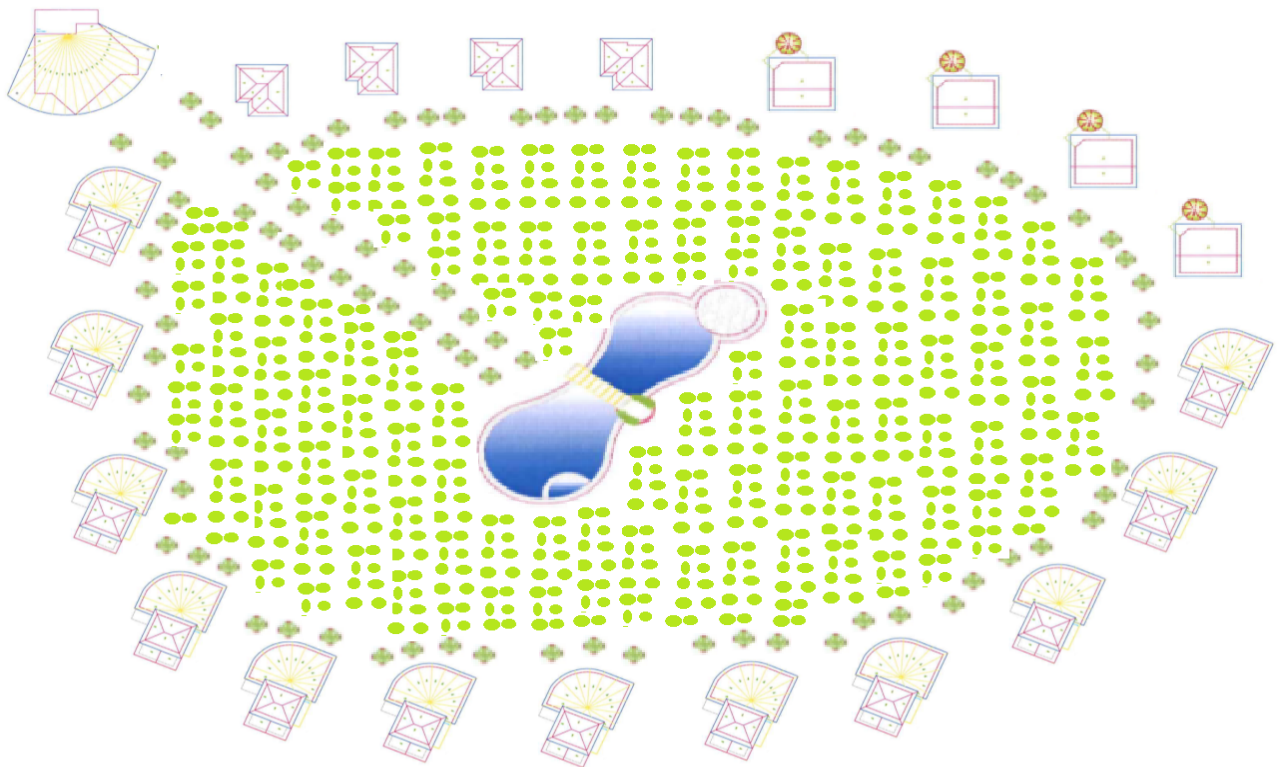


Gráfico 20 Plano. Fuente: G. Quiroz (2019)

La hostería contará con tres tipos de habitaciones dobles, matrimoniales y familiares cada una se divide respectivamente así: 4 cabañas dobles con capacidad para 2 personas en cada una, 4 matrimoniales con capacidad para 2 personas en cada una y finalmente las familiares con 12 cabañas las cuales tienen capacidad para 4 personas.

Dentro de las normas sanitarias, de higiene o ambientales, de ser aplicable se utilizarán ISO 9001 (gestión de la calidad) ISO 14001 (gestión del medio ambiente) ISO 9001 + ISO 14001 (sistema de gestión integrado) ISO 22001 (gestión alimentaria)

y para el control de calidad se utilizarán programas, técnicas, mecanismos y herramientas para mejorar la hostería tanto en calidad de productos, servicio y productividad en todas las áreas de la hostería.

Además de que la hostería está enfocada a lo ecológico se tomó en cuenta RainForest Alliance donde enfoca cuatro aspectos fundamentales que son: cambio climático, uso racional del agua, uso racional de la energía y protección de la biodiversidad. Además, siendo ecológica la hostería se hará uso de paneles solares, biodigestores y de energía de luces led por su ahorro en comparación con el otro tipo de luces amarillas.

4.4.4 Construcción e infraestructura

Para la obtención de estos datos se realizó una entrevista al ingeniero y diseñador Sergio Espinoza, quien es especialista en diseño y arquitectura, y es propietario de la empresa distribuidora Colori, además es parte de la asociación Wolf de empresarios, con una larga trayectoria en ventas, diseños de interiores y arquitectónicos.

Por medio de esta entrevista nos aclara sobre los materiales, instalaciones, deterioros posibles que podría tener, y como tener mejores acabados y mejores materiales de piso, paredes, mobiliario, tapicería para que tenga un concepto diferente y actual.

Tomando en cuenta la propuesta ecológica es importante el uso de materiales que ayuden y cuiden al medio ambiente junto con el uso de energías renovables como paneles solares fotovoltaicos y captadores solares térmicos que son viables para la edificación.

Tabla 21 Presupuesto según Ingeniero Sergio Espinoza. Fuente: S. Espinoza y G. Quiroz (2019)

Presupuesto según el Ingeniero Sergio Espinoza		
Materiales	Descripción	Precio
Infraestructura	Al ser una hostería ecológica con materiales de la zona y parte de otros materiales complementarios que ayudaran la infraestructura	costo promedio de \$65000
Diseño y decoración	El tema del cuidado ambiental tiene relación a un diseño rustico y natural lo cual al momento de decorar paredes, suelo junto con los muebles y parte de decoraciones	costo aproximado de \$25000
Paneles solares fotovoltaicos	Una habitación promedio con televisor, internet, luz, teléfono, aire acondicionado y demás cosas básicas utiliza un promedio de 2 paneles de 200Kwh así que para la hostería se necesitarían 28 paneles	dentro del mercado estarían a un costo entre \$10000
Biodigestores	Para la cantidad de cabañas con un total de 4 biodigestores con capacidad de 3000L	tendría un costo de \$15000

Tomando en cuenta la opinión y números del ingeniero además de los diferentes cálculos hechos sobre los costos que tendrá la hostería es viable y factible hacerla según el ingeniero ya que es una propuesta diferente en cuanto a infraestructura, diseño y ahorro de energía junto con el propósito de la concientización del cuidado del medio ambiente.

4.4.5 Hoteles Ecológicos

Según la Federación de Enseñanza y Ecohotels (2015). Construcción bioclimática: debe tratarse de un establecimiento hotelero en el que se reduzca el consumo de energía, y, esto es posible gracias a unos buenos aislamientos en la estructura del edificio, más una orientación adecuada. Se considera, pues, una nueva apuesta por el desarrollo sostenible en la construcción de hoteles, donde se tiene en cuenta el entorno y el aprovechamiento de los recursos disponibles (sol, vegetación, lluvia, vientos) para lograr que los consumos de energía para refrigeración, calefacción y agua sean mínimos. Se trata, por tanto, de construir un establecimiento hotelero teniendo en cuenta el microclima del lugar y los materiales existentes en la zona donde se ubique.

Armonía y respeto con el entorno: esta consideración significa que la cultura ecológica de un establecimiento hotelero pasa por el respeto a las tradiciones y cultura local, el paisaje rural o natural de la zona y la biodiversidad del entorno. Por tanto, el desarrollo y la participación de la comunidad local se hace imprescindible, al fomentar una cultura de no agresión al medio ambiente. Una gran mole a dos metros de la playa no sería el modelo ideal de hotel ecológico. Sin embargo, cumplen totalmente con esta premisa aquellos establecimientos que apuestan por materiales ecológicos, muebles de maderas sin tratar o utilización de tejidos como el algodón en la decoración.

Alejados de la saturación urbanística y turística: Los nuevos ecohotels se construyen dando la sensación que están mimetizados con el paisaje, pretendiendo que el impacto visual sea mínimo. Es inviable un ecohotel en un área saturada

urbanísticamente o donde el impacto de los flujos turísticos sea tan importante que los niveles de contaminación superen los límites.

Empleo de materiales naturales: Un ecohotel debe utilizar no sólo materiales de construcción ecológicos, sino que todo el establecimiento debe tener un claro matiz sostenible con el medio ambiente

Aprovechamiento del agua de lluvia: Teniendo en cuenta que una persona por término medio utiliza 150 litros de agua diariamente, este agua podría ser sustituida por agua de lluvia hasta en un 50%, dependiendo de la pluviometría del lugar donde se encuentre ubicado el ecohotel. Esta actividad es sumamente ventajosa, pues protege el medio ambiente, supone un importante ahorro de agua potable y merma el importe de la factura del agua.

Reciclaje: Reciclar es el proceso mediante el cual los productos de desecho se vuelven a utilizar, introduciéndolos de nuevo en el ciclo de vida. Para un reciclaje útil en un establecimiento hotelero de estas características es preciso que todo el personal esté concienciado al respecto, para poder transmitir esa conciencia ecológica a clientes y otros empleados.

Energías renovables: Las energías renovables son inextinguibles; limitan el efecto invernadero; son limpias (su modo de obtención o uso no emite subproductos que perjudiquen al medio ambiente); frenan la dependencia de las importaciones energéticas; evitan el cambio climático, los residuos radiactivos, las lluvias ácidas y la contaminación atmosférica; y no requieren complejas redes de transporte energético, ya que se producen y utilizan en el mismo lugar.

Educación y formación ecológica para empleados y clientela: Para que realmente exista una conciencia ecológica en un establecimiento hotelero de estas características es importante que tanto empleados como clientela interioricen la ética ecológica.

4.4.6 Certificaciones para hoteles ecológicos

4.4.6.1 ISO 14001

La norma ISO 14001 insta a los hoteles de todos los países a implementar medidas de gestión ambiental y ahorro de energía. En ese sentido, los hoteles ecológicos adheridos a la norma, deben proporcionar periódicamente, información relacionada con la sostenibilidad, como el uso de energía o las políticas de reciclaje.

El cumplimiento de la norma, en consecuencia, conlleva a los establecimientos hoteleros, inclusive, a desarrollar sus propias acciones. Estas acciones actualmente son guiadas por la Asociación de Hoteles Ecológicos, quienes apoyan firmemente las iniciativas verdes a través del estímulo y la promoción de los servicios hoteleros ecológicos y velan por la puesta en marcha de prácticas innovadoras.

Una empresa pequeña que empieza de cero, podría necesitar unas 200 horas de consultoría. El costo por hora de una buena consultoría actualmente está alrededor de \$ 50.00, esto es que pagar aproximadamente \$ 10,000.00 en consultoría para la implementación.

4.4.6.2 Green Leaders

La participación en el programa EcoLíderes de TripAdvisor constituye una manera fantástica de atraer al creciente número de viajeros que se preocupa por las prácticas respetuosas con el medio ambiente, lo que le permitirá desmarcarse de la competencia y destacar sus EcoPrácticas y dicho certificado es perteneciente en conjunto con Rainforest Alliance, Spain Green Building Council, The U.S. Environmental Protection Agency

4.4.6.3 Rainforest Alliance

Los propietarios de empresas turísticas, incluyendo los servicios de alojamiento y los operadores de tours receptivos, que demuestren que están minimizando su huella ambiental y apoyando a los trabajadores, las culturas locales y las comunidades vecinas también pueden ser elegibles para usar el sello Rainforest Alliance Certified. Para confirmar que estas empresas cumplan los criterios de sostenibilidad reconocidos por el Global Sustainable Tourism Council se realizan auditorías por terceros y una certificación por parte de NEPCon. Estos criterios requieren:

- La protección de los ecosistemas cercanos
- El uso racional de los recursos naturales
- La mitigación del cambio climático
- Beneficios para el desarrollo social y cultural de las comunidades vecinas

4.5 Resumen Plan Financiero

4.5.2 Estado de Resultados

Tabla 22 Estado de Resultados. Fuente: G. Quiroz 2019

ESTADO DE RESULTADOS											
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	
Ingresos	\$188.865	\$269.807	\$323.769	\$350.751	\$377.732	\$431.694	\$458.676	\$512.638	\$512.639	\$458.679	
Costos variables	\$37.773	\$53.961	\$64.754	\$70.150	\$75.546	\$86.339	\$91.735	\$102.528	\$102.528	\$91.736	
Contribución marginal	\$151.092	\$215.846	\$259.015	\$280.600	\$302.186	\$345.355	\$366.940	\$410.110	\$410.111	\$366.943	
Costos fijos	\$82.467	\$94.202	\$87.137	\$96.872	\$93.681	\$98.872	\$85.137	\$105.550	\$95.815	\$93.815	
EBITDA	\$68.624	\$121.643	\$171.878	\$183.728	\$208.504	\$246.483	\$281.803	\$304.560	\$314.296	\$273.128	
	36%	45%	53%	52%	55%	57%	61%	59%	61%	60%	
Depreciaciones	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	
Pago Capital CFN	\$8.863	\$9.743	\$10.710	\$11.773	\$12.941	\$14.218	\$15.618	\$17.155	\$18.844	\$20.699	
Intereses CFN	\$12.992	\$12.112	\$11.145	\$10.082	\$8.914	\$7.637	\$6.237	\$4.700	\$3.011	\$1.156	
Amortización de intangibles	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	
BAIL - EBIT	\$28.391	\$81.410	\$131.644	\$143.495	\$168.271	\$206.249	\$241.570	\$264.326	\$274.062	\$232.894	
	15%	30%	41%	41%	45%	48%	53%	52%	53%	51%	
Impuestos	35%	\$0	\$0	\$46.076	\$50.223	\$58.895	\$72.187	\$84.549	\$92.514	\$95.922	\$81.513
Utilidades Trabajadores	15%	\$0	\$0	\$0	\$21.524	\$25.241	\$30.937	\$36.235	\$39.649	\$41.109	\$34.934
Beneficio Neto	\$28.391	\$81.410	\$85.569	\$71.747	\$84.135	\$103.125	\$120.785	\$132.163	\$137.031	\$116.447	

Dentro del año 1 se generan ya ingresos los cuales podemos ir debitando las diferentes obligaciones que tenemos como los diferentes tipos de costos, las depreciaciones de los diferentes activos de la hostería, y además se exonerara de impuestos e utilidades dicho año ya que según capítulo 3 art. 9.2 de la ley de régimen tributario dice que en caso de inversiones o compra de activos inmuebles se exoneran de pagar.

4.5.3 Flujo de Fondos

Tabla 23 Flujo de Fondos. Fuente: G. Quiroz 2019

FLUJO DE FONDOS											
	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
EBIT		\$28.391	\$81.410	\$131.644	\$143.495	\$168.271	\$206.249	\$241.570	\$264.326	\$274.062	\$232.894
Valor rescate de activo fijo		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$ 32.500
Valor rescate de capital de trabajo		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$ 43.346
Depreciación		\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378
Impuestos		\$0	\$0	-\$46.076	-\$71.747	-\$84.135	-\$103.125	-\$120.785	-\$132.163	-\$137.031	-\$116.447
Inversiones	\$199.479	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Flujos Netos	-\$199.479	\$46.769	\$99.788	\$103.947	\$90.126	\$102.514	\$121.503	\$139.163	\$150.541	\$155.409	\$210.671

El EBIT del año uno que es \$28.391 aumentamos el costo de las depresiones de la hostería que tienen un valor de \$18.378 lo cual los flujos netos de dicho año serán \$46.769 y a medida q avanza los años se irán incrementado los valores respectivamente

Tabla 24 Rentabilidad. Fuente: G. Quiroz 2019

Tasa de Descuento WACC		20%
VAN		232.292
TIR		43%
PRI		3 años

Este cuadro la tasa de descuento WACC es la tasa de corte que pone la CFN para los proyectos de turismo además de que el VAN es positivo y el TIR es mayor que la tasa de corte por ende se recomienda la inversión de este negocio.

4.5.4 Balance General

Tabla 25 Balance General. Fuente: G. Quiroz 2019

BALANCE GENERAL										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ACTIVOS										
Caja y bancos	\$46.769	\$146.557	\$250.504	\$340.630	\$443.144	\$564.647	\$703.810	\$854.351	\$1.009.761	\$1.220.432
Total Activo Corriente	\$46.769	\$146.557	\$250.504	\$340.630	\$443.144	\$564.647	\$703.810	\$854.351	\$1.009.761	\$1.220.432
Activos tangibles	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633
Depreciación activos tangibles	-\$15.528	-\$31.057	-\$46.585	-\$62.113	-\$77.642	-\$93.170	-\$108.699	-\$124.227	-\$139.755	-\$155.284
Activos intangibles	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500
Amortización activos intangibles	-\$2.850	-\$5.700	-\$8.550	-\$11.400	-\$14.250	-\$17.100	-\$19.950	-\$22.800	-\$25.650	-\$28.500
Capital de trabajo	\$43.346									
Total Activo No Corriente	\$181.101	\$119.376	\$100.998	\$82.620	\$64.241	\$45.863	\$27.484	\$9.106	-\$9.272	-\$27.651
Total Activos	\$227.870	\$265.933	\$351.502	\$423.250	\$507.385	\$610.510	\$731.294	\$863.457	\$1.000.488	\$1.192.781
PASIVOS										
Cuentas comerciales por pagar	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Pasivo Corriente	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Préstamo CFN	\$131.110	\$121.289	\$110.495	\$98.629	\$85.620	\$71.402	\$55.784	\$38.629	\$19.785	\$0
Total Pasivo No Corriente	\$131.110	\$121.289	\$110.495	\$98.629	\$85.620	\$71.402	\$55.784	\$38.629	\$19.785	\$0
Total Pasivos	\$131.110	\$121.289	\$110.495	\$98.629	\$85.620	\$71.402	\$55.784	\$38.629	\$19.785	\$0
PATRIMONIO										
Capital social	\$68.370	\$34.844	\$45.638	\$57.504	\$70.513	\$84.731	\$100.349	\$117.504	\$136.348	\$231.979
Utilidades ejercicio anterior	\$28.391	\$109.800	\$195.369	\$267.117	\$351.252	\$454.377	\$575.161	\$707.324	\$844.355	\$960.802
Total Patrimonio	\$96.760	\$144.644	\$241.008	\$324.621	\$421.765	\$539.108	\$675.510	\$824.829	\$980.704	\$1.192.781
Total Patrimonio + Pasivos	\$227.870	\$265.933	\$351.502	\$423.250	\$507.385	\$610.510	\$731.294	\$863.457	\$1.000.488	\$1.192.781

Los activos del año uno es \$227.870 y los pasivos un total de \$131.110 lo cual se puede interpretar que tenemos más de lo que debemos pagar lo cual es beneficioso para la empresa entonces el patrimonio de la hostería es de \$227.870 es positivo.

CAPITULO 5: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La Hostería ecológica tiene como propósito brindar servicio de hospedaje a turistas en su mayoría nacionales, cubriendo las expectativas de los turistas durante la estadía, satisfaciendo sus exigencias a través de un servicio de calidad considerando al factor humano y cuidado de la naturaleza como la clave del éxito.

5.1 Conclusiones

- El proyecto es viable, analizando y tomando en cuenta todos los factores de un plan de negocio se llega a la conclusión que de que es recomendable su instalación.
- En el estudio de mercado se concluye que sí existe un mercado potencial para los servicios de alojamiento, específicamente turistas que gustan de la naturaleza, a quienes se les reconoce un alto grado de fidelidad y eligen los servicios de alojamiento basándose en la comodidad, lugar y decoración de acuerdo con la temática, el trato, la posibilidad de realizar actividades recreativas, y el entorno arquitectónico y natural, aspectos que se consideraron en el diseño del proyecto.
- Segundo, el estudio legal debe cumplir los requerimientos exigidos por la legislación vigente para crear una nueva empresa, estará sujeta a la superintendencia de compañías conjuntamente con el servicio de rentas internas SRI para la constitución de la hostería en Puerto Quito
- La viabilidad técnica se concluye que las necesidades y requerimientos especificados están disponibles dentro del país y se puede contar con

ellos en el momento en el que se inicie la implementación y operación del proyecto, ya que no existen restricciones o limitaciones en este aspecto.

- Tercero, se analiza en el estudio financiero del plan de negocios, el cual arroja una inversión alta, pero con una amplia posibilidad de participación de inversionistas privados para gestionar la inversión e impulsar el desarrollo del proyecto.
- Por otra parte, la estimación realizada en un escenario normal con proyección de 10 años específica que se trabajará con flujos de efectivo positivos desde el primer año de operación de la empresa.

5.2 Recomendaciones

- Contar con la debida asistencia técnica especializada en el sector académico según el proyecto para así velar por la calidad de la educación y llevar un adecuado rendimiento del negocio, sin dejar de tomar en cuenta el manejo sustentable de los recursos.
- Plantear varias situaciones que se deben tener presentes al momento de ejecutar la propuesta, básicamente se trata de consideraciones estratégicas en la gestión de los servicios que ofertará el “Hostería Greenature”.
- Ofertar calidad para ello se recomienda capacitar al personal en normas de calidad, atención al cliente, relaciones humanas e incluso de ser posible incentivar el estudio de distintos idiomas de acuerdo a la demanda de turistas en función de su nacionalidad. Es primordial conformar un equipo humano capacitado que considere el trabajo multidisciplinario para

lograr las metas propuestas y valore el aporte de cada miembro en los esfuerzos por alcanzarlos.

- Plantear proyectos derivados del actual para generar nuevas propuestas, por ejemplo, aprovechando el flujo de turistas. Como parte de la estrategia del hostel se contempla la responsabilidad con el medio ambiente, por ello es necesario para la conservación y mantenimiento del mismo, se cuente con el asesoramiento de un consultor ambiental que recomiende las especies que se deben o no plantar en los espacios verdes existentes.
- Desarrollar una idea de negocio va a depender en gran medida del aprovechamiento y uso de los recursos naturales de manera sostenible, también son determinantes la organización y el diseño de la oferta para evitar grupos masivos de visitantes, con el objetivo de no superar la capacidad de carga de las zonas en cuestión. Adicionalmente se hace necesaria la planeación y ejecución de técnicas que logren mitigar o amortiguar el impacto y las alteraciones ocasionadas por el desarrollo de la actividad turística.

GLOSARIO

Ecológico: que ha sido elaborado sin daño para el medioambiente, la salud humana, la salud y el bienestar de los animales o la salud de las plantas. (RAE)

Ecosistema: Comunidad de los seres vivos cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en función de los factores físicos de un mismo ambiente. (RAE)

Ecoturismo: Turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente. (RAE)

Explotación: Utilizar abusivamente en provecho propio el trabajo o las cualidades de otra persona. (RAE)

Factibilidad: Disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señaladas. (RAE)

Implementación: Poner en funcionamiento, aplicar métodos, medidas, etc., para llevar algo a cabo. (RAE)

Naturaleza: Principio generador del desarrollo armónico y la plenitud de cada ser, en cuanto tal ser, siguiendo su propia e independiente evolución. (RAE)

Negocio: Aquello que es objeto o materia de una ocupación lucrativa o de interés. (RAE)

Potencial: Que tiene la virtud o eficacia de otras y equivale a ellas. (RAE)

Recursos: Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa. Recursos naturales, hidráulicos, forestales, económicos, humanos. (RAE)

Sostenible: Especialmente en ecología y economía, que se puede mantener durante largo tiempo sin agotar los recursos o causar grave daño al medio ambiente. (RAE)

Tendencia: Propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines. (RAE)

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes impresas:

Arias, F. (2014). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*; segunda edición. Caracas, Venezuela: Editorial Espíteme. 121pp

Arkin, H. y Colton, R. (1995). *Introducción a la Estadística*. México. Editorial: Ateneo. 230pp

Berbel, J. (2017). La internacionalización de las cadenas hoteleras españolas en América Latina. España. 20pp

Borello A. (2000). *El plan de Negocios*. Colombia. Editorial: Mc Graw Hill. 48pp.

Castillo, B. (2015). El turismo en Ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico. Chile. Editorial: Galega. 88pp.

Castro, C. (2016). Plan de negocio para la implementación de Una hostería ubicada en la ciudad de Lambayeque. Trabajo de titulación. Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo. Escuela De Administración De Empresas. Chiclayo. 140pp.

Calduch, R (2014). *Métodos y técnicas de investigación internacional*. 2 edición. Madrid. 61pp

Chavez, J. (2001). *Metodología de la Investigación*. Bogotá. Editorial: Hombre. pp.

Flietman, J. (2000). *Negocios exitosos: cómo empezar, administrar y operar eficientemente un negocio*. México. Editorial: Mc Graw Hill. 383pp

- Grefa, L, (2017). Diseño del plan de desarrollo turístico, mediante la elaboración del plan de negocios, para incentivar actividades turísticas en la comunidad "alukus", ubicada en la parroquia talag, cantón tena. Trabajo de titulación. Universidad Nacional de Loja. Facultad jurídica social y administrativa. Loja. 181pp.
- Hampton D. (1993). *Administración*. México. Editorial: Mc Graw Hill. 135pp.
- Hernández, S.; Fernández, C.; Baptista, L. 2014. *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill Educación. 200pp.
- Hurtado, I. y Toro, G. (2001). *Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambio*; Episteme; Valencia-Venezuela. 210pp
- Kotler, P. y Armstron G. (2007), *Marketing*. México. Editorial: Pearson Education. 120pp.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management*. Indonesia. Editorial: Prentice Hall. 200pp
- Medina, S. (2014). Función social del psicólogo clínico: estado del arte. Trabajo De grado. Universidad San Buenaventura, Medellín. 254pp
- Osterwalder, A. (2011). *Business Model Generation*. Editorial: DEUSTO S.A. 195pp.
- Ordoñez, C. (2014). Estudio De Factibilidad Para La Implementación De Cabañas Ecológicas En El Sector El Tablón De La Comunidad Releche, Parroquia La Candelaria, Cantón Penipe, Provincia De Chimborazo. Trabajo De Titulación. Escuela Superior Politécnica De Chimborazo. Escuela De Ingeniería En Ecoturismo. Riobamba. 261pp.

Palella y Martins (2015) *Marco Metodológico*. 3ra Edición. Editorial: Fedupel. Caracas. 275pp

Parra, D. (2015). Estudio De Factibilidad Para La Implementación De La Hostería "Skytrain Lodge" En La Comunidad De Guñag, Cantón Alausí. Trabajo de titulación. Universidad de especialidades Turísticas. Quito. 139pp.

Sabino, C (2014). *El proceso de investigación*. Venezuela. Editorial: Panapo. 151pp

Lexus. (2011). *Turismo, hotelería y restaurantes*. Barcelona, España: Lexus Editores

López, P. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. España. 77pp

Fuentes de internet:

Aguilar, M. (2016). *Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos*. En: <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>. Fecha de consulta: 25/05/2018

Asesoría al Empresario. *Como elaborar un plan de negocios*. En: https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2016/02/AE-PLAN-DE-NEGOCIOS_CFN.pdf. Fecha de consulta: 30/01/2019

Bravo. L. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. En: <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>. Fecha de consulta: 22/11/2019

Ecuador en Cifras. *Resultados del Censo 2010*. En:

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/pichincha.pdf>. Fecha de consulta: 30/01/2019

Federación de enseñanza de Andalucía. (2015). *Ecohoteles: una apuesta de sostenibilidad para el siglo xxi*. En:
<https://www.feandalucia.ccoo.es/docu/p5sd7349.pdf>

Franco, Y (2014). Tesis de Investigación. Población y Muestra. Tamayo y Tamayo. Venezuela En:
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2011/06/poblacion-y-muestra-tamayo-y-tamayo.html> Fecha de consulta: 27/04/2018

Folgueiras, P (2015). *Técnica de recogida de información*. En:
<http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/99003/1/entrevista%20pf.pdf>.
Fecha de consulta: 22/11/2019

Krauchuk, C (2017). *Agendas de competitividad de destinos turísticos*. En:
<https://es.scribd.com/document/375113685/PDF-San-Juan-de-Los-Lagos>. Fecha de consulta: 27/04/2018

López, G. (2018). *Turismo y Medio Ambiente*. En:
<https://planeta.com/9805ecoboom/>. Fecha de consulta: 27/04/2018

Martínez, P. (2013). *El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas en vías de desarrollo*. En:
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008. Fecha de consulta:30/01/2019

Ministerio de Turismo (MINTUR) (2018). *Ingreso de turistas al Ecuador*. En:
<https://www.turismo.gob.ec>. Fecha de consulta: 17/11/2018

Ministerio de Turismo (MINTUR) (2016). *Reglamento de Alojamiento*. En:

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>. Fecha de consulta: 17/11/2018

Nunes, P. (2015). *Capacidad Instalada*. En: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>. Fecha de consulta: 20/04/2019

Porter, M. (2008, enero). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a La estrategia*. En: https://utecno.files.wordpress.com/2014/05/las_5_fuerzas_competitivas-_michael_porter-libre.pdf. Fecha de consulta: 17/11/2018

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2010. En: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>. Fecha de consulta: 17/11/2018

Véliz, P. y Jorna, A. (2014). Evolución histórica y perspectivas futuras de la medicina intensiva y emergencia como especialidad en Cuba. Educación Médica Superior, En: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086421412014000300018&script=sci_arttext&lng=en Fecha de consulta: 27/04/2019

ANEXOS

Anexo 1 – Encuesta

1) Edad

- 20-25 años
- 26-35 años
- 36-40 años

2) Género

- Masculino
- Femenino

3) Ingresos Mensuales

- Menos de 500
- 500 a 1000
- 1001 a 1500
- 1501 a 2000
- 2001 en adelante

4) ¿En qué Sector de Quito reside?

- Norte
- Centro
- Sur
- Valle

5) ¿Con que frecuencia sale de vacaciones?

- No sale
- 1 vez cada semana
- 1 vez cada 15 días
- 1 vez cada mes
- 1 vez cada 3 meses
- 1 vez cada 6 meses
- 1 vez cada año
- 1 vez cada 2 años

6) ¿Sus destinos para vacacionar son Nacionales?

- Si
- No

7) ¿Ha vacacionado usted en el noroccidente de Pichincha?

- Si
- No

8) ¿Al vacacionar en el Noroccidente de Pichincha prefiere?

- Puerto Quito
- Mindo
- Pedro Vicente Maldonado

9) ¿Le gustaría volver a repetir la experiencia?

- Si
- No

10) ¿Estaría dispuesto a realizar actividades de turismo ecológico?

- Si
- No

11) ¿Estaría dispuesto a hospedarse en un hostel ecológico?

- Si
- No

12) En la escala del 1 al 5 en interés, que debería tener un hostel ecológico, siendo el 1 de menor importancia y el 5 como mayor importancia:

Utilizar materiales y objetos reciclables o reutilizables y reduzca la cantidad de residuos

- 1 2 3 4 5

Uso eficaz de la energía y el agua

- 1 2 3 4 5

Utilización de energías renovables, privilegiando la solar por sobre las demás

- 1 2 3 4 5

Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local

- 1 2 3 4 5

Tratamiento de aguas negras y grises

- 1 2 3 4 5

Anexo 2 – Entrevista

¿Una infraestructura como la que tendrá Greenature que precio promedio tendría el construirlo?

¿Cuánto sería el presupuesto promedio para la decoración y el diseño interior de la hostería?

Teniendo conocimiento del número de habitaciones ¿Cuántos paneles solares se necesitarían y cuál sería su precio de adquisición?

Para el reciclaje del agua ¿Cuántos biodigestores necesitaría la hostería y que precio promedio tendrían?

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniería en
Administración de Empresas Hoteleras

**Propuesta de plan de negocio para la creación de establecimiento de
alojamiento sostenible en el cantón Puerto Quito de la provincia de
Pichincha**

Autor:

Gary William Quiroz Castro

Director:

MBA. Marcelo Nieto,

Quito, Ecuador.

Noviembre 2019

ÍNDICE

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO PARA UNA HOSTERÍA EN PUERTO QUITO	1
ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO	1
1.1 Giro del negocio	1
1.1.1 Análisis del sector Turístico y Hotelero en el Ecuador	1
1.1.2 Fuerzas de Porter	3
1.1.3 Modelo de negocio	5
1.1.4 Oportunidad de negocio	6
1.2 La administración	8
1.2.1 Nombre o Razón Social	8
1.2.2 Descripción del equipo emprendedor y directivo	8
1.2.3 Forma jurídica de la empresa	9
1.2.4 Impuestos, permisos y licencias	9
1.2.5 Organigrama funcional	10
1.2.6 Descripción de los puestos de trabajo	10
1.3 Orientación estratégica del negocio	19
1.3.1 Misión	19
1.3.2 Visión	19
1.3.3 Valores	19
1.3.4 Políticas Generales	20
1.3.5 Análisis Foda	21
1.3.6 Foda de estrategias	22
1.3.7 Objetivos estratégicos del negocio	24
1.3.8 Alianzas estratégica	24
ESTUDIO DE MERCADO	25
2.1 Análisis de mercado (Investigación del mercado)	25
2.2 Segmentación del mercado	25
2.3 Mercado Objetivo (Mercado Meta)	26
2.4 Estudio de la demanda	26
2.5 Demanda Potencial. Demanda Insatisfecha	38
2.6 Estudio de la oferta	39
2.7 Marketing Mix	39
2.7.1 Producto/servicio	41

2.7.2	Precio	44
2.7.3	Promoción, imagen y marca corporativa	46
2.7.4	Plaza.....	48
2.8	Posibilidades del negocio desde el punto de vista del mercado.....	49
ASPECTOS TECNICOS DEL NEGOCIO		50
3.1	Procesos de producción/servicios, según sea el caso	50
	Proceso de Check in	50
	Proceso de reserva de habitación.....	52
	Proceso de Check out.....	53
	Proceso de recepción de facturas.....	54
	Proceso de reporte de habitación	55
	Proceso de atención en restaurante	56
3.2	Determinación de la capacidad instalada del negocio.....	57
3.3	Diseño de las instalaciones.....	59
3.4	Normas sanitarias, de higiene o ambientales, de ser aplicable	66
3.5	Control de la calidad.....	68
3.6	Ubicación del negocio. Macro y micro localización.....	70
	3.6.1 Macro-localización	70
	3.6.2 Micro-localización	71
ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA		77
4.1	Estructuración económica del negocio	77
	4.1.1 Determinación de la demanda optima de producción	77
	4.1.2 Cronograma Tentativo de Producción	78
	4.1.3 Calendario de Ingresos/Beneficios.....	79
	4.1.4 Plan de recursos Humanos	79
	4.1.5 Plan de Marketing.....	80
	Presupuesto de marketing inicial.....	80
	Presupuesto de marketing primer y segundo año	81
	Presupuesto de marketing octavo, noveno y décimo año	83
	Calendario de costos	84
	Inversiones	85
	Financiamiento.....	86
	Depreciación anual de activos.....	77
	Estado de resultados	78

Flujo de fondos y Rentabilidad	79
Balance general.....	80

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Modelo de Negocios. Fuente: G. Quiroz 2019	5
Cuadro 2 Oportunidad de Negocio. Fuente: G. Quiroz 2019	6
Cuadro 3 Análisis FODA. Fuente: G. Quiroz 2019	21
Cuadro 4 FODA de Estrategias. Fuente: G. Quiroz 2019	22
Cuadro 5 Segmentación de Mercado. Fuente: G. Quiroz 2019	25
Cuadro 6 Resultados obtenidos de edad (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	26
Cuadro 7 Resultados obtenidos ingresos mensuales (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	27
Cuadro 8 Resultados obtenidos con qué frecuencia sale de vacaciones (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	28
Cuadro 9 Resultados obtenidos de los destinos para vacacionar (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	29
Cuadro 10 Resultados obtenidos vacaciones en el noroccidente de Pichincha (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	30
Cuadro 11 Resultados obtenidos de preferencias al vacacionar al Noroccidente de Pichincha (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	31
Cuadro 12 Le gustaría volver a repetir la experiencia (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	31
Cuadro 13 Estaría dispuesto a realizar actividades de turismo ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	32
Cuadro 14 Estaría dispuesto a hospedarse en un hostel ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019.....	33
Cuadro 15 Utilizar materiales y objetos reciclables o reutilizables y reduzca la cantidad de residuos (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	33
Cuadro 16 Uso eficaz de la energía y el agua (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	34
Cuadro 17 Utilización de energías renovables, privilegiando la solar por sobre las demás (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019	35

Cuadro 18 Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito).	
Fuente: G. Quiroz 2019.....	36
Cuadro 19 Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito).	
Fuente: G. Quiroz 2019.....	37
Cuadro 20 Demanda Insatisfecha. Fuente: G. Quiroz (2019)	38
Cuadro 21 Precios tentativos. Fuente: G. Quiroz (2019)	46
Cuadro 22 Distribución de Habitaciones. Fuente: G. Quiroz (2019)	58
Cuadro 23 Estimación optima Semanal. Fuente: G. Quiroz (2019)	77
Cuadro 24 Estimación Optima Mensual. Fuente: G. Quiroz (2019)	77
Cuadro 25 Estimación Optima Anual	78
Cuadro 26 Cronograma Tentativo. Fuente: G. Quiroz (2019).....	78
Cuadro 27 Calendario de Ingresos/beneficios. Fuente: G. Quiroz (2019)	79
Cuadro 28 Presupuesto RRHH. Fuente: G. Quiroz (2019).....	79
Cuadro 29 Presupuesto de marketing inicial. Fuente: G. Quiroz (2019).....	80
Cuadro 30 Presupuesto de marketing primer y segundo año. Fuente: G. Quiroz (2019)	81
Cuadro 31 Presupuesto de marketing tercer, cuarto, quinto, sexto y séptimo año. Fuente: G. Quiroz (2019)	82
Cuadro 32 Presupuesto de marketing octavo, noveno y décimo año. Fuente: G. Quiroz (2019).....	83
Cuadro 33 Calendario de costos. Fuente: G. Quiroz (2019).....	84
Cuadro 34 Inversiones. Fuente: G. Quiroz (2019).....	85
Cuadro 35 Financiamiento. Fuente: G. Quiroz (2019).....	86
Cuadro 36 Depreciación anual de activos. Fuente: G. Quiroz (2019).....	77
Cuadro 37 Estado de resultados. Fuente: G. Quiroz (2019).....	78
Cuadro 38 Flujo de fondos. Fuente: G. Quiroz (2019).....	79
Cuadro 39 Rentabilidad. Fuente: G. Quiroz (2019)	79
Cuadro 40 Balance general. Fuente: G. Quiroz (2019)	80

PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIO PARA UNA HOSTERÍA EN PUERTO

QUITO

ADMINISTRACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL NEGOCIO

1.1 Giro del negocio

Será una hostería ubicada en el Noroccidente de la provincia de Pichincha más específicamente en Puerto Quito que ofrecerá servicios turísticos de hospedaje y alimentación con instalaciones donde el huésped podrá estar en contacto con la naturaleza donde se fomentará el máximo respeto a la naturaleza y la incorporación de energías renovables y dentro de la alimentación esta será elaborada con productos ecológicos.

Las habitaciones se encontrarán adecuadas con las comodidades de la ciudad en un estilo ecológico también contará con la construcción de un restaurante para un espacio en que los huéspedes puedan disfrutar de sus alimentos de forma diferente en un ambiente de paz y tranquilidad; en su atractivo se incluirá las experiencias de la vida en la naturaleza al poderlas compartir con los habitantes, además de las caminatas por los senderos con espectaculares paisajes.

1.1.1 Análisis del sector Turístico y Hotelero en el Ecuador

Ecuador tiene una estructura productiva que ve la necesidad de generar otros ingresos e impulsar nuevas iniciativas en el sector turístico, en donde las tendencias van cambiando con un turista mucho más exigente y comprometido con el cuidado y bienestar del medio ambiente, generando una estrategia turística exitosa en donde el impacto en las comunidades locales, en la pobreza, en el medio ambiente, en la conservación de la herencia cultural e histórica, permita mejorar la calidad de vida de cada uno de los actores involucrados.

El turismo se ha caracterizado por ser un sector clave para la economía del país y con un gran potencial de desarrollo. Tras la baja del precio del petróleo, principal ingreso para el país, el turismo se vio como una potente alternativa para contrarrestar la situación. (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2018).

El Ecuador tiene un marco legal que ha permitido en los últimos años alinearse y tomar acciones adecuadas para el desarrollo e implementación de un turismo sostenible que tiene como base la ley de turismo y que su accionar se refleja claramente en el Plan Estratégico de Turismo Sostenible PLANDETUR

2020, algunos de sus objetivos son:

- Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basados en los territorios y bajo el principio de alivio a la pobreza.
- Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y satisfacción de la demanda turística actual.
- Insertar al turismo sostenible en la política de estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada.

Para el 2020 el Ecuador quiere demostrar que el Turismo no es una actividad elitista ni excluyente, sino más bien una actividad magníficamente incluyente que genera riqueza y espacios de equidad.

El Plan de desarrollo turístico ha constituido un marco de referencia orientador para todas las actividades que se han desarrollado en el país, que se sustenta en las relaciones de los diversos sectores para emprender e innovar con mejores prácticas que permitan desarrollar al país sobre la base de un sector turístico competitivo con alta calidad, anfitriones capacitados, un entorno seguro, fluida conectividad y con un marco jurídico e institucional que promueva inversiones saludables.

La tasa de ocupación hotelera en el Ecuador ha ido en aumento sobre todo en temporadas altas y todo por las nuevas tendencias de alojamiento alternativos principalmente en hoteles ecológicos e innovadores que pretenden ayudar a la preservación del medio ambiente y al desarrollo local.

1.1.2 Fuerzas de Porter

Poder de negociación de los proveedores (baja):

Existe una gran cantidad de proveedores para todas las necesidades del sector, procurando siempre obtener un servicio de calidad a un precio asequible y que su ubicación facilite nuestras entradas y salidas de productos y servicios; además de poder realizar alianzas estratégicas con los mismos

Poder de negociación de los clientes (media):

Debido al crecimiento del sector turístico y hotelero, el proyecto está dirigido hacia los turistas nacionales, en este caso el enfoque del cliente está relacionado con la seguridad, confort, calidad y atributos de alojamiento, es decir, cubriendo sus necesidades y expectativas; y de esta manera, satisfacer la demanda.

Rivalidad entre competidores actuales (media):

Dentro del sector podemos mencionar hostería y hostales más representativos de Puerto Quito que ofrecen servicio de hospedaje, y siendo nuestra única competencia directa con el enfoque de nuestra hostería sería el Arasha dentro del rubro por tener el mismo público objetivo. Debemos conocer las fortalezas y debilidades de la competencia y estar preparados para las posibles amenazas del mercado.

Amenaza de nuevos competidores (baja):

La potencial entrada de nuevos competidores es difícil debido a que existen barreras de entrada altas como:

- La inversión para realizar este tipo de proyectos es muy alta

- Una barrera importante es la curva de aprendizaje y experiencia debido a que las hosterías que se encuentran más tiempo en el mercado saben la mejor manera de minimizar costos, como proveedores más baratos, mano de obra calificada y en general toda la logística con la que cuenta.
- La fidelidad de los clientes es otra barrera importante ya que los mismos conocen donde han satisfecho o superado sus necesidades.
- Los canales de distribución son una barrera importante, debido a que la negociación con las agencias de viajes y de turismo son muy complejas, y se muestran resistencia con las empresas nuevas debido a que carecen de reconocimiento del cliente.

Amenaza de productos sustitutos (alta):

En la industria hotelera si existen sustitutos que brindan servicios parecidos a un precio más bajo por lo que cuentan con la infraestructura necesaria para brindar los servicios de una hostería como:

Campamentos turísticos: son establecimientos no hoteleros y son terrenos debidamente delimitados y acondicionados para facilitar la vida al aire libre, en los que se hospeda bajo tienda de campaña, remolques, mediante precio.

Apartamentos: son establecimientos turísticos no hoteleros que de modo habitual el servicio mediante el precio. Extendiéndose que el alojamiento conlleva el uso y disfrute del apartamento, con su correspondiente mobiliario, equipo, instalaciones y servicio sin que presten los servicios de un hotel.

Según las fuerzas de Porter es muy favorable ya que podemos escoger entre varios proveedores para abastecer a nuestro establecimiento sin necesidad de solo escoger un solo proveedor por otro lado los clientes pueden o no hospedarse en el hotel ya que la existencia de competidores es media en cuando a la temática del hotel así que ese será el plus que atraerá a clientes potenciales puesto que si la competencia desea igualar o comparar nuestra temática y servicio será algo complicado para el nivel de inversión el cual tendrá la misma, pero al mismo tiempo

existirán productos sustitos los cuales existen y pueden preferir en conclusión la hostería al ponerse en funcionamiento será una gran proyecto muy viable.

1.1.3 Modelo de negocio

Cuadro 1 Modelo de Negocios. Fuente: G. Quiroz 2019

Socios clave	Actividades clave	Propuestas de valor	Relaciones con clientes	Segmentos de cliente
-Agencias de viajes	-Servicio de alojamiento	Cuidado y preservación ambiental	-Servicio de calidad	-Turistas nacionales y extranjeros entre 20 y 39 años de edad que realicen turismo ecológico y tengan conciencia medio ambiental
-Operadores Turísticos	-Atención al cliente	Establecimiento comprometido a la preservación ecológica	-Identificar al cliente con la hostería	
-Proveedores de alimentos, servicios tecnológicos, mantenimiento	-Mantenimiento de infraestructura y equipamiento		-Satisfacer las exigencias de los huéspedes	
-Profesionales expertos en diversas áreas (turismo, hotelería, y atención al cliente)	-Marketing y actividades con la preservación del medio ambiente		-Buen ambiente y buenas relaciones con los clientes	
-Personas de la comunidad	Recursos clave		Canales	
	-Insumos de calidad		-Publicidad en página web, redes sociales, Facebook, Instagram)	
	-Personal experto y comprometido con el medio ambiente		-Venta directa (turismo receptivo)	
	Infraestructura especializada en conservación del medio ambiente			
	Generadores eléctricos Sistema de tratamiento de agua			
	Maquinaria e implementos en energías alternativas y conservación medio ambiental			
	-Alianzas estratégicas con operadores turísticos			

	-Capital y financiamiento			
Estructura de costos		Fuentes de ingresos		
-Capacitaciones -Pago a proveedores -Costo de publicidad, Página Web -Pago de servicios (agua, luz, teléfono, internet, cable) - Costos de inversión		-Servicio de Hospedaje -Pagos en Efectivo -Pagos en Tarjeta		

1.1.4 Oportunidad de negocio

Cuadro 2 Oportunidad de Negocio. Fuente: G. Quiroz 2019

Evaluación cualitativa de ideas empresariales	SÍ	NO	ANOTACIONES
1. Se ha identificado los productos/servicios que se van a ofrecer.	X		Ofrecerá servicios turísticos de hospedaje y alimentación con las comodidades de la ciudad en un estilo ecológico
2. Existe un volumen de clientes significativo para los productos/servicios de la empresa.	X		El 90% de los Quiteños visitan el noroccidente de la provincia de Pichincha
3. Hay razones para creer que los productos/servicios son realmente atractivos para los clientes.	X		Ofrecer experiencias de la vida en la naturaleza y poderlas compartir con los habitantes, además de las caminatas por los senderos con espectaculares paisajes
4. Se conocen las ventajas y desventajas que existen con respecto a los competidores.	X		La ventaja que se tiene sobre la competencia es la es el conocimiento administrativo, y la calidad de servicio por personal altamente capacitado. La desventaja radica en ser un servicio nuevo en el mercado con el consiguiente poco posicionamiento de marca que esto acarrea.
5. El sector económico en el que se va a entrar ¿está en crecimiento?	X		El turismo en una industria estable que sigue un crecimiento constante desde hace varios años. El turismo hacia Ecuador también ha estado en constante crecimiento desde hace varios años.

6. Las condiciones legales y comerciales del sector son favorables.	X		Las políticas gubernamentales actuales han beneficiado al sector turístico permitiendo la implementación de nuevos establecimientos en esta área.
7. Es factible disponer de los equipos, maquinarias e instalaciones que la empresa requiere.	X		La tecnología requerida está al alcance de la empresa. Los servicios digitales y el hardware necesario son de fácil adquisición
8. Es posible conformar un grupo ejecutivo de excelencia para la empresa.	X		La formación profesional del equipo ejecutivo se fortalece con la experiencia adquirida en el sector y con capacitación
9. Se pueden conseguir los recursos financieros que la empresa requiere.	X		Los recursos financieros son relativamente bajos, razón por la cual no se cuenta con el capital necesario para la implementación del proyecto
10. Es viable conseguir los espacios físicos adecuados para la empresa.	X		Al tratarse de una empresa de base tecnológica no requiere mayor inversión en espacios físicos de instalaciones
11. Es factible manejar las condiciones éticas, legales, sociales y morales que la empresa tiene.	X		Las condiciones que maneja la empresa son de fácil adaptación por el personal a contratar y muy asimilables por el cliente
12. Tiene información acerca de cuánto está dispuesta la clientela a pagar por los productos y servicios.	X		Los productos ofertados se manejan en un sector donde el precio ha sido impuesto por la competencia, por ende, no se puede salir de ese rango.
13. Piensa que el negocio sea rentable	X		Los negocios enfocados al turismo son rentables si se tiene la experiencia necesaria para llevarlos de forma profesional e innovadora. Las estrategias de comercialización y distribución son clave en esta industria
14. ¿Será este el único negocio de su tipo en la localidad, territorio, país?		X	Existen en la actualidad varias alternativas similares a la propuesta.
TOTAL	13	1	



Gráfico 19 Oportunidad de Negocio. Fuente: G. Quiroz 2019

Según la figura las evaluaciones en forma positiva para la ejecución del proyecto están en mayor cantidad a las negativas. Por lo tanto, es posible una buena oportunidad de negocio para la creación de una hostería en el Cantón Puerto Quito

1.2 La administración

1.2.1 Nombre o Razón Social

El nombre “Greenature” se ha elegido como razón social debido al tipo de estructura de la hostería que hace referencia a la naturaleza y su cuidado y que al estar en medio de un paisaje verdoso natural lo envolverá por completo ayudando a olvidar el estrés, la contaminación, el ruido que la ciudad posee siendo este un buen lugar ecológico para la relajación y el confort.

1.2.2 Descripción del equipo emprendedor y directivo

El quipo emprendedor estará conformado por el proponente del presente trabajo Gary Quiroz quien participará con la planificación del proyecto junto con la colaboración de Marcelo Nieto, experto en Hotelería que gracias a sus

conocimientos en Administración Hotelera puede darnos una mejor guía, ayuda y orientación hacia donde debe ir y enfocarse nuestro negocio.

1.2.3 Forma jurídica de la empresa

La empresa se establecerá a través de una sociedad anónima, en la que se registrará la conformación de la misma ante un notario en un acta de constitución, en la misma se estipulará los miembros y el aporte correspondiente de cada uno; ante el notario también se levantará un nombramiento para que el representante legal pueda realizar todos los trámites y gestiones correspondientes a la empresa.

1.2.4 Impuestos, permisos y licencias

Los permisos que permitirán el funcionamiento de la hostería son los siguientes:

- Registro Único de Contribuyentes RUC
- Patente Municipal
- Permiso Sanitario de Funcionamiento
- Permiso de Funcionamiento emitido por el cuerpo de Bomberos
- Permiso del Ministerio de Turismo
- Pago del impuesto

Los impuestos que generará el presente emprendimiento son:

- Impuesto al Valor Agregado
- Impuesto a la renta

Requisitos para Sociedad Anónima

- Nombre o razón social aprobado por la Secretaría General
- Solicitud de aprobación de la Superintendencia de Compañías
- Socios o accionistas (mínimo 2)
- Capital mínimo de \$800

1.2.5 Organigrama funcional

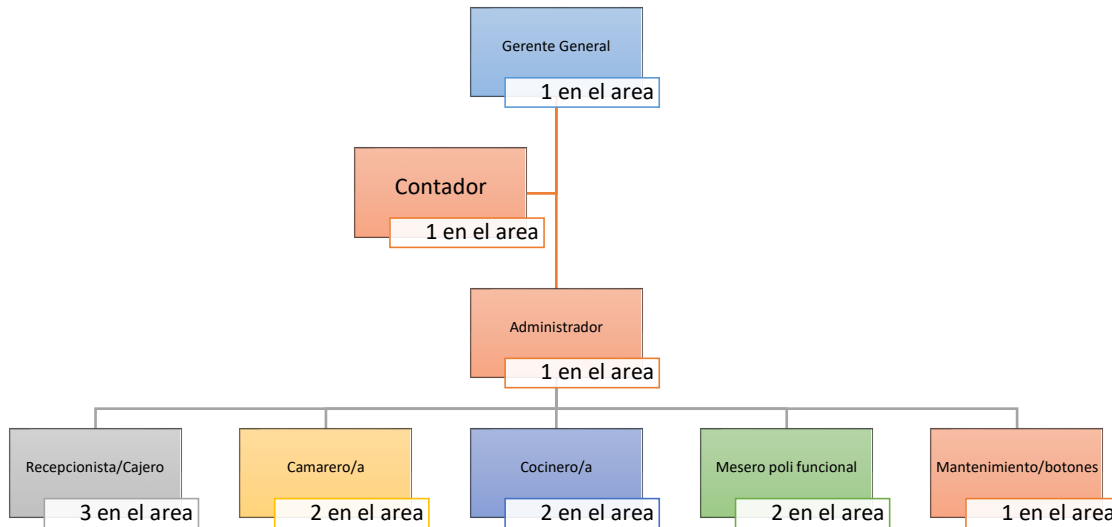


Gráfico 20 Organigrama Funcional. Fuente: G. Quiroz 2019

1.2.6 Descripción de los puestos de trabajo

1.2.6.1 Gerente General

Descripción del puesto

Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.

Funciones y responsabilidades

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.

- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Coordinar con el Ejecutivo de Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.

Requisitos

- Los conocimientos que requiere el cargo son los siguientes:
- Dominio del idioma Inglés.
- Estudios Universitarios y/o Técnicos.
- Título en Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras
- Estudios complementarios en Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
- Experiencia de 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

Remuneración

\$1.500 modelo de contrato por servicios profesionales

1.2.6.2 Administrador

Descripción del puesto

El administrador de empresas de alojamiento se ocupa principalmente, de gestionar los procesos de la empresa; buscar la calidad continua en todos los servicios internos y externos ofertados por el equipo; cumplir con las exigencias legales y tributarias; desarrollar los niveles humanos y económicos para alcanzar competitividad, crecimiento y desarrollo del negocio.

Funciones y responsabilidades

- Planificar objetivos y estrategias
- Establecer estrategias y acciones de mercadeo (marketing)
- Analizar y evaluar resultados para proponer acciones
- Alcanzar objetivos esperados
- Velar por la seguridad y mantenimiento del establecimiento
- Asegurar la satisfacción del cliente
- Liderar el equipo humano de trabajo

Requisitos

- Conocimientos en procesos y procedimientos administrativos
- Procesos de mejora continua
- Planificación de corto y largo plazo
- Conocimiento en aspectos laborales legales, comerciales, tributarios, fiscales, de salud, de seguridad, sociales y ambientales, relacionados a la administración hotelera
- Manejo de personal y equipos de trabajo
- Vocabulario técnico del segmento turismo y hospitalidad

Remuneración

\$800 modelo de contrato por nomina

1.2.6.3 Contador

Descripción del puesto

Todo contador debe tener por naturaleza una gran afinidad por los números y tener una pequeña pasión por los sistemas de la tecnología de la información. Asimismo, debe ser una persona con gran capacidad de interpretación y de análisis, debido a que tendrá que definir conclusiones en los informes financieros que serán de mucha utilidad para las tomas de decisiones gerenciales.

Funciones y Responsabilidades

- Diseña, gestiona y ejecuta las estrategias económicas y financieras de una empresa.
- Interpreta la información contable para el planeamiento, el control y la toma de decisiones.
- Forma parte de las decisiones gerenciales, en base a la interpretación de la información contable y financiera.
- Administra e identifica los riesgos financieros en las organizaciones.
- Administra y supervisa los estados contables históricos y proyectados, presupuestos y sistemas de costos de la empresa.
- Asesorar al Directorio en materia contable, tributaria y financiera
- Informar de los Últimos Estados de Cuenta cuando el Directorio lo solicite

Requisitos

- Profesional titulado en contabilidad
- Capacitado en Software y sistemas contables
- Normas Internacionales de Contabilidad (NIC)
- Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF)
- Conocimiento de aspectos tributarios

Remuneración

\$120 modelo de contrato por outsourcing

1.2.6.4 Recepcionista/Cajero

Descripción del puesto

El recepcionista que desempeña un puesto polivalente se ocupa principalmente, de cumplir los procesos de recepción, registro, acomodación y salida del huésped; ser nexos entre el huésped y los diferentes servicios del establecimiento; atender teléfono y caja; cubrir ciertas actividades de los botones, camarera y seguridad cuando sea necesario.

Funciones y responsabilidades

- Registrar el ingreso del huésped (check in)
- Acomodar al huésped en la habitación
- Controlar el acceso a las habitaciones
- Apoyar a la administración
- Efectuar los procedimientos de salida del huésped (check out)
- Realizar los trabajos de auditoria nocturna
- Velar por la seguridad y privacidad del huésped y del establecimiento

Requisitos

- Conocimientos en sistemas de recepción
- Procedimientos básicos de telefonía, códigos para llamadas nacionales e internacionales, tarifas, horarios con descuentos, posibilidades de uso de celular, números de teléfonos útiles y de emergencia y el uso de la guía telefónica
- Manejo de pagos en cheque, efectivo, tarjeta de crédito u otros
- Observación de rutinas administrativas, inclusive en la organización de documentos
- Memoria de corto y largo plazo
- Apoyar el desarrollo del negocio

Remuneración

\$500 modelo de contrato por nomina

1.2.6.5 Camarero/a

Descripción del puesto

La camarera de pisos se ocupa, principalmente, de limpiar, higienizar y organizar las habitaciones y áreas sociales; inspeccionar la habitación para la salida del huésped; reponer y controlar el material; atender pedidos y reclamos.

Funciones y responsabilidades

- Limpiar, asear y ordenar las habitaciones
- Adecuar la habitación para recibir al huésped
- Inspeccionar el estado de las habitaciones
- Verificar el funcionamiento y el confort de la habitación
- Ordenar la habitación ocupada
- Efectuar controles y registros
- Brindar información del establecimiento al huésped
- Actuar como nexo entre el huésped y otros departamentos del establecimiento
- Velar por la seguridad y privacidad del huésped
- Asegurar la satisfacción del cliente
- Mantener la comunicación con los demás departamentos

Requisitos

- Técnicas de limpieza, ordenamiento y aseo aplicables a instalaciones y equipos de uso común en habitaciones y áreas sociales
- Lectura y escritura clara para llenado de formularios y registros de novedades simples
- Procedimientos para asegurar la privacidad y seguridad del huésped
- Rutinas de lavandería y mantenimiento preventivo

Remuneración

\$394 modelo de contrato por nomina

1.2.6.6 Cocinero

Descripción del puesto

El chef de cocina se ocupa principalmente, de crear, coordinar y realizar recetas y platos; de supervisar el equipo de trabajo de la cocina; de asegurar la calidad de los productos y servicios y la rentabilidad para el establecimiento.

Funciones y Responsabilidades

- Planificar y controlar la cocina
- Elaborar programación de la cocina
- Elaborar menú o carta
- Crear recetas y preparar platos
- Administrar existencia (stock) y consumo
- Supervisar cuidados de higiene personal y seguridad de los alimentos

Requisitos

- Administración de la producción
- Principios básicos de gestión de procesos en la producción de alimentos y bebidas
- Recetas básicas de la cocina nacional e internacional para los varios tipos de servicio
- Técnicas de aprovechamiento, porcionamiento de alimentos y sustitución de ingredientes, que resulten en pérdidas mínimas
- Leer e identificar hora, temperatura y peso

Remuneración

\$394 modelo de contrato por nomina

1.2.6.7 Mesero

Descripción del puesto

El mesero polivalente se ocupa, principalmente, de recibir y acoger al cliente; servir alimentos y bebidas y cuidar del arreglo del punto de venta o servicio.

Funciones y Responsabilidades

- Atender al cliente
- Presentar el menú o carta
- Servir al cliente
- Actuar como nexo entre el cliente y las otras áreas del establecimiento
- Finalizar la atención y recibir el pago
- Cuidar de la seguridad de los alimentos
- Representar y vender
- Asegurar la satisfacción del cliente
- Apoyar al equipo

Requisitos

- Normas de etiqueta a la mesa y en el salón
- Preparación básica de alimentos y bebidas
- Requisitos de higiene personal adecuados a la ocupación
- Capacidad para transportar pequeños pesos y permanecer de pie o andando durante la jornada de trabajo
- Técnicas de comunicación en el servicio
- Técnicas para servir bebidas, licores, bajativos, digestivos y vino

Remuneración

\$394 modelo de contrato por nomina

1.2.6.8 Mantenimiento

Descripción

El encargado de mantenimiento se ocupa, principalmente, de verificar, dar mantenimiento y solucionar problemas en equipo, mobiliario e instalaciones; prestar ayuda en la instalación de equipos de uso temporal y evaluar el servicio de mantenimiento encomendado.

Funciones y responsabilidades

- Diagnosticar el servicio a ser ejecutado
- Reparar fallas eléctricas
- Reparar fallas hidráulicas
- Reparar fallas mecánicas
- Reparar fallas telefónicas
- Hacer reparaciones prediales
- Hacer instalaciones provisionales
- Manejar y controlar existencia (stock) de materiales del área de mantenimiento
- Cuidar el área de trabajo

Requisitos

- Técnicas de diagnóstico y reparación de aparatos electrónicos, eléctricos, mecánicos e hidráulicos
- Operación y mecanismo de ajuste de los equipos y aparatos de uso más común en las habitaciones
- Conocimientos básicos de plomería, carpintería, albañilería y pintura
- Funciones generales de cada área de un establecimiento de alojamiento

- Identificar los detalles de roturas o características en objetos y piezas

Remuneración

\$394 modelo de contrato por nomina

1.3 Orientación estratégica del negocio

1.3.1 Misión

Promover el turismo en Puerto Quito a través de un buen servicio de hospedaje ecológico, permitiendo al turista disfrutar de diferentes actividades al aire libre con un paisaje natural sin dejar una huella en el ecosistema

1.3.2 Visión

En el 2025, ser una hostería con una firme base administrativa y operativa que permita estar posicionados como uno de los principales lugares de alojamiento con orientación y valores ecológicos en Puerto Quito.

1.3.3 Valores

En Greenature los valores empresariales son el eje principal de la operación

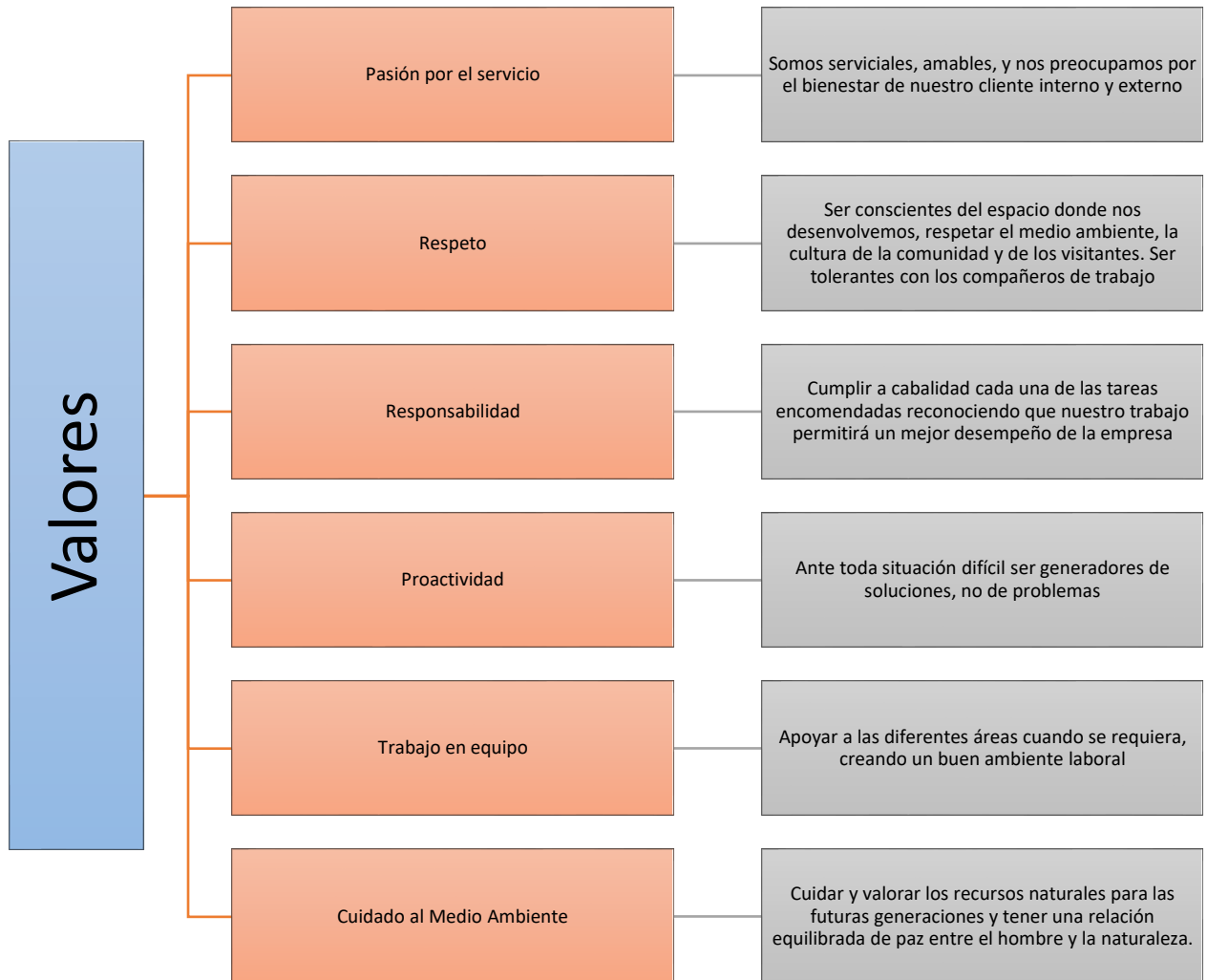


Gráfico 21 Valores. Fuente: G. Quiroz 2019

1.3.4 Políticas Generales

Las políticas dentro de una empresa se establecen para figurar como lineamientos generales es por eso que en Greenature para ofrecer un servicio de calidad establecerán los siguientes parámetros de acción:

- Mantener una actitud amable en todo momento
- Brindar una atención rápida
- Resolver problemas y quejas
- Cumplir con lo ofrecido

- Cumplir de forma completa con las tareas asignadas
- Colaborar con los compañeros
- Empezar las labores puntualmente
- Realizar las tareas asignadas en el momento indicado.
- Reportarse al superior inmediato
- Buscar la mejora continua a través de capacitaciones

1.3.5 Análisis Foda

Cuadro 3 Análisis FODA. Fuente: G. Quiroz 2019

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento en hotelería y administración de empresas. • Precios accesibles para los clientes • Infraestructura ecológica adecuada • Servicio personalizado • Buenas practicas ecológicas • Calidad en el servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía a sitios naturales de interés turístico • El noroccidente de pichincha se está volviendo un área de interés turístico de la provincia • Tendencia de viajes orientado al ecoturismo por parte de la demanda • Proveedores confiables
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia de la hostería al ser nueva • No está posicionada la marca para y genera posible desconfianza • Falta de capacitación del RRHH en la parte operativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento lento del mercado • Entrada de nuevos competidores con precios más bajos • Alta tasa de desempleo • Baja demanda en ciertas temporadas del año

<ul style="list-style-type: none"> Falta de conocimiento en promociones y publicidad 	<ul style="list-style-type: none"> Riesgo de cierre de vía Calacali la Independencia principal ruta
---	--

Según la matriz FODA se puede apreciar que existen fortalezas y oportunidades que podemos y debemos aprovechar al máximo mientras que en debilidades y fortalezas como en todo negocio existen, pero podemos mitigarlas de otra forma menos las de fuerza mayor las cuales no tendremos un control absoluto sobre ellas.

1.3.6 Foda de estrategias

Cuadro 4 FODA de Estrategias. Fuente: G. Quiroz 2019

	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> Cercanía a sitios naturales de interés turístico El noroccidente de pichincha se está volviendo un área de interés turístico de la provincia Tendencia de viajes orientado al ecoturismo por parte de la demanda Proveedores confiables 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> Crecimiento lento del mercado Entrada de nuevos competidores con precios más bajos Alta tasa de desempleo Baja demanda en ciertas temporadas del año Riesgo de cierre de vía Calacali la Independencia principal ruta
Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> Conocimiento en y hotelería 	Estrategia (FO) <ul style="list-style-type: none"> Diseñar paquetes turísticos en las cuales promocionen 	Estrategias (FA) <ul style="list-style-type: none"> Contratar personal capacitado en hotelería para brindar

<p>administración de empresas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Precios accesibles para los clientes • Infraestructura ecológica adecuada • Servicio personalizado • Buenas practicas ecológicas • Calidad en el servicio 	<p>lugares de interés turístico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difundir las buenas practicas ecológicas de la hoseria para captar turistas potenciales • Generar alianzas estratégicas con proveedores confiables y brindar productos y servicio de calidad 	<p>un servicio de calidad y excelencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la orientación ecológica de la hostería para satisfacer las necesidades de los turistas que realicen ecoturismo
<p>Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia de la hostería al ser nueva • No está posicionada la marca para y genera posible desconfianza • Falta de capacitación del RRHH en la parte operativa • Falta de conocimiento en promociones y publicidad 	<p>Estrategias (DO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar capacitaciones frecuentes al personal de hotel para ser más competitivos • Diseñar un manual de descripción de puestos • Diseñar un plan de marketing enfocado hacia el ecoturismo 	<p>Estrategias (DA)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer capacitaciones frecuentes al personal de la hostería y a la comunidad para que de esta manera estén preparados para cubrir posibles vacantes

1.3.7 **Objetivos estratégicos del negocio**

- Capacitar periódicamente al equipo de trabajo para proporcionar un servicio de calidad.
- Cumplir con el compromiso que se encuentra enfocado la hostería hacia el cuidado del medio ambiente y así ayudar al desarrollo del Cantón Puerto Quito.
- Controlar continuamente los procesos para el desarrollo de las metas.
- Mejorar e innovar continuamente los procesos establecidos para mantener la fidelidad de los clientes actuales y futuros potenciales.

1.3.8 **Alianzas estratégica**

La Hostería Greenature llevará a cabo varias acciones que le permitirá contar con más clientes. Así:

- Realizará alianzas con agencias de viajes como EcoAndes Travel, Aiyellow.
- Convenios con operadoras turísticas como Explora Travel, Ceres Ecotours
- Gestionará para que las operadoras y las agencias de viajes incluyan a Hostería Greenature en sus paquetes.
- Efectuará alianzas con hoteles y lugares que ofrezcan alojamiento para que refieran al Greenature como Blue House, Galápagos Hostel entre otros.
- Se gestionará con el GAD de Puerto Quito para proporcionar información de la hostería
- Contactos con el Ministerio de Turismo (MINTUR) para solicitar volantes, trípticos entre otro tipo de información turística.

- Empresas de transporte para la facilidad de movilidad dentro del Cantón como TransMagic, MA Turismo.
- Empresas de publicidad y marketing para llegar hacia más clientes como ReversalEstudios, IDECOM.

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Análisis de mercado (Investigación del mercado)

Es un factor muy importante la investigación de mercado en el presente trabajo debido a que se identifica las características de turistas provenientes del Cantón Quito como, su preferencia hacia el turismo ecológico, si están dispuestos a hospedarse en una hostería ecológica y cuanto estarían dispuestos a pagar ante la implementación de una hostería Ecológica.

2.2 Segmentación del mercado

Cuadro 5 Segmentación de Mercado. Fuente: G. Quiroz 2019

VARIABLE	DEFINICIÓN	PARÁMETRO	PORCENTAJE
Demográfica	Residencia	Norte	
		Centro	
		Sur	
		Valle	
	Edad	20 a 25 años	42.5%
		26 a 35 años	49%
36 a 40 años		8.5%	
Conductuales	Destinos	Nacional	94%
		Internacional	6%
	Viajado al Noroccidente	Si	94.5%
		No	5.5%
		Si	98%
		No	2%

	Repetiría experiencia		
	Actividades Ecológicas	Si	78%
		No	22%
Económico	Niveles de ingreso	394 a 1000	91%
		1001 a 2000	8.5%
		2001 en adelante	0.5%

2.3 Mercado Objetivo (Mercado Meta)

El mercado meta, es un grupo de personas que responden a un determinado perfil demográfico como conductuales y económicas al cual la empresa ofrece un producto o servicio, convirtiéndose en una parte fundamental del negocio. De acuerdo a la segmentación realizada se logra identificar el mercado objetivo del proyecto a turistas nacionales con una edad entre los 26 y 35 años, los cuales sus destinos a vacacionar son mayormente nacionales que han viajado al noroccidente de Pichincha y al mismo tiempo quieren o les gustaría repetir la experiencia junto con la realización de actividades ecológicas que además cuentan con un nivel de ingresos entre 394 que es el sueldo básico y 1000 dólares.

2.4 Estudio de la demanda

En conformidad sobre la edad, 85 personas que representan El 42,5% tienen una edad entre 20-25 años de edad mientras que 98 personas están en la edad de 26-35 años representando un 49% que es el mayor porcentaje y finalmente 17 personas están en la edad de 36-40 años representando un 8,5% siendo el menor porcentaje de las personas encuestadas tal como se puede apreciar en la tabla N°4 y el grafico N°5

Cuadro 6 Resultados obtenidos de edad (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
20-25 años	85	42,5%
26-35 años	98	49%

36-40 años	17	8,5%
Total	200	100%

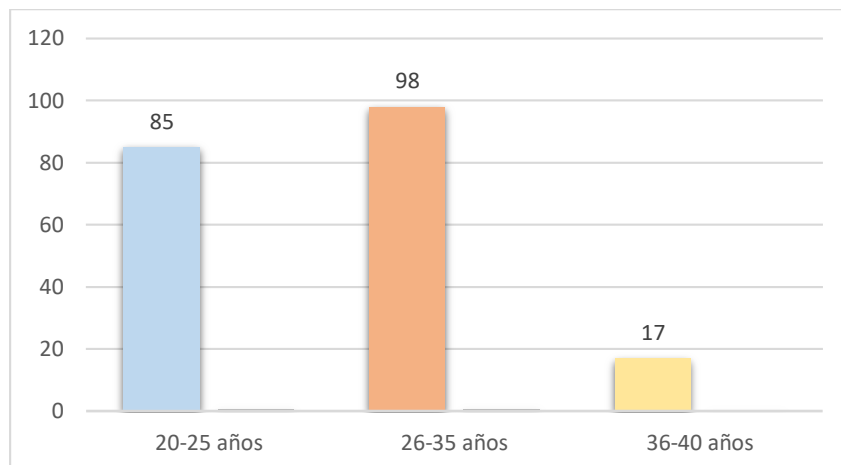


Gráfico 22 Representación gráfica de los resultados obtenidos de edad (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

De igual manera, sobre los ingresos mensuales 97 personas representando el 48,5% ganan entre 394 (sueldo básico) y 500 dólares, en segundo lugar 85 personas representando un 42,5% ganan entre 501 dólares y 1000 dólares, entre ambos representan el 90% de los encuestados mientras que 18 personas restantes representan en 9% tal como se puede apreciar en la tabla N°5 y el gráfico N° 6.

Cuadro 7 Resultados obtenidos ingresos mensuales (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Menos de 500 dólares	97	48.5%
501 a 1000	85	42.5%
1001 a 1500	14	7%
1501 a 2000	3	1.5%
2001 en adelante	1	0.5%

Total	200	100%
-------	-----	------

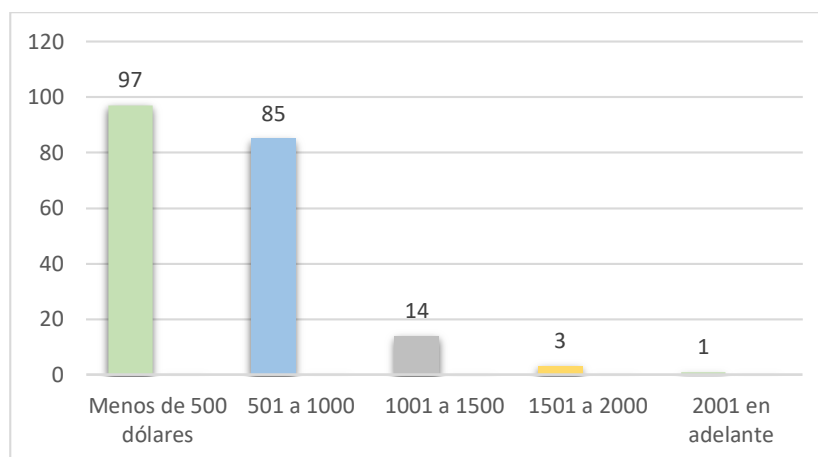


Gráfico 23 Ingresos mensuales (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

Por consiguiente, según la frecuencia con la que los encuestados salen de vacaciones donde 4 personas no salen representando el 2%, 2 personas que salen 1 vez cada 15 días representan el 1%, las personas que salen 1 vez cada mes son 6 en total representando un 3% mientras que 7% que son un total de 14 personas salen 1 vez cada 3 meses, la mayoría representando a 91 personas siendo 45,5% salen de vacaciones 1 vez cada 6 meses, el 36,5% representando a 73 personas salen de vacaciones 1 vez al año y finalmente 10 personas que salen 1 vez cada 2 años representan el 5% de los encuestados tal y como se puede apreciar en la tabla N°6 y el gráfico N°7.

Cuadro 8 Resultados obtenidos con qué frecuencia sale de vacaciones (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
No sale	4	2%
1 vez cada semana	0	0%
1 vez cada 15 días	2	1%
1 vez cada mes	6	3%
1 vez cada 3 meses	14	7%
1 vez cada 6 meses	91	45.5%
1 vez cada año	73	36.5%
1 vez cada 2 años	10	5%

Total	200	100%
-------	-----	------

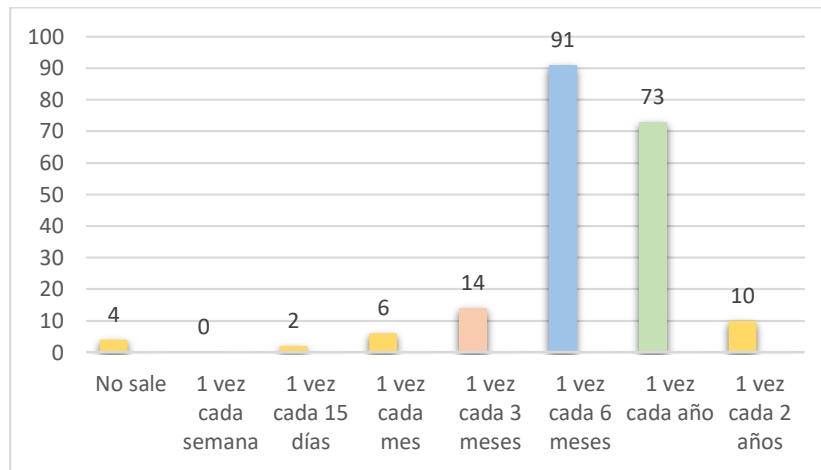


Gráfico 24 Con qué frecuencia sale de vacaciones (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

En conformidad con los destinos a vacacionar, el 94% de los encuestados representando a 188 prefieren destinos nacionales al momento de vacacionar y el 6% que en total son 12 personas prefieren destinos internacionales lo cual se puede apreciar en la tabla N° 7 y el grafico N°8 por lo tanto se observa que la actividad turística mayormente es dentro del territorio ecuatoriano.

Cuadro 9 Resultados obtenidos de los destinos para vacacionar (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nacional	188	94%
Internacional	12	6%
Total	200	100%

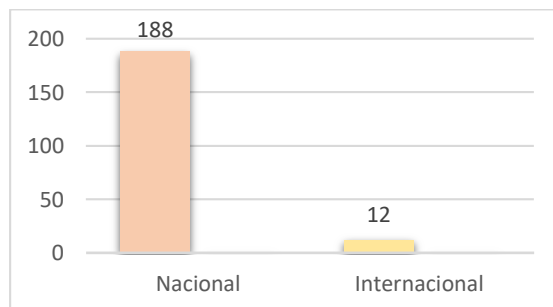


Gráfico 25 ¿Sus destinos para vacacionar son? (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

Por lo tanto, del 100% de los encuestados el 94% representando a 198 personas ha viajado al noroccidente de Pichincha por diferentes motivos mientras que el 5,5% presentando a 11 personas no lo han hecho como se puede observar en la tabla N°8 y el grafico N° 9 por lo que se observa que la mayoría de encuestados prefieren viajar hacia el noroccidente de Pichincha.

Cuadro 10 Resultados obtenidos vacaciones en el noroccidente de Pichincha (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	189	94.5%
No	11	5.5%
Total	200	100%

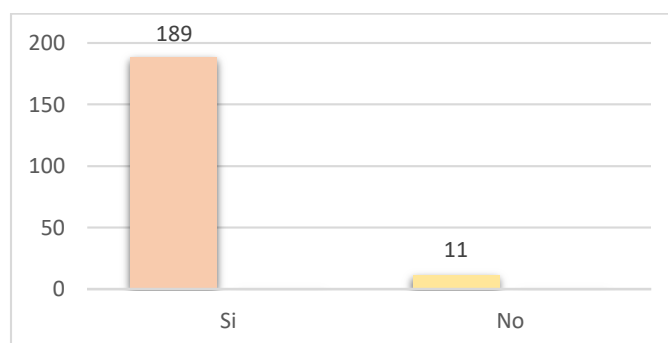


Gráfico 26 Ha vacacionado usted en el noroccidente de Pichincha(Quito). Fuente:G. Quiroz 2019

De tal forma que los diferentes lugares ubicados en el noroccidente de Pichincha entre ellos Puerto Quito, Mindo y Pedro Vicente Maldonado donde el 76 personas que representa el 38% prefiere viajar a Puerto Quito mientras como primera opción esta Mindo con un 59,5% representando a 119 personas encuestadas y finalmente Pedro Vicente Maldonado tiene una preferencia de 2,5% presentando a 5 personas como se puede apreciar en la tabla N°9 y grafico N° 10 lo cual nos ayudara a saber dónde ubicar estratégicamente la hostería según la preferencia de los turistas quiteños.

Cuadro 11 Resultados obtenidos de preferencias al vacacionar al Noroccidente de Pichincha (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Puerto Quito	76	38%
Mindo	119	59.5%
Pedro Vicente Maldonado	5	2.5%
Total	200	100%

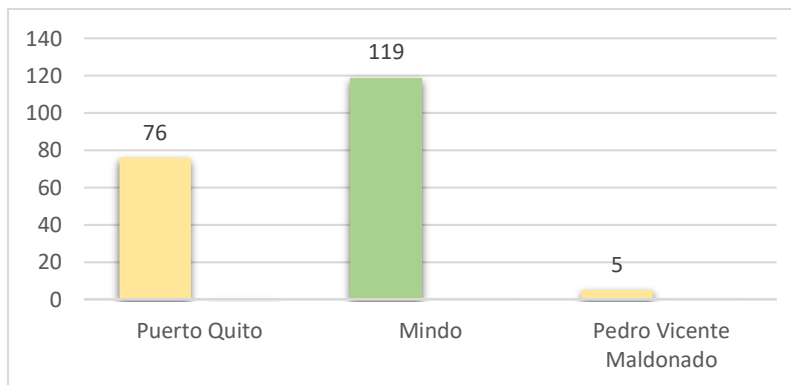


Gráfico 27 Al vacacionar al noroccidente de Pichincha usted prefiere. Fuente:G. Quiroz 2019

Por lo tanto, 98% de los encuetados representando a 196 personas les gustaría volver a repetir la experiencia a los lugares visitados al noroccidente de Pichincha mientras que el otro 4% por razones desconocidas no desea repetirlo, pero el número es muy bajo por lo cual da referencia a que los turistas siempre regresan al destino al que visitaron según la tabla N°10 y grafico N° 11.

Cuadro 12 Le gustaría volver a repetir la experiencia (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	196	98%
No	4	2%
Total	200	100%

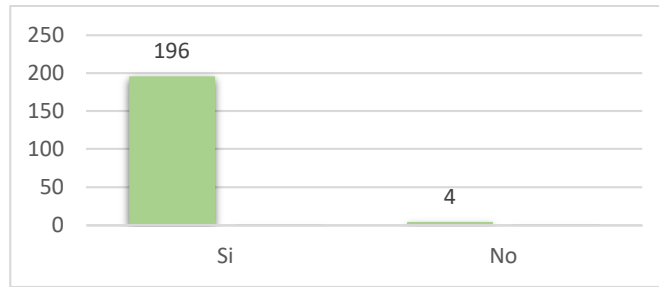


Gráfico 28 Le gustaría volver a repetir la experiencia (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

Del mismo modo el turismo ecológico en la actualidad se está volviendo tendencia es así que el 78% de los encuestados representando a 156 personas realizarían actividades ecológicas mientras que el 22% que son 44 personas no lo harían como se puede apreciar en la tabla N° 11 y el grafico N° 12 es así que beneficiaría a la hostería los turistas que practiquen turismo ecológico.

Cuadro 13 Estaría dispuesto a realizar actividades de turismo ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	156	78%
No	44	22%
Total	200	100%

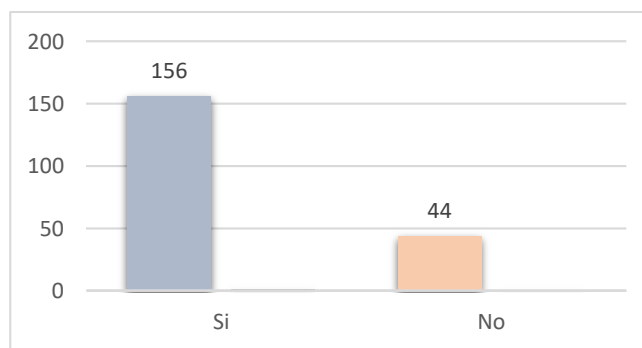


Gráfico 29 Estaría dispuesto a realizar actividades de turismo ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

De modo que se hospedarían un 56.5% de los encuestados representando a 113 personas mientras que el 43,5% que son un total de 87 personas no se hospedarían como se puede apreciar en la tabla N° 12 y grafico N°13.

Cuadro 14 Estaría dispuesto a hospedarse en un hostel ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Si	113	56.5%
No	87	43.5%
Total	200	100%

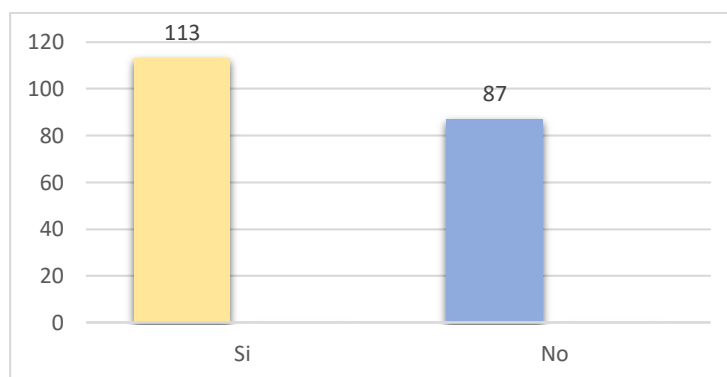


Gráfico 30 Estaría dispuesto a hospedarse en un hostel ecológico (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

Además, dentro de la escala de importancia el resultado es muy relevante al momento de darle importancia al reciclaje donde el 55% de los encuestados representados a 110 personas lo ven sumamente importante además el 35% representando a 70 personas lo ven importante mientras que el 10% representado un total de 20 personas lo ven importante lo cual da a conocer la importancia del reciclaje en la hostería según la tabla N°13 y el grafico N°14.

Cuadro 15 Utilizar materiales y objetos reciclables o reutilizables y reduzca la cantidad de residuos (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	0	0
Poco importante	0	0
Importante	20	10%
Muy importante	70	35%
Sumamente importante	110	55%

Total	200	100%
-------	-----	------

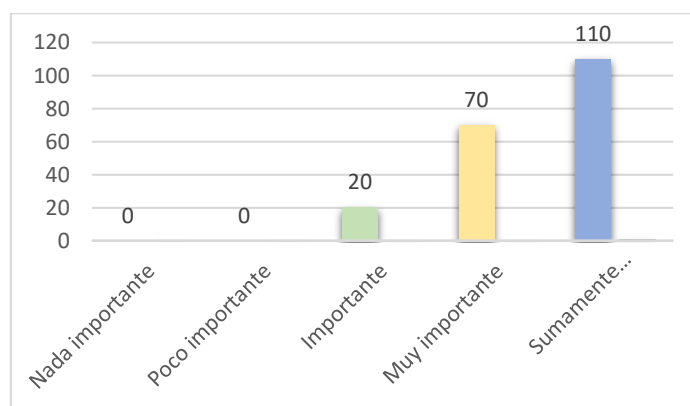


Gráfico 31 Utilizar materiales y objetos reciclables o reutilizables y reduzca la cantidad de residuos (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

Por consiguiente, la importancia del uso tanto de agua como de luz según 151 personas que son el 75,5% de los encuestados dicen que es sumamente importante además el 23,5% representando a 47 personas los ven muy importante y finalmente 3 personas que son el 1% de los encuestados lo ven importante según la tabla N°14 y el gráfico N° 15 lo cual nos ayudara a saber que impacto tiene en las personas el uso eficaz de agua y energía.

Cuadro 16 Uso eficaz de la energía y el agua (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	0	0
Poco importante	0	0
Importante	3	1%
Muy importante	47	23.5%
Sumamente importante	151	75.5%
Total	200	100%

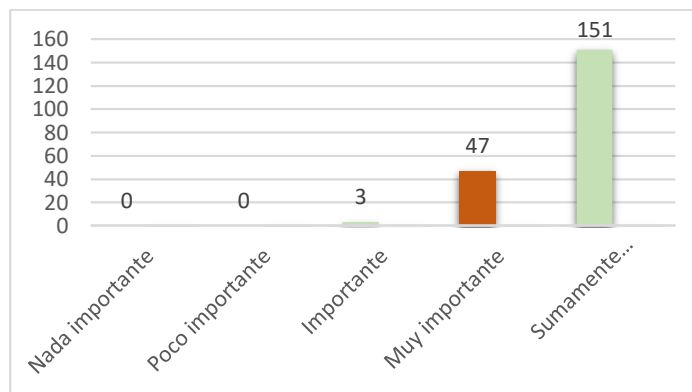


Gráfico 32 Uso eficaz de la energía y el agua (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

De igual manera el nivel de importancia al usar energía es alto por lo cual dentro de la hostería y es sumamente importante para 129 personas que son el 64,5%, por otro lado 61 personas representando el 30,5% lo ven muy importante y 4,5% que son 9 personas lo ven importante tal y como se ve en la tabla N°15 y grafico N° 16 lo cual nos indica que más del 50% buscan energías alternativas dentro de la hostería.

Cuadro 17 Utilización de energías renovables, privilegiando la solar por sobre las demás (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	1	0.5%
Poco importante	0	0
Importante	9	4.5%
Muy importante	61	30.5%
Sumamente importante	129	64.5%
Total	200	100%

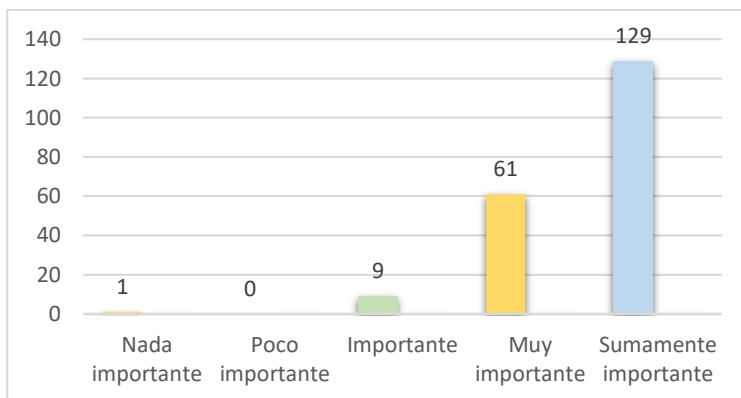


Gráfico 33 Utilización de energías renovables, privilegiando la solar por sobre las demás (Quito).
Fuente: G. Quiroz 2019

Además, el paisaje flora y fauna es primordial dentro de una hostería ecológica donde 78% que son 156 personas lo ven sumamente importante, 42 personas que representan el 21% lo ven sumamente importante y finalmente el 1% que son 2 personas lo ven importante según la tabla N°16 y grafico N°17 lo que nos ayudará a saber la preferencia en cuanto a preservación del medio ambiente en el cual estará la hostería.

Cuadro 18 Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	0	0
Poco importante	0	0
Importante	2	1%
Muy importante	42	21%
Sumamente importante	156	78%
Total	200	100%

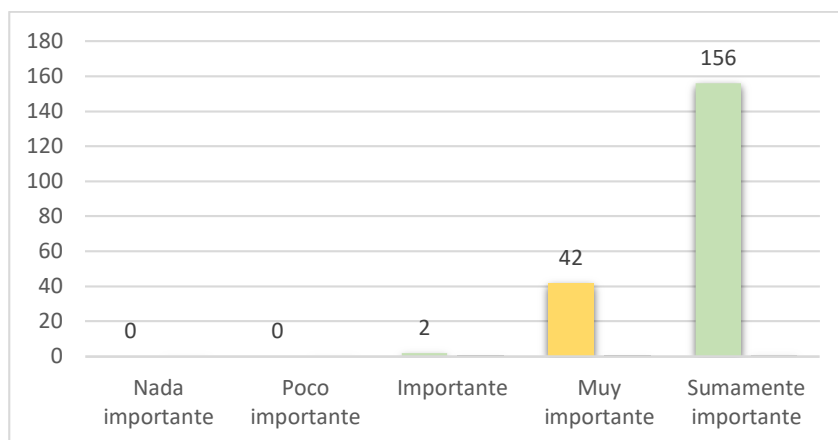


Gráfico 34. Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

Finalmente el tratamiento de aguas negras y grises es sumamente importante para 136 personas que representa el 68% de los encuestados, 20.5% que son 41 personas lo ven muy importante, por otro lado 19 personas que representa el 9,5% los ven importante y finalmente poco importante y nada importante escogieron 2 personas que son el 1% respectivamente como se ve en la tabla N°15 y grafico N°18 lo que nos ayuda ver la importancia que percibe la gente en nuestra hostería sobre el tratamiento de las aguas

Cuadro 19 Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia relativa
Nada importante	2	1%
Poco importante	2	1%
Importante	19	9.5%
Muy importante	41	20.5%
Sumamente importante	136	68%
Total	200	100%

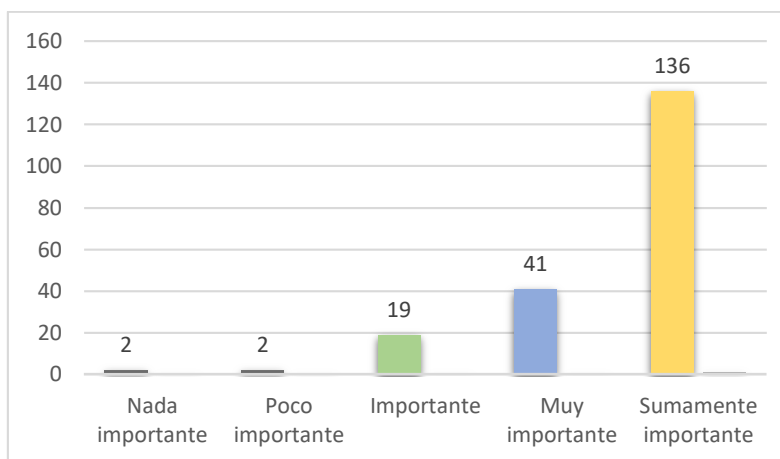


Gráfico 35 Debe guardar respeto por el paisaje, flora y fauna local (Quito). Fuente: G. Quiroz 2019

2.5 Demanda Potencial. Demanda Insatisfecha

Para calcular la demanda potencial del proyecto se tomarán como base los datos del GAD de Puerto Quito (2015) sobre el número de turistas que ingresaron al cantón. A partir de esta cifra se harán descuentos porcentuales extrapolando los resultados obtenidos en la investigación de mercado con respecto costumbres de compra de los turistas extranjeros y aceptación del proyecto presentado.

Cuadro 20 Demanda Insatisfecha. Fuente: G. Quiroz (2019)

Turistas que recibe Puerto Quito	216 798
Porcentaje de turistas que provienen de Quito	91%
Subtotal 1	197 286
Porcentaje de turistas que prefieren turismo ecológico	63%
Subtotal 2	124 290
Porcentaje de turistas que esta dispuestos a hospedarse en una hostería ecológica	78%

Subtotal 3	96 946
Porcentaje de turistas que tienen ingresos de 500 a 2000 mensuales	51%
Subtotal 4	49 442

2.6 Estudio de la oferta

Se hace en referencia a los establecimientos que se encuentran registradas en la guía turística de la provincia de Pichincha, para ello se consideraron únicamente tres establecimientos dentro del Noroccidente de Pichincha donde se tomaron en cuenta factores como la calidad de alojamiento y el cuidado del medio ambiente.

Hacienda Rio Blanco

Se encuentra ubicada al noroccidente de la provincia de Pichincha, a una hora y media de la ciudad de Quito con un clima perfecto y su temperatura promedio es de 24°C.

Cuenta con más de 150 hectáreas incluyendo zonas vírgenes, cascadas, islas, lagunas convirtiéndolo en un lugar perfecto para el descanso.

Cuenta con 4 tipos de habitaciones con camas dobles, terraza, bañera de hidromasaje, baño privado y desayunos incluidos, con capacidad para 12 personas.

El promedio de turistas que llegan al año son un promedio entre 4000 a 5000 huéspedes por capacidad instalada de la Hacienda.

Casa Divina Lodge

A tan solo 1.2 km del centro de Mindo, Casa Divina Lodge es un alojamiento con elegantes habitaciones situadas en medio del prístino bosque nublado ecuatoriano, en el que prima la conciencia ambiental.

Las cabañas son amplias y confortables, hechas a mano y con madera de la zona cosechada de manera sostenible, opción ideal para parejas, familias o grupos que buscan una inolvidable experiencia en el bosque nublado, llena de aventura, descanso, comodidad y contacto con la naturaleza.

Cuenta con habitaciones tipo individual, matrimonial, triple, cuádruple y familiar con una capacidad para 25 personas y un promedio de turistas que arriban entre 1500 y 2000 al año.

Arasha Resort

El Arasha Resort & SPA está situado en Pedro Vicente Maldonado y alberga un jardín. El complejo cuenta con piscina al aire libre, vistas al jardín, restaurante y bar.

Las habitaciones del complejo incluyen armario. Las habitaciones del Arasha Resort & SPA disponen de conexión WiFi gratuita y baño privado con ducha y artículos de aseo gratuitos. Las habitaciones cuentan con zona de estar.

El Arasha Resort & SPA sirve un desayuno continental o buffet. El complejo cuenta con bañera de hidromasaje. En el Arasha Resort & SPA se puede jugar al minigolf. Hay aparcamiento privado gratuito, centro de negocios y recepción 24 horas.

Los tipos de habitaciones que posee son eco cabaña, cabaña delux, cabaña familiar y tropical junior suit con una capacidad 180 huéspedes.

2.7 Marketing Mix

2.7.1 Producto/servicio

El producto que ofrece Hostería “Greenature” es intangible, puesto que es una gama amplia de servicios, como son el hospedaje, la aventura, el relajamiento, las actividades físicas, actividades de ecoturismo.

La oferta de servicios de Hostería “Greenature” brinda alta calidad, competitividad e innovación, así se diferencia de la competencia, y esto se logrará en base a nuestras instalaciones, personal altamente capacitado y material de comunicación y promoción. Es un proyecto que se ajusta a las actuales necesidades y exigencias de los eco-turistas, atiende las preferencias de cada uno brindando un servicio integral y personalizado.

Dentro del noroccidente de pichincha específicamente en Puerto Quito, aun no ha sido explotado completamente a pesar que posee todos los escenarios y oportunidades para su despliegue.

Esta es la idea del proyecto entregar a los turistas nacionales la oportunidad de experimentar una cadena de servicios turísticos placenteros en un solo lugar. Hostería “Greenature” también ofrecerá confort, buen gusto, descanso, relajación, al contacto con la naturaleza y convivencia familiar. En cuanto a las instalaciones físicas de la hostería, se ha planificado diferentes áreas de confort para los huéspedes, estas incluyen:

- Restaurant
- Spa
- Piscina
- Actividades recreativas
- Atracciones locales

- Área de Hospedaje

En lo que respecta al servicio todo será dirigido por personal capacitado para las diferentes áreas de atención en la hostería, su capacitación será promovida en el GAD de Puerto Quito e internamente en la Hostería, aprovechando las oportunidades que ofrece la entidad para garantizar que el servicio turístico sea cortés, personalizado y efectivo.

2.7.1.1 Niveles del Producto

Producto principal

Se ofrecerá 20 habitaciones al inicio de su creación (4 dobles, 4 matrimoniales y 12 familiares) que se irán incrementando en el futuro dependiendo de la demanda potencial.

- a) Habitación doble: cuenta con 2 camas de 1 ½ plaza, peinadora, velador, Colchón 1 ½ plaza, almohadas, alfombra, plasma, teléfono, reloj, lámpara, florero, mesa de televisor, cuadros, cortinas y basurero
- b) Habitación matrimonial: cuenta con 1 cama de 2 plaza, peinadora, velador, Colchón 2 plazas, almohadas, alfombra, plasma, teléfono, reloj, lámpara, florero, mesa de televisor, cuadros, cortinas y basurero
- c) Habitación familiar: cuenta con 4 cama 1 ½ plaza, peinadora, velador, Colchón 1 ½ plaza, almohadas, alfombra, plasma, teléfono, reloj, lámpara, florero, mesa de televisor, cuadros, cortinas y basurero.

Producto auxiliar

Contará con un restaurante con capacidad para 50 personas las cuales estará adecuad en la parte exterior rodeada de naturaleza para una mayor experiencia, además se contará con senderos turísticos los cuales tendrán recorrido en cercanías de la hostería y finalmente diferentes actividades de ecoturismo y físicas las cuales ayudarán al huésped a sentirse en contacto con la naturaleza.

Producto de apoyo

En todas las áreas de la hostería contara con servicio de wifi, dentro de las habitaciones también tendrás servicio de cable y aire acondicionado y si el cliente lo desea también contaremos con lavandería para mayor comodidad del huésped.

2.7.1.2 Ciclo de vida del Producto

Introducción, cuando el producto es lanzado por primera vez al mercado con una inversión total de 192.218 desde el primer año hasta el tercero que se logra recuperar la inversión, el cual ha ido teniendo un crecimiento del 10% de un año a otro.

Crecimiento, el producto logra posicionarse y comienza ser aceptado por los consumidores y esto se logra en los años cuarto y quinto con un crecimiento porcentual del 5% en su cronograma de producción.

Madurez, es la etapa de mayor duración el cual se logra en los años sexto, séptimo y octavo, manteniendo el crecimiento porcentual del 5%.

Declive, ocurre en el noveno año con un decrecimiento porcentual del 4% en el estado de resultados.

2.7.1.3 Imagen y Marca

Sus colores son café y verde donde el café representa recursos naturales, principalmente en la tierra y la madera, por lo que se le relaciona con la resistencia, la defensa, la confianza y la permanencia, también de satisfacción. Mientras que el verde asociado a la naturaleza también lo es a la sanación y curación, a la frescura, la tradición el verde es también el color de la esperanza, el optimismo y la buena suerte.



Hospedaje verde, bueno para la naturaleza, buenos para ti.

Gráfico 36 Logotipo. Fuente: G. Quiroz (2019)

2.7.2 Precio

El precio debe basarse en función de la rentabilidad de la empresa y debe ofrecer en este caso a los turistas tarifas relativamente competitivas en el mercado, es decir, tarifas que se encuentren en los rangos de adquisición.

Para determinar el precio de los servicios que Hostería “Greenature” ofrece se consideró la estrategia enfocada en la diferenciación, se debe establecer precios que cubran los costos para poder cumplir con servicios de calidad, originalidad y distinción, así satisfacer las necesidades y expectativas del turista más exigente y nuestros clientes meta tiene el poder adquisitivo suficiente para acceder los servicios competitivos que la hostería promete.

Forma de determinarlo: El precio está calculado en función de los costos fijos y variables del proyecto, rendimiento esperado del inversionista, precios de la competencia nacional, influencia de la situación política y económica del destino turístico, temporadas altas y bajas del negocio.

Descuentos: Se ofrecerán descuentos por grupos, para aquellos que utilicen mínimo 9 habitaciones, es decir, el 50% de las instalaciones de la hostería, el descuento será del 10% sobre el precio de las habitaciones.

Periodo de pago: Los clientes podrán pagar en efectivo o mediante las transferencias bancarias, la presentación de la impresión de esta avalara el pago respectivo, siendo la forma más eficaz de pago por los servicios de la hostería.

También se lo podrá realizar a través de tarjetas de crédito obteniendo un crédito del banco de 30 días sin intereses. Se realizará los convenios y contratos con las tarjetas de crédito más relevantes y de mayor rotación para la comodidad del viajero.

Se realizó una investigación minuciosa de las hosterías que tienen un perfil similar a este proyecto como Hostería Piedra de vapor, Paraíso Azul, Hostería Ayalir, Arasha Resort Spa, entre otras. Estas hosterías también realizan alianzas estratégicas con los prestadores de servicios del sector, para generar paquetes turísticos bien planificados en donde el turista puede de una manera organizada disfrutar y explotar de todas las aventuras que ofrece el sector.

A continuación, se detallan los precios de los servicios hoteleros que brindará la hostería, para ello se realizó una investigación de campo de los precios de la competencia, se consideró los gastos y costos que generan los servicios integrales y exclusivos que ofrece el proyecto, y así asegurar una óptima atención al turista.

Hosterías como: Hostería Piedra de vapor tiene un costo promedio de \$70 por noche, Paraíso Azul tiene un costo promedio de \$80, Arasha Resort Spa tiene un costo promedio de \$138 por noche, Arasha Resort Spa tiene un promedio de \$50 por noche.

Sin embargo, hay que recalcar no todos los proyectos mencionados ofrecen diversidad de actividades enfocadas a la aventura, pero nos sirven de base los precios de los turísticos que ofrece este tipo de competencia para establecer los precios de Hostería "Greenature".

Precios Tentativos

Habitaciones:

Cuadro 21 Precios tentativos. Fuente: G. Quiroz (2019)

Cabañas dobles	PV= Costo de venta+ Margen de utilidad =28+12 =\$40
Cabañas matrimoniales	PV=42+18 =\$60
Cabañas familiares	PV=49+21 =\$70

2.7.3 Promoción, imagen y marca corporativa

Es muy importante que se seleccione los medios adecuados que se van a utilizar para dar a conocer a Hostería "Greenature" a sus clientes potenciales. La comunicación ejerce altísima influencia en las ventas necesarias para asegurar el retorno de la inversión, posicionamiento en el mercado y el crecimiento económico del proyecto.

La promoción y comunicación del proyecto se enfocará en una mezcla promocional, se consideró las más óptimas en el mercado industrial turístico para comunicar los servicios de la hostería, entre ellos tenemos los siguientes:

Publicidad pagada y no pagada

Hostería "Greenature" en su fase inicial, arrancará su promoción a través de las agencias de viajes nacionales. Se entregará material publicitario que servirá de apoyo para una mayor difusión de los servicios y para la captación de nuestros clientes meta.

Se realizará una campaña publicitaria de lanzamiento, orientada a comunicar: antecedentes, misión, visión, objetivos, valores, principios, ventajas competitivas,

ubicación, precios, calidad en servicios complementarios y exclusivos del proyecto, diversidad de actividades recreativas y de eco-turismo.

Revistas especializadas en negocios, turismo y deportes: Hostería “Greenature” se suscribirá en diferentes medios para hacer publicaciones como en las revistas nacionales.

Periódicos nacionales: Adicionalmente se aprovechará los artículos en los periódicos nacionales de mayor circulación en el mercado que se refieran al turismo en el Ecuador para presentar al mercado una nueva opción para recrearse en compañía la naturaleza.

Internet: Se utilizará este medio de comunicación el cuál se considera el más económico y el que mejor comunicación de la hostería puede prestar después de las agencias de viaje. Por este medio se podrán contestar todas las inquietudes y comentarios de nuestros clientes potenciales, hacer reservaciones, descuentos y ofrecer toda información necesaria sobre la hostería y sus servicios.

Vallas Publicitarias: Estarán ubicadas en los lugares estratégicos de gran afluencia turística como son la carretera, el aeropuerto, el ingreso al Cantón Puerto Quito.

Publicidad no pagada: Existe publicidad que no necesita invertir dinero y este enfoque publicitario debemos aprovechar, los encargados de esta promoción sin costo son los medios de comunicación, al realizar comentarios, avisos, anuncios, reportajes de la hostería. Se tratará de captar medios de comunicaciones nacionales e internacionales como el programa de “La Televisión” de Ecuavisa, ya que este programa se dedica a reportajes de turismo en el Ecuador.

Esta planificación publicitaria tiene como objetivo conseguir el posicionamiento deseado en la mente de los turistas, mantener y mejorar la imagen del proyecto.

Merchandising

Esta herramienta de la mezcla promocional, se encargará de todo el material útil y necesario para la comercialización de nuestros servicios en los puntos de venta, este incluirá:

- Folletos
- Videos ilustrativos
- Fotografías del proyecto

Todo este material será ubicado en las agencias de viajes, aeropuertos, ferias, exhibiciones y recepción del hotel.

Relaciones públicas

Uno de los objetivos con la cristalización del proyecto es garantizar las Relaciones Públicas, entonces es primordial crear aceptación por parte de la comunidad en el Cantón Puerto Quito.

Es importante establecer vínculos no sólo con los clientes, proveedores, empleados sino también con miembros de la comunidad, ya que juegan un papel importante en el proceso de adquirir y mantener la calidad de los servicios del proyecto.

Por esto la administración de la hostería debe trabajar y ser solidaria en obras comunitarias y actividad relacionada con el medio ambiente y su preservación.

2.7.4 Plaza

Una de nuestras principales herramientas para llegar a nuestros consumidores meta, será:

Canal indirecto

Contar con la participación de intermediarios comerciales como son las agencias de viajes nacionales, es un medio no persuasivo, pero si de información masiva que proporciona publicidad y dará a conocer el proyecto como nuevo lugar turístico.

También se consideró la posibilidad de participar de las actividades de promoción turística organizadas por el primer ente regulador de la industria turística que es el Ministerio de Turismo a nivel nacional y además a nivel cantonal el GAD de Puerto Quito realiza ferias, exposiciones, conferencias entre otros eventos coordinados para promocionar al cantón y los proyectos turísticos.

Canal Directo

Adicionalmente se publicará una página de Internet de la Hostería “Greenature” (www.hosteriagreenature.com.ec), en la cual se describa los antecedentes de la hostería, del Cantón, los servicios y actividades que ofrece el proyecto, las facilidades existentes para poder realizar las reservaciones por esta vía, cotización de los diferentes paquetes turísticos, actividades y servicios que incluye cada uno, temporadas, pagos y adicionales.

Se harán alianzas estratégicas con Discover, MasterCard, Visa, entre otras tarjetas para que la promoción de Hostería “Greenature” llegue por medio de su publicidad al mercado potencial específico con el que ellos trabajan. Se determina entonces que Hostería “El Refugio” utilizará canales de distribución tanto directo como indirecto.

2.8 Posibilidades del negocio desde el punto de vista del mercado.

Ventaja competitiva.

Lo que nos ayuda a diferenciarnos y dar ese plus es el cuidado medioambiental que tendrá de igual manera en comparación a la competencia será una atención personalizada hacia los huéspedes la cual el personal obtara por una relación sólida y responsable para recopilar información importante la cual nos ayudará a identificar cada gusto y preferencia de los huéspedes.

Además, contara con un buzón de sugerencias el cual está ubicado en recepción para mayor visualización en el cual los huéspedes puedan darnos a conocer sus posibles inquietudes y así nosotros mejorar en cuanto a calidad.

Finalmente la fidelización del cliente es un punto importante en el cual consiste en hacer que el cliente vuelva y se hospede con nosotros lo cual nos ayudaremos con descuentos o tarifas preferenciales.

ASPECTOS TECNICOS DEL NEGOCIO

3.1 Procesos de producción/servicios, según sea el caso

A continuación, se realizó Diagramas de Flujo de los procesos de servicio para el personal operativo y de administración

- Proceso de Check in
- Proceso de reserva de habitación
- Proceso de Check out
- Proceso de recepción de facturas
- Proceso de reporte de habitación
- Proceso de atención en restaurante

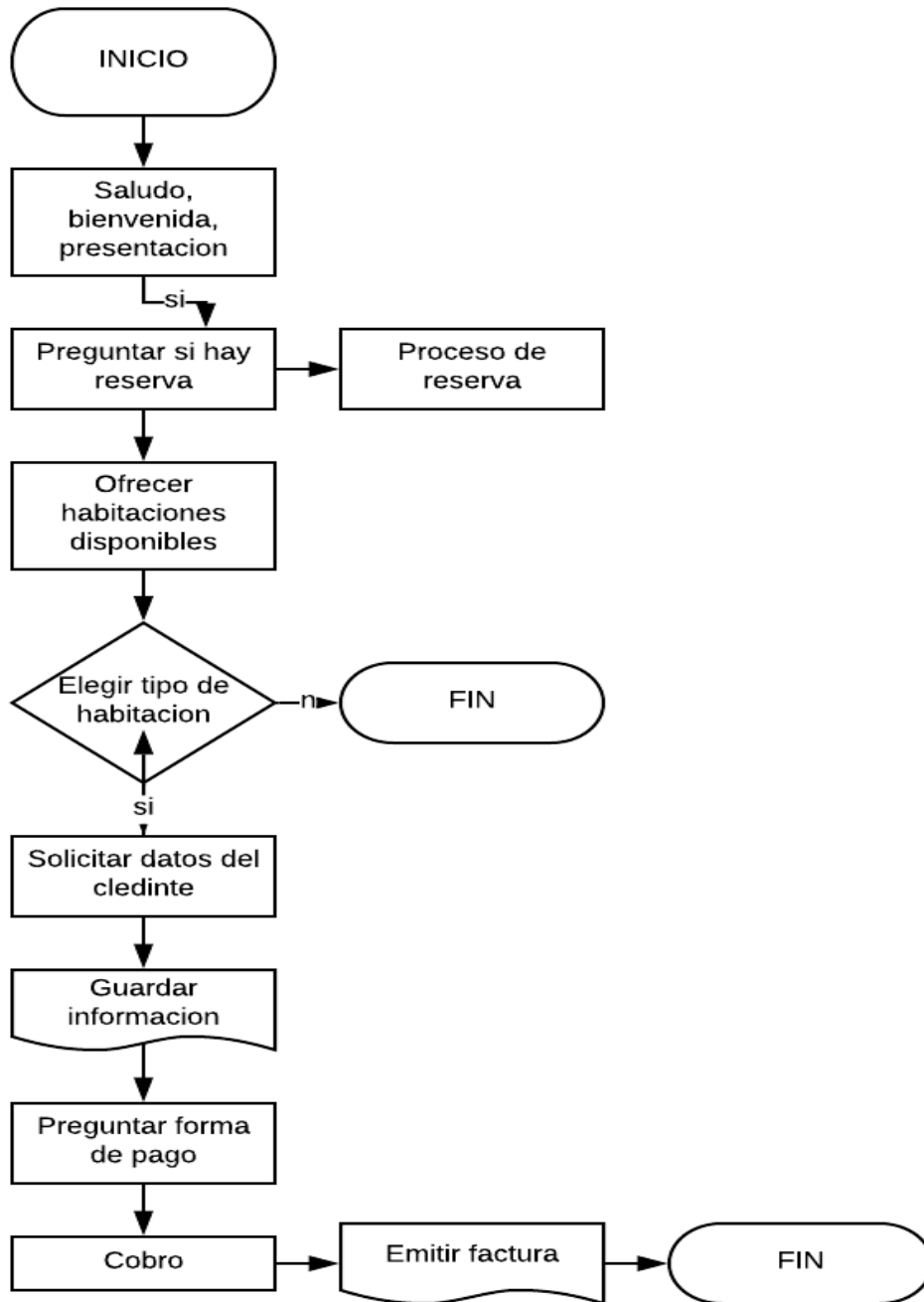
Proceso de Check in

Propósito: la finalidad de este proceso es lograr que cada uno de los huéspedes se sientas como en casa

Alcance: Este proceso involucra a todo el personal que labora en el área de recepción con el fin de crear una imagen acogedora

Responsables: Recepcionista

Método de ejecución: sonría prudentemente, haga contacto visual mientras dialoga con el huésped



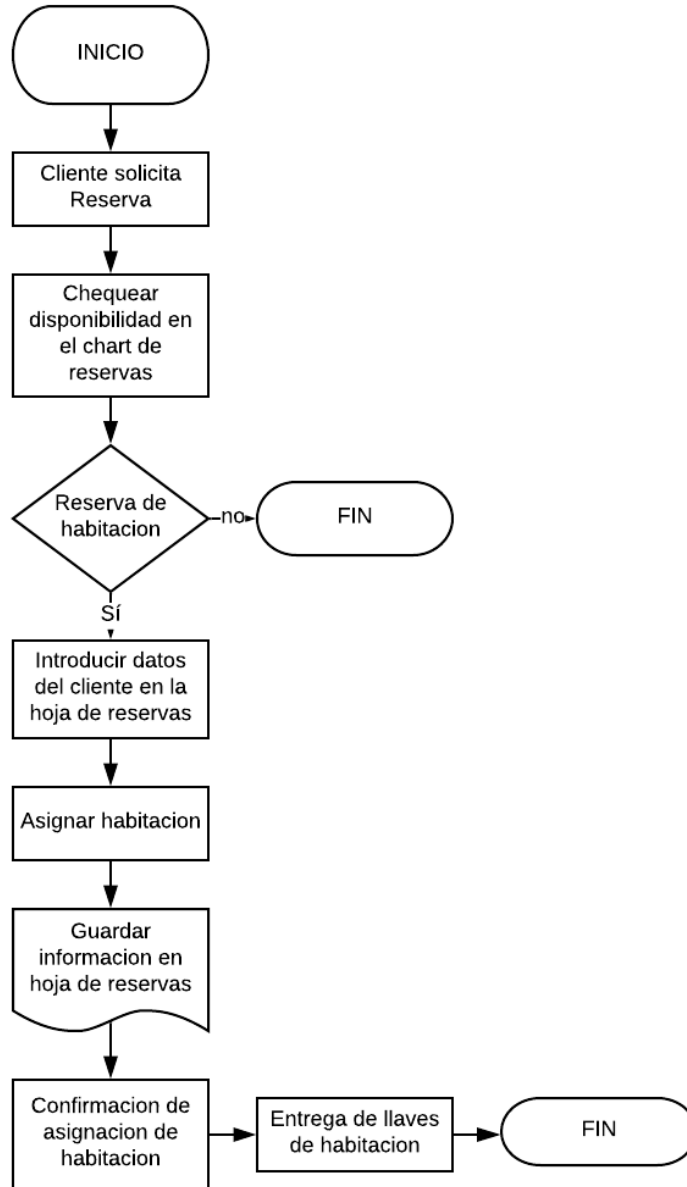
Proceso de reserva de habitación

Propósito: La finalidad de este proceso es tener y organizar de mejor manera las habitaciones para no tener sobreventas.

Alcance: Este proceso involucra a todo personal de recepción a fin de organizar y ver la disponibilidad de habitaciones

Responsables: Recepcionistas

Método de ejecución: Sea amigable y tenga buen tono de voz y pronunciación si es por teléfono y si es persona sonría y sea amable



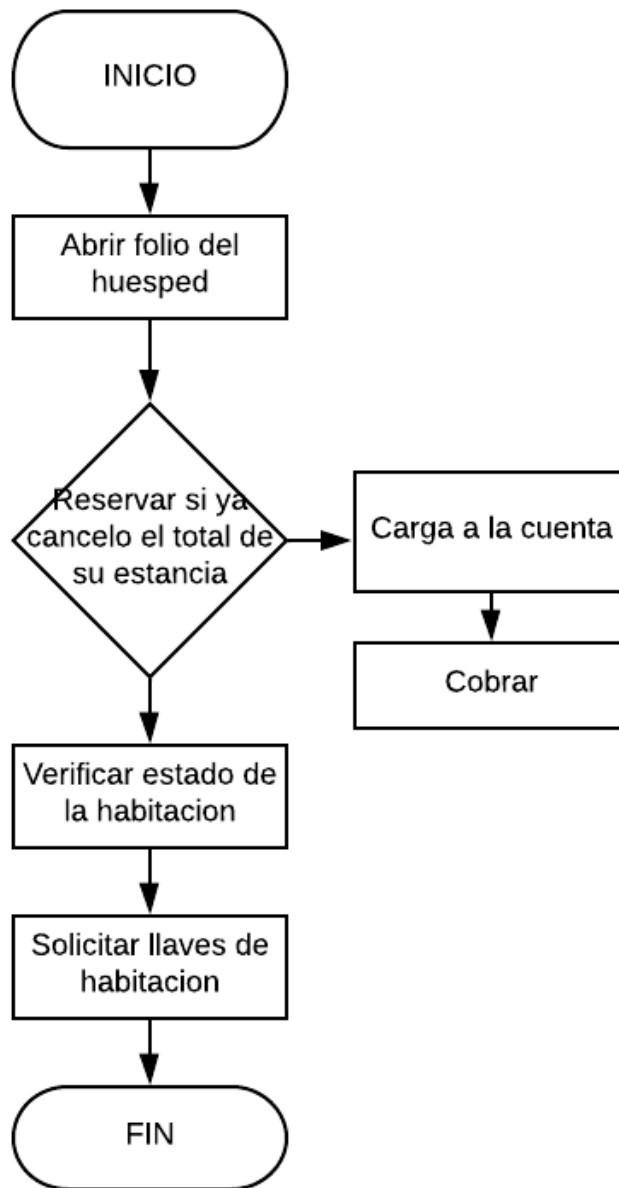
Proceso de Check out

Propósito: La finalidad de este proceso es darle una despedida cordial donde se espera su próximo regreso a la hostería

Alcance: Este proceso involucra a todo el personal que trabaja en el área de recepción a fin de despedir y esperar un pronto regreso del huésped

Responsables: Recepcionista

Método de ejecución: sonría prudentemente haga contacto visual mientras habla con el huésped



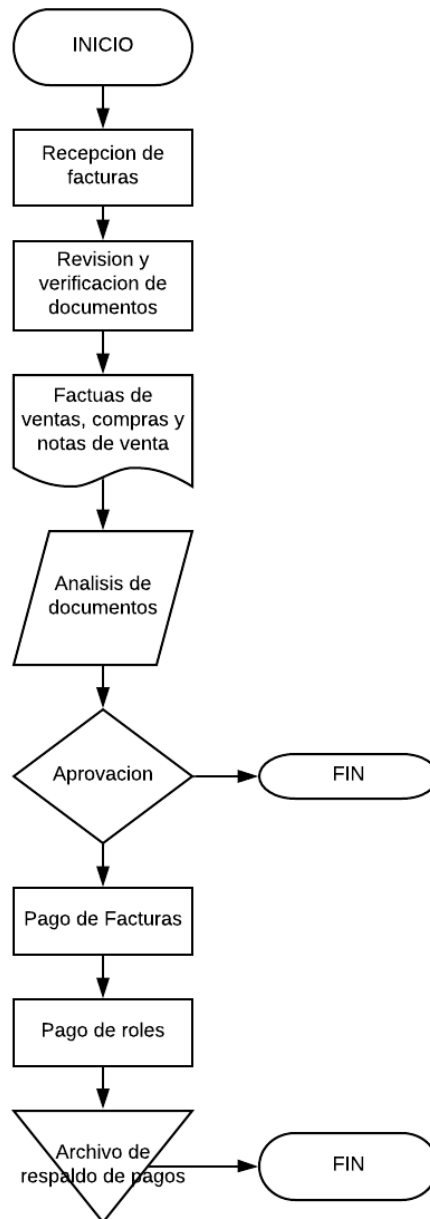
Proceso de recepción de facturas

Propósito: la finalidad de este proceso es que cada factura pr parte de proveedores sea recibida para contabilidad

Alcance: este procedimiento involucra a todo personal en el área de recepción a fin de ser responsables y cumplidores con nuestros proveedores

Responsables: recepcionista

Método de ejecución: sonrisa y haga contacto visual con los diferentes proveedores



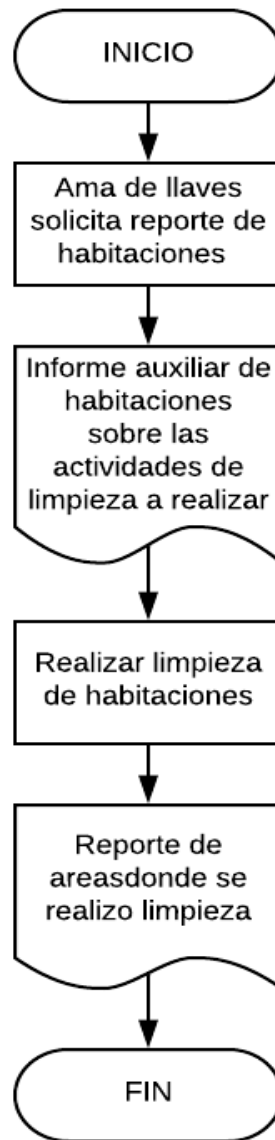
Proceso de reporte de habitación

Propósito: La finalidad de este proceso es que el ama de llaves limpie las habitaciones de las cuales han hecho check out los huéspedes

Alcance: este proceso involucra al personal de ama de llaves con el fin de ordenar y limpiar las habitaciones para futuros huéspedes

Responsables: Ama de llaves

Método de ejecución: llevar todos los insumos de limpieza a las habitaciones y realizar la limpieza adecuada



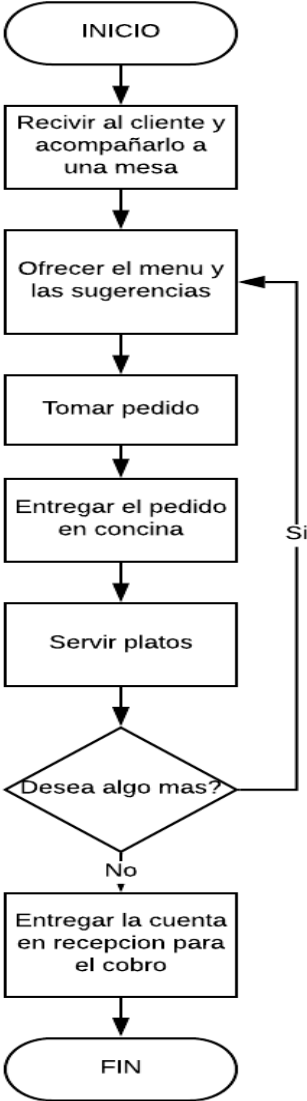
Proceso de atención en restaurante

Propósito: La finalidad de este proceso es lograr que los huéspedes se sientan como es su hogar al momento de servirles los alimentos

Alcance: este proceso involucra a todo el personal tanto de cocina como de servicio fin de satisfacer las necesidades del cliente

Responsables: Mesero, Jefe de cocina

Método de ejecución: sonría prudentemente, mantenga una posición erguida y tenga conocimiento de los procesos e ingrediente de cada plato.



3.2 Determinación de la capacidad instalada del negocio

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. (Nunes, 2015)

Según el concepto mencionado en el párrafo anterior, la capacidad instalada del negocio sería el total de las habitaciones, las camas disponibles, los recursos humanos y de experiencia que se ofrece en un espacio y tiempo determinado.

La hostería consta de cuatro áreas, conformada por el área administrativa, área de servicios, área libre y área de alojamiento, cuyas habitaciones tienen las medidas adecuadas para brindar comodidad. El área total de la hostería es de 600 metros cuadrados

La capacidad de la hostería determinada para el presente proyecto es de 20 habitaciones, 4 habitaciones dobles cada una de 25 m² y en conjunto hacen un total de 100 m², 4 habitaciones matrimoniales de 28 m² lo cual en total abarca 112 m² y 12 habitaciones familiares de 30 m² que abarca un total de 360 m².

Asimismo, en total las 20 habitaciones albergarán un total de 34 personas. El área general en metros cuadrados es de 600 m² con un área libre de 28 m².

Distribución de habitaciones

Cuadro 22 Distribución de Habitaciones. Fuente: G. Quiroz (2019)

Tipo de cabañas	Numero de cabañas	Número de personas por cama	Total de personas
Dobles	4	2	8
Matrimoniales	4	2	8
familiares	12	4	48

TOTAL	20		64
--------------	-----------	--	-----------

3.3 Diseño de las instalaciones

El establecimiento dispondrá de (600 metros cuadrados), la cual contará con habitaciones, un restaurante/recepción y áreas verdes.

PLANO

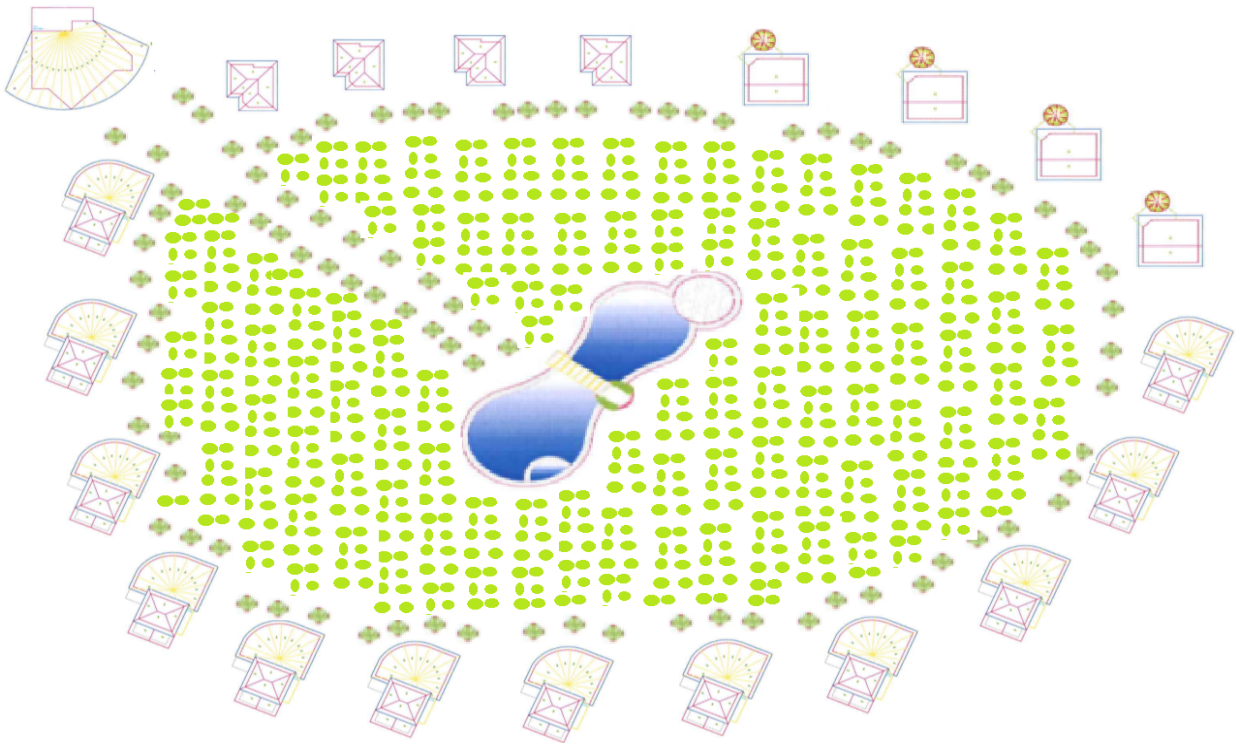


Gráfico 37 Plano. Fuente: G. Quiroz (2019)

Habitaciones

<i>Tipo</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad por habitación</i>	<i>Stock total de habitaciones</i>	<i>Total</i>
Dobles	Cama	2	5	10
	Peinadora	3	5	15
	Velador	3	5	15
	Colchón 1 1/2	2	5	10
	Almohadas	2	5	10
	Alfombra	2	5	10
	Plasma	1	5	5
	Teléfono	1	5	5
	Reloj	1	5	5
	Lámpara	1	5	5
	Florero	2	5	10
	Mesa de televisor	1	5	5
	Cuadros	2	5	10
	cortinas	1	5	5
	Basurero	2	5	10
<i>Tipo</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad por habitación</i>	<i>Stock (habitación, bodega, lavandería, repuesto)</i>	<i>Total</i>
Blancos	Sábanas bajas	2	4	8

	Sábanas encimeras	2	4	8
	Fundas de almohadas	2	4	8
	Cubre colchón	2	4	8
	Edredón	2	4	8
	Toalla de mano	2	4	8
	Toalla de cuerpo	2	4	8
	Toalla de piso	2	4	8

<i>Tipo</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad por habitación</i>	<i>Stock total de habitaciones</i>	<i>Total</i>
Matrimonial	Cama	1	3	3
	Peinadora	2	3	6
	Velador	2	3	6
	Colchón 2 plaza	1	3	3
	Almohadas	2	3	6
	Alfombra	1	3	3
	Plasma	1	3	3
	Teléfono	1	3	3
	Reloj	1	3	3
	Lámpara	1	3	3
	Florero	1	3	3
	Mesa de televisor	1	3	3

	Cuadros	2	3	6
	cortinas	1	3	3
	Basurero	1	3	3
<i>Tipo</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad por pax</i>	<i>Stock</i>	<i>Total</i>
Blancos	Sábanas bajas	1	4	4
	Sábanas encimeras	1	4	4
	Fundas de almohadas	2	4	8
	Cubre colchón	1	4	4
	Edredón	1	4	4
	Toalla de mano	2	4	8
	Toalla de cuerpo	2	4	8
	Toalla de piso	2	4	8

<i>Tipo</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad por habitación</i>	<i>Stock total de habitaciones</i>	<i>Total</i>
Familiares	Cama	4	2	8
	Peinadora	4	2	8
	Velador	4	2	8
	Colchón 1 1/2	4	2	8
	Almohadas	4	2	8

	Alfombra	4	2	8
	Plasma	1	2	2
	Teléfono	1	2	2
	Reloj	1	2	2
	Lámpara	1	2	2
	Florero	2	2	4
	Mesa de televisor	1	2	2
	Cuadros	2	2	4
	cortinas	1	2	2
	Basurero	2	2	4
<i>Tipo</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad por pax</i>	<i>Stock</i>	<i>Total</i>
Blancos	Sábanas bajas	4	4	16
	Sábanas encimeras	4	4	16
	Fundas de almohadas	4	4	16
	Cubre colchón	4	4	16
	Edredón	4	4	16
	Toalla de mano	4	4	16
	Toalla de cuerpo	4	4	16
	Toalla de piso	4	4	16

Restaurante y cocina

Tipo	Detalle	Cantidad	Stock (bodega)	Total
Restaurante	Mesa	8	4	12
	Sillas	32	8	40
	Manteles	8	16	24
	Floreros	8	8	16
	Mantelería	8	16	24
	Muletón	8	16	24
	Cuchara	50	30	80
	Tenedor	50	30	80
	Cuchillo	50	30	80
	Mantel	8	16	24
	Cubre mantel	8	16	24
	Plato bajo	50	30	80
	Plato llano	50	30	80
	Plato sopero	50	30	80
	Copa de agua	50	30	80
	Copa de vino	50	30	80
	Servilletas	50	100	150
Cocina	Cocina	1	0	1
	Horno	1	0	1
	Estante de ollas	2	0	2
	Alacena	1	0	1

	Refrigerador	1	0	1
	Congelador	1	0	1
	Microondas	1	0	1
	Licuadaora	1	0	1
	Cuchillos	3	0	3
	Extractor de olores	1	0	1
	Fregadero	1	0	1
	Parrillas	1	0	1
	Freidoras	2	0	2

Baños

<i>Tipo</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Stock</i>	<i>Total</i>
Baño	Inodoro	1	20	20
	Lavamanos	1	20	20
	Regadera	1	20	20
	Tina de baño	1	20	20
	Espejo	1	20	20
	Mueble de baño	1	20	20
	Botiquín	1	20	20
	Cortinas de baño	1	20	20
	Secadora	1	20	20
	Amenties	1	20	20

	Extractor de olores	1	20	20
	Lamapra basurero	1	20	20

<i>Tipo</i>	<i>Detalle</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Stock</i>	<i>Total</i>
Amenities	Afeitadora	5	10	
	Cepillo de dientes	5	10	
	Hilo dental	5	10	
	Lima de uñas	5	10	
	Espuma de afeitar	5	10	
	Cotonetes	20	100	
	Shampoo	5	10	
	Crema humectante	5	10	
	Pañuelos de papel	5	10	
	Toallas	5	10	
	desmaquillantes			
	Peines	2	10	
	Kit de costura	1	10	
	Acondicionador	5	10	
	Aceite corporal	5	10	

3.4 Normas sanitarias, de higiene o ambientales, de ser aplicable

Los servicios de alimentos y bebidas y de alojamiento que se van a ofrecer en la hostería, deben cumplir con normativas que permitan entregar a los huéspedes un servicio de calidad y excelencia, pero cuidando el medio ambiente en el cual estará ubicada la hostería, al igual que brindar a los colaboradores seguridad en su espacio laboral. Para cumplir con esto, es recomendable trabajar con algunos de los siguientes sistemas:

ISO 9001 (gestión de la calidad)

La ISO 9001 es una norma internacional que toma en cuenta las actividades de una organización, sin distinción de sector de actividad. Esta norma se concentra en la satisfacción del cliente y en la capacidad de proveer productos y servicios que cumplan con las exigencias internas y externas de la organización.

ISO 14001 (gestión del medio ambiente)

Esta norma de Sistemas de Gestión Ambiental (SGA) consigue que las empresas puedan demostrar que son responsables y están comprometidas con la protección del medio ambiente. Además de proteger el medio ambiente, cumplir con esta norma permite a las empresas reforzar su imagen comercial de empresa sostenible y respetuosa con el medio ambiente, aumentando así la posibilidad de realizar ventas o prestar servicios en un futuro.

ISO 9001 + ISO 14001 (sistema de gestión integrado)

Combina la satisfacción del cliente con la toma de consciencia en el cuidado del medioambiente y la sostenibilidad, dichos ciclos están constituidos por los siguientes pasos: Planificar – Hacer – Verificar – Actuar, usándose las siglas en español PHVA. Otros aspectos comunes son los procedimientos, la política ambiental, los objetivos, las no conformidades, etc.

ISO 22001 (gestión alimentaria)

Las empresas están obligadas a garantizar y asegurar una inocuidad cero de los alimentos, potenciando de esta forma la salud del consumidor. Evitando producir

enfermedades e infecciones, así como sus posibles sanciones. Concienciando a los empleados en la obligación de cumplir con la legislación en materia de seguridad alimentaria.

Q de Calidad Turística

La "Q" de Calidad Turística es un certificado de calidad específico para el sector turístico. El objetivo de la marca es ayudar a los empresarios a conseguir la plena satisfacción de los clientes asegurando la prestación de un servicio de calidad, profesionalidad y seguridad, además dando énfasis en los siguientes puntos:

Prestigio, ya que supone el compromiso del establecimiento en conseguir la plena satisfacción del cliente.

- Diferenciación, puesto que la marca solo la obtienen los establecimientos que cumplen con unos requisitos específicos.
- Fiabilidad, la posesión de la marca asegura unos servicios mínimos.
- Rigurosidad, al ser necesario superar unas pruebas de carácter objetivo.
- Promoción ante los consumidores.

3.5 Control de la calidad

Consiste en implantar programas, técnicas, mecanismos y herramientas para mejorar la hostería tanto en calidad de productos, servicio y productividad en todas las áreas de la hostería.

Como lo antes mencionado la hostería busca ofrecer un servicio de calidad con orientación al cuidado ambiental y para cumplir estos estándares se va a manejar formato que permita conocer cual es realmente la necesidad de los huéspedes y así llegar a la mejora continua a través de retroalimentación de los formatos de control de calidad.

CONTROL DE CALIDAD

Nombre y apellido		
Edad		
Ciudad		
Teléfono		
E-mail		
Fecha		
Marque con una X		
Queja	Sugerencia	
Área		
Recepción	Alimentos y bebidas	Hospedaje
Nombre de la persona que lo atendió		
Razón, motivo de su queja/sugerencia		

Para el control de calidad el administrador y el gerente deben dar un seguimiento continuo al personal operativo de las diferentes áreas de la hostería, además de reuniones y capacitaciones continuas que ayuden y permitan el cumplimiento de los procesos para ofrecer y cumplir con los estándares de calidad que la hostería espera ofrecer.

RainForest Alliance

Para el control de calidad en cuanto a la preservación del medio ambiente se basa en cuatro principios fundamentales:

Cambio Climático: El impacto negativo de la empresa sobre el clima se minimiza; y la adaptación al cambio climático a nivel de empresa, comunidad y destino se favorece.

Uso Racional del Agua: El consumo de agua se gestiona de manera eficiente, para evitar la degradación del recurso, garantizar su calidad y no poner en riesgo su disponibilidad futura.

Uso Racional de la Energía: El consumo de energía se gestiona de manera eficiente y maximizar el uso de fuentes alternativas para la generación limpia.

Protección de la Biodiversidad: Los ecosistemas naturales se protegen y se evita la pérdida de la diversidad biológica.

3.6 Ubicación del negocio. Macro y micro localización.

3.6.1 Macro-localización

La ubicación de la hostería estará ubicada en Ecuador en la provincia de Pichincha, Cantón Puerto Quito y tomando en cuenta los antecedentes del cantón, se observa que turísticamente el sector está creciendo y que la afluencia de turistas nacionales y extranjeros aumenta anualmente. A esta ventaja hay que añadir sus características naturales y su gran biodiversidad en flora y fauna. Por todos estos motivos, se eligió el cantón para desarrollar el proyecto.

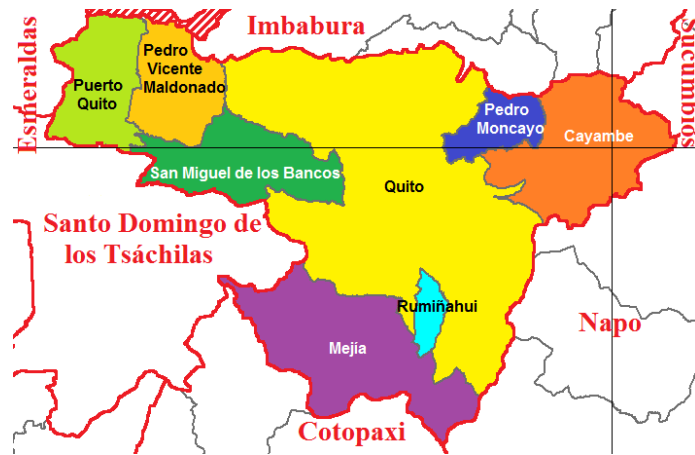


Gráfico 38 Macro Localización. Fuente: G. Quiroz (2019)

3.6.2 Micro-localización

La ubicación exacta de la hostería será a 136k vía Calacali La Independencia . El terreno cuenta con 600 metros cuadrados y tiene buena accesibilidad de automóviles y rodeado de mucha vegetación

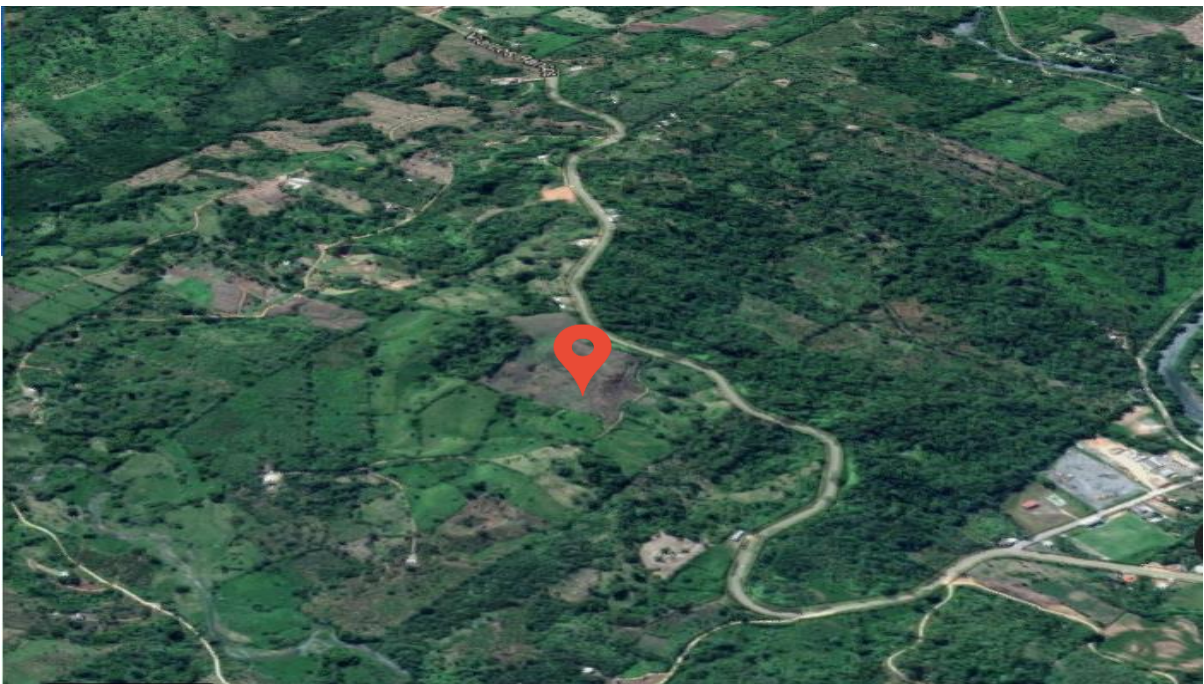


Gráfico 39 Micro localización. Fuente: G. Quiroz (2019)



Gráfico 40 Entrada a la Hostería. Fuente: G. Quiroz (2019)

ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

4.1 Estructuración económica del negocio

4.1.1 Determinación de la demanda óptima de producción

Cuadro 23 Estimación óptima Semanal. Fuente: G. Quiroz (2019)

Estimación Óptima Semanal									
Productos	Plazas	Ocupación de Unidades por Semana							Total Plazas
		Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
Habitacion doble	4	2	3	3	3	4	4	3	22
Habitacion matrimonial	4	2	3	3	3	4	4	3	22
Habitacion familiar	12	8	8	8	10	12	12	8	66

Cuadro 24 Estimación Óptima Mensual. Fuente: G. Quiroz (2019)

Estimación Óptima Mensual						
Productos	Plazas	Ocupación de Unidades por Mes				Total Plazas
		Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	
Habitacion doble	4	18	22	22	20	82
Habitacion matrimonial	4	18	22	22	20	82
Habitacion familiar	12	55	65	66	60	246

Cuadro 25 Estimación Óptima Anual

Estimación Óptima Anual														
Productos	Plazas	Ocupación de Unidades por Año												Total Plazas
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiem.	Octu.	Noviem.	Diciem.	
Habitacion doble	4	50	82	40	75	55	61	70	75	75	50	55	70	758
Habitacion matrimonial	4	50	82	40	75	55	62	70	75	75	50	55	70	759
Habitacion familiar	12	115	200	100	70	150	105	220	230	230	100	120	220	1860

Representación de la estimación de la demanda potencial que se tendrá por semana, la cual ayudará a determinarla por meses y finalmente anualmente según el plan de marketing determinado anteriormente todo este análisis se lo realizo en base a la estacionalidad,

4.1.2 Cronograma Tentativo de Producción

Cuadro 26 Cronograma Tentativo. Fuente: G. Quiroz (2019)

Cronograma Tentativo de Producción											
Proyecto: Hosteria Ecologica Greenature											
Porcentaje de Utilización/Actividad											
Concepto	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Habitacion doble	0	35%	50%	60%	65%	70%	80%	85%	95%	95%	85%
Habitacion matrimonial	0	35%	50%	60%	65%	70%	80%	85%	95%	95%	85%
Habitacion familiar	0	35%	50%	60%	65%	70%	80%	85%	95%	95%	85%

Es el porcentaje de ocupación que se refleja en las estrategias de marketing planteadas el plan de marketing sobre las acciones que se van a realizar según respaldos obtenidos.

4.1.3 Calendario de Ingresos/Beneficios

Cuadro 27 Calendario de Ingresos/beneficios. Fuente: G. Quiroz (2019)

Calendario de Ingresos/Beneficios												
Proyecto: Hosteria Ecologica Greenature												
Concepto	Precio	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Habitacion doble	\$ 120,00	0	31.836	45.480	54.576	59.124	63.672	72.768	77.316	86.412	86.412	77.316
Habitacion matrimonial	\$ 150,00	0	39.848	56.925	68.310	74.003	79.695	91.080	96.773	108.158	108.158	96.773
Habitacion familiar	\$ 180,00	0	117.180	167.400	200.880	217.620	234.360	267.840	284.580	318.060	318.060	284.580
Total		0	188.865	269.807	323.769	350.751	377.732	431.694	458.676	512.638	512.639	458.679

Es la multiplicación del porcentaje de ocupación que vamos a tener por el total de la semana optima por el precio de habitación, es decir hacer tangible o efectivo el porcentaje de ocupación

4.1.4 Plan de recursos Humanos

Cuadro 28 Presupuesto RRHH. Fuente: G. Quiroz (2019)

PRESUPUESTO RRHH										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Sueldos	\$30.452	\$30.452	\$30.452	\$30.452	\$30.452	\$30.452,26	\$30.452,26	\$38.075,26	\$38.075,26	\$38.075,26
Contratos outsourcing	\$17.040	\$17.040	\$18.600	\$18.600	\$18.600	\$18.600,00	\$18.600,00	\$19.500,00	\$19.500,00	\$19.500,00
Actividades personal	\$775	\$775	\$775	\$775	\$775	\$775,00	\$775,00	\$930,00	\$930,00	\$930,00
TOTAL	\$48.267	\$48.267	\$49.827	\$49.827	\$49.827	\$49.827,26	\$49.827,26	\$58.505,26	\$58.505,26	\$58.505,26

Se representan los sueldos y salarios de los trabajadores de planta, junto con el personal de outsourcing que se tendrá en la hostería, y además las diferentes actividades que se entran durante el año que nos costara como por ejemplo cumpleaños, navidades y días del trabajador.

4.1.5 Plan de Marketing Presupuesto de marketing inicial

Cuadro 29 Presupuesto de marketing inicial. Fuente: G. Quiroz (2019)

PRESUPUESTO DE MARKETING INICIAL				
	Precio	Duración	Mensual	Anual
Evento de inauguración				
Decoración y ambientación de la hosteria	\$5.000			\$5.000
Cotratación artistas	\$5.000			\$5.000
Comida y bebida	\$3.000			\$3.000
Reflectores e ilumincacion	\$5.000			\$5.000
Marketing directo				
Página web (Diseño y perfiles sociales)	\$1.500	1 año por hosting y dominio		\$1.500
		TOTAL		\$19.500

Actividades que se realizaran junto con el presupuesto inicial necesario para la inauguración de la hostería.

Presupuesto de marketing primer y segundo año

Cuadro 30 Presupuesto de marketing primer y segundo año. Fuente: G. Quiroz (2019)

PRESUPUESTO DE MARKETING PRIMER Y SEGUNDO AÑO				
	Precio	Duración	Mensual	Anual
Publicidad				
Publicidad Facebook	\$10 (por día)	12 meses	\$300	\$3.600
Adds Facebook	\$0,75 (por click)	12 meses (1000 clics mensuales)	\$750	\$9.000
Publicidad Web	\$300 (por mes)	12 meses	\$300	\$3.600
Publicidad en Agencias de viajes (tripticos)	\$200 (por mes)	12 meses	\$200	\$2.400
Relaciones Públicas				
Organización de Eventos	\$2.000	2 por año		\$4.000
Medios de comunicación	\$1.000	2 por año		\$2.000
		TOTAL		\$24.600

Dentro del primer y segundo año para la publicad se destinó un presupuesto para Facebook y de la misma manera para las relaciones publicas como organización de eventos y medios de comunicación.

Presupuesto de marketing tercer, cuarto, quinto, sexto y séptimo año

Cuadro 31 Presupuesto de marketing tercer, cuarto, quinto, sexto y séptimo año. Fuente: G. Quiroz (2019)

PRESUPUESTO DE MARKETING TERCER, CUARTO, QUINTO, SEXTO Y SEPTIMO AÑO				
	Precio	Duración	Mensual	Anual
Marketing directo				
Página web (Rediseño)	\$1.000	1 año		\$1.000
Página web (Dominio)	\$50	1 año		\$50
Página web (Hosting)	\$60	1 año		\$60
Publicidad				
Publicidad Facebook	\$10 (por día)	12 meses	\$300	\$3.600
Adds Facebook	\$0,75 (por click)	12 meses (1000 clics mensuales)	\$750	\$9.000
Publicidad Web	\$300 (por mes)	12 meses	\$300	\$3.600
Publicidad en Agencias de viajes (tripticos)	\$200 (por mes)	12 meses	\$200	\$2.400
Relaciones Públicas				
Organización de Eventos	\$2.000	2 por año		\$4.000
Medios de comunicación	\$1.000	2 por año		\$2.000
		TOTAL		\$25.710

Dentro del tercer, cuarto, quinto, sexto y séptimo año se pronosticó un presupuesto para el marketing directo que tendrá la hostería y para la publicad se destinó un presupuesto para Facebook y de la misma manera para las relaciones publicas como organización de eventos y medios de comunicación.

Presupuesto de marketing octavo, noveno y décimo año

Cuadro 32 Presupuesto de marketing octavo, noveno y décimo año. Fuente: G. Quiroz (2019)

PRESUPUESTO DE MARKETING OCTAVO, NOVENO Y DECIMO AÑO				
	Precio	Duración	Mensual	Anual
Marketing directo				
Página web (Rediseño)	\$1.000	1 año		\$1.000
Página web (Dominio)	\$50	1 año		\$50
Página web (Hosting)	\$60	1 año		\$60
Publicidad				
Publicidad Facebook	\$10 (por día)	12 meses	\$300	\$3.600
Adds Facebook	\$0,75 (por click)	12 meses (1000 clics mensuales)	\$750	\$9.000
Publicidad Web	\$300 (por mes)	12 meses	\$300	\$3.600
Publicidad en Agencias de viajes (tripticos)	\$200 (por mes)	12 meses	\$200	\$2.400
Relaciones Públicas				
Organización de Eventos	\$2.000	2 por año		\$4.000
Medios de comunicación	\$1.000	2 por año		\$2.000
			TOTAL	\$25.710

Dentro del octavo, noveno y décimo año se pronosticó un presupuesto para el marketing directo que tendrá la hostería y para la publicidad se destinó un presupuesto para Facebook y de la misma manera para las relaciones públicas como organización de eventos y medios de comunicación.

Calendario de costos

Cuadro 33 Calendario de costos. Fuente: G. Quiroz (2019)

CALENDARIO DE COSTOS										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Recursos Humanos	\$ 48.267,26	\$ 48.267,26	\$ 49.827,26	\$ 49.827,26	\$ 49.827,26	\$ 49.827,26	\$ 49.827,26	\$ 58.505,26	\$ 58.505,26	\$ 58.505,26
Marketing	\$ 24.600,00	\$ 24.600,00	\$ 25.710,00	\$ 25.710,00	\$ 25.710,00	\$ 25.710,00	\$ 25.710,00	\$ 25.710,00	\$ 25.710,00	\$ 25.710,00
Servicios Basicos Fijos	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Costos Variables	\$ 37.772,90	\$ 53.961,40	\$ 64.753,80	\$ 70.150,10	\$ 75.546,40	\$ 86.338,80	\$ 91.735,10	\$ 102.527,50	\$ 102.527,70	\$ 91.735,70
Recompra depreciables	\$ -	11735	2000	11735	8544	13735		11735	2000	
Otros Varios	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Totales	\$ 120.240,16	\$ 148.163,66	\$ 151.891,06	\$ 167.022,36	\$ 169.227,66	\$ 185.211,06	\$ 176.872,36	\$ 208.077,76	\$ 198.342,96	\$ 185.550,96

Dentro del cuadro de costos se tomaron en cuenta para los diez años de la hostería recursos humanos, marketing, servicios básicos, costos variables y otros varios los cuales se tuvo un aproximados de las cantidades expuestas.

Inversiones

Cuadro 34 Inversiones. Fuente: G. Quiroz (2019)

Inversiones	Rubros de Inversión	Inversión Desagregada	Inversiones Parciales	Total Inversión
Inversión Fija	Inversión Tangible	Muebles y enseres	\$38.746	\$127.633
		Blancos y suaves	\$11.735	
		Equipos de computación	\$2.000	
		Muebles de oficina	\$5.500	
		Equipos de limpieza	\$1.608	
		Infraestructura	\$65.000	
		Artículos electrónicos	\$3.044	
	Inversión Intangible	Licencias Software	\$1.000	\$28.500
		Gastos de constitución	\$8.000	
		Gastos de Marketing	\$19.500	
Capital de trabajo	Capital de trabajo	Gastos en materiales e insumos	\$2.113	\$43.346
		Pago de sueldos y honorarios	\$24.134	
		Gastos de operación	\$17.100	
			TOTAL	\$199.479

Dentro de inversión fija se encuentra la tangible y la intangible lo cual son precios averiguados en ejercicios de campo real con diferentes cotizaciones y finalmente el capital de trabajo la cual contiene gastos en materiales, pagos de sueldos y gastos de operación de la hostería.

Financiamiento

Cuadro 35 Financiamiento. Fuente: G. Quiroz (2019)

Inversión	Total	Capital Propio	CFN
Inversión fija tangible	\$127.633,00	\$ 23.887,00	\$104.150,00
Muebles y enseres	\$ 38.746,00		\$ 38.746,00
Blancos y suaves	\$ 11.735,00	\$ 11.735,00	
Equipos de computación	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
Muebles de oficina	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	
Equipos de limpieza	\$ 1.608,00	\$ 1.608,00	
Infraestructura	\$ 65.000,00		\$ 65.404,00
Artículos electrónicos	\$ 3.044,00	\$ 3.044,00	
Inversión fija intangible	\$ 28.500,00	\$ 9.000,00	\$ 19.500,00
Licencias Software	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Gastos de constitución	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	
Gastos de Marketing	\$ 19.500,00		\$ 19.500,00
Capital de Trabajo	\$ 43.346,13	\$ 26.246,13	\$ 17.100,00
Gastos en materiales e insumos	\$ 2.112,50	\$ 2.112,50	
Pago de sueldos y honorarios	\$ 24.133,63	\$ 24.133,63	
Gastos de operación	\$ 17.100,00		\$ 17.100,00
Totales	\$199.479,13	\$59.133,13	\$140.750,00
Porcentajes	100%	30%	71%

Se puede apreciar el total necesario para inversión donde se ve el total el cual el 71% será aporte del crédito por parte de la CFN y el 30% será por parte del propietario del proyecto .

Depreciación anual de activos

Cuadro 36 Depreciación anual de activos. Fuente: G. Quiroz (2019)

DEPRECIACIÓN ANUAL DE ACTIVOS					
Concepto	Monto	Vida Útil (Años)	Depreciación %	Depreciación \$	Valor Residual
Muebles y enseres	\$38.746	10	10%	\$3.875	\$0
Blancos y suaves	\$11.735	2	50%	\$5.868	\$0
Equipos de computación	\$2.000	3	33%	\$667	\$0
Muebles de oficina	\$5.500	5	20%	\$1.100	\$0
Equipos de limpieza	\$1.608	10	10%	\$161	\$0
Infraestructura	\$65.000	20	5%	\$3.250	\$32.500
Artículos electrónicos	\$3.044	5	20%	\$609	\$0
TOTAL DEPRECIACIÓN X AÑO				\$15.528	\$32.500

Se puede apreciar que a través del uso de van desgastando los activos donde se muestran los diferentes años y porcentajes de depreciación junto con el valor residual

Estado de resultados

Cuadro 37 Estado de resultados. Fuente: G. Quiroz (2019)

ESTADO DE RESULTADOS										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	\$188.865	\$269.807	\$323.769	\$350.751	\$377.732	\$431.694	\$458.676	\$512.638	\$512.639	\$458.679
Costos variables	\$37.773	\$53.961	\$64.754	\$70.150	\$75.546	\$86.339	\$91.735	\$102.528	\$102.528	\$91.736
Contribución marginal	\$151.092	\$215.846	\$259.015	\$280.600	\$302.186	\$345.355	\$366.940	\$410.110	\$410.111	\$366.943
Costos fijos	\$82.467	\$94.202	\$87.137	\$96.872	\$93.681	\$98.872	\$85.137	\$105.550	\$95.815	\$93.815
EBITDA	\$68.624	\$121.643	\$171.878	\$183.728	\$208.504	\$246.483	\$281.803	\$304.560	\$314.296	\$273.128
	36%	45%	53%	52%	55%	57%	61%	59%	61%	60%
Depreciaciones	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528	\$15.528
Pago Capital CFN	\$8.863	\$9.743	\$10.710	\$11.773	\$12.941	\$14.218	\$15.618	\$17.155	\$18.844	\$20.699
Intereses CFN	\$12.992	\$12.112	\$11.145	\$10.082	\$8.914	\$7.637	\$6.237	\$4.700	\$3.011	\$1.156
Amortización de intangibles	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850	\$2.850
BAII - EBIT	\$28.391	\$81.410	\$131.644	\$143.495	\$168.271	\$206.249	\$241.570	\$264.326	\$274.062	\$232.894
	15%	30%	41%	41%	45%	48%	53%	52%	53%	51%
Impuestos	35%	\$0	\$0	\$46.076	\$50.223	\$58.895	\$72.187	\$84.549	\$92.514	\$95.922
Utilidades Trabajadores	15%	\$0	\$0	\$0	\$21.524	\$25.241	\$30.937	\$36.235	\$39.649	\$41.109
Beneficio Neto		\$28.391	\$81.410	\$85.569	\$71.747	\$84.135	\$103.125	\$120.785	\$132.163	\$137.031
										\$116.447

Cuadro recopilatorio donde engloban los valores de los ingresos, egresos, costos marginales menos el EBITDA y menos la depreciación mas el pago de crédito, intereses y amortizaciones lo cual nos da el total del EBIT además que muestra que desde el año uno ya tenemos ingresos y desde el cuarto año empezamos a pagar impuestos.

Flujo de fondos y Rentabilidad

Cuadro 38 Flujo de fondos. Fuente: G. Quiroz (2019)

FLUJO DE FONDOS											
	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
EBIT		\$28.391	\$81.410	\$131.644	\$143.495	\$168.271	\$206.249	\$241.570	\$264.326	\$274.062	\$232.894
Valor rescate de activo fijo		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$ 32.500
Valor rescate de capital de trabajo		\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$ 43.346
Depreciación		\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378	\$18.378
Impuestos		\$0	\$0	-\$46.076	-\$71.747	-\$84.135	-\$103.125	-\$120.785	-\$132.163	-\$137.031	-\$116.447
Inversiones	\$199.479	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Flujos Netos	-\$199.479	\$46.769	\$99.788	\$103.947	\$90.126	\$102.514	\$121.503	\$139.163	\$150.541	\$155.409	\$210.671

Cuadro 39 Rentabilidad. Fuente: G. Quiroz (2019)

Tasa de Descuento WACC		20%
VAN		232.292
TIR		43%
PRI		3 años

Este cuadro muestra la rentabilidad en los diferentes años empezando desde el primer año con rentabilidad con un Van de 343 017 a los 10 años y un TIR de 52%

Balance general

Cuadro 40 Balance general. Fuente: G. Quiroz (2019)

BALANCE GENERAL										
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
ACTIVOS										
Caja y bancos	\$46.769	\$146.557	\$250.504	\$340.630	\$443.144	\$564.647	\$703.810	\$854.351	\$1.009.761	\$1.220.432
Total Activo Corriente	\$46.769	\$146.557	\$250.504	\$340.630	\$443.144	\$564.647	\$703.810	\$854.351	\$1.009.761	\$1.220.432
Activos tangibles	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633	\$127.633
Depreciación activos tangibles	-\$15.528	-\$31.057	-\$46.585	-\$62.113	-\$77.642	-\$93.170	-\$108.699	-\$124.227	-\$139.755	-\$155.284
Activos intangibles	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500	\$28.500
Amortización activos intangibles	-\$2.850	-\$5.700	-\$8.550	-\$11.400	-\$14.250	-\$17.100	-\$19.950	-\$22.800	-\$25.650	-\$28.500
Capital de trabajo	\$43.346									
Total Activo No Corriente	\$181.101	\$119.376	\$100.998	\$82.620	\$64.241	\$45.863	\$27.484	\$9.106	-\$9.272	-\$27.651
Total Activos	\$227.870	\$265.933	\$351.502	\$423.250	\$507.385	\$610.510	\$731.294	\$863.457	\$1.000.488	\$1.192.781
PASIVOS										
Cuentas comerciales por pagar	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Total Pasivo Corriente	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Préstamo CFN	\$131.110	\$121.289	\$110.495	\$98.629	\$85.620	\$71.402	\$55.784	\$38.629	\$19.785	\$0
Total Pasivo No Corriente	\$131.110	\$121.289	\$110.495	\$98.629	\$85.620	\$71.402	\$55.784	\$38.629	\$19.785	\$0
Total Pasivos	\$131.110	\$121.289	\$110.495	\$98.629	\$85.620	\$71.402	\$55.784	\$38.629	\$19.785	\$0
PATRIMONIO										
Capital social	\$68.370	\$34.844	\$45.638	\$57.504	\$70.513	\$84.731	\$100.349	\$117.504	\$136.348	\$231.979
Utilidades ejercicio anterior	\$28.391	\$109.800	\$195.369	\$267.117	\$351.252	\$454.377	\$575.161	\$707.324	\$844.355	\$960.802
Total Patrimonio	\$96.760	\$144.644	\$241.008	\$324.621	\$421.765	\$539.108	\$675.510	\$824.829	\$980.704	\$1.192.781
Total Patrimonio + Pasivos	\$227.870	\$265.933	\$351.502	\$423.250	\$507.385	\$610.510	\$731.294	\$863.457	\$1.000.488	\$1.192.781

El balance general es la recopilación de activos, pasivos y patrimonio donde se cuadra las cifras para la creación de la hostería en Puerto Quito.

