



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN HOSTAL
ESPECIALIZADO PARA TURISTAS DE ALTA MONTAÑA EN LA
PARROQUIA GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”**

AUTORES:

**Loaiza Moreno, Johanna Carolina
Nolivos Sánchez, Nathaly Estefanía**

**Proyecto de Titulación previo a la obtención del Título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTORA:

CPA. Vera Salas Laura Guadalupe, Mgs

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Johanna Carolina Loaiza Moreno y Nathaly Estefanía Nolivos Sánchez**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

TUTORA

CPA. Vera Salas Laura Guadalupe, Mgs

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Johanna Carolina Loaiza Moreno

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la creación de un hostel especializado para turistas de alta montaña en la parroquia Guano, provincia de Chimborazo** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

AUTORA

Johanna Carolina, Loaiza Moreno



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Nathaly Estefanía Nolivos Sánchez

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la creación de un hostel especializado para turistas de alta montaña en la parroquia Guano, provincia de Chimborazo** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

AUTORA

Nathaly Estefanía, Nolivos Sánchez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Johanna Carolina Loaiza Moreno

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un hostel especializado para turistas de alta montaña en la parroquia Guano, provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

AUTORA

Johanna Carolina, Loaiza Moreno



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Nathaly Estefanía Nolivos Sánchez

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un hostel especializado para turistas de alta montaña en la parroquia Guano, provincia de Chimborazo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015

AUTORA

Nathaly Estefanía, Nolivos Sánchez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres que siempre me dieron el camino libre, el tiempo y la confianza para que pueda desarrollar el proyecto.

Por la fe en Dios que inculcaron en mí para poder tener una luz que me guíe en el camino y tener esa fuerza de decisión, de dedicación, de hacerlo por una razón, para culminar este gran pasó en la vida,

A mi hermana que me brindó fuerza y energía, visión y aliento para la realización de la tesis y a todos quienes estuvieron ahí, brindando algún consejo necesario.

A mi tutora CPA. Laura Guadalupe Vera Salas, una gran maestra que dedicó su tiempo con profesionalismo para guiarme en el desarrollo de la tesis.

Johanna Carolina Loaiza Moreno

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios sobre todas las cosas por haberme bendecido con una familia unida que a lo largo de mi vida ha estado presente en cada logro que he obtenido.

A mis padres y mejores amigos Segundo Sergio Nolivos Guilcapi y Luz América Sánchez Ramos que siempre me han apoyado moral y económicamente gracias a sus enseñanzas e innumerables consejos he podido salir adelante y culminar una etapa más en mi vida profesional.

A mis hermanas y hermano que día a día estuvieron pendientes, ayudándome a resolver inconvenientes y sacándome de dudas cuando las tuve.

A mi Tutora y guía CPA. Laura Guadalupe Vera Salas por haber compartido sus conocimientos para desarrollar y culminar este proyecto.

Nathaly Estefanía Nolivos Sánchez

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y gran paso en mi vida con mucho orgullo a Dios que es una guía importante en mi camino espiritual y que siempre está presente en mi mente y corazón al momento de empezar o culminar algún proyecto en mi vida.

A mis padres, Edison David Loaiza Lucio y Rosa Elvira Moreno Galarza, que son una guía en mi camino profesional y espiritual, que gracias a sus consejos, motivación, cuidados y paciencia me han sabido dirigir y traerme hasta aquí, para culminar un gran paso en mi vida profesional.

A mi hermana menor Evelyn Susana Loaiza Moreno, quien es una imagen de fuerza y liderazgo en mi vida, que siempre estuvo presente en las tomas de mis decisiones.

A mis futuras generaciones para que como ejemplo tomen este proyecto como una representación de dedicación y gran esfuerzo, como demostración que para alcanzar cualquier meta, sea profesional o espiritual se necesita de trabajo duro y nunca rendirse a pesar de las confrontaciones y peleas que se den en la vida.

Johanna Carolina Loaiza Moreno

DEDICATORIA

Dedico con mucha alegría y orgullo al culminar una etapa más en mi carrera y en mi vida profesional a mis amados padres, ya que gracias a sus cuidados, amor, paciencia y sacrificios he llegado a concluir la carrera universitaria que escogí por considerar de gran importancia para el desarrollo del país.

A mis hermanas y hermano que siempre han estado conmigo en los buenos y difíciles momentos.

A mis sobrinos para que en el futuro puedan tomar como ejemplo que nada es imposible para conseguir una profesión con empeño, dedicación y aún con sacrificios.

A las futuras generaciones, para que este proyecto interesante y profundamente analizado pueda servir para ampliar y conseguir grandes cosas para el país en la industria del Turismo.

Nathaly Estefanía Nolivos Sánchez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
Johanna Carolina Loaiza Moreno	
Nathaly Estefanía Nolivos Sánchez	

CPA. Vera Salas Laura Guadalupe, Mgs
TUTORA

ÍNDICE GENERAL

Introducción	1
Antecedentes	4
Planteamiento del Problema	7
Formulación del Problema.....	8
Justificación del Proyecto	8
Objetivos.....	11
Objetivo General.....	11
Objetivos Específicos	11
CAPÍTULO I	12
Marco Teórico	12
Planeación de la empresa.....	18
Marco Conceptual.....	23
Marco Legal.....	26
Ley de Turismo.....	26
Ley de Gestión Ambiental	28
Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo.....	29
Aspectos Legales de los Socios	30
Regulaciones Laborales	31
Aspectos Tributarios.....	32
Requisitos del Ministerio de Turismo.....	32

CAPÍTULO II.....	35
Metodología de la investigación.....	35
Enfoque.....	35
Método.....	36
Técnicas de Recolección de Información.....	36
Diseño de la investigación a efectuar.....	37
Universo – Población.....	37
Muestra.....	38
Resultado.....	39
Tipo de muestreo.....	39
Modelo de la Encuesta.....	39
Encuesta.....	40
Survey.....	43
Presentación de resultados.....	46
Tablas y gráficos.....	46
CAPÍTULO III.....	60
Estudio de Mercado.....	60
Análisis Situacional del Proyecto.....	60
Cinco Fuerzas de Porter.....	60
Análisis P. E. S. T. A.....	64
Análisis FODA.....	67
CAPÍTULO IV.....	68

Planeación Estratégica del Emprendimiento	68
Estudio Organizacional.....	68
Razón Social	68
Objeto Social	68
Logo	69
Slogan	69
Misión.....	69
Visión.....	69
Valores	69
Organigrama	70
Estructura Organizacional: Nómina, Funciones y Horarios	70
Mercado Objetivo	72
Estudio técnico.....	73
Localización del proyecto de emprendimiento.....	73
Macro Localización	73
Micro Localización.....	74
Distribución Física del Espacio	74
Horario de Funcionamiento	76
Infraestructura Necesaria	77
Productos a Ofrecer	77
Estudio Ambiental	79
Permisos ambientales.....	79

Permisos municipales	79
CAPÍTULO V	80
Plan de Marketing.....	80
Segmentación del mercado	80
Estrategias de Posicionamiento	80
Estrategias de Marketing	80
Marketing Mix	82
Producto.....	82
Precio	83
Plaza.....	84
Promoción.....	84
Presupuesto de Marketing.....	85
CAPÍTULO VI	86
Financiamiento	86
Detalle de la Inversión Inicial del Proyecto.....	87
Balance Inicial	89
Detalle del Financiamiento	89
Tabla de Amortización	90
Detalle de los Ingresos (Proyectado)	91
Detalle de los Gastos (Proyectado).....	91
Estado de Pérdidas y Ganancias	92
Flujo de Caja del Efectivo	93
Balance General Proyectado.....	94

Evaluación Financiera	95
Razones Financieras	95
Punto de Equilibrio	96
Escenarios	96
Conclusiones	97
Recomendaciones	99
Referencias	100
Anexos	104

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Edad del Informante.....	46
Tabla 2. Sexo del Informante.....	47
Tabla 3. Estado Civil.....	48
Tabla 4. Gusto por viajar en tiempo de ocio	49
Tabla 5. Frecuencia de gustos de visitas a las regiones	50
Tabla 6. Conocimiento de la provincia de Chimborazo.....	51
Tabla 7. Realiza turismo de aventura.....	52
Tabla 8. Conocimiento de nevados y volcanes del Ecuador	53
Tabla 9. Volcanes, nevados, acantilados que le gustaría conocer.....	54
Tabla 10. Realiza deportes de aventura en montaña	55
Tabla 11. Conocimiento de hospedaje que ofrece información sobre turismo de aventura	56
Tabla 12. Le gustaría contar con un hostel que ofrezca todos los servicios que facilite realizar los deportes de montaña.....	57
Tabla 13. Precios a pagar por el paquete durante 3 noches y 4 días	58
Tabla 14. Información del establecimiento	59
Tabla 15. Balanza Turística Anual.....	65
Tabla 16. Nómina, funciones y horarios	70
Tabla 17. Productos a ofrecer.....	77
Tabla 18. Productos.....	82
Tabla 19. Producto y precio	83
Tabla 20. Presupuesto de marketing	85

Tabla 21. Detalle de la Inversión Inicial	87
Tabla 22. Balance Inicial.....	89
Tabla 23. Detalle del Financiamiento	89
Tabla 24. Tabla de Amortización Anual	90
Tabla 25. Tabla de Amortización Mensual	90
Tabla 26. Tabla de los Ingresos (Proyectada)	91
Tabla 27. Tabla de Gastos (Proyectado)	92
Tabla 28. Tabla del Estado de Resultados (Proyectada)	92
Tabla 29. Tabla de Flujo de Caja (Proyectado).....	93
Tabla 30. Tabla del Balance General (Proyectado)	94
Tabla 31. Tabla de la Evaluación del Proyecto.....	95
Tabla 32. Tabla de las Razones Financieras	95
Tabla 33. Tabla del Punto de Equilibrio	96
Tabla 34. Tabla de Escenarios	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pasos de la Planeación	18
Figura 2. Las Cinco Fuerzas de Porter	20
Figura 3. Edad del Informante	46
Figura 4. Sexo del Informante.....	47
Figura 5. Estado Civil	48
Figura 6. Gusto por viajar en tiempo de ocio.....	49
Figura 7. Frecuencia de gustos de visitas a las regiones	50
Figura 8. Conocimiento de la provincia de Chimborazo	51
Figura 9. Realiza Turismo de Aventura	52
Figura 10. Conocimientos de nevados y volcanes del Ecuador	53
Figura 11. Volcanes, nevados, acantilados que le gustaría conocer	54
Figura 12. Realizar deportes de aventura en montaña	55
Figura 13. Conocimiento de hospedaje que ofrece información sobre turismo de aventura.....	56
Figura 14. Le gustaría contar con un hostel que ofrezca todos los servicios que facilite realizar los deportes de montaña.....	57
Figura 15. Precios a pagar por el paquete durante 3 noches y 4 días.....	58
Figura 16. Información del establecimiento.....	59
Figura 17. Llegada de extranjeros al Ecuador.....	64
Figura 18. Ubicación del Turismo en las exportaciones no petroleras	65
Figura 19. Logo de la empresa.....	69
Figura 20. Organigrama de la empresa	70

Figura 21. Macro Localización Fuente: Google Maps.....	73
Figura 22. Micro Localización.....	74
Figura 23. Primer piso.....	74
Figura 24. Segundo piso 2D.....	75
Figura 25. Segundo Piso 3D.....	75
Figura 26. Tercer Piso 2D.....	76
Figura 27. Tercer Piso 3D.....	76

RESUMEN

El Ecuador es un país mega-diverso y pluri-cultural con magníficos escenarios llenos de vida, con diferentes regiones que se es posible visitar en un solo día, los atractivos que posee el país son de una belleza sin igual, que sin duda generan curiosidad y motivación a los turistas extranjeros para que visiten y conozcan el país.

En la industria internacional, se conoce que el Ecuador es un destino de naturaleza, por lo tanto la imagen que el país ha mostrado a turistas extranjeros es netamente una conexión directa con la naturaleza y la aventura, gracias a sus playas, Amazonía y sobre todo a la sierra ecuatoriana, que desvela y alumbrá con sus paisajes vivos, coloridos e impresionantes que cautivan hasta el alma.

Todo ese escenario de volcanes, nevados, acantilados y cañones dignos de un país mega-diverso, es una propuesta tentadora para que el turista elija al Ecuador como un destino para visitar en su tiempo de ocio, y es gracias a que el turismo se ha incrementado y las visitas de turistas extranjeros crecen cada año, el Ecuador se ha vuelto un destino infaltable en la agenda de visitas del mercado internacional.

La propuesta presente de emprendimiento, tiene como finalidad, demostrar la factibilidad de la creación de un hostel llamado “Mountain Ventures Hostel” destinado a turistas que realizan deportes de alta montaña y turismo de aventura, ubicado en la parroquia rural San Andrés del cantón Guano y provincia de Chimborazo.

Mountain Ventures Hostel, además de ofrecer una cómoda estadía, brindará a los turistas toda la información necesaria para realizar los deportes de aventura y de montaña, ofreciendo un servicio personalizado, especializado, profesional y de calidad en las actividades a realizarse, contando con guías especializados, transporte, alquiler y venta de equipos especiales para la práctica de los mismos.

La parroquia rural de San Andrés no es muy conocida a nivel nacional, a pesar de ser un sitio con bellos atractivos turísticos que no se encuentran en otras partes del Ecuador, no han sido explotados, cuenta con una belleza intrínseca. Queda situado a 11km de la ciudad de Riobamba, donde se reúne toda la economía de la provincia de Chimborazo, posee varios sitios turísticos como atractivos naturales, otros sitios donde se puede disfrutar de la vida nocturna y de una gastronomía única como el hornado riobambeño, mientras que a 8 km se encuentra situado el cantón Guano en donde se reúne toda la actividad económica derivada de la utilización cuero de vaca.

Palabras Claves: Turismo aventura, deportes alta montaña, naturaleza

ABSTRACT

Ecuador is a mega-diverse and multi-cultural country with magnificent scenery full of life, with different regions can be visited in one day, the places inside the country are of unparalleled beauty, which certainly generate curiosity motivation and foreign tourists to visit and know the country.

In the international industry, it is known that Ecuador is a destination of nature, therefore the image the country has shown to foreign tourists is clearly a direct connection with nature and adventure, thanks to its beaches, the Amazon and especially Ecuadorian sierra, which reveals and shines with its bright, colorful and breathtaking landscapes that captivate even the soul.

That whole scenario of volcanoes, glaciers, cliffs and worthy canyons of a mega-diverse country, is a tempting proposition for tourists choose to Ecuador as a destination to visit in their leisure time, and thanks to tourism has been and increased visits of foreign tourists grows each year, Ecuador has become an inevitable destination in the agenda of the international market visits.

This proposed venture, aims to demonstrate the feasibility of creating a hostel called "Mountain Ventures Hostel" aimed at tourists who make mountain sports and adventure tourism, located in the rural parish of San Andrés and the canton Guano Chimborazo province.

Mountain Ventures Hostel, while providing a comfortable stay, tourists will provide all necessary information for adventure sports and mountain, offering a personalized service, specialized, professional and quality in the activities to be carried out, with specialized guides , transportation, rental and sale of special equipment for the practice thereof.

The rural parish of San Andrés is not well known nationally, despite being a site with beautiful tourist attractions that are not found in other parts of Ecuador, have not been exploited, it has an intrinsic beauty. Is located 11km from the city of Riobamba, where the entire economy of the province of Chimborazo meets, has several attractions, including natural attractions, some sites where you can enjoy the night life and a unique cuisine as riobambeño hornado, while the Guano canton where all economic activity meets leather, where you can find all kinds of items made from the finest leather Guano characterizes him, is about 8km.

Key Words: Adventure tourism, High Mountain sports, nature

Introducción

Como parte del avance de la ciencia y la tecnología, especialmente de países denominados del primer mundo (Potencias Líderes), las personas disponen de mayor tiempo libre y dinero. Es entonces que esos países se convirtieron históricamente en los núcleos emisores (demanda), y los países denominados en vías de desarrollo se los delegó a que se debían especializar para recibir y manejar a corrientes turísticas con culturas y hábitos diferentes (oferta).

En el Ecuador los ingresos derivados de la actividad turística representaron el 78,2% del PIB que equivale a 530 millones de dólares apenas en el primer trimestre del 2015. Económicamente esta cantidad es importante, ya que cerca del 80% del presupuesto general del estado se financia por la venta del petróleo y sus derivados, lo cual según estudios de expertos existen reservas solamente para 20 años. Todos los países luchan por captar la mayor parte de esta demanda puesto que sus economías dependen en alto grado del ingreso de divisas, pero también se debe indicar que esta actividad dejó de ser elitista y ha pasado a ser una necesidad de todo grupo humano, es decir existe la necesidad de invertir el tiempo libre en una actividad que produzca satisfacción y recompensa, por lo tanto el turismo pasó a tomar mayor importancia en todos los estados.

El estado ecuatoriano consciente de la importancia del turismo para la generación de crecimiento económico, se encuentra impulsando la infraestructura turística y fomentando la participación de la comunidad en emprendimientos turísticos.

De acuerdo a estadísticas oficiales del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, existe un gran porcentaje de turistas que llegan a Ecuador. Uno de los destinos preferidos por su accesibilidad y paisajes, es el volcán Chimborazo, en cuyas faldas se desarrolla no sólo actividades de alta montaña de tipo profesional, sino también ascensos menores para turistas no experimentados. Actualmente, estos turistas deben acudir hasta la ciudad de Riobamba para poder pernoctar, abastecerse de alimentos y alquilar equipos para realizar ascenso al volcán.

Por otra parte, según una investigación preliminar referente a centros de estudios para la preparación de guías especializados, se conoce que en la actualidad no existen lugares de educación superior para la guianza turística. Es en la ciudad de Quito que se encuentra el único lugar, llamado Asociación Ecuatoriana de Guías de Montaña (ASEGUIM) que cuenta con certificado internacional, es así mismo que actualmente solo existen en el Ecuador 12 guías especializados en montaña con licencia, aunque en las zonas cercanas al Volcán Chimborazo existen pobladores que conocen el territorio y han desarrollado habilidades particulares que pueden ser bien aprovechadas en el desarrollo turístico y económico de la localidad.

Existe una demanda muy pobre y un desinterés por los deportes de montaña en general que muy bien se pueden realizar en la sierra Ecuatoriana, los turistas que llegan a realizar dicha actividad es por conocimiento propio o porque otros que lo realizan tienen el conocimiento previo, es por eso que no existen los lugares adecuados para una asesoría de cómo se debe ir, el tipo de implementos especiales como: la ropa adecuada, alimentación y otros implementos necesarios para el ascenso de montañas.

La idea del estudio surge porque se llegó a la conclusión de la necesidad de un lugar donde no sólo se dé acomodación sino también se proporcione una correcta asesoría en cuanto al tipo de alimentación, medicina, precauciones y consejos útiles para la práctica de dicha actividad y haciendo énfasis en brindar un servicio en el que esté incluido el alquiler de los equipos necesarios para realizar esta actividad.

Se podrá encontrar el estudio de mercado, técnico, organizacional, financiero y de impacto ambiental los cuales están especificados en el siguiente contenido:

En el proyecto se detalla la idea de negocio, diferenciación, formulación del problema, justificación del problema, objetivos; general y específicos de la investigación.

Se detallará y explicará la metodología de la investigación; método y enfoque, diseño de la investigación a efectuar, universo-población, muestra, técnicas de recolección de datos, presentación de resultados obtenidos; tablas y gráficos e

interpretación de resultados. Para la recolección de los datos se realiza una encuesta a los clientes potenciales, dirigida hacia turistas extranjeros que desean realizar deportes de montaña en el volcán Chimborazo, ubicado en la provincia del mismo nombre.

Se presentará metodología del estudio del mercado, sus clientes potenciales, la influencia de la inflación de éste tipo de negocios, así como los posibles competidores. También se identifica las características del servicio a ofrecer, tipo de restaurante, oferta gastronómica y requisitos legales para su operación, las cinco fuerzas de Porter y análisis P.E.S.T.

Para la conformación del hostel y su organización se detallan: razón social o nombre del proyecto, objeto social, logotipo, slogan, misión, visión, distribución organizacional, evaluación del análisis FODA y del mercado objetivo.

Se presenta detalladamente la localización del proyecto así como la macro localización y micro localización, distribución física del espacio, horarios de apertura así como de cierre, infraestructura necesaria y detalle de productos a ofrecer. Finalmente se presentará en el plan de marketing la segmentación de mercado, estrategias de posicionamiento, marketing, marketing mix (producto, precio, plaza y promoción) y el presupuesto de marketing.

Antecedentes

El Ecuador o República del Ecuador es un país que está situado al noroeste de América del Sur, cuyos límites territoriales son: al norte Colombia, al sur y al este Perú y al oeste el Océano Pacífico. Ocupa una superficie de 283.560 kilómetros cuadrados, y tiene una población de 15,74 millones de habitantes.

En el Ecuador existe un clima tropical o Ecuatorial, cuya temperatura media anual varía entre 22 y 26 °C; sin embargo, diversos factores como corrientes marinas y la Cordillera de los Andes lo modifican, existiendo una gran variedad de climas ideales para el desarrollo del ecoturismo y de la agroindustria. La Cordillera de los Andes desciende en forma de colinas por una extensa cuenca de tierras bajas que llegan hasta el Océano Pacífico formando la Costa, una franja ricamente agrícola. En la Cordillera de los Andes se elevan montañas nevadas con 22 macizos volcánicos, de los cuales los más altos son: el Chimborazo, el Cotopaxi, Cayambe Antisana y Sangay.

El Ecuador está constituido por cuatro regiones geográficas: la Costa, la cual comprende poco más de la cuarta parte del país; la Sierra, constituida por las alineaciones montañosas y altiplanicies andinas; el Oriente o región Amazónica, al este de los Andes, y la región Insular, integrada por las Islas Galápagos, la cual está constituida por varias islas de origen volcánico.

Al tener a la Cordillera de los Andes atravesando al país en sentido sur-norte. La región de la Sierra comprende las dos cadenas de la Cordillera de los Andes; la Occidental y la Oriental, con más de una docena de picos por encima de los 4.800 metros sobre el nivel del mar, y la estrecha meseta que se extiende entre ellas, conocida como Valle Interandino, que alcanza los 3.000 metros de altitud.

La provincia de Chimborazo está ubicada en la parte central del callejón interandino del Ecuador. Fue fundada el 25 de junio de 1824. Sus cordilleras forman un marco natural, dando lugar a una gama infinita de paisajes, encerrados entre grandes y pequeños valles. Limita al norte con la provincia del Tungurahua, al sur con las provincias del Cañar y Guayas, al este con la provincia de Morona Santiago

y al oeste con la provincia de Bolívar. Actualmente, se divide en diez cantones y 61 parroquias. Los cantones de la provincia son: Riobamba, Alausí, Colta, Cumandá, Chambo, Chunchi, Guamote, Guano, Pallatanga y Penipe. La provincia, es conocida como la provincia de las altas cumbres, el nombre se debe a que en ella se encuentran localizadas las elevaciones más altas del país.

A unos nueve minutos de la provincia se encuentra la parroquia rural de San Andrés, la cual está ubicada en la sierra central del país, al noroeste de la Provincia de Chimborazo, que pertenece al Cantón Guano ubicado a unos ocho kilómetros de Riobamba. Cuenta con 34 comunidades rurales y ocho barrios urbanos que se encuentran en la cabecera parroquial. Limita al norte con la provincia de Tungurahua, al sur con Calpi, San Juan (Riobamba), al este Guano y San Isidro y al oeste con San Juan y Provincia de Bolívar. La población total de la parroquia de acuerdo al último censo de población y vivienda es de 13.481 habitantes, posee una extensión de 159,9 km². Cuenta con un clima variado que va desde el frío del nevado Chimborazo y templado en la cabecera parroquial, con una temperatura promedio anual de 11,19°C.

El volcán Chimborazo se encuentra ubicado en los Andes Centrales a 150 kilómetros al Sudeste de Quito y 20 kilómetros al noreste de Riobamba. Se encuentra rodeado por la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo, la cual forma un ecosistema protegido para preservar el hábitat de los camélidos nativos de los Andes como son la vicuña, la llama y la alpaca. El volcán resulta de gran atractivo para los turistas por varias razones, una de ellas es por ser el punto más alto del Ecuador.

Uno de los principales atractivos turísticos con los que cuenta la provincia de Chimborazo es el Volcán Chimborazo siendo el mismo el que ocupa el primer lugar, seguido por Lagunas de Ozogoché, Cantón Guano, Nariz del Diablo, Laguna de Atillo, Iglesia de Balbanera, Laguna de Colta, Iglesia de la Catedral, Nevado El Altar, Aguas Termales de Guayabamba, Cementerio Paleontológico de Punín y el Museo de la Concepción. Siendo una de las actividades principales por la cual la provincia de Chimborazo es visitada por turistas extranjeros que se quedan

maravillados por los hermosos paisajes que se presentan al realizar ascensos al Volcán del mismo nombre.

La planta turística de la provincia de Chimborazo se ha ido incrementando poco a poco en los últimos años. La mayor atracción actual se trata de la “Ruta del Tren”, gracias a la cual la afluencia de turistas ha incrementado, por lo cual se determina una competencia baja en cuanto al servicio como tal que se quiere ofrecer con la implementación de un nuevo e innovador hostel con un servicio especializado para los turistas de alta montaña, que les gusta arriesgarse y obtener nuevas experiencias.

En cuanto a los hoteles disponibles en la zona más cercana la cual es Riobamba, ésta cuenta con cinco hoteles para la pernoctación de los turistas, con servicios básicos tales como alimentación, hospedaje y otros servicios básicos.

Entre los deportes que se practican los más comunes por los turistas que visitan el atractivo se realizan: caminata o senderismo, alpinismo, montañismo, esquí de montaña, ciclismo, snowboard, ascenso, escalada, acampada; en éste en particular los turistas deben de dormir para así poder estar aclimatados y poder realizar la escalada ya que en éste se lo debe realizar con un equipo especial.

Según Omar Landázuri, director regional de la Zona 3 del Ministerio del Ambiente, se cuenta con un presupuesto estatal anual de USD 180.000 para invertir en las necesidades ambientales de la Sierra centro.

Según datos del Ministerio de Turismo, las provincias más visitadas en el feriado de Carnaval del 2014 fueron: Guayas, Tungurahua, Pichincha y Manabí. Durante el año 2014 se registró la visita de 69.285 turistas en la Reserva Chimborazo.

Planteamiento del Problema

La parroquia de San Andrés es una parroquia rural ubicada en el catón Guano que pertenece a la provincia de Chimborazo. Se encuentra a veinte kilómetros de distancia de la ciudad de Riobamba. Básicamente cuenta con solo un hotel donde ofrecen estadía sin ningún otro tipo de servicio integrado. Esta parroquia carece de promoción turística debido a la poca preocupación de los gobiernos anteriores en cuanto al desarrollo de la parroquia, así también hay falta de conciencia turística en la comunidad como un medio de crecimiento económico y de desarrollo, tampoco existe el suficiente apoyo privado en el área turística.

Debido al desarrollo del turismo local e internacional, a la presencia del atractivo turístico que representa la Ruta del Tren, a la promoción masiva en medios de comunicación, entre otros factores, la oferta de infraestructura hotelera resulta insuficiente para la demanda actual y potencial, lo cual representa una oportunidad para la implementación de un servicio de hotelería que ofrezca servicios integrales a los turistas que acuden a realizar deportes de montaña, descanso o vacaciones.

Para que un negocio propuesto genere valor a los aportantes de capital, es necesario que se constituya en una propuesta rentable, razón por la cual deben analizarse pormenorizadamente todos los factores que contribuyen para ello, desde su constitución, inversión inicial, plan de marketing, servicios a ofrecer, precios, elementos diferenciadores y administración de los recursos.

Formulación del Problema

Un hostel ubicado en la parroquia de San Andrés de la provincia de Chimborazo, que ofrezca servicios diferenciados para deportistas de Alta Montaña, ¿es un negocio rentable que genera valor agregado a los accionistas, generando empleo y desarrollo social a la comunidad?

Justificación del Proyecto

En el capítulo primero de los principios fundamentales de la constitución ecuatoriana, en el artículo 1, muestra que “el Ecuador es un Estado Constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.” Tomando en cuenta el artículo 66, del capítulo sexto de los derechos de libertad, indica que se garantiza a las personas, “El derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.” Así mismo en el Art. 383.- “Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.” De la misma manera en el artículo 24 se sostiene que todas las personas cuentan con el derecho a su recreación y esparcimiento, a practicar deportes y a su tiempo libre. Se justifica que una de las tareas primordiales del hostel es ofrecer empleos dignos, para el desarrollo de la comunidad de San Andrés, para aportar en el crecimiento económico y forma de vida, así mismo ofrecer al turista nacional y extranjero, un lugar donde distraerse y hacer ocio. El hostel fomenta el deporte y la recreación ofreciendo equipos para realizar turismo de alta montaña, y que todos aquellos que deseen realizar este deporte, busquen el hostel y se empapen de toda información necesaria para su realización.

El hostel busca ofrecer un servicio completo y seguro para el turista, para que este también se ponga en contacto con la naturaleza y se genere en ellos una satisfacción y experiencia llena de tranquilidad y armonía con el ambiente. Se busca crear un sistema sustentable, equilibrado y justo con la comunidad, con respeto y solidaridad a las comunidades que se benefician alrededor, tal como lo marca la Sección sexta de Hábitat y Vivienda de la Constitución del Ecuador, en el Artículo 31:

Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.

Gracias al crecimiento que está experimentando el Ecuador y a la imagen que proyecta a países extranjeros, la cantidad de turistas que ingresan al país ha incrementado, ayudando no solo a los encargados y expertos en el turismo, sino también a comunidades y a su crecimiento económico, generando divisas al país que aportan al desarrollo nacional.

El Plandetur 2020 busca proyectar al Ecuador como un destino turístico plenamente desarrollado, siendo de esta manera el generador de divisas más alto de todos, y para esto se proyecta varios objetivos, tales como:

- Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.
- Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, basado en sus destinos turísticos y bajo los principios de alivio a la pobreza, equidad, sostenibilidad, competitividad y gestión descentralizada.
- Desarrollar un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un

marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización en implementación, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turístico del Ecuador.

- Generar una oferta turística sostenible y competitiva potenciando los recursos humanos, naturales y culturales, junto con la innovación tecnológica aplicada a los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para garantizar una experiencia turística integral de los visitantes nacionales e internacionales.
- Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.
- Convertir al turismo sostenible en una prioridad de la política de Estado y de la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral (manejo racional de recursos naturales, culturales, sociales, económicos, tecnológicos, políticos) y la racionalización de la inversión pública, privada y comunitaria.
- Atraer una demanda turística internacional selectiva, consciente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho.
- Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la oferta actual y la posible demanda de alojamiento y servicios complementarios para turistas de alta montaña que desean acceder al volcán Chimborazo, a través de un estudio de mercado, para determinar la factibilidad económica y rentabilidad financiera de un hostel ubicado en la población rural de San Andrés, Parroquia de Guano, provincia de Chimborazo, que brinde servicios de hospedaje, alquiler de equipos de montañismo, alimentación especializada y guianza nativa.

Objetivos Específicos

1. Elaborar un estudio de mercado con el fin de establecer necesidad y preferencia del mercado objetivo.
2. Realizar un análisis cuantitativo para determinar la inversión inicial del proyecto y rentabilidad del proyecto.
3. Elaborar una propuesta atractiva de marketing para dar a conocer a la comunidad de San Andrés.

CAPÍTULO I

Marco Teórico

Algunos autores mencionan el origen del turismo como una actividad humana, por ejemplo Gerlero (2005) señala:

La aparición del turismo como fenómeno de masas se sitúa a partir de la II Segunda guerra mundial con el desarrollo de las tecnologías de transporte y la consolidación de períodos de tiempo libre en las vacaciones pagas como derechos de los trabajadores. El turismo aparece entonces como una práctica recreativa del tiempo libre vacacional (p. 2).

Bosch (2015) señala que después de las dos guerras mundiales que sufrió la humanidad en el siglo XX, los países descubrieron al turismo como una actividad necesaria para obtener divisas –en aquel momento dólares y libras– que permitían compensar sus balanzas de pagos en déficit, como resultado del arribo de turistas internacionales. También la actividad presentaba ventajas relativas para la generación de empleos, tan necesarios en los años de posguerras. Cuando se aborda el turismo como actividad económica, no solo se debe estudiar desde el punto de vista de los sujetos que realizan el desplazamiento y llevan a cabo el consumo de bienes y servicios. Se debe considerar, también, las inversiones necesarias para la conformación de una estructura de producción de dichos bienes y servicios, que permita la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Mosti (2010) indica que la gestión del uso recreativo y/o turístico de los espacios naturales debe tener como mínimo dos dimensiones, una ambiental y otra social. Este autor señala que la dimensión ambiental implica asumir que las actividades humanas en el entorno natural producen impactos que pueden afectar, disminuir o impedir el disfrute al punto de perder o alterar las características que permitieron su valoración y que motivaron su utilización en tanto que la dimensión social se centra en el goce del tiempo de ocio en la naturaleza, en los sentimientos de admiración y fascinación que inspira y que contribuyen a mejorar la calidad de vida de las personas.

Una definición importante para entender al turismo como industria es la mencionada por Torres Rivera y Cuevas Zuñiga, (2012)

La industria turística está compuesta por un conjunto de empresas interrelacionadas al servicio de quienes viajan, tanto dentro de cada país como en el exterior. El turismo establece conexión entre las personas, las formas de viajar, los alojamientos y los medios. Todo el conjunto de empresas vinculadas poseen una característica en común: el trato con el público es lo más importante (p. 212).

La Enciclopedia Práctica de Turismo, Hoteles y Restaurantes (1998) define a la industria turística como aquella que se ocupa de transportar, cuidar, alimentar y distraer a los turistas, a los cuales, en términos generales, son aquellos que viajan fuera de su lugar de residencia. Por su parte (Arrillaga, 1962) define a la hotelería como el conjunto de todos aquellos establecimientos comerciales que, de forma profesional y habitual, prestan servicio de hospedaje y restaurantes, ya sea habitaciones o apartamentos con o sin otros servicios complementarios. Es por esto que Torres Rivera y Cuevas Zuñiga, (2012) determinan que los precios que se establecen en la industria hotelera, son basados en varias estrategias determinadas por el entorno, las cuales se dividen en: costos, competencia y en la demanda.

Es por esto que la Organización Mundial de Turismo (OMT) considera desde 1998 al turismo de nieve y de montaña, mediante el Bienal del Congreso de Turismo de Nieve y de Montaña, celebrado en el Principado de Andorra, donde se establece criterios, ideas, emprendimientos, enfoques y estrategias, para sacar el suficiente provecho a las montañas, para que el turista despierte interés no solo para esquiar, sino para que disfrute de la naturaleza y desarrolle actividades para mantener los recursos naturales y así disfrutar de lo que esta puede ofrecer.

El Secretario General de la OMT, (Rifai, 2014) determinó que:

Los visitantes se interesan cada vez más por las montañas en busca de nuevas experiencias relacionadas con la naturaleza y el deporte. Esto, combinado con la necesidad de que los destinos de montaña adapten la oferta turística a las

repercusiones del cambio climático y amplíen la temporada de turismo, muestra que ahora es el momento perfecto para que los destinos y los operadores puedan analizar nuevos productos que alarguen y adapten la temporada, creando experiencias de turismo sostenible. (p. 1)

Risi (2014) estableció que:

La sostenibilidad ambiental, la participación activa de las comunidades locales, la creación de experiencias nuevas para los visitantes a fin de mejorar la competitividad de los destinos y la oferta de las instalaciones más modernas que permitan mayor accesibilidad se destacaron como aspectos cruciales para diversificar los productos turísticos, que también deberían incorporar innovaciones, desde los últimos avances en los deportes y las actividades al aire libre, hasta las aplicaciones móviles. (p. 1)

En el 8vo Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña, que se realizó el 9 y 10 de abril de 2014, en Andorra la Vella (Andorra), por la OMT, (2014) establecieron antecedentes y objetivos, donde se comparte que recientemente y debido a cambios en los patrones de conducta del consumidor y a la necesidad de productos innovadores y diversificados, las áreas de montaña han estado ofreciendo una amplia variedad de oportunidades de turismo activo y de recreación basado en la naturaleza durante todo el año. De la misma manera, la Organización Mundial de Turismo (2014) estableció que, la creciente demanda de actividades al aire libre y la tendencia del bienestar alpino pueden contribuir al rejuvenecimiento de la oferta y así atraer más visitantes a los destinos de montaña.

En el Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña Mountainlikers, (2014) se estableció que el deseo de la población urbana de vivir experiencias de ocio en la naturaleza, la tendencia de la práctica de deportes y actividades al aire libre, de sentirse en entornos seguros, el incremento de gente joven en busca de aventuras en la montaña, y de personas de mayor edad para buscar relajarse sintiendo bienestar, son factores que estimulan la demanda del turismo de montaña.

El Club Deportivo Jerte (2010) comparte que, los deportes de montaña son actividades que se practican en un medio con especiales características climáticas y físicas como es la montaña. Se pueden practicar tanto a modo de competición a nivel profesional o como actividad de recreación y de conexión con la naturaleza. Los deportes de montaña son cada vez más populares. Millones de personas de cualquier edad en todo el mundo practican al menos una de las actividades de montaña.

Entre los deportes que se practican en la montaña son:

- El alpinismo: Es la más antigua y completa de las modalidades deportivas de montaña. Podría definirse como la acción de subir montañas, pero siempre por afán de superación, como respuesta a un impulso personal distinto en cada uno o por el placer de alcanzar una cima y observar el terreno que se abre ante los ojos. (Federación de Deportes de Montaña, Escalada y Senderismo de Castilla y León, s. f.-a)
- El senderismo: Es una actividad deportiva no competitiva practicada por muchos amantes de la naturaleza. Consiste en recorrer senderos balizados, preferentemente tradicionales, con los que cuenta el paisaje de la montaña.” («Deportes de montaña - Club Deportivo Jerte», s. f.)
- El esquí de montaña: Es una disciplina del alpinismo invernal que consiste en el ascenso y descenso de montañas con la única ayuda de los esquís, sin ningún tipo de propulsión mecánica. Esta característica lo convierte en uno de los deportes más completos que existen, pues sus practicantes precisan de gran variedad de perfiles atléticos: la ascensión con los esquís puestos, habilidad para desplazarse en el llano y saber practicar el descenso en todo tipo de nieves y pendientes, además de ser buenos alpinistas: conocer las características de la montaña invernal, sus peligros y dificultades. (Federación de Deportes de Montaña, Escalada y Senderismo de Castilla y León, s. f.-b)

El Ministerio de Turismo, (2013) comparte que, la Cordillera de los Andes y la mega diversidad que caracterizan al Ecuador, hacen de este país sea un escenario natural privilegiado para la práctica de deportes de montaña, al punto que en los

últimos años su nombre se ha establecido en el ámbito internacional y es considerado como un destino importante para la práctica de estas actividades.

El Ministerio de Turismo, (2014) comparte que internacionalmente el Ecuador se está convirtiendo en una importante presencia de la industria turística y gracias a las políticas gubernamentales integradas, el turismo se está convirtiendo en una fuente económica generadora de riquezas y de plazas de empleo. En un análisis del sector turístico realizado por el Ministerio de Turismo revela que el mercado turístico ha generado alrededor de 344.800 empleos directos e indirectos. Esto muestra que gracias a la imagen que tiene el Ecuador con la campaña “All You Need is Ecuador” ha tenido una gran acogida y demuestra que 568 Millones de personas fueron impactadas por este mensaje por medio de las letras en 19 ciudades y 7 en Ecuador. Como se observa, el sector turístico es una actividad generadora de importantes ingresos. En el año 2014 el país registró 1.506 millones de dólares por ingreso de divisas, se encuentra tercero en la posición económica del país entre el 2013 y el 2014 aumentando para el 2014 por 185.9 en millones de USD. El Ecuador en el 2014 supero la meta esperada en el ingreso de turistas al país, con aproximadamente 1.557.006 visitantes, con un gasto promedio por turista de USD. 1.250, generando un incremento de 14,16% (1.557.006) en arribos internacionales.

Todo esto se da gracias a los avances que el Ecuador ha generado mediante a la imagen que ha proporcionado el gobierno al extranjero, con la estructura de red vial y Ecu-911 ha generado un mejor impacto a nivel internacional, ya que gracias a estas estructuras ha aumentado el nivel de ingreso de turistas extranjeros.

El Ministerio de Turismo, (2014) muestra que el Ecuador ha demostrado en los últimos años un desarrollo turístico importante, siendo reconocido por personas de otros países que antes no lo hacían, tratando de posesionarse en la mente del turista como un destino más a la lista de los viajes habituales para ir de vacaciones. Cabe reconocer que el país ha obtenido varios premios de diferentes instituciones conocidas como The New York Times, Rainforest Alliance, Bloomber News USA, solo en el 2014. Así mismo, el Ecuador fue nombrado Miembro del Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas 2014-

2017. De igual manera ha obtenido premios gracias al Tren Crucero de National Geographic Magazine 2014 “La Ruta del Cacao del Tren Crucero, uno de los mejores lugares del mundo por descubrir”. Las Islas Galápagos también fueron premiadas en el 2015 por US Today “Galápagos, el mejor lugar del mundo para vida silvestre”. El Ecuador también obtuvo reconocimiento por parte de FENACAPTUR y OPTUR, South America's Leading Tourist Board 2014 y por World Travel Market 2014. Esto demuestra que el país está avanzando de manera rápida y conveniente para todos aquellos que permanecen dentro de la industria turística ya que si el Ecuador alcanza a países extranjeros para hacerse conocer, representa que generará ingreso de divisas y aumentará el nivel económico de todos los que trabajan sumergidos en el turismo, tanto como empresarios y comuneros de diferente pueblos ricos en recursos naturales y derivados.

Según el Ministerio de Turismo, (2014) Las comunidades tienen conocimiento suficiente de la industria turística gracias a las diferentes campañas de capacitación brindadas por el gobierno o movimientos privados que aportan al avance y al desarrollo del turismo. De la misma manera es necesario combinar las actividades que son generadas por el Ministerio de Turismo para ayudar a su impulso. Los comuneros tienen un papel importante en cuanto a la imagen del país ya que si ellos proporcionan un buen servicio y excelente atención, el turista se siente bien y así hace que este vuelva, se registró que en el 2014, un total de aproximadamente 6.194 personas, fueron capacitadas en 6 competencias laborales, 2.429 personas fueron certificadas en competencias laborales y hubieron 35 empresas reconocidas en Sistema de Gestión Organizacional (SIGO).

Todos estos avances son gracias al apoyo del Estado y de las entidades privadas que hacen lo posible para que el turismo y las empresas encargadas funcionen y brinden un buen servicio a turistas nacionales y extranjeros. Es por eso que es necesario que las empresas turísticas estén bien estructuradas y planificadas según sus objetivos, misión y visión.

Planeación de la empresa

Koontz, Weihrich y Cannice, (2012) determinan pasos prácticos sobre la planificación indicando las siguientes características:



Figura 1. Pasos de la Planeación
Fuente: Koontz, Weihrich & Cannice, 2012

En el texto de López Salazar (2005) define que,

Algunos autores han encontrado que las empresas que llevan a cabo la planeación estratégica como herramienta directiva, tienen un mejor desempeño que aquellas que no la utilizan. Sin embargo, otros estudios empíricos han provocado dudas respecto al impacto de la planeación estratégica en el desempeño financiero de las organizaciones. (p. 157)

Análisis P. E. S. T.

Como algunos de los análisis que puede determinar si un proyecto es viable está el análisis P.E.S.T., donde se estudia el marco-entorno estratégico de la empresa. Estos factores determinan si el área donde se está formando la empresa representa amenazas u oportunidades.

Factor Político

El Factor Político representa las normativas ambientales, protección ecológica, legislación en el mercado local, futura, internacional, políticas fiscales y gubernamentales, estabilidad política, periodo gubernamental, cambios de gobierno y cambios.

Factor Económico

El Factor Económico representa la situación económica, estabilidad económica local, impuestos específicos de productos o servicios, tipos de cambio, tendencias en la economía local e internacional, tendencias en el mercadeo y rutas de distribución.

Factor Social

El Factor Social representa la demografía, los cambios que afectan a la sociedad, su estilo de vida, gustos y preferencias actuales, educación, actitudes frente al trabajo o al ocio, puntos de vista de los medios.

Factor Tecnológico

El Factor Tecnológico representa a los avances tecnológicos, financiamiento a la administración, aporte financiero para la investigación, tecnología, soluciones sustitutas, nuevas invenciones y desarrollo.

Análisis Porter

Otro de los análisis que se pueden utilizar al momento de crear una empresa, organización o proyectos son las cinco fuerzas de Porter, las cuáles ayudan a determinar y analizar las consecuencias de rentabilidad de un mercado o marca, sea cual sea el camino u objetivos de la industria, ayuda a conocer cuáles factores serían

oportunidades y cuales amenazas o debilidades, de tal manera que se pueden encontrar posibles soluciones y cambios estratégicos que pueden ayudar a la investigación a tomar un mejor curso.

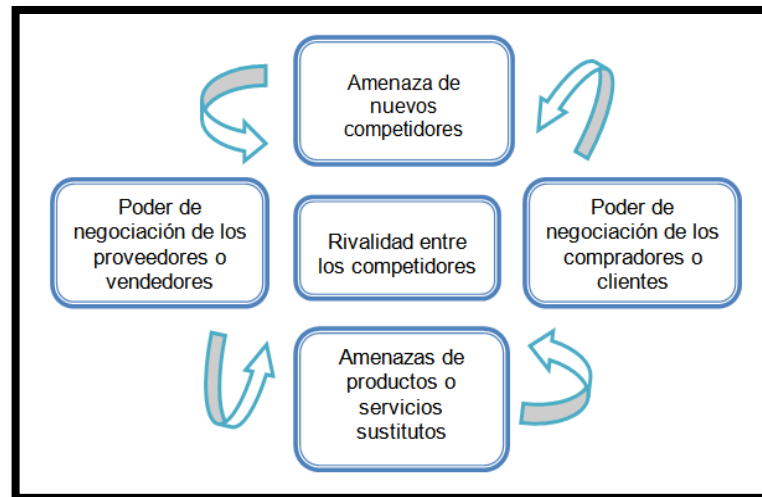


Figura 2. Las Cinco Fuerzas de Porter

Es primordial conocer estas fuerzas, ya que la presión empresarial está en constante crecimiento y cada vez el mercado se vuelve más competitivo, gracias a esto se puede conocer los puntos fuertes y débiles de la empresa. Con los cambios que aparezcan en el entorno y los conocimientos de las debilidades, la organización puede crear maneras y formas de que estas se conviertan en oportunidades y fortalezas.

Estudio de factibilidad

Para crear y ejercer un proyecto se debe realizar un estudio de factibilidad que determina si el proyecto es posible o no, si se debe realizar o no, si se debe invertir o no, a medida de que se demuestra su factibilidad, se obtiene el resultado que determina si es viable gestionar el proyecto.

Según Muñoz (2004): “El estudio de factibilidad se convierte en certeros indicadores de la eficiencia marginal de la inversión y por lo tanto insustituibles en el "escogimiento" de la mejor opción, desde el punto de vista de la expectativa de rentabilidad entre varias alternativas de inversión”. (p. 31)

Determinar la factibilidad de la empresa ayuda a que se puedan encontrar soluciones previas a problemas que se podrían presentar a medida que se desarrolla el problema, si se conoce bien si es factible la empresa se puede determinar el éxito inmediato.

Este estudio tiene varios objetivos los cuales tratan de discernir si se puede elaborar algún producto, averiguar si las personas comprarán el producto, saber si se lo puede vender, determinar la obtención de pérdidas o ganancias, fijar si la empresa o proyecto contribuirá con la conservación de los recursos naturales y el ambiente, a su protección y conservación, decretar si aquel negocio se hace o se busca otro, elaborar un plan de producción y comercialización, explotar los recursos propios, examinar las debilidades puntuales de la empresa para reforzarlos de manera eficaz, usufructuar las oportunidades que se presenten, sea de financiamiento, asesoría y/o el mercado, considerar las amenazas que se presenten sea interno o externo (entorno) y prevenirlas, comenzar el proyecto u empresa suma seguridad y minimizar el número de riesgos posibles, cosechar el máximo de beneficios o ganancias.

La empresa como tal debe ser analizada para saber si se van o no a cumplir los objetivos que se hayan planteado, y una de las maneras es saber si la empresa es rentable o no, en su estudio Sánchez (2002) estableció que la “rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados.” (p. 2)

Rentabilidad

Según Sánchez, (2012) la rentabilidad es definida de diferentes maneras que incide en alguna faceta de este por lo general es denominado como la medición del rendimiento ejecutado en un periodo de tiempo que producen los capitales que se hayan utilizado en el mismo.

Para determinar la factibilidad y la rentabilidad financiera de la empresa se utilizan métodos siendo el más utilizado el del Valor Actual Neto (V.A.N.) y la Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.)

El Valor Actual Neto. (V.A.N.), es uno de los métodos más aceptados, (Graham & Harvey, 2001, p. 201) determinaron que “las grandes empresas confían firmemente en las técnicas de valor actual y en el modelo de valoración de activos de capital, mientras que las empresas pequeñas están relativamente a gusto utilizando el criterio del plazo de recuperación” (p. 201)

Se determina con la suma de los flujos netos de caja determinados del proyecto, incluyendo el valor de la inversión inicial. Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto se denomina rentable, cuando existen dos o más proyectos, se considera rentable aquel que tenga un VAN más alto.

La Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.) es la tasa de descuento que convierte al VAN de una inversión sea igual a cero. Si en el proyecto de inversión la TIR resultante es igual o superior a la tasa expuesta por el inversor es aconsejable realizar la inversión, si existen más alternativas, la más conveniente será la que ofrezca una TIR mayor.

En su artículo Guillén (2012) determinó que:

Por su parte la Tasa Interna de Rentabilidad asociada a un proyecto de inversión expresa la “Rentabilidad Bruta” del mismo en términos relativos y por periodo; siendo una tasa de actualización o descuento que equipara el valor actual del flujo de egresos con el valor actual del flujo de ingresos, para así igualar a cero el VAN del proyecto de inversión. Guillén, (2012, p. 11)

Cabe recalcar que todos estos análisis expuestos ayudan a los organizadores a no solo conocer a fondo a la empresa sino a determinar si se puede invertir en este, evitando pérdidas irrecuperables y fortaleciendo la confianza de crear una empresa nueva en un mercado que cada vez va creciendo de manera imparable.

Marco Conceptual

Alojamiento: actividad turística que ofrece el servicio de hospedar al público de manera profesional, de modo temporal, con o sin prestación de servicios adicionales. (Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR, s. f.)

Huésped: Persona que se aloja en un hotel. (Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR, s. f.)

Acampada Libre: actividad recreativa que consiste en acampar al aire libre, ya sea en parejas o en grupos naturales alejados de los núcleos urbanos, en tiendas de campaña. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Aclimatación: acción y efecto de la temperatura del cuerpo que se necesita para poder resistir al clima. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Cantidad de habitaciones: Total de habitaciones con que cuenta un establecimiento de alojamiento turístico. (Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR, s. f.)

Cuartos disponibles: número de cuartos o habitaciones que se encuentran disponibles sin contar las habitaciones que se encuentren en reparación o mantenimiento. (Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR, s. f.)

Demanda turística: se trata del conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a consumir en un determinado destino. (Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR, s. f.)

Hospedaje: Servicio que ofrecen hoteles y establecimientos especializados para crear las condiciones adecuadas durante el tiempo de estadía. (Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR, s. f.)

Oferta turística: equivale al conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico con el fin de satisfacer la demanda turística. (Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR, s. f.)

Organización Mundial de Turismo (OMT): se trata del Organismo de las Naciones Unidas que se preocupa de las materias relacionadas con el sector del turismo a nivel mundial. (Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR, s. f.)

Recreación: conjunto de actividades individuales o colectivas para la utilización positiva del tiempo libre y el turismo en particular. (Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR, s. f.)

Alpinismo: término extendido principalmente en Europa por la práctica del montañismo en la cordillera de los Alpes, de donde deriva su nombre. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Alta montaña: región de montaña caracterizada por una elevada altitud y por rigurosas condiciones climatológicas. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Equipo de montaña: material técnico, vestuario y cualquier otro elemento específico para el desarrollo de una actividad en el entorno de la montaña. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Escalada: actividad deportiva que consiste en el ascenso a una montaña o parte de ella por una pendiente o pared ayudándose de pies y manos, ya sea utilizando medios naturales o artificiales. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Esquí alpino: modalidad deportiva del esquí en la que el esquiador debe cubrir una distancia determinada en el menor tiempo posible. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Guía de montaña: Profesional que realiza trabajos de conducción de un individuo o de un grupo en baja, media o alta montaña. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Montañismo: actividad deportiva que consiste en la ascensión a montañas de diversa dificultad y altura; y que posee técnicas propias y precisas que facilitan la escalada y ofrecen seguridad al deportista. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Nevado: montaña cubierta de nieves perpetuas: nevado Huascarán. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Región: espacio definido por condiciones determinadas de extensión o de otras propiedades o características. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Senderismo: es una variación del trekking y del excursionismo que se basa en recorridos a pie por rutas señalizadas. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Trekking: modalidad de excursionismo a pie de largos recorridos, pernoctando en refugios, tiendas de campaña. (Montipedia, Enciclopedia de Montaña, s. f.)

Requisitos obligatorios: Son todos aquellos trámites que se deben de cumplir de carácter obligatorio en todos los establecimientos de alojamiento turístico a nivel nacional sin importar la calificación o categoría. (OMT)

Marco Legal

El presente proyecto se encuentra regido bajo las normas del Reglamento General de las Actividades Turísticas, la Ley de Turismo del Ecuador y Ley de Gestión Ambiental.

A través de la ley de turismo se establecen las estrategias de desarrollo y promoción para el sector turístico del país, los pasos que hay que seguir para poder ejercer una actividad turística y sus principios.

Ley de Turismo

Capítulo I.- Generalidades

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Capítulo II.- De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

La ley de gestión ambiental está relacionada directamente con la prevención, control y sanción a las actividades contaminantes a los recursos, así como determina las obligaciones, niveles de participación de los sectores público y privado en la

gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones dentro de este campo.

Ley de Gestión Ambiental

Título I.- Ámbito y principios de la gestión ambiental

Art. 1.- La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia.

Art. 2.- La gestión ambiental se sujeta a los principios de solidaridad, corresponsabilidad, cooperación, coordinación, reciclaje y reutilización de desechos, utilización de tecnologías alternativas ambientalmente sustentables y respecto a las culturas y prácticas tradicionales.

Art. 4.- Los reglamentos, instructivos, regulaciones y ordenanzas que, dentro del ámbito de su competencia, expidan las instituciones del Estado en materia ambiental, deberán observar las siguientes etapas, según corresponda: desarrollo de estudios técnicos sectoriales, económicos, de relaciones comunitarias, de capacidad institucional y consultas a organismos competentes e información a los sectores ciudadanos.

Título II.- Del régimen institucional de la gestión ambiental

Capítulo I.- Del desarrollo sustentable

Art. 7.- La gestión ambiental se enmarca en las políticas generales de desarrollo sustentable para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que establezca el Presidente de la República al aprobar el Plan Ambiental Ecuatoriano.

Al ejercer este proyecto es necesario conocer algunos artículos mencionados en el reglamento general de la Ley de Turismo, los cuales son fundamentales para

ejercer la empresa, puesto que se deben seguir los requisitos para obtener la licencia de funcionamiento para el establecimiento.

Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo

Capítulo II.- Del registro único de turismo

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

Capítulo IV.- De la licencia única anual de funcionamiento

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

Art. 57.- Autoridad administrativa.- El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son estos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado.

Art. 58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los

establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

Aspectos Legales de los Socios

El ejercicio de la actividad turística desarrollada en el ámbito empresarial puede ejecutarse mediante la creación de una empresa para lo cual son necesarios los siguientes pasos:

1. Adoptar un nombre o razón social. Este trámite se realiza en la Superintendencia de Compañías.
2. Se elaborarán los estatutos. Trámite del contrato social que se registrará a la sociedad, el cuál será validado mediante una minuta firmada por un abogado.
3. “Cuenta de integración de capital”: dicho trámite se puede realizar en cualquier banco del país. El cuál puede variar dependiendo del banco, su capital mínimo puede ser \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima. Deben acompañar una carta en donde los socios detallen la participación de cada uno y adjuntar copias de cédula y papeleta de votación de cada socio
4. Aprobación del estatuto. Se lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
5. Obtención de los permisos municipales de la ciudad donde se crea la empresa, pagar la patente municipal y pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.

6. Inscripción de la compañía con todos los documentos citados la cual se efectúa en el Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.
7. Se realizará la primera Junta General de Accionistas la misma que servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
8. Recepción de los documentos habilitantes con la inscripción en el Registro Mercantil se entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
9. Obtención del RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) el cual se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con el formulario correspondiente debidamente lleno, original y copia de la escritura de constitución de la empresa, original y copia de los nombramientos, copias de cédula y papeletas de votación de los socios y de si es el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

Regulaciones Laborales

Las relaciones laborales entre la empresa y los trabajadores se rigen de acuerdo al Código de Trabajo, que indica que deben celebrarse contratos de trabajo por escrito y ser remitidos a la Dirección Provincial del Trabajo vía electrónica.

Se deberá inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales, Afiliar al trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba, se tendrá que asumir el porcentaje de 12,15% que corresponde al empleador para la seguridad social. A partir del segundo año de trabajo se pagarán los Fondos de Reserva. Entre otras obligaciones laborales se pagarán el sueldo básico, horas extras y suplementarias, los décimos tercero y cuarto, compensación por el salario digno y las utilidades, si la empresa cuenta con beneficios.

Aspectos Tributarios

Todas las actividades económicas deben sujetarse también al ordenamiento tributario, debiendo cumplir con las siguientes obligaciones: declaración mensual de IVA, declaración anual de impuesto a la renta, Reglamento de Comprobantes de Venta y Retención, efectuar retenciones en la fuente sobre el impuesto a la renta a sus proveedores e informar en los medios que la administración tributaria disponga sobre las transacciones efectuadas por la empresa tanto de compra como de venta.

Requisitos del Ministerio de Turismo

Procedimiento:

Recepción de requisitos y formalidades para el registro: El propietario o representante del establecimiento turístico que vaya a gestionar el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado de este proceso, con quién verificarán uno a uno el cumplimiento de TODOS los requisitos y formalidades correspondientes, mismas que se encuentran detallados en la Solicitud de Registro.

Al haber conformidad con los documentos presentados, el funcionario, sumillará aprobando el expediente y coordinará la fecha y hora para realizar la evaluación del establecimiento.

Una vez ingresado el expediente pasará a conocimiento del Director de Desarrollo o quien realiza esta función en las Coordinaciones Zonales del Ministerio de Turismo. El Jefe inmediato o responsable, si no tiene observaciones al respecto, autorizará el proceso y su ejecución del mismo

Evaluación:

Una vez receptada la documentación correspondiente, se procede a la Evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará:

- Actividad Turística
- Tipo Capacidad
- Categoría
- Dirección
- Nombre del propietario

Luego de la Evaluación, se otorga la Clasificación y la categoría, la misma que debe estar de acuerdo a la Normativa vigente. En estas Normativas se establecen todos los requerimientos.

Realizada la evaluación se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento y se le entregarán los números de cuentas bancarias:

Si el establecimiento se encuentra funcionando en un Municipio descentralizado, se informa que el Registro se realice mediante el depósito en una cuenta del Fondo Mixto de Promoción Turística Para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (en el caso de un establecimiento que pertenezca a un Municipio no descentralizado) deberá realizar el depósito en la Tesorería de la Institución.

Cumpliendo con todos los requisitos y reglamentos mencionados anteriormente se podrá emprender este proyecto.

Por tratarse de una sociedad, es obligatorio que los registros de las actividades económicas se realicen utilizando la contabilidad por el sistema de partida doble debe de estar a cargo de un Contador Público de tercer nivel. Los estados financieros se presentarán bajo las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). La contabilidad y sus registros son importantes para la presentación de las declaraciones tributarias.

Además de cumplir las disposiciones laborales, es obligatorio distribuir el 15% de las utilidades contables entre todos los trabajadores, para lo cual se observará

lo dispuesto por el Organismo Regulador correspondiente, que es el Ministerio de Relaciones Laborales.

El impuesto a la renta que deberá satisfacer la empresa es del 22% sobre las utilidades gravables. Al término del ejercicio fiscal, la información financiera debe ser ingresada al sistema de información de la Superintendencia de Compañías, además de presentar informes de Administración, Comisario y Acta de Junta General de Accionistas.

CAPÍTULO II

Metodología de la investigación

El presente proyecto tiene como finalidad demostrar la factibilidad de un hostel enfocado en turistas que realizan turismo de aventura, de alta montaña, donde puedan encontrar un servicio completo y especializado para aquellos que desean realizar esta actividad ya sea por deporte o para entretenerse.

Definir la metodología de la investigación proporciona un punto específico de partida, para que por medio de este se tenga una guía y así estar mejor encaminado en el desarrollo del proyecto, ayuda a definir, determinar, descubrir, precisar y concluir sobre el tema de investigación, para tener una idea clara de cómo se realizará y de qué manera se resuelvan los problemas planteados y así llegar a una solución.

Enfoque

El enfoque metodológico que se utilizará será la investigación mixta, es decir cuantitativa y cualitativa, ya que se recolectarán datos específicos mediante encuestas y entrevistas, observaciones, experiencias, relatos, historias de vida que ayuden determinen si el hostel es un proyecto factible y así se obtenga información óptica y necesaria para el proyecto.

El enfoque cualitativo según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio, (2010) “Utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación.” (p. 7)

El enfoque cuantitativo según Hernández Sampieri et al., (2010) “Usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías.” (p. 4)

El enfoque mixto realiza una combinación entre cualitativo y cuantitativo que proporciona un conocimiento específico y ayuda a generar preguntas adecuadas para la investigación y recolectar datos necesarios para responder hipótesis.

El enfoque mixto tendrá un alcance descriptivo – explicativo. Descriptivo porque se busca determinar y describir las características propias del turista, como este busca y encuentra la manera de poder realizar turismo de alta montaña a pesar de que no existen las facilidades para ejercer esta actividad, y explicativo porque se determinará la razón por la cual los turistas se interesan en el turismo de montaña y porqué buscan satisfacer estas necesidades.

El alcance descriptivo según Hernández Sampieri et al., (2010) “Busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población.” (p.80)

Así mismo el alcance explicativo Hernández Sampieri et al., (2010) “su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables.” (p. 84)

Método

El método de investigación que se empleará para agrupar datos relevantes es el método inductivo según Cegarra Sánchez, (2012) “Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías.” (p. 83).

Al emplear este método Rojas, (2014) comentó que:

Dará como resultado el universo de estudio poblacional de campo, y que se lo representa en un tamaño de muestra de investigación, también analizará las características del perfil y comportamiento del visitante a la galería. Con la base de un informe de investigación, usando el método inductivo-deductivo. (p.41)

Técnicas de Recolección de Información

Las técnicas de investigación son métodos e instrumentos por medio de los cuales se obtienen los datos necesarios para determinar conclusiones de valor para propósitos de la investigación.

Las técnicas aplicables para este proyecto son:

Entrevista: por medio de una conversación profesional se obtiene información necesaria acerca del tema de investigado, y dependiendo de la investigación la entrevista puede estar o no basada a un cuestionario previo.

Encuesta: es un conjunto de preguntas o cuestionario previamente elaborado el cual la información obtenida se da por medio de preguntas dirigidas a un grupo que responde sin necesidad de la intervención directa del investigador.

Observación directa: consiste en la observación directa del investigador y permite tomar datos relevantes mediante la conexión directa del investigador con el hecho o fenómeno que se vaya a investigar.

Observación Indirecta: se obtiene la información y datos mediante la observación de otras personas, en este caso el investigador no tiene una relación directa con el hecho o fenómeno.

Observación de Campo: consiste cuando el investigador por sus propios medios se dirige al lugar físico donde se va a efectuar la investigación.

Diseño de la investigación a efectuar

El diseño de investigación es un “plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación.” (Hernández Sampieri et al., 2010, p. 120)

Universo – Población

Hernández Sampieri et al., (2010), define que “Universo o Población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.” (p. 174)

Así mismo Gahona, (2014), define que “En estadística, población es un concepto mucho más general del que tiene la acepción común de esta palabra.” (p. 23)

“En este sentido, una población es cualquier colección ya sea de un número finito de mediciones o una colección grande, virtualmente infinita, de datos acerca de algo de interés.” (p. 23)

Muestra

Según Gahona, (2014), “La muestra es un subconjunto representativo seleccionado de una población. Una buena muestra es aquella que refleja las características esenciales de la población de la cual se obtuvo.” (p. 14)

Así mismo, Hernández Sampieri et al., (2010), dijo que “La muestra es un subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de ésta.” (p. 173)

Para realizar el tamaño de la muestra se utilizará la fórmula de la población infinita:

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

Dónde:

N= 416.037 turistas que arribaron a Ecuador en el primer trimestre del 2015

Z= Distribución normalizada. Si Z = 1,96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

P= Proporción de aceptación deseada para el producto, 50%

Q= Proporción de rechazo, 50%

E= Porcentaje deseado de error, 5%

$$n = \frac{(416037 \times (1,96)^2) \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (416037 - 1) + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{399561,9348}{1041,0504}$$

$$n = 383,8 = 384$$

Resultado: La muestra para el proyecto es de 384 personas a encuestar.

Tipo de muestreo

El tipo de muestreo que se utilizará en este proyecto es del tipo probabilístico, ya que cualquier persona que contemple en la población tiene la misma probabilidad de participar en la muestra.

Los elementos de la muestra se seleccionarán al azar, así se obtendrá la información de posibles visitantes, así mismo la información recolectada sobre la opinión y experiencias de los visitantes serán de suma importancia para el desarrollo de este proyecto.

Modelo de la Encuesta

El motivo fundamental de esta encuesta realizada por un grupo de estudiantes de Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas, es determinar si es factible crear un hostel ubicado en la parroquia rural San Andrés cantón Guano Provincia de Chimborazo–Ecuador, enfocado en turistas extranjeros que realizan deportes de montaña. Por lo tanto pedimos su colaboración seria y responsable en la realización de las interrogantes.

La información que proporcione será de mucha ayuda para la investigación y será tratada con gran confidencialidad.

Encuesta

Edad del informante

18 – 20	<input type="checkbox"/>	31 – 35	<input type="checkbox"/>	De 45 en adelante	<input type="checkbox"/>
21 – 25	<input type="checkbox"/>	36 - 40	<input type="checkbox"/>		
26 – 30	<input type="checkbox"/>	41 – 45	<input type="checkbox"/>		

Sexo del Informante:

Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	----------	--------------------------

Estado civil:

Casado	<input type="checkbox"/>	Divorciado	<input type="checkbox"/>
Soltero	<input type="checkbox"/>	Viudo	<input type="checkbox"/>

1) ¿En su tiempo de ocio, le gusta viajar?

Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

2) Al momento de elegir un lugar para visitar en Ecuador, ¿qué región del Ecuador le gustaría visitar?

Costa	<input type="checkbox"/>	Amazonía	<input type="checkbox"/>
Sierra	<input type="checkbox"/>		

3) ¿Tiene algún conocimiento de la provincia de Chimborazo?

Sí	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

4) ¿Realiza turismo de aventura?

Sí No

5) ¿Conoce los diferentes nevados y volcanes que posee el Ecuador?

Sí No

6) ¿Qué volcanes/nevados/acantilados le gustaría conocer? (puede elegir más de uno)

El Volcán Chimborazo	<input type="checkbox"/>	El Volcán Cotopaxi	<input type="checkbox"/>
Nevado El Altar	<input type="checkbox"/>	Nevado El Carihayrazo	<input type="checkbox"/>
El cañón La Chorrera	<input type="checkbox"/>	El Acantilado San Juan	<input type="checkbox"/>

7) ¿Le gustaría realizar deportes de aventura en montaña (alpinismo, Hiking, Trekking, escalada, acampada, etc.) en los diferentes nevados, volcanes y acantilados del Ecuador?

Sí No

En caso de que su respuesta sea NEGATIVA, no continúe la encuesta.

8) ¿Conoce usted algún tipo de establecimiento de hospedaje en donde le brinden todo tipo de información para poder realizar turismo de aventura en el Ecuador?

Sí No

9) **¿Le gustaría contar con un Hostal que le ofrezca todas las seguridades, comodidades, equipos, guías, información necesaria y alimentación adecuada que le facilite realizar los diferentes deportes de montaña?**

Sí No

10) **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 3 noches y 4 días de alojamiento con un servicio especial para los que deseen realizar turismo de alta montaña?**

\$150 - \$200 Más de \$400
\$250 - \$350

11) **¿Le gustaría recibir información sobre éste tipo de establecimientos?**

Sí No

Agradecemos la ayuda brindada para la realización de esta encuesta

Survey

Age of the respondent

18 – 20	<input type="checkbox"/>	31 – 35	<input type="checkbox"/>	45 or older	<input type="checkbox"/>
21 – 25	<input type="checkbox"/>	36 - 40	<input type="checkbox"/>		
26 – 30	<input type="checkbox"/>	41 – 45	<input type="checkbox"/>		

Sex of the respondent

Male	<input type="checkbox"/>	Female	<input type="checkbox"/>
------	--------------------------	--------	--------------------------

Marital/Civil Status:

Married	<input type="checkbox"/>	Divorced	<input type="checkbox"/>
Single	<input type="checkbox"/>	Widowed	<input type="checkbox"/>

1. In your leisure time, do you enjoy traveling?

<input type="checkbox"/>	Yes
<input type="checkbox"/>	No

2. When choosing a place to visit in Ecuador, Which region of Ecuador would you like to visit?

Coast	<input type="checkbox"/>	Amazon rainforest	<input type="checkbox"/>
Andean Highlands	<input type="checkbox"/>		

3. Do you have any knowledge about the province of Chimborazo?

Yes

No

4. Do you practice adventure tourism?

Yes

No

5. Do you know the different mountains and volcanoes that own Ecuador?

Yes

No

6. What volcanoes / snowy / cliffs do you want to know? (you can choose more than one)

Chimborazo Volcano

Snowy The Carihayrazo

Cotopaxi Volcano

The canyon La Chorrera

Snowy The Altar

The Cliff San Juan

7. Would you like to do adventure sport mountaineering (mountaineering, Climbing, Hiking, Trekking, camping, etc.) in the different glaciers, volcanoes and cliffs of Ecuador?

Yes

No

If your answer is **NEGATIVE**, do **NOT** continue the survey.

8. Do you know any type of lodging establishment where provide you all kinds of information in order to make adventure tourism in Ecuador?

Yes

No

9. Would you like to have a hostel that offers all the safety, comfort, equipment, guides, information necessary and adequate food, which facilitates you to do the different mountain sports?

Yes

No

10. How much would you pay for 3 nights and 4 days accommodation with a special service for those who wishing to do high mountain tourism?

\$150 - \$200

More than \$400

\$250 – \$350

11. Would you like to receive information about this kind of establishment?

Yes

No

We appreciate the helped provided by you for the conducting of this survey.

Presentación de resultados

Tablas y gráficos

Edad del Informante

Tabla 1.
Edad del Informante

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 – 20	33	9%
21 – 25	118	31%
26 – 30	38	10%
31 – 35	39	10%
36 – 40	57	15%
41 – 45	67	17%
de 45 en adelante	32	8%
Total	384	100%

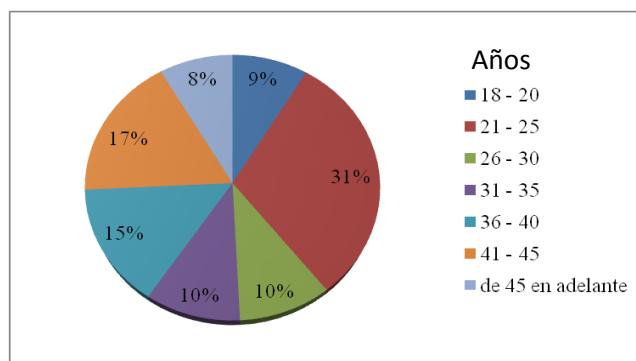


Figura 3. Edad del Informante

De todos los encuestados la edad promedio de la mayoría está ente los 21 a 25 años de edad que equivale a un 31%, seguido por un total de 67 personas, es decir el 17% de 41 a 45 años de edad.

Género del Informante

Tabla 2.
Sexo del Informante

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	214	56%
Femenino	170	44%
Total	384	100%

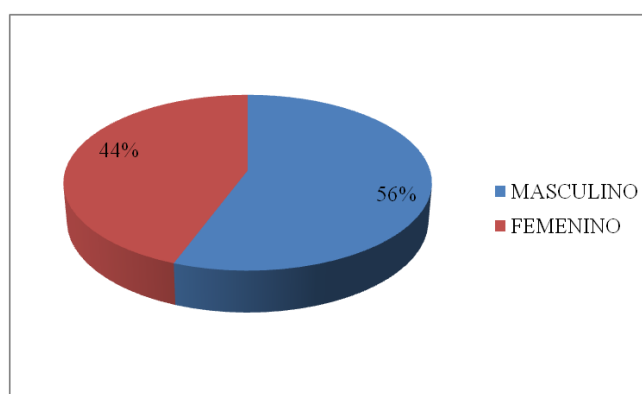


Figura 4. Sexo del Informante

De la totalidad de los encuestados se puede observar que el 56% de las personas son de género masculino y que el 44% son de género femenino.

Estado civil

Tabla 3.
Estado Civil

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Casado	88	23%
Soltero	225	59%
Divorciado	53	14%
Viudo	18	5%
Total	384	100%

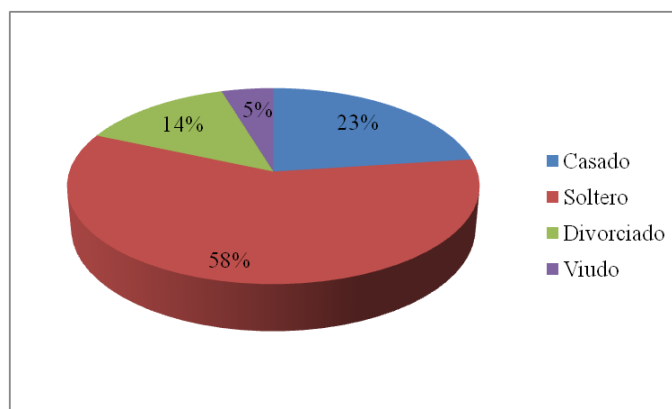


Figura 5. Estado Civil

El 58% de la totalidad de los encuestados, es decir 225 personas, son solteras, seguido por un total de 88 personas, es decir el 23% que son casadas, seguido de un total de 18% del total de los encuestados son entre divorciados y viudos.

Pregunta 1. ¿En su tiempo de ocio, le gusta viajar?

Tabla 4.
Gusto por viajar en tiempo de ocio

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	368	96%
No	16	4%
Total	384	100%

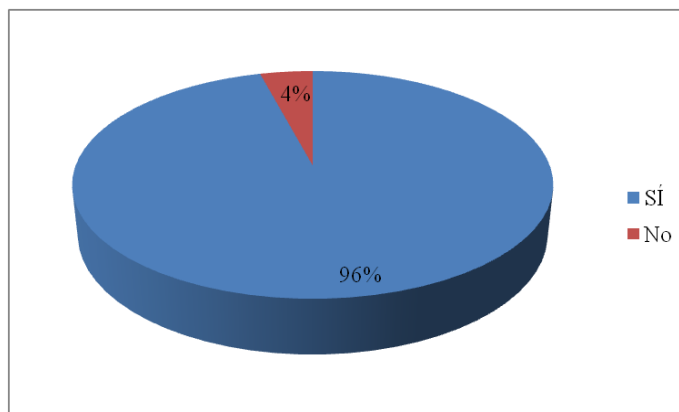


Figura 6. Gusto por viajar en tiempo de ocio

De la totalidad de los informantes un 96% de las personas, es decir, un total de 368 personas, indicaron que sí les agrada viajar en sus tiempos ocio; en tanto que un 4% de la muestra (16), declararon que no les gusta viajar.

Pregunta 2. Al momento de elegir un lugar para visitar en Ecuador, ¿qué región del Ecuador le gustaría visitar?

Tabla 5.
Frecuencia de gustos de visitas a las regiones

Región	Frecuencia	Porcentajes
Costa	84	22%
Sierra	241	63%
Amazonía	59	15%
Total	384	100%

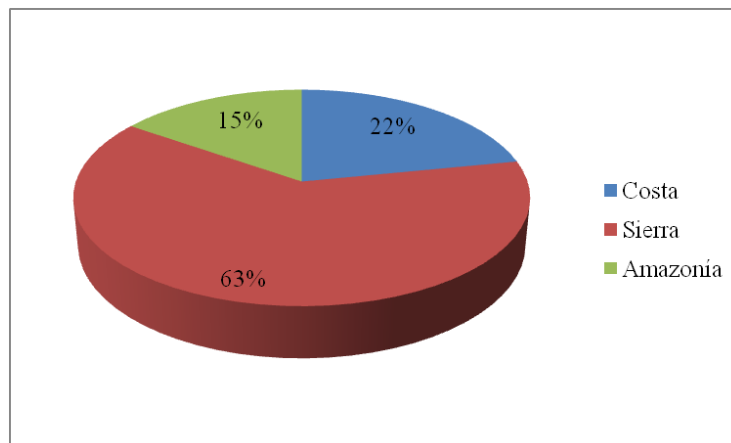


Figura 7. Frecuencia de gustos de visitas a las regiones

Del total de los encuestados el 63% eligieron la Sierra como un lugar de destino que les gustaría visitar, seguido por un total de 84 personas (22%) que eligieron la costa para visitar, dejando a un 15% que eligió la Amazonía.

Pregunta 3. ¿Tiene algún conocimiento de la provincia de Chimborazo?

Tabla 6.
Conocimiento de la provincia de Chimborazo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	249	65%
No	135	35%
Total	384	100%

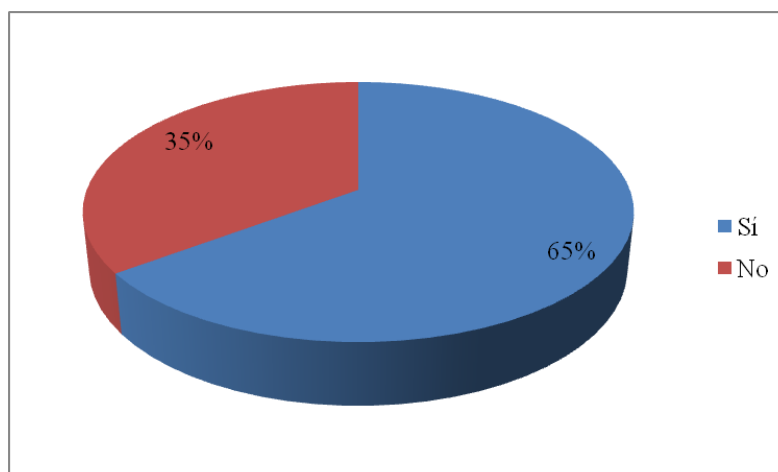


Figura 8. Conocimiento de la provincia de Chimborazo

De la totalidad de los encuestados el 65% (249) determinaron que sí tienen conocimiento de la provincia de Chimborazo, a diferencia del 35% que estableció que no lo tienen.

Pregunta 4. ¿Realiza turismo de aventura?

Tabla 7.
Realiza turismo de aventura

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	249	65%
No	135	35%
Total	384	100%

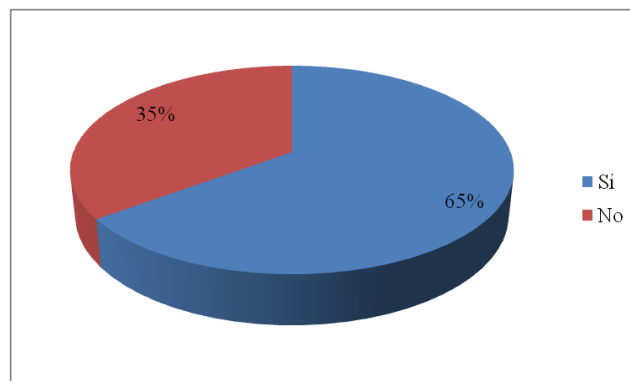


Figura 9. Realiza Turismo de Aventura

En total un 65% de los informantes, es decir 249 personas, afirmaron que realizan turismo de aventura, y 135 personas (35%) dijeron que no.

Pregunta 5. ¿Conoce los diferentes nevados y volcanes que posee el Ecuador?

Tabla 8.
Conocimiento de nevados y volcanes del Ecuador

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	233	61%
No	151	39%
Total	384	100%

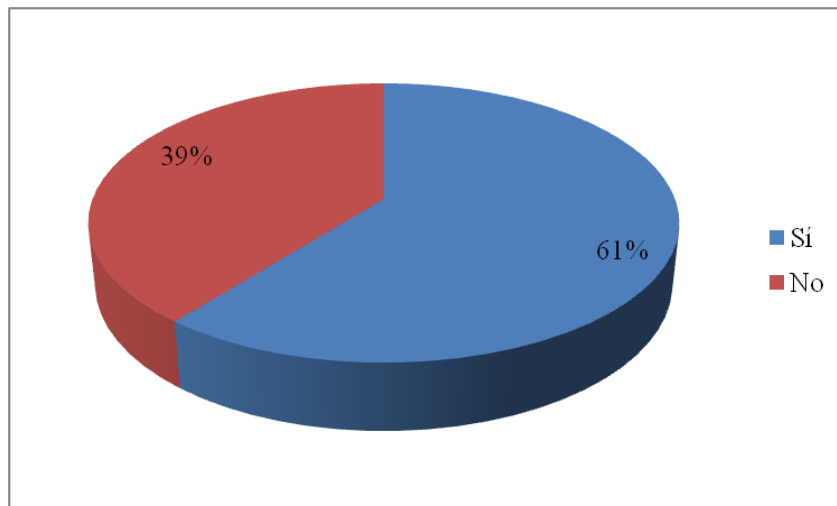


Figura 10. Conocimientos de nevados y volcanes del Ecuador

El 61% de los encuestados compartieron que sí poseen algún conocimiento de los diferentes nevados y volcanes del Ecuador, en cambio un 39%, determinó que no poseen conocimiento alguno.

Pregunta 6. ¿Qué volcanes / nevados / acantilados le gustaría conocer?

Tabla 9.
Volcanes, nevados, acantilados que le gustaría conocer

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
El Volcán Chimborazo	259	23%
El Volcán Cotopaxi	229	21%
Nevado El Altar	168	15%
Nevado El Carihuairazo	157	14%
Cañón La Chorrera	159	14%
El Acantilado San Juan	140	13%
Total	1112	100%

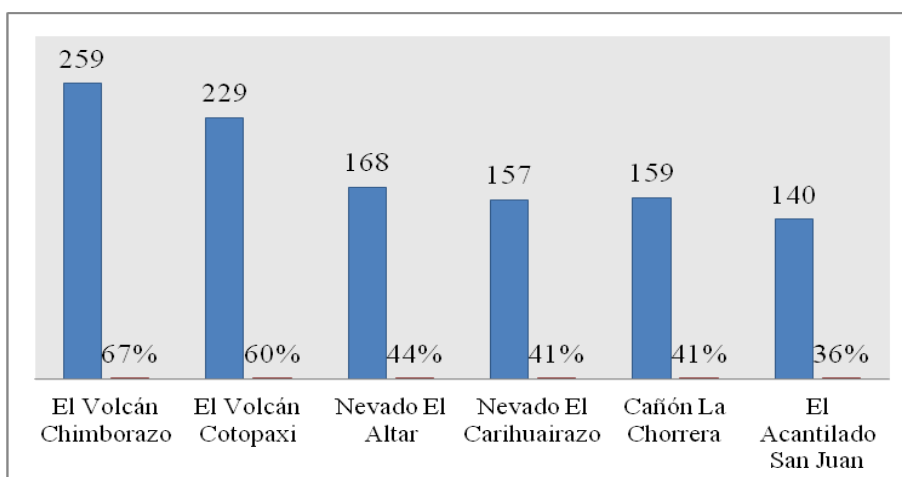


Figura 11. Volcanes, nevados, acantilados que le gustaría conocer

El total de los informantes estableció que le gustaría conocer el Volcán Chimborazo, es decir el 67% de los encuestados escogieron este volcán (259), seguido del Volcán Cotopaxi escogido por 229 personas es decir el 60%, seguido por el Nevado El Altar por 168 personas, Cañón la Chorrera por 159 encuestados, el Nevado El Carihuairazo por 157 informantes y el Acantilado San Juan por 140.

Pregunta 7. ¿Le gustaría realizar deportes de aventura en montaña (Alpinismo, Hiking, Trekking, escalada, acampada, etc.) en los diferentes nevados, volcanes y acantilados del Ecuador?

Tabla 10.
Realiza deportes de aventura en montaña

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SÍ	345	90%
No	39	10%
Total	384	100%

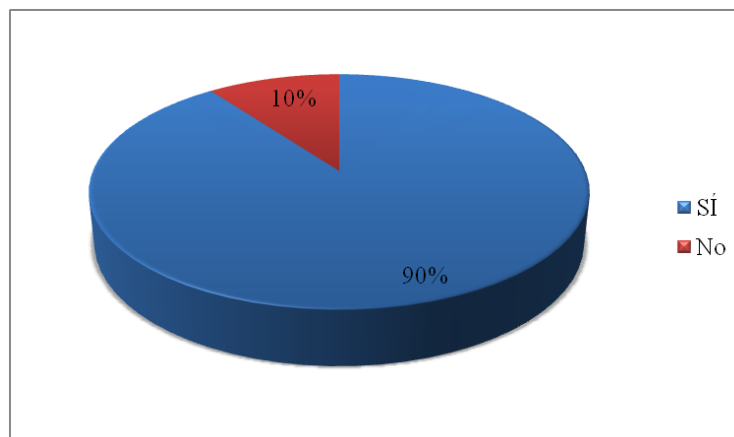


Figura 12. Realizar deportes de aventura en montaña

Del total de informantes, el 90% (345) compartieron que sí les gustaría realizar deportes de aventura en montaña, mientras que tan solo el 10%, es decir 39 personas, dijeron que no estaban interesados.

Pregunta 8. ¿Conoce usted algún tipo de establecimiento de hospedaje en donde le brinden todo tipo de información para poder realizar turismo de aventura en el Ecuador?

Tabla 11.
Conocimiento de hospedaje que ofrece información sobre turismo de aventura

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	11	3%
No	334	97%
Total	345	100%

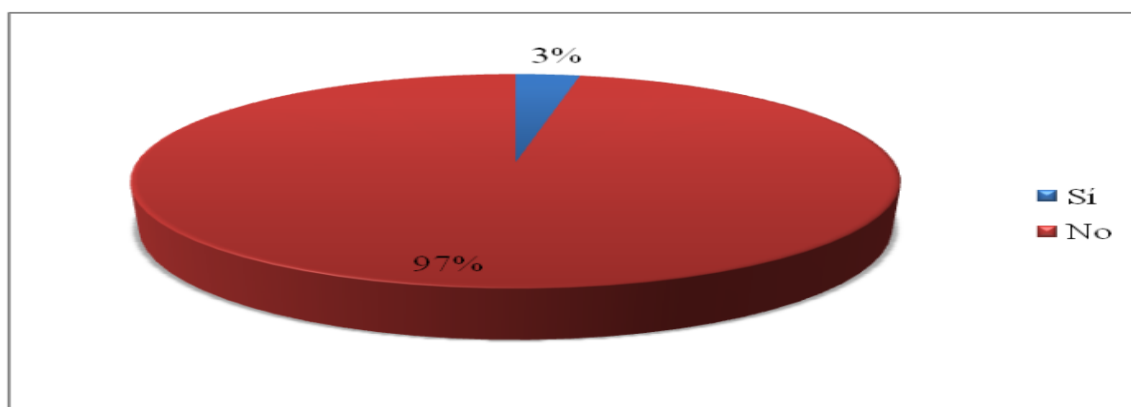


Figura 13. Conocimiento de hospedaje que ofrece información sobre turismo de aventura

La totalidad de los encuestados solo el 97% informó que no tienen conocimiento de algún hospedaje que ofrezca información sobre turismo de aventura; pero no así el 3% de los encuestados, los mismo que manifestaron que sí conocen un establecimiento de hospedaje que ofrece esta información.

Pregunta 9. ¿Le gustaría contar con un Hostal que le ofrezca todas las seguridades, comodidades, equipos, guías, información necesaria y alimentación adecuada que le facilite realizar los diferentes deportes de montaña?

Tabla 12.

Le gustaría contar con un hostel que ofrezca todos los servicios que facilite realizar los deportes de montaña

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	295	86%
No	50	14%
Total	345	100%

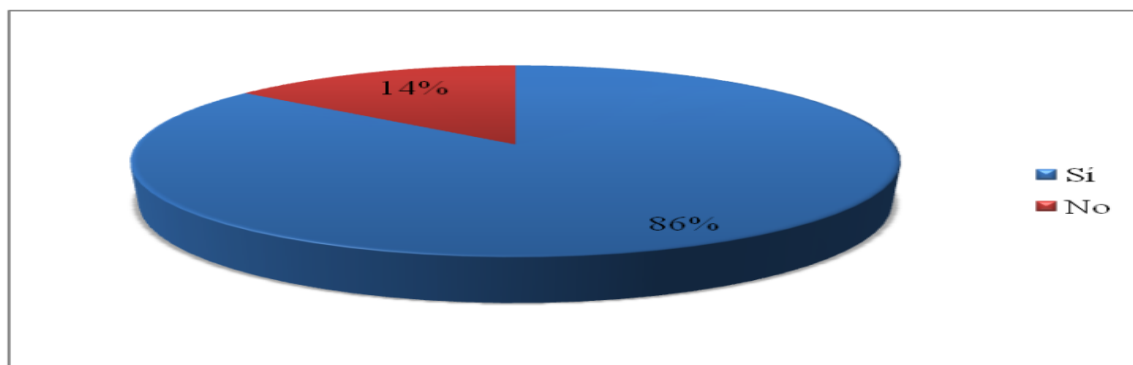


Figura 14. Le gustaría contar con un hostel que ofrezca todos los servicios que facilite realizar los deportes de montaña

En su mayoría representados en el 86% de la totalidad de encuestados, manifestaron que sí les gustaría contar con un hostel que ofrezca todos los servicios que facilite realizar los deportes de montaña; en tanto que un 14% es decir 50 personas no están interesados.

Pregunta 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por 3 noches y 4 días de alojamiento con un servicio especial (Todo Incluido) para los que deseen realizar turismo de alta montaña?

Tabla 13.
Precios a pagar por el paquete durante 3 noches y 4 días

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$150 - \$200	187	54%
\$ 250 - \$350	143	41%
Más de \$400	15	4%
Total	345	100%

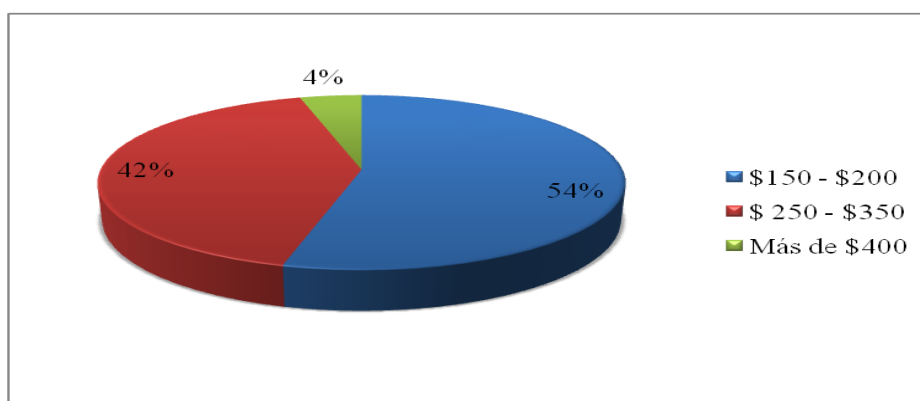


Figura 15. Precios a pagar por el paquete durante 3 noches y 4 días

Del total de encuestados, 187 personas, es decir el 54%, manifestaron estar dispuestos a pagar por la opción del paquete de \$150,00 - \$200,00, por 3 noches y 4 días; así mismo el 42% de la totalidad de los encuestados, es decir 143 personas, demostraron estar a favor del paquete de \$250,00 - \$350,00, por las tres noches y cuatro días en el establecimiento; en tanto que el 4% manifestó estar a favor del paquete de más de \$400,00.

Pregunta 11. ¿Le gustaría recibir información sobre este tipo de establecimiento?

Tabla 14.
Información del establecimiento

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sí	327	95%
No	18	5%
Total	345	100%

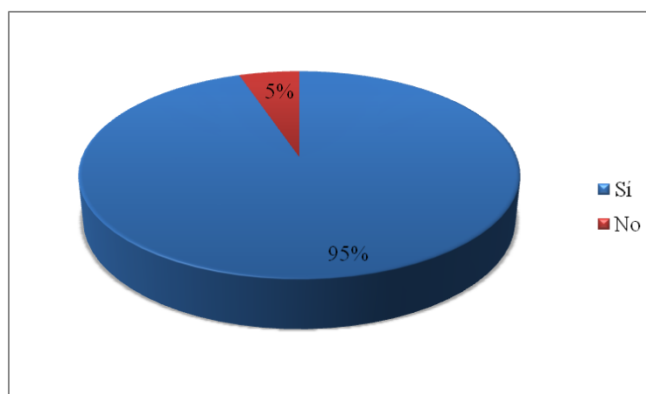


Figura 16. Información del establecimiento

Del total de los informantes, el 95% manifestaron que sí les gustaría recibir información sobre el establecimiento, mientras que el 5% manifestaron que no les gustaría recibir información.

CAPÍTULO III

Estudio de Mercado

Orjuela Córdova & Sandoval Medina, (2002), define que “El estudio de mercado, es uno de los estudios más importantes y complejos que deben realizarse para la evaluación de proyectos, ya que, define el medio en el que habrá de llevarse a cabo el proyecto.” (p. 9)

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que ayudará a obtener datos, referencias y resultados que determinan si la investigación es viable comercialmente. Se conocerán y se diagnosticarán las preferencias y necesidades del consumidor, para encontrar la forma de satisfacerlas.

Este estudio mediante los análisis, busca contribuir con datos que mejoren las técnicas que se utilicen en el mercado para vender el producto y cubrir la demanda de los consumidores insatisfechos.

Análisis Situacional del Proyecto

Cinco Fuerzas de Porter

Amenaza de los nuevos competidores

Este proyecto ofrece todos los servicios que posee un hostel por lo tanto en esta línea sí existen competidores directos y la aparición de nuevos competidores es constante. Pero la diferenciación es que se fusionará con una agencia que proporciona toda información necesaria, equipos, alimentación guías nativos, equipos de camping, entre otros, que ayuden al turista a que en un solo lugar puedan encontrar todo lo necesario, ofreciéndole un producto ya terminado y listo para consumir.

A pesar de que es un producto nuevo y único en el mercado, no hay que descartar la posibilidad de que existan nuevos competidores que deseen invertir en productos similares ya que genera beneficios lucrativos considerables.

Poder de negociación de los proveedores

El hostel está ubicado en una parroquia rural cerca de la provincia de Riobamba, la cual es un pequeño poblado que no cuenta con proveedores necesarios para cubrir al hostel, por lo tanto se decide contactar a los proveedores en otras provincias, incluso desde otro país importando equipos de camping y ropa especial. El poder de negociación de los proveedores y del hostel se ve afectado, ya que el poder reside del ofertante y no de la empresa demandante, ya que es una empresa nueva en el área, por ende, es el ofertante quien establecerá los precios y propongá las alternativas de movilización, cuidando sus intereses como empresa, pero siempre otorgando facilidades a su cliente.

Determinando el nivel de amenaza se puede decir que es mediana, ya que el ofertante se mantendrá defendiendo sus intereses, pero sin dejar de un lado que deberá otorgar facilidades al consumidor, proporcionando una ventaja de competencia para la empresa.

Poder de negociación de los compradores

La ciudad de Riobamba cuenta con hostales y hoteles variados y de diferentes precios, así mismo cuenta con aproximadamente 10 agencias de viajes, de las cuales siete son las que ofrecen un tour a las montañas y promueven el turismo de aventura. Y de aquellos solo unas cuantas proporcionan los equipos necesarios para realizar este deporte.

En la parroquia rural de San Andrés solo se cuenta con un hotel, que realiza funciones solamente en esta área, a diferenciación del Mountain Ventures Hostel, que ofrece las comodidades de un hostel con la integración de tours a la montaña, con paquetes que incluyen equipos y guías nativos, información necesaria y especializada, con la correcta alimentación previa y recomendaciones, donde el turista puede encontrar todo un solo producto y consumirlo directamente. Por lo tanto el poder de negociación de los compradores es bajo.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Por el momento no existe una amenaza de productos sustitutos, ya que no se cuenta con una competencia directa que ofrezca este tipo de producto que incluye ropa especial de montaña con accesorios, al igual que alquiler de equipos de escala y de camping, con ayuda e información especializada que disipen dudas que los turistas tengan, con guías nativos y especializados, profesionales y certificados en el área de alpinismo y escala, con alimentación necesaria previo y post para realización de estos deportes, con tours por la ciudad de Riobamba y la parroquia de San Andrés y con todas las comodidades que ofrece un hostel.

La rivalidad entre los competidores

Para poder llegar al turista extranjero se deberá invertir en portales web en internet y publicidad en páginas web de diferentes partes del mundo para promocionar el Ecuador, los Andes y el turismo de aventura, que se considere al hostel como una notable mejor opción, así mismo se deberá tener un espacio publicitario y cuentas en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram. Estar al día con las tendencias y adaptarse a los cambios del entorno, reducir los recursos, dependiendo el ambiente y del tiempo en el que se desarrolle el hostel, para así determinar precios y promociones para poder competir.

La competencia, aunque no es del mismo nivel del producto que se desea promocionar, principalmente son las agencias de viajes que brinden tours a los diferentes volcanes y acantilados del Ecuador, los mismos que ofrecen el alquiler de equipos y guías especializados.

Agencia de viajes y turismo

Mundo Tours

Veloz 42-25 y los Sauces

Riobamba, Ecuador

Tel: (593) (3) 2953549

Happy Drive Cía. Ltda.
Av. Daniel León Borja 41-29
junto a Hotel Zeus
Riobamba, Ecuador
Tel: (593) (3) 2954700

Agencia de Viajes Sustaintours Cía. Ltda.
Av. Daniel León Borja 36-30 y Uruguay
Riobamba, Ecuador
Tel: (593) (3) 2968237

Incañan Ecotourism
Brasil 20-28 y Luis A. Falconi
Riobamba, Ecuador
Teléfono: 032940508

Circulo Tours
Veloz 37-35 y Brasil
Riobamba, Ecuador
Tel: (593) 032947337

Análisis P. E. S. T. A.

Factor Político

El gobierno actual al mando del presidente de la Republica Rafael Correa Delgado, ha llevado al turismo a niveles que no se han llegado jamás en la historia del Ecuador, gracias a su apoyo notable, inversiones, proyectos, campañas, exposiciones, etc., el turismo incrementa, y la imagen del país internacionalmente se está posicionando en la mente del mercado, gracias a campañas como “All You Need is Ecuador”, que promocionan los lugares turísticos para darlos a conocer a todo el mundo, y a las participaciones de ferias turísticas internacionales ayudan siempre a que el aumento del turismo notablemente.



Figura 17. Llegada de extranjeros al Ecuador

Fuente: Ministerio de Turismo

Factor Económico

En el análisis económico del Ecuador, el turismo en el 2014 ocupa el tercer rubro de ingresos económicos no petroleros, siendo así un gran avance para la industria, ya que es notable el ingreso de divisas que proporciona el turismo a la economía, incrementando a 1.487,2 millones de dólares durante el mismo año, lo que simboliza el 19% en semejanza con el 2013

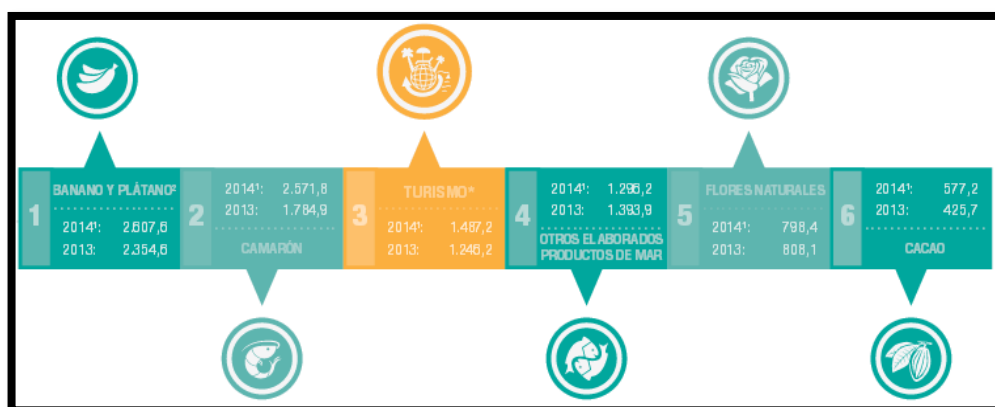


Figura 18. Ubicación del Turismo en las exportaciones no petroleras
Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla 15.
Balanza Turística Anual

Año	Ingresos	% Var.	Egresos	% Var.
2014	1.487,2	18,9	1.018,2	3,2
2013	1.251,2	20,5	987,1	4,6
2012	1.038,8	22,3	943,6	3,0
2011	849,7	8,0	916,5	6,2
2010	786,6	-	863,4	-

Factor Social

En el análisis Social, los ecuatorianos han logrado una mejor manera de vivir, saliendo de la pobreza por medio del consumo, aproximadamente 1,3 millones de personas, es decir, se redujo en un 32,6% entre los años 2006, 2014.

Así mismo se ha incrementado los alcantarillados en las redes públicas, por un 60% en el 2014, en comparación con el 49,5% en el 2016 y el agua como red pública en las viviendas anteriormente solo el 66,9% contaba con agua potable en sus casas, ahora, el 78% de las personas cuentan con agua potabilizada. Entre estos años

así mismo el incremento de la práctica deportiva en los ecuatorianos ha incrementado en un 8.7 personas.

Gracias a estos datos se observa que al pasar los años la manera de vivir de los ecuatorianos ha evolucionado para bien, generando mejores condiciones de vida.

Factor Tecnológico

La tecnología avanza rápidamente a través de los tiempos, en el 2013 el 18,1% de los hogares de ecuatorianos tienen al menos una computadora portátil, y el 27,5% cuentan con una computadora de escritorio. La mayoría de los ecuatorianos cuentan con un smartphone, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, reportó en el 2013 que el 51,3% de la población ecuatoriana cuentan con un celular inteligente, lo que determina el uso de redes sociales. Se reportó en el año 2013 que un total de 1'081.620 ecuatorianos usan redes sociales es decir el 6,81%, a comparación con el 2014, que ha aumentado en un 39,6% de personas que usan redes sociales.

Implementar la tecnología en el proyecto que se ejerce, provoca una aceptación directa del consumidor, ya que se demuestra modernidad e innovación para así satisfacer sus necesidades.

Factor Ambiental

La República del Ecuador sostiene y protege al medio ambiente, ya que consta en la Carta Política del Estado del 2008 que todos los ecuatorianos y ecuatorianas tienen derecho a vivir en un ambiente sano, con un ambiente ecológicamente equilibrado, que mantenga la sostenibilidad y garantice el buen vivir para los habitantes.

Es por esto que este proyecto tiene como objetivos brindar un ambiente amigable con la naturaleza, sin generar un impacto medio ambiental directo, ya que se utilizan como mayor recurso de ingreso todos los atractivos naturales que posee la provincia de Chimborazo, sus volcanes, nevados, acantilados y cañones, para brindar a los turistas la mejor experiencia directa con la naturaleza.

Análisis FODA

Fortalezas

- La idea de negocio es innovadora y diferente a todos los proyectos que existen en el Ecuador.
- Capacitación al personal de la comunidad, para que forme parte del recurso humano del hostel
- Tiene como propósito ser un proyecto amigable con la naturaleza.
- Servicio óptimo y especializado de alta calidad.
- Atención personalizada y profesional para realizar turismo de aventura en la montaña.

Oportunidades

- La ubicación del proyecto es privilegiado ya que es alejado de la ciudad y ayuda a que los turistas tengan un contacto más directo con la naturaleza, brindándoles todas las comodidades necesarias.
- Las vías de acceso a la provincia de Chimborazo, y a la parroquia San Andrés están en óptimas condiciones.
- No existen competidores directos.

Debilidades

- Es un tipo de establecimiento nuevo por lo que aún no es conocido a nivel nacional ni internacional.
- Se desconoce la demanda futura ya que es un proyecto nuevo en el mercado.

Amenazas

- La parroquia de San Andrés no es conocida.
- Que se generen competencias directas.

CAPÍTULO IV

Planeación Estratégica del Emprendimiento

Estudio Organizacional

Razón Social

Mountain Ventures Hostel S.A es el nombre que corresponde a la razón social del proyecto de emprendimiento, se consideró la creación de una sociedad anónima, la cual deberá de ser aprobada por la Superintendencia de Compañías.

Objeto Social

Se tiene por objeto social lo siguiente:

- Planificación, construcción, administración y promoción del Hostel.
- Alquiler de las habitaciones del Hostel, así como el de las demás áreas sociales del mismo.
- Promoción y venta de los tours diarios como parte de las actividades que ofrece durante la estadía en el Hostel.
- Los equipos necesarios para disfrutar de las actividades propuestas por el Hostel.
- Brindar la información necesaria para poder realizar turismo consiente dentro y fuera de la Parroquia.
- Utilizar como recurso principal realizar documentales sobre los lugares de interés turístico donde se encuentra ubicado el Hostel.

Logo



Figura 19. Logo de la empresa

Slogan

“Donde termina la aventura, empieza la vida.”

“Where adventures ends life starts”

Misión

Ser un equipo de compañeros que trabaje para satisfacer las necesidades de todos nuestros visitantes, impulsando el turismo de montaña y dando a conocer a la Parroquia de San Andrés, con amabilidad, servicios originales, en un ambiente cálido y hogareño sin dejar de un lado la conservación del medio ambiente para un turismo sostenible.

Visión

Ser una empresa innovadora y pionera en ésta provincia del Ecuador siendo líder en el mercado, ofreciendo un servicio óptimo y especializado de alta calidad impulsando el turismo de montaña contando con la preferencia de turistas nacionales y extranjeros generando gratificantes ingresos para la Parroquia de San Andrés.

Valores

Respeto por el cuidado y conservación del medio ambiente.

Compromiso de ofrecer a todos los clientes un servicio de calidad, superando sus expectativas.

Honestidad al actuar imparcialmente sin perjudicar ni a los clientes, ni a la empresa.

Organigrama

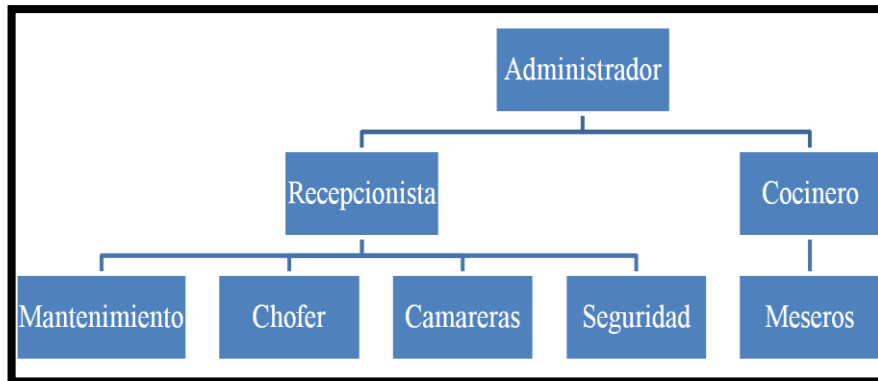


Figura 20. Organigrama de la empresa

Estructura Organizacional: Nómina, Funciones y Horarios

Tabla 16.
Nómina, funciones y horarios

Nómina	Funciones	Horario
Recepcionista	Atender las necesidades de los clientes.	Rotativo 07:00-15:00 15:00-23:00 23:00-07:00
	Brindar suficiente información de las actividades que ofrece el establecimiento.	
	Capacidad de resolver contratiempos.	
	Fluidez verbal.	
	Dominio de idiomas.	
Mantenimiento	Conocimientos de excel, y programas de computación.	8:00-16:00
	Trabajo en equipo.	
	Poner atención en que los equipos estén funcionando de manera eficiente.	
	Capaz de resolver inconvenientes en los	

	<p>equipos si ese fuere el caso.</p> <p>Tener conocimientos en solucionar y evitar algún desastre técnico.</p>	
Chofer	<p>Licencia profesional.</p> <p>Conocimientos del lugar donde va a conducir.</p> <p>Conocimientos de las leyes de tránsito.</p> <p>Conocimiento de los lugares a visitar.</p>	8:00-17:00
Camareras	<p>Predisposición de trabajo.</p> <p>Trabajo en equipo.</p> <p>Colaboración ante cualquier emergencia.</p> <p>Conocimientos de primeros auxilios.</p>	8:00-16:00
Guardia	<p>Permiso de circulación o carnet que lo justifique que puede ejercer la guardianía.</p> <p>Honestidad.</p> <p>Fidelidad con la empresa donde va a trabajar.</p>	8:00-16:00
Cocinero	<p>Tener conocimientos para la elaboración de los platos que se van a ofrecer en el establecimiento.</p> <p>Habilidad para el manejo de los alimentos y bebidas.</p> <p>Creatividad al momento de servir en los platos.</p> <p>Capacidad de organizarse con su equipo de trabajo.</p>	8:00-16:00
Mesero	<p>Responsabilidad.</p> <p>Puntualidad.</p>	8:00-16:00

Destreza al momento de coger algún pedido.

Conocimiento del menú, para responder cualquier duda de algún plato al huésped.

Mercado Objetivo

Personas de todas las edades que estén interesadas en practicar deportes de alta montaña o querer tener una experiencia única en contacto con la comunidad de San Andrés, teniendo en cuenta la protección por el medio ambiente.

Estudio técnico

Localización del proyecto de emprendimiento

Macro Localización



Figura 21. Macro Localización
Fuente: Google Maps

Mountain Ventures Hostel se encontrará ubicado en la Parroquia de San Andrés, Cantón Guano de la Provincia de Chimborazo. El área cuenta con varios atractivos turísticos naturales, así mismo con las facilidades para poder realizar la práctica de varios deportes de alta montaña, ofreciendo una alternativa de turismo rural y comunitario como la visita al río Guayco entre otros, rodeado de espectaculares paisajes.

Micro Localización



Figura 22. Micro Localización
Fuente: Google Maps

El terreno donde se construirá el Mountain Ventures Hostel se encuentra ubicado a una cuadra de la calle principal de la Parroquia de San Andrés.

Para poder llegar a la Parroquia de San Andrés se cuenta con las facilidades de transporte terrestre puesto que las vías de acceso se encuentran en un óptimo estado y existen varias compañías de transporte que llegan hasta la Parroquia. El suministro de energía eléctrica se brinda con normalidad sin ningún inconveniente.

Distribución Física del Espacio



Figura 23. Primer piso

Al ingresar al Hostal se encontrará con la persona encargada de la seguridad la cuál le brindará un cálido recibimiento. Además contaremos con la recepción.



Figura 24. Segundo piso 2D

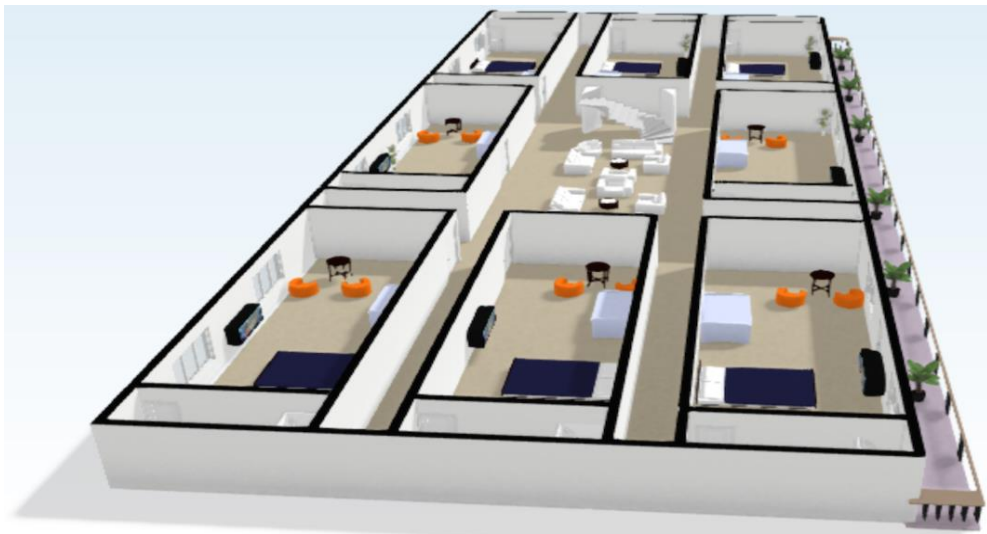


Figura 25. Segundo Piso 3D

Para el área de entretenimiento se contará con una sala común, la cual tendrá un televisor, DVD y juegos de mesa para que los huéspedes puedan interactuar y conocerse.



Figura 26. Tercer Piso 2D

En el área del restaurante se contará con 10 mesas elaboradas de un material netamente amigable que vaya de acuerdo a la temática y decoración del mismo, bar y una pequeña pista de baile con karaoke para una pequeña distracción.



Figura 27. Tercer Piso 3D

Horario de Funcionamiento

El horario de funcionamiento del Hostal será de 24 horas diarias de lunes a domingo, debido al tipo de establecimiento y servicio que éste brindará.

Infraestructura Necesaria

Para la construcción del Mountain Venture Hostel se necesitará un terreno y varias instalaciones que se detallarán a continuación:

- Terreno en la Parroquia Rural de San Andrés de 2044,40 m²
- Parqueos correctamente señalizados.
- El área de Recepción contará con baños de uso común para los que visiten el establecimiento, sea por consulta o por reservación.
- El área del restaurante estará equipada con todos los implementos necesarios y exigidos para el correcto funcionamiento.
- Todas las habitaciones estarán equipadas de acuerdo a su conformación con camas adecuadas, una canasta con snacks no incluida en el precio, baños con ducha caliente, televisores de 32”, una mesa de velador a excepción de la suite que tendrá dos, espejo y ganchos para colgar la ropa.
- Una Van “H-1”, se utilizará para trasladar a los visitantes vía terrestre, durante su estadía en el establecimiento.

Productos a Ofrecer

Tabla 17.
Productos a ofrecer

Producto	Horario	Precio
Habitaciones eco-amigables	24 horas	Dormitorios: \$17
		Sencillas: \$33
		Dobles: \$43
		Triples: \$53
		Cuádruples: \$63
		Suite: \$100
Desayuno	6:30 – 10:00	Incluido

Almuerzo	12:00 – 14:00	\$3.50
Platos a la carta	9:00 - 17:00	Desde: \$2.50 - \$9.00
Bar	14:00 pm– 02:00 am	Desde: \$2.00 - \$8.00
Tour por la ciudad de Guano y Riobamba	Salidas: 10:00 am – 12:00pm y 14:30 - 16:00 pm	Incluido
Tour nocturno a la ciudad de Riobamba	Salidas: 7:00 pm	Incluido
Equipos para realizar deporte de montaña	Uso cuando se requiera	Incluido
Snacks	Todo el día	Desde: \$0.75 - \$3.00

Estudio Ambiental

Permisos ambientales

El Ministerio del Ambiente es el encargado de otorgar el permiso Ambiental ya que es la entidad que se encarga de velar por un ambiente sano haciendo respetar los derechos de la naturaleza, controlando la calidad del suelo, agua, clima y aire, los cuáles deben de ser sanos y productivos, se otorgará el permiso ambiental cuando se hayan cumplido con todos los requisitos sin que cause mayor daño en el ambiente y si el proyecto no es en alguna área protegida.

En éste caso el proyecto a realizar solo necesita obtener una licencia ambiental, ya que el terreno se encuentra en un zona libre que está en venta en la Parroquia Rural de San Andrés y no interfiere con ninguna área protegida del Estado.

Permisos municipales

- Patente - Licencia Anual de Funcionamiento
- Requisitos para: ciudadanos y empresas
- Descripción: derecho de Patente Anual que graba el ejercicio de toda actividad de orden económico que opere dentro del cantón Guano

Requisitos:

Personas naturales

- Formulario de Solicitud de Patente
- Copia de Cedula y Papeleta de Votación
- Copia RUC Actualizada
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Certificado de No Adeudar al Municipio
- Costo: El valor de la Patente dependerá del Capital del Beneficiario de acuerdo a la Ordenanza Municipal Vigente
- Tiempo Estimado de Entrega: Aproximadamente 10 minutos

CAPÍTULO V

Plan de Marketing

Segmentación del mercado

Para determinar el mercado objetivo se realizó la segmentación de los clientes, como son los turistas extranjeros y nacionales, quienes son los que van a acudir a hospedarse, los mismos que son los consumidores y mercado meta de los servicios ofrecidos por el Mountain Ventures Hostel tomando en cuenta la necesidad de alojamiento.

Estrategias de Posicionamiento

La estrategia de posicionamiento tiene la intención de desarrollar un proceso de diferenciación de los servicios proporcionados por el Hotel, el cual puede ofrecer algo que sólo en el establecimiento se pueda brindar al consumidor. No es imitable y es inalcanzable.

Se debe tomar en cuenta que al momento de querer posicionarse en el mercado, se debe ofrecer algo diferente a lo que ya existe en el sitio donde se ubicará el negocio, en ese caso se ofrecerá una actividad diferente a las que se ofertan en otros negocios similares.

Posicionar en la mente del consumidor la marca del producto, siendo imposible que se pueda imitar o alcanzar un servicio similar al que ya se oferta, debido a que si de alguna manera se logra alcanzar se perderá la oportunidad de ser un lugar que marque la diferencia ante los demás. Otro punto muy importante será el de ofrecer beneficios realmente relevantes para llamar la atención del consumidor. Para mantener el posicionamiento constantemente se deberá perfeccionar la imagen del lugar, y la búsqueda de ventajas competitivas en el mercado.

Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing son las que definen como se van a cumplir los objetivos y metas de una empresa o negocio, dar a conocer el lugar entre otros. Se busca satisfacer las más exigentes necesidades de los clientes es por ello que se debe tomar en cuenta priorizar aquellos productos que tengan mayor rentabilidad en el

negocio e identificar las debilidades de la competencia. Entre algunas de las estrategias que tendrá el Hostal serán:

- Mantener servicios de excelencia que brinden a los clientes un mayor confort y satisfacción a los clientes el tiempo de su estancia.
- El precio de la estadía por tres noches y cuatro días de acuerdo a las encuestas realizadas sobre cuanto estarían dispuestos a cancelar por el servicio el cuál se mantendrá en ese valor, a menos que la demanda sea demasiado elevada y se requiera instalar servicios e instalaciones.
- Se harán promociones especiales para grupos y familias, con frecuencia mensual y particularmente en temporadas bajas para favorecer un mayor porcentaje de ocupación y aprovechar los costos fijos.
- Se ofrecerá servicio de transportación desde y hasta la Terminal Terrestre de Riobamba a la llegada del huésped y a la salida.
- Se realizará un descuento especial a los clientes frecuentes.
- Se repartirán volantes y se dará información en puntos específicos de la región.
- Señalización de las vías de acceso al establecimiento.
- Se realizarán acuerdos con otras empresas que son frecuentadas por los clientes potenciales para poder colocar publicidad del establecimiento en sus instalaciones o medios de difusión.
- Aprovechamiento del internet para acaparar la atención necesaria de los clientes.
- Uso de las redes sociales con una dinámica participativa y de fácil acceso (Facebook, Instagram, twitter, correos electrónicos, etc.).
- Uso de los medios de comunicación tradicionales. (radio y televisión)
- Definición concreta de las políticas del servicio al cliente.
- Realizar capacitaciones constantes al personal que tendrá contacto directo e indirecto con los clientes para una correcta atención.

- Realizar encuestas periódicas para medir la satisfacción de los clientes.

Todas estas estrategias se tomarán en cuenta para que el negocio tenga una excelente acogida, sea reconocido en la colectividad y pueda seguir creciendo el a nivel nacional.

Marketing Mix

El marketing mix es un estudio de aspectos internos realizado por las empresas para analizar cuatro variables importantes de su actividad: producto, precio, distribución y promoción.

Producto

El producto es la estrategia que se utilizará para brindar una estadía de viaje inolvidable para todos los visitantes del Mountain Ventures Hostel. El establecimiento tiene las mismas comodidades de un Hostel normal, pero la diferencia radica en que por el valor de la estancia se incluirán los equipos para realizar deporte de alta montaña.

Mountain Ventures Hostel cuenta con un itinerario de actividades interesantes tanto para los que deseen practicar deportes de alta montaña o a los que les guste realizar caminatas o conocer los alrededores.

Tabla 18.
Productos

Producto
Habitaciones eco-amigables
Desayuno
Almuerzo
Platos a la carta
Bar

<p>Tour por la ciudad de Riobamba</p>
<p>Tour al Cantón Guano</p>
<p>Equipos para realizar deporte de montaña</p>
<p>Snacks</p>

Precio

El precio se establecerá observando por un lado los costos incurridos por la empresa y que permitan generar una utilidad razonable, considerando además los precios de la competencia por servicios similares. La estrategia en relación al precio consistirá en que el cliente perciba que la relación precio – calidad es adecuada, lo cual se obtiene brindando un servicio de calidad.

Tabla 19.
Producto y precio

Producto	Precio
Habitaciones eco-amigables	Dormitorios: \$17
	Sencillas: \$33
	Dobles: \$43
	Triples: \$53
	Cuádruples: \$63
	Suite: \$100
Desayuno	Incluido
Almuerzo	\$3.50
Platos a la carta	Desde: \$2.50 - \$9.00
Bar	Desde: \$2.00 - \$8.00
Tour por el catón Guano y la ciudad de Riobamba	Incluido

Tour nocturno a la ciudad de Riobamba	Incluido
Equipos para realizar deporte de montaña	Incluido
Snacks	Desde: \$0.75 - \$3.00

Plaza

Se comprende como plaza el espacio físico y geográfico en donde se va a ubicar, distribuir, promocionar y vender el servicio. En éste caso se realizará en la Parroquia Rural de San Andrés en la provincia de Chimborazo. El mayor beneficio del Hostal es el que se encuentra ubicado estratégicamente para una mejor movilización hacia los lugares de interés turístico.

Promoción

El objetivo principal de la empresa es vender y dar a conocer el servicio, de eso depende mucho la promoción con la que se lo haga y la calidad de servicio que se le brinde al cliente dentro y fuera del establecimiento, quien tiene la comunicación directa con los huéspedes dándoles a conocer sobre sus inquietudes.

Para la promoción se van a utilizar varias herramientas; publicidad a través de vallas que podrán ser colocadas en la ciudad de Riobamba, volantes llamativas indicando los servicios que se brindarán. Además se contará con las redes sociales, las cuales serán utilizadas para realizar un marketing masivo, ya que por éste medio es donde se va a poder acaparar la mayor atención de los futuros clientes potenciales. Por último el recurso más importante que se utilizará será el de la publicidad que realicen los usuarios del Hostal a sus familiares, amigos y conocidos, ya que de ésta forma se genera la cadena para que el establecimiento sea reconocido y recomendado.

Presupuesto de Marketing

Tabla 20.
Presupuesto de marketing

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
10 cuñas por mes	Spot Regional	\$200	\$200
1000	Volantes	\$70	\$70
6 cuñas por mes	Anuncio publicitario regional	\$500	\$500
1	Página Web	\$1000	\$1000

CAPÍTULO VI

Financiamiento

La parte financiera de todo negocio o proyecto es de suma importancia para la maximización de los recursos financieros y para el crecimiento de la misma.

En este proceso de financiamiento, es donde se determinan varios factores como por ejemplo; si la propuesta realizada por medio de este proyecto será rentable, en cuanto tiempo se recuperará la inversión inicial, detalle de lo que se va a necesitar para la implementación del establecimiento turístico en la parte inmobiliaria.

Se obtendrán otros valores necesarios como el VAN y el TIR, las cuales son herramientas importantes dentro de cualquier estudio financiero, se mostrará resultados de la inversión inicial, Balance Inicial, resultados proyectados y otros cuadros y valores necesarios para determinar la factibilidad de la creación del Hostal.

Para realizar éste proyecto se localizó un terreno que mide 2044,20 metros cuadrados en venta en la Parroquia Rural de San Andrés. Se determinaron los requerimientos de mobiliario y equipos necesarios en función a los objetivos propuestos.

Se determinó que el valor de la Inversión Inicial será de \$384.319,18, luego de haber realizado el detalle de la inversión de todo lo que se necesitará. Para el financiamiento se contará con un capital neto de \$70.635,50, los que van a hacer aportados equitativamente por dos socias y el saldo de \$269.023,42 será financiado con un préstamo a la Corporación Financiera Nacional a 36 meses plazo.

A continuación se presenta el detalle en físico de la inversión inicial requerida para el presente proyecto:

Detalle de la Inversión Inicial del Proyecto

Tabla 21.
Detalle de la Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL					
	DETALLE	CANTIDAD	P.UNI	P.TOTAL	TOTAL
EFFECTIVO -CAJA	Suelos	2	\$ 6.763,09	\$ 162.314,09	
	Imprevistos	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
					\$ 163.314,09
TERRENO	Terreno m ²	2044,20	\$ 22,00	\$ 44.972,40	
					\$ 44.972,40
EDIFICIO - INFRAESTRUCTURA	Construcción planta baja	1	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00	
	Construcción segunda y tercera planta	1	\$ 38.000,00	\$ 38.000,00	
	Decoración	1	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	
					\$ 81.000,00
EQUIPO ELECTRONICO	Televisores Led 32"	22	\$ 426,00	\$ 9.372,00	
					\$ 9.372,00
EQUIPO DE OFICINA	Escritorio Front Desk	1	\$ 250,00	\$ 250,00	
	Silla ejecutiva	2	\$ 35,20	\$ 70,40	
					\$ 320,40
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	Computadora portátil	3	\$ 1.032,28	\$ 3.096,84	
	Impresora multifunción	1	\$ 97,00	\$ 97,00	
					\$ 3.193,84
MUEBLES Y ENSERES	Cama de dos plazas	14	\$ 40,00	\$ 560,00	
	Cama de plaza y media	7	\$ 40,00	\$ 280,00	
	Cama de dos plazas y media	1	\$ 60,00	\$ 60,00	
	Literas	10	\$ 650,00	\$ 6.500,00	
	Almohadas	50	\$ 8,00	\$ 400,00	
	Colchón de dos plazas	14	\$ 109,00	\$ 1.526,00	
	Colchón de plaza y media	17	\$ 85,00	\$ 1.445,00	
	Colchón de dos plazas y media	1	\$ 174,00	\$ 174,00	
	Sofacama de dos plazas	1	\$ 210,00	\$ 210,00	
	Juego de sábanas y colchas	50	\$ 35,00	\$ 1.750,00	
	Velador	21	\$ 40,00	\$ 840,00	
	Casilleros de seis puertas	2	\$ 285,00	\$ 570,00	
	Tacho de basura	20	\$ 9,00	\$ 180,00	
	Tacho de basura áreas sociales	5	\$ 33,00	\$ 165,00	
	Escritorio para suit	1	\$ 160,00	\$ 160,00	
	Juego de toallas	50	\$ 21,00	\$ 1.050,00	
	Juego de muebles (lobby y suit)	4	\$ 580,00	\$ 2.320,00	
	Juego de comedor (4 sillas)	10	\$ 168,00	\$ 1.680,00	
	Escritorio para PC	2	\$ 60,00	\$ 120,00	
	Mesa de Billar	3	\$ 240,00	\$ 720,00	
Futbol de Mesa	2	\$ 220,00	\$ 440,00		
					\$ 19.990,00

EQUIPO DE PRODUCCIÓN	Exprimidor de Cítricos	1	\$ 224,00	\$ 224,00	
	Refrigeradora 2 Puertas + Cajonera	1	\$ 2.899,99	\$ 2.899,99	
	Cocina de inducción con horno	2	\$ 680,00	\$ 1.360,00	
	Refrigeradora	1	\$ 568,10	\$ 568,10	
	Microondas	2	\$ 128,04	\$ 256,08	
	Cafetera	1	\$ 97,00	\$ 97,00	
	Licuada	2	\$ 80,00	\$ 160,00	
	Sanduchera	1	\$ 450,00	\$ 450,00	
	Juego de ollas Tramontina	1	\$ 165,00	\$ 165,00	
	Olla arrocera 25lbs	1	\$ 481,60	\$ 481,60	
	Repisa de 4 niveles	1	\$ 690,00	\$ 690,00	
	Licuada	1	\$ 84,99	\$ 84,99	
	Batidora de pedestal	1	\$ 89,99	\$ 89,99	
	Juego de utensilio cocina	1	\$ 79,00	\$ 79,00	
	Juego de tasas de café 12 piezas	3	\$ 9,70	\$ 29,10	
	Cubiertos paquete	2	\$ 8,00	\$ 16,00	
	Juego de 6 vasos	12	\$ 4,20	\$ 50,40	
	Juego de manteles y servilletas	12	\$ 20,00	\$ 240,00	
	lavadora Whirpool	1	\$ 789,99	\$ 789,99	
	Secadora Whirpool	1	\$ 789,99	\$ 789,99	
					\$ 9.521,23
VEHÍCULOS	Vehículo	1	\$ 39.990,00	\$ 39.990,00	
					\$ 39.990,00
EQUIPO DE ALQUILER	Cantimplora	24	\$ 11,95	\$ 286,80	
	Bastones	24	\$ 37,95	\$ 910,80	
	Zapatos Hombres / Dolomite	6	\$ 185,95	\$ 1.115,70	
	Zapanos Mujer / Salewa	6	\$ 172,95	\$ 1.037,70	
	Ameses	24	\$ 34,90	\$ 837,60	
	Asegurador	24	\$ 27,50	\$ 660,00	
	Cascos	12	\$ 35,02	\$ 420,24	
	Clavos y tornillos de hielo	24	\$ 32,06	\$ 769,44	
	Crampones	10	\$ 68,42	\$ 684,20	
	Cintas express pack 10	3	\$ 121,08	\$ 363,24	
	Mosquetones pack 10	3	\$ 46,70	\$ 140,10	
	Pasamontaña	24	\$ 12,84	\$ 308,16	
	Pantalón interior	12	\$ 11,40	\$ 136,80	
	Pantalón segunda piel	12	\$ 10,80	\$ 129,60	
	Pantalón tercera piel	12	\$ 33,51	\$ 402,12	
	Camisa interior	12	\$ 13,16	\$ 157,92	
	Camisa segunda piel	12	\$ 9,00	\$ 108,00	
	Chaqueta impermeable	12	\$ 53,16	\$ 637,92	
	Guantes	12	\$ 27,33	\$ 327,96	
	Gafas	12	\$ 64,87	\$ 778,44	
Linternas frontales	24	\$ 35,10	\$ 842,40		
Mochila	12	\$ 55,84	\$ 670,08		
					\$ 11.725,22
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	Planos	1	\$ 400,00	\$ 400,00	
	Consultoría técnica	1	\$ 220,00	\$ 220,00	
	Tasas y permisos	1	\$ 300,00	\$ 300,00	
					\$ 920,00
TOTAL INVERSIÓN INICIAL					\$ 384.319,18

Balance Inicial

Tabla 22.
Balance Inicial

ACTIVOS			PASIVOS		
Activo corriente			\$ 163.314,09	Pasivo largo plazo	
Caja	\$ 163.314,09			Documentos por pagar	\$ 269.023,42
Activo fijo			\$ 220.085,09	Total PASIVOS	\$ 269.023,42
Terreno	\$ 44.972,40				
Edificación	\$ 81.000,00				
Equipo electrónico	\$ 9.372,00				
Equipo de oficina	\$ 320,40				
Equipo de computación	\$ 3.193,84				
Muebles y enseres	\$ 19.990,00				
Equipo de producción	\$ 9.521,23				
Equipo de alquiler	\$ 11.725,22				
Vehículo	\$ 39.990,00				
Activo diferido			\$ 920,00		
Gastos de constitución	\$ 920,00				
Total ACTIVOS			\$ 384.319,18	Total PASIVOS y PATRIMONIO	\$ 384.319,18

En la tabla del Balance Inicial se puede observar el detalle del valor de los activos, pasivos, patrimonio y el cuadro de los mismos, que dan un valor de \$384.319,18 dólares, también se detalla el valor del capital total que aportarán las socias \$115.295,75 dólares, cada una invertirá \$57.647,88 dólares.

Detalle del Financiamiento

Para el presente proyecto se ha escogido como entidad para realizar el préstamo a la CFN teniendo en cuenta que es la única entidad que realiza préstamos a partir de los \$50.000 dólares en adelante, siendo el valor que se requiere para llevar a cabo el proyecto se presenta el detalle del préstamo.

Tabla 23.
Detalle del Financiamiento

AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO				
Monto crédito		\$ 269.023,42		
Número de periodos		3 años		36 meses
Tasa de interes anual		9,50%		
Tasa de interes mensual		0,79%		
Cuota anual		\$ 107.227,35		
Cuota mensual		\$ 8.617,61		

Tabla de Amortización

Tabla 24.
Tabla de Amortización Anual

TABLA DE AMORTIZACIÓN ANUAL					
PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 269.023,42	\$ 81.670,12	\$ 25.557,23	\$ 107.227,35	\$ 187.353,30
2	\$ 187.353,30	\$ 89.428,78	\$ 17.798,56	\$ 107.227,35	\$ 97.924,52
3	\$ 97.924,52	\$ 97.924,52	\$ 9.302,83	\$ 107.227,35	\$ -

Para realizar el cálculo de la amortización del préstamo se tomó en cuenta que al momento de realizar el estado de Flujo de caja tomando en cuenta los ingresos periodo de recuperación de la inversión será de un año y diez meses por lo que se tomó en cuenta el resultado del PRI para el momento del tiempo del préstamo, teniendo en cuenta que los pagos mensuales no resulten elevados y cause algún descuadre o imperfecto para los meses siguientes para el pago de los gastos y algún inconveniente.

Tabla 25.
Tabla de Amortización Mensual

TABLA DE AMORTIZACIÓN MENSUAL					
PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 269.023,42	\$ 6.487,85	\$ 2.129,77	\$ 8.617,61	\$ 262.535,58
2	\$ 262.535,58	\$ 6.539,21	\$ 2.078,41	\$ 8.617,61	\$ 255.996,37
3	\$ 255.996,37	\$ 6.590,98	\$ 2.026,64	\$ 8.617,61	\$ 249.405,40
4	\$ 249.405,40	\$ 6.643,15	\$ 1.974,46	\$ 8.617,61	\$ 242.762,24
5	\$ 242.762,24	\$ 6.695,75	\$ 1.921,87	\$ 8.617,61	\$ 236.066,50
6	\$ 236.066,50	\$ 6.748,75	\$ 1.868,86	\$ 8.617,61	\$ 229.317,74
7	\$ 229.317,74	\$ 6.802,18	\$ 1.815,43	\$ 8.617,61	\$ 222.515,56
8	\$ 222.515,56	\$ 6.856,03	\$ 1.761,58	\$ 8.617,61	\$ 215.659,53
9	\$ 215.659,53	\$ 6.910,31	\$ 1.707,30	\$ 8.617,61	\$ 208.749,22
10	\$ 208.749,22	\$ 6.965,02	\$ 1.652,60	\$ 8.617,61	\$ 201.784,20
11	\$ 201.784,20	\$ 7.020,16	\$ 1.597,46	\$ 8.617,61	\$ 194.764,05
12	\$ 194.764,05	\$ 7.075,73	\$ 1.541,88	\$ 8.617,61	\$ 187.688,32
13	\$ 187.688,32	\$ 7.131,75	\$ 1.485,87	\$ 8.617,61	\$ 180.556,57
14	\$ 180.556,57	\$ 7.188,21	\$ 1.429,41	\$ 8.617,61	\$ 173.368,36
15	\$ 173.368,36	\$ 7.245,11	\$ 1.372,50	\$ 8.617,61	\$ 166.123,25
16	\$ 166.123,25	\$ 7.302,47	\$ 1.315,14	\$ 8.617,61	\$ 158.820,77
17	\$ 158.820,77	\$ 7.360,28	\$ 1.257,33	\$ 8.617,61	\$ 151.460,49
18	\$ 151.460,49	\$ 7.418,55	\$ 1.199,06	\$ 8.617,61	\$ 144.041,94
19	\$ 144.041,94	\$ 7.477,28	\$ 1.140,33	\$ 8.617,61	\$ 136.564,66
20	\$ 136.564,66	\$ 7.536,48	\$ 1.081,14	\$ 8.617,61	\$ 129.028,18
21	\$ 129.028,18	\$ 7.596,14	\$ 1.021,47	\$ 8.617,61	\$ 121.432,04
22	\$ 121.432,04	\$ 7.656,28	\$ 961,34	\$ 8.617,61	\$ 113.775,76
23	\$ 113.775,76	\$ 7.716,89	\$ 900,72	\$ 8.617,61	\$ 106.058,87
24	\$ 106.058,87	\$ 7.777,98	\$ 839,63	\$ 8.617,61	\$ 98.280,89
25	\$ 98.280,89	\$ 7.839,56	\$ 778,06	\$ 8.617,61	\$ 90.441,34
26	\$ 90.441,34	\$ 7.901,62	\$ 715,99	\$ 8.617,61	\$ 82.539,72
27	\$ 82.539,72	\$ 7.964,17	\$ 653,44	\$ 8.617,61	\$ 74.575,54
28	\$ 74.575,54	\$ 8.027,22	\$ 590,39	\$ 8.617,61	\$ 66.548,32
29	\$ 66.548,32	\$ 8.090,77	\$ 526,84	\$ 8.617,61	\$ 58.457,54
30	\$ 58.457,54	\$ 8.154,82	\$ 462,79	\$ 8.617,61	\$ 50.302,72
31	\$ 50.302,72	\$ 8.219,38	\$ 398,23	\$ 8.617,61	\$ 42.083,34
32	\$ 42.083,34	\$ 8.284,45	\$ 333,16	\$ 8.617,61	\$ 33.798,88
33	\$ 33.798,88	\$ 8.350,04	\$ 267,57	\$ 8.617,61	\$ 25.448,84
34	\$ 25.448,84	\$ 8.416,14	\$ 201,47	\$ 8.617,61	\$ 17.032,70
35	\$ 17.032,70	\$ 8.482,77	\$ 134,84	\$ 8.617,61	\$ 8.549,93
36	\$ 8.549,93	\$ 8.549,93	\$ 67,69	\$ 8.617,61	\$ 0,00

Detalle de los Ingresos (Proyectado)

Para realizar el cálculo de los ingresos de la venta diaria se tomó en cuenta la capacidad instalada del restaurante y de las habitaciones para poder hacer el cálculo de la capacidad utilizada y en base al resultado se realiza la venta diaria.

Para hacer la proyección se utilizó un incremento del 4,40% anual a partir del segundo año en adelante.

Tabla 26.
Tabla de los Ingresos (Proyectada)

PRODUCTO	P. Uni	Venta diaria	Venta Mensual	Venta Anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Dormitorios	\$ 17,00	8	240	2880	\$ 48.960,00	\$ 51.114,24	\$ 53.363,27	\$ 55.711,25	\$ 58.162,55
Hab. Sencillas	\$ 33,00	4	120	1440	\$ 47.520,00	\$ 49.610,88	\$ 51.793,76	\$ 54.072,68	\$ 56.451,88
Hab. Dobles	\$ 43,00	3	90	1080	\$ 46.440,00	\$ 48.483,36	\$ 50.616,63	\$ 52.843,76	\$ 55.168,88
Hab. Triples	\$ 53,00	3	90	1080	\$ 57.240,00	\$ 59.758,56	\$ 62.387,94	\$ 65.133,01	\$ 67.998,86
Hab. Cuádruples	\$ 63,00	3	90	1080	\$ 68.040,00	\$ 71.033,76	\$ 74.159,25	\$ 77.422,25	\$ 80.828,83
Suite	\$ 100,00	1	30	360	\$ 36.000,00	\$ 37.584,00	\$ 39.237,70	\$ 40.964,15	\$ 42.766,58
Desayuno adicional	\$ 4,00	16	480	5760	\$ 23.040,00	\$ 24.053,76	\$ 25.112,13	\$ 26.217,06	\$ 27.370,61
Lavandería	\$ 6,00	16	480	5760	\$ 34.560,00	\$ 36.080,64	\$ 37.668,19	\$ 39.325,59	\$ 41.055,91
Platos a la carta	\$ 6,00	20	600	7200	\$ 43.200,00	\$ 45.100,80	\$ 47.085,24	\$ 49.156,99	\$ 51.319,89
Colas	\$ 1,30	16	480	5760	\$ 7.488,00	\$ 7.817,47	\$ 8.161,44	\$ 8.520,54	\$ 8.895,45
Bebidas hidratantes	\$ 2,30	20	600	7200	\$ 16.560,00	\$ 17.288,64	\$ 18.049,34	\$ 18.843,51	\$ 19.672,63
Jugos naturales	\$ 2,50	20	600	7200	\$ 18.000,00	\$ 18.792,00	\$ 19.618,85	\$ 20.482,08	\$ 21.383,29
Jugos envasados	\$ 1,95	21	630	7560	\$ 14.742,00	\$ 15.390,65	\$ 16.067,84	\$ 16.774,82	\$ 17.512,91
Agua	\$ 1,00	20	600	7200	\$ 7.200,00	\$ 7.516,80	\$ 7.847,54	\$ 8.192,83	\$ 8.553,32
Cervezas nacionales	\$ 2,00	18	540	6480	\$ 12.960,00	\$ 13.530,24	\$ 14.125,57	\$ 14.747,10	\$ 15.395,97
Cervezas extranjeras	\$ 3,00	19	570	6840	\$ 20.520,00	\$ 21.422,88	\$ 22.365,49	\$ 23.349,57	\$ 24.376,95
Cocteles	\$ 6,00	16	480	5760	\$ 34.560,00	\$ 36.080,64	\$ 37.668,19	\$ 39.325,59	\$ 41.055,91
Chocolate nacional	\$ 2,00	18	540	6480	\$ 12.960,00	\$ 13.530,24	\$ 14.125,57	\$ 14.747,10	\$ 15.395,97
Chocolate extranjero	\$ 2,50	18	540	6480	\$ 16.200,00	\$ 16.912,80	\$ 17.656,96	\$ 18.433,87	\$ 19.244,96
Snack´s pequeños	\$ 0,80	21	630	7560	\$ 6.048,00	\$ 6.314,11	\$ 6.591,93	\$ 6.881,98	\$ 7.184,79
Snack´s grandes	\$ 1,50	17	510	6120	\$ 9.180,00	\$ 9.583,92	\$ 10.005,61	\$ 10.445,86	\$ 10.905,48
TOTAL					\$ 581.418,00	\$ 607.000,39	\$ 633.708,41	\$ 661.591,58	\$ 690.701,61

Detalle de los Gastos (Proyectado)

Para poder hacer el cálculo de los gastos se tomó en cuenta el detalle de los costos o gastos administrativos, sueldos, costos operativos, costos de publicidad y marketing. Posteriormente se consideró un incremento del 4,40% a partir del segundo año en adelante.

Tabla 27.
Tabla de Gastos (Proyectado)

RESUMEN GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>	\$ 45.394,02	\$ 46.303,14	\$ 47.252,28	\$ 44.054,56	\$ 45.089,05
Sueldos	\$ 15.725,83	\$ 16.417,77	\$ 17.140,15	\$ 17.894,32	\$ 18.681,67
Servicios básicos	\$ 2.340,00	\$ 2.442,96	\$ 2.550,45	\$ 2.662,67	\$ 2.779,83
Internet	\$ 960,00	\$ 1.002,24	\$ 1.046,34	\$ 1.092,38	\$ 1.140,44
Uniformes	\$ 192,00	\$ 200,45	\$ 209,27	\$ 218,48	\$ 228,09
Mantenimiento	\$ 480,00	\$ 501,12	\$ 523,17	\$ 546,19	\$ 570,22
Suministro de oficina	\$ 64,20	\$ 67,02	\$ 69,97	\$ 73,05	\$ 76,27
Materiales de limpieza	\$ 900,00	\$ 939,60	\$ 980,94	\$ 1.024,10	\$ 1.069,16
Depreciación Tangible	\$ 24.547,98	\$ 24.547,98	\$ 24.547,98	\$ 20.359,37	\$ 20.359,37
Depreciación Intangible	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00	\$ 184,00
<u>GASTOS DE PUBLICIDAD</u>	\$ 3.760,00	\$ 3.925,44	\$ 4.098,16	\$ 4.278,48	\$ 4.466,73
Publicidad	\$ 3.760,00	\$ 3.925,44	\$ 4.098,16	\$ 4.278,48	\$ 4.466,73
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>	\$ 22.076,26	\$ 14.003,94	\$ 5.130,47	\$ -	\$ -
Intereses de préstamo	\$ 22.076,26	\$ 14.003,94	\$ 5.130,47	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS	\$ 71.230,27	\$ 64.232,53	\$ 56.480,91	\$ 48.333,03	\$ 49.555,78

Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es un análisis financiero que se realizó para determinar la utilidad neta del presente proyecto. Se consideró un incremento del 4,40% para hacer la proyección a partir del segundo año en adelante.

Tabla 28.
Tabla del Estado de Resultados (Proyectada)

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Venta Totales	\$ 581.418,00	\$ 607.000,39	\$ 633.708,41	\$ 661.591,58	\$ 690.701,61
TOTAL DE INGRESOS	\$ 581.418,00	\$ 607.000,39	\$ 633.708,41	\$ 661.591,58	\$ 690.701,61
(-) Costos de Operación	\$ 209.147,82	\$ 218.350,32	\$ 227.957,74	\$ 237.987,88	\$ 248.459,35
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$ 372.270,18	\$ 388.650,07	\$ 405.750,67	\$ 423.603,70	\$ 442.242,26
(-) Gastos de Administración	\$ 45.394,02	\$ 46.303,14	\$ 47.252,28	\$ 44.054,56	\$ 45.089,05
(-) Gastos de Publicidad	\$ 3.760,00	\$ 3.925,44	\$ 4.098,16	\$ 4.278,48	\$ 4.466,73
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 323.116,16	\$ 338.421,48	\$ 354.400,24	\$ 375.270,67	\$ 392.686,48
(-) Gastos Financieros	\$ 22.076,26	\$ 14.003,94	\$ 5.130,47	\$ -	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 301.039,91	\$ 324.417,54	\$ 349.269,76	\$ 375.270,67	\$ 392.686,48
(-) Participación a trabajadores	15% \$ 45.155,99	\$ 48.662,63	\$ 52.390,46	\$ 56.290,60	\$ 58.902,97
(=) Utilidad antes de impuestos a la renta	\$ 255.883,92	\$ 275.754,91	\$ 296.879,30	\$ 318.980,07	\$ 333.783,51
(-) Impuesto a la renta	22% \$ 56.294,46	\$ 60.666,08	\$ 65.313,45	\$ 70.175,61	\$ 73.432,37
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 199.589,46	\$ 215.088,83	\$ 231.565,85	\$ 248.804,45	\$ 260.351,14

Flujo de Caja del Efectivo

Se consideró un incremento anual del 4,40% a partir del segundo año en adelante para obtener el flujo neto de caja de cada año.

Tabla 29.

Tabla de Flujo de Caja (Proyectado)

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 581.418,00	\$ 607.000,39	\$ 633.708,41	\$ 661.591,58	\$ 690.701,61
(-) Egresos de efectivo		\$ 233.569,85	\$ 345.297,37	\$ 363.904,90	\$ 383.481,45	\$ 403.937,97
Gastos de operación		\$ 209.147,82	\$ 218.350,32	\$ 227.957,74	\$ 237.987,88	\$ 248.459,35
Gastos de administración		\$ 20.662,03	\$ 21.571,16	\$ 22.520,29	\$ 23.511,19	\$ 24.545,68
Gastos de publicidad		\$ 3.760,00	\$ 3.925,44	\$ 4.098,16	\$ 4.278,48	\$ 4.466,73
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 56.294,46	\$ 60.666,08	\$ 65.313,45	\$ 70.175,61
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 45.155,99	\$ 48.662,63	\$ 52.390,46	\$ 56.290,60
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 347.848,15	\$ 261.703,02	\$ 269.803,51	\$ 278.110,13	\$ 286.763,64
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
Préstamos Recibidos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 81.335,11	\$ 89.407,42	\$ 98.280,89	\$ -	\$ -
Pago de intereses		\$ 22.076,26	\$ 14.003,94	\$ 5.130,47	\$ -	\$ -
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		\$ (103.411,37)	\$ (103.411,37)	\$ (103.411,37)	\$ -	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	-384.319,18	\$ 244.436,78	\$ 158.291,65	\$ 166.392,14	\$ 278.110,13	\$ 286.763,64

Balance General Proyectado

Se consideró un incremento anual del 4,40% para poder obtener resultados de los próximos años del proyecto, si resulta rentable y se puede revisar que la inversión realizada tendrá considerables ganancias.

Tabla 30.
Tabla del Balance General (Proyectado)

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	\$ 407.750,87	\$ 566.042,52	\$ 732.434,66	\$ 1.010.544,79	\$ 1.297.308,43
Total Activos Corrientes	\$ 407.750,87	\$ 566.042,52	\$ 732.434,66	\$ 1.010.544,79	\$ 1.297.308,43
Activos Fijos					
Terrenos	\$ 44.972,40	\$ 44.972,40	\$ 44.972,40	\$ 44.972,40	\$ 44.972,40
Edificios	\$ 81.000,00	\$ 81.000,00	\$ 81.000,00	\$ 81.000,00	\$ 81.000,00
Equipos de Oficina	\$ 320,40	\$ 320,40	\$ 320,40	\$ 320,40	\$ 320,40
Equipo Electrónico	\$ 9.372,00	\$ 9.372,00	\$ 9.372,00	\$ 9.372,00	\$ 9.372,00
Muebles y Enseres	\$ 19.990,00	\$ 19.990,00	\$ 19.990,00	\$ 19.990,00	\$ 19.990,00
Equipos de Computación	\$ 3.193,84	\$ 3.193,84	\$ 3.193,84	\$ 3.193,84	\$ 3.193,84
Equipos de Producción	\$ 9.521,23	\$ 9.521,23	\$ 9.521,23	\$ 9.521,23	\$ 9.521,23
Equipos de Alquiler	\$ 11.725,22	\$ 11.725,22	\$ 11.725,22	\$ 11.725,22	\$ 11.725,22
Vehículo	\$ 39.990,00	\$ 39.990,00	\$ 39.990,00	\$ 39.990,00	\$ 39.990,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (24.547,98)	\$ (49.095,97)	\$ (73.643,95)	\$ (94.003,32)	\$ (114.362,69)
Total Activos Fijos	\$ 195.537,11	\$ 170.989,12	\$ 146.441,14	\$ 126.081,77	\$ 105.722,40
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00	\$ 920,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (184,00)	\$ (368,00)	\$ (552,00)	\$ (736,00)	\$ (920,00)
Total Activos Diferidos	\$ 736,00	\$ 552,00	\$ 368,00	\$ 184,00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 604.023,98	\$ 737.583,64	\$ 879.243,80	\$ 1.136.810,56	\$ 1.403.030,83
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 45.155,99	\$ 48.662,63	\$ 52.390,46	\$ 56.290,60	\$ 58.902,97
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 56.294,46	\$ 60.666,08	\$ 65.313,45	\$ 70.175,61	\$ 73.432,37
Total Pasivos Corrientes	\$ 101.450,45	\$ 109.328,71	\$ 117.703,91	\$ 126.466,21	\$ 132.335,35
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 187.688,32	\$ 98.280,89	\$ 0,00	\$ -	\$ -
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 187.688,32	\$ 98.280,89	\$ 0,00	\$ -	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 289.138,76	\$ 207.609,60	\$ 117.703,91	\$ 126.466,21	\$ 132.335,35
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 115.295,75	\$ 115.295,75	\$ 115.295,75	\$ 115.295,75	\$ 115.295,75
Utilidad del Ejercicio	\$ 199.589,46	\$ 215.088,83	\$ 231.565,85	\$ 248.804,45	\$ 260.351,14
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 199.589,46	\$ 414.678,29	\$ 646.244,14	\$ 895.048,59
TOTAL PATRIMONIO	\$ 314.885,21	\$ 529.974,04	\$ 761.539,89	\$ 1.010.344,35	\$ 1.270.695,48
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 604.023,98	\$ 737.583,64	\$ 879.243,80	\$ 1.136.810,56	\$ 1.403.030,83

Evaluación Financiera

La Inversión del proyecto tendrá un período de recuperación de un año y diez meses, siendo el beneficio costo mayor que uno, es decir que por cada dólar invertido se genera una ganancia de \$1,09.

Tabla 31.
Tabla de la Evaluación del Proyecto

EVALUACIÓN DEL PROYECTO	
Tasa de Descuento	12%
Inversión inicial	\$ (384.319,18)
Flujo 1	\$ 244.436,78
Flujo 2	\$ 158.291,65
Flujo 3	\$ 166.392,14
Flujo 4	\$ 278.110,13
Flujo 5	\$ 286.763,64
VPN	\$ 418.013,13
TIR	48%
B/C	\$ 1,09
PRI	1,1

Razones Financieras

Tabla 32.
Tabla de las Razones Financieras

INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta / Ventas = %	64,03%	64,03%	64,03%	64,03%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	34,33%	35,43%	36,54%	37,61%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0,33	\$ 0,29	\$ 0,26	\$ 0,22
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 1,73	\$ 1,87	\$ 2,01	\$ 2,16

Punto de Equilibrio

Tabla 33.

Tabla del Punto de Equilibrio

Costos Variables	
Materia Prima	\$ 68.029,20
Servicios Básicos	\$ 2.340,00
Total Costos Variables	\$ 70.369,20
Costo Total Operativo	\$ 251.886,11
Costo Fijos	\$ 141.118,62
Ventas Totales	\$ 581.418,00
PUNTO DE EQUILIBRIO	\$ 160.550,04
EN PORCENTAJE (PE)	27,61%

Escenarios

Tabla 34.

Tabla de Escenarios

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (384.319,18)	\$ (384.319,18)	\$ (384.319,18)
Flujo 1	\$ 224.636,78	\$ 244.436,78	\$ 273.254,78
Flujo 2	\$ 134.567,09	\$ 158.291,65	\$ 193.206,40
Flujo 3	\$ 134.699,51	\$ 166.392,14	\$ 213.343,95
Flujo 4	\$ 237.758,00	\$ 278.110,13	\$ 338.251,84
Flujo 5	\$ 237.011,93	\$ 286.763,64	\$ 361.337,05
VPN	\$ 304.988,33	\$ 418.013,13	\$ 585.532,78
TIR	40%	48%	60%
B/C	\$ 0,79	\$ 1,09	\$ 1,52
PRI	2,2	1,1	1,6

Para la elaboración del escenario pesimista se consideraron dos variables, la ocupación que disminuyó al 55% siendo la ocupación normal el 60% y una inflación en sueldos, gastos y costos operativos del 6,4% contra un 4,40% en un escenario normal. Para la elaboración del escenario optimista se consideró una ocupación del 65% y una inflación del 3.4% anual.

Conclusiones

El turismo es un importante generador de ingresos de divisas para el país, pertenece al tercer rubro de ingresos no petroleros y es generador de plazas de trabajo para los ecuatorianos, por eso existen nuevas inversiones privadas y públicas, extranjeras y nacionales, para así aumentar la bella del país y que crezca así económicamente.

San Andrés es una parroquia rural que puede llegar a convertirse en una comuna potencial turística, ya que cuenta con atractivos naturales únicos que solo posee esta parroquia, existe mucho trabajo turístico en esta zona, que no se ha explotado, ya que no existe un plan de promoción turística, que por consecuente cierra a una posible puerta al ingreso económico de la zona.

Así también la falta de conocimiento que tienen tanto los ecuatorianos como extranjeros de esta parroquia le resta una fuente más de ingreso a los habitantes de San Andrés, es por esto que en el proyecto se desea darle un realce a la zona despertando el interés de turistas extranjeros que aman la naturaleza y hacer turismo de montaña.

Es aquí donde nació la idea de crear un hostel innovador para los turistas interesados en el turismo de montaña, el cual recibirá a todos aquellos que desean conectarse directamente con la naturaleza de una manera agradable y cómoda.

Mountain Ventures Hostel, es un proyecto muy interesante que va de la mano con la responsabilidad social y ambiental, es por esto que es atractivo para nuevos inversionistas, ya que va dirigido como mercado objetivo a turistas extranjeros y nacionales que realizan turismo de montaña, por ende, conocen los precios y estarían dispuestos a pagar más para una experiencia de calidad.

En las encuestas se ve claramente que los turistas sí desean conocer este tipo de establecimiento ya que no conocen alguno que les brinden y sobre todo que le faciliten la información necesaria y que les provean de equipos necesarios para la realización de los deportes de montaña.

Por supuesto que el mercado objetivo son los turistas que realicen deportes de montaña, pero de igual manera, Mountain Ventures Hostel, abre sus puertas y sus servicios a turistas que no realicen estos deportes, brindándoles un servicio incluido de recorridos por la parroquia de San Andrés, por la ciudad de Riobamba y por el catón Guano, dando a conocer los sitios turísticos, su comercio y su gastronomía.

La factibilidad del proyecto, se comprobó por medio del estudio financiero realizado que es viable y rentable, ya que muestra un VAN de \$418.013,13 y un TIR del 48%, el periodo de recuperación es de 1 año 10 meses aproximadamente; la utilidad desde el primer año de servicio, con una inversión inicial de \$ 384.319,18; este valor a su vez será financiado con un préstamo a la Corporación Financiera Nacional a tres años que equivale a 36 meses plazo.

La idea de negocio resulta atractiva e innovadora, para los turistas según el estudio realizado a través de uno de los métodos de recolección de datos, según los resultados fueron favorables para el aporte de la parroquia rural ya que aportará económicamente, lo que permitirá a San Andrés ser conocido, no solo a nivel nacional, sino internacional.

Recomendaciones

Para que este proyecto sea óptimo y exitoso, se debe contar con personal especializado, preparado y que sea capacitado periódicamente por los empleadores, ya que son ellos los que mantendrán contacto directo e indirecto dependiendo de las áreas donde se vaya a desempeñar, con una excelente empatía de atención al cliente y una actitud positiva para poder manejar los problemas que se le presenten, es por eso que el hostel contará con estándares de calidad, normas establecidas por el Ministerio de Turismo y reglamento interno.

La idea principal es de brindar un servicio de excelente calidad, para que esto sea posible se realizarán evaluaciones periódicas del personal, principalmente la evaluación 360°, ya que ésta generará una mejor visión del desempeño de los empleados y como los clientes observan al hostel y al servicio, de igual manera, se receptorán sugerencias en un buzón, para eliminar o agregar lo que haga falta en cuanto al servicio brindado.

Una parte fundamental para este proyecto es el Plan de Marketing, ya que con este se creará una imagen en la mente del consumidor la misma que ayudará a que la información llegue a los principales mercados, es por esto que se crearán alianzas con instituciones especializadas y profesionales, para que con la imagen que ellos creen del hostel, capte la atención de los consumidores.

Las normas ISO estarán presentes en este proyecto, ya que con estas, se reciclarán todos los desechos o residuos del hostel, para contribuir con el cuidado del medio ambiente.

Referencias

- Arrillaga, J. I. (1962). Ensayos sobre Turismo.
- Bosch, J. L. (2015). El turismo como actividad económica /. Recuperado a partir de <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/411>
- Cegarra Sánchez, J. (2012). Los métodos de investigación. Ediciones Díaz de Santos.
- Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña Mountainlikers. (Abril de 2014).
8º Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña Mountainlikers:
Nuevas tendencias del turismo de montaña en verano.
- Deportes de montaña - Club Deportivo Jerte. (s. f.). Recuperado 17 de septiembre de 2015, a partir de <http://www.clubdeportivojerte.com/deportes-de-monta%C3%B1a/>
- Enciclopedia Práctica de Turismo, Hoteles y Restaurantes (Ed.). (1998). Enciclopedia Práctica de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Barcelona España: Editorial Océano.
- Federación de Deportes de Montaña, Escalada y Senderismo de Castilla y León. (s. f.-a). Alpinismo. Recuperado 18 de septiembre de 2015, a partir de <http://www.fclm.com/deportes/alpinismo.html>
- Federación de Deportes de Montaña, Escalada y Senderismo de Castilla y León. (s. f.-b). Esquí de montaña. Recuperado 18 de septiembre de 2015, a partir de <http://www.fclm.com/deportes/esqui-de-montana.html>
- Gahona, G. (2014). Estadística, población y muestra.
- Gerlero, J. C. (noviembre de 2015). Recreación y Turismo: Una vinculación necesaria: Lineamientos para su articulación. Recuperado a partir de <http://www.redrecreacion.org/documentos/simposio4vg/JGerlero.html>
- Graham, J. R., & Harvey, C. R. (2001). The theory and practice of corporate finance: evidence from the field. *Journal of Financial Economics* n° 60.

- Guillén, L. (2012). Análisis comparativo de los métodos tradicionales de valoración aplicado a la simulación de un proyecto de inversión (Vol. 10 No. 1).
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del P. (2010). Metodología de la Investigación (Quinta). México D. F.: McGraw-Hill / Interamericana de editores, S.A. de C.V.
- López Salazar, A. (2005). La planeación estratégica en la pequeña y mediana empresa: una revisión bibliográfica (1.^a ed., Vol. 2). EconoQuantum.
- Ministerio de Turismo. (Agosto de 2013). Los deportes de montaña permiten descubrir la magia de la zona andina ecuatoriana. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/los-deportes-de-montana-permiten-descubrir-la-magia-de-la-zona-andina-ecuatoriana/>
- Ministerio de Turismo. (2014). Lo más relevante del Ministerio de Turismo en el 2013 - Rendición-Cuentas-2014.pdf. Recuperado a partir de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/Rendici%C3%B3n-Cuentas-2014.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2015). Indicadores de Turismo, Marzo 2015. Recuperado 26 de agosto de 2015, a partir de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/ingresos-de-extranjeros/marzo-2015/228>
- Montipedia, Enciclopedia de Montaña. (s. f.). Diccionario - Glosario de montaña - Montipedia. Recuperado 18 de septiembre de 2015, a partir de <http://www.montipedia.com/diccionario/camping/>
- Mosti, P. A. (2010). El Alcance de las actividades turísticas y recreativas en los espacios naturales del Hinterland de Ushuaia – Tierra de Fuego - Argentina. Recuperado a partir de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v19n4/v19n4a04.pdf>
- Organización Mundial de Turismo. (10 de Abril 2014). Programa Provisional del 8vo Congreso Mundial de Turismo de Nieve y Montaña. Recuperado a partir de

<http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/docpdf/programaprovisional.pdf>

Orjuela Córdova, S., y Sandoval Medina, P. (Diciembre de 2002). Guía del Estudio de Mercado para la Evaluación de Proyectos. Universidad de Chile, Santiago de Chile. Recuperado a partir de http://www.eenbasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf

Rifai, T. (Abril de 2014). Superar la estacionalidad para apoyar la diversificación económica: el caso del turismo de montaña | Organización Mundial del Turismo OMT [Comunicado de prensa]. Recuperado 2 de julio de 2015, a partir de <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-04-22/superar-la-estacionalidad-para-apoyar-la-diversificacion-economica-el-caso->

Risi, M. (2014). Superar la estacionalidad para apoyar la diversificación económica: el caso del turismo de montaña | Organización Mundial del Turismo OMT [Comunicado de prensa]. Recuperado 23 de junio de 2015, a partir de <http://media.unwto.org/es/press-release/2014-04-22/superar-la-estacionalidad-para-apoyar-la-diversificacion-economica-el-caso->

Rojas, V. (2014). Propuesta para la creación de una Galería Folclórica enfocada a las costumbres y tradiciones de los montubios de la provincia del Guayas, para fomentar el turismo cultural y fortalecer la identidad montubia en la ciudad de Guayaquil. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil - Ecuador.

Sánchez, J. (2012). Análisis de Rentabilidad de la empresa. Recuperado a partir de <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pdf>

Sistema Nacional de la Información estadísticas del sector turismo de México - DATATUR. (s. f.). Glosario Turístico. Recuperado 18 de septiembre de 2015, a partir de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Torres Rivera, A. D., y Cuevas Zúñiga, I. Y. (2012). Determinación de precios en la industria de la Hotelería, (Edición Especial XII Congreso).

Anexos

Formatos: Solicitud de Alojamiento de Alimentos y Bebidas; Personas Naturales



SOLICITUD DE REGISTRO ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS PERSONAS NATURALES



....., a de del 20....
Yo, en calidad de Representante Legal
de La empresa solicito al (a la)
señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales
vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:
Razón Social (Persona Jurídica):
Nombre del Establecimiento:.....
Ubicación del establecimiento:
Provincia Cantón Ciudad
Calle No. Transversal Sector Teléfono
Fecha de Constitución:.....
Fecha de Inicio de Operaciones:.....
Registro Único de Contribuyentes:..... Número de cédula.....
Monto de Inversión:
Número de empleados:.....
Número de mesas:..... Número de plazas
Número de habitaciones:..... Número de plazas
Observaciones:.....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

--	--	--

CROQUIS

--	--	--

Revisado e Ingresado por:.....

VERSION 03



SOLICITUD DE REGISTRO
ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS
PERSONAS NATURALES



REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

- 1. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- 2. Copia de la cédula de identidad
- 3. Copia de la última papeleta de votación
- 4. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.
- 5. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Comejo Edif. Gobierno del Litoral
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
- 6. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- 7. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- 8. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
(Formulario del Ministerio de Turismo)
- 9. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados.
- 10. Permiso de uso del suelo *(para bares y discotecas)*

Revisado e Ingresado por:.....

VERSION 03

Formatos: Solicitud de Alojamiento de Alimentos y Bebidas; Personas Jurídicas



**SOLICITUD DE REGISTRO
ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS
PERSONAS JURÍDICAS**



....., a de del 20....

Yo, en calidad de Representante Legal de La empresa solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo se digne, de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón Social (Persona Jurídica):

Nombre del Establecimiento:

Ubicación del establecimiento:

Provincia	Cantón	Ciudad
-----------	--------	--------

.....

Calle	No.	Transversal	Sector	Teléfono
-------	-----	-------------	--------	----------

Fecha de Constitución:

Fecha de Inicio de Operaciones:

Registro Único de Contribuyentes: Número de cédula

Monto de Inversión:

Número de empleados:

Número de mesas: Número de plazas

Número de habitaciones: Número de plazas

Observaciones:

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

CROQUIS

Revisado e Ingresado por:

VERSION 03



SOLICITUD DE REGISTRO
ALOJAMIENTO – ALIMENTOS Y BEBIDAS
PERSONAS JURÍDICAS



REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

- 1. Copia **certificada** de la Escritura de Constitución, aumento de Capital o reforma de Estatutos, tratándose de personas jurídicas.
- 2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del registro Mercantil,
- 3. Copia del registro único de contribuyentes (R.U.C.)
- 4. Copia de la cédula de identidad
- 5. Copia de la última papeleta de votación
- 6. Copia del Contrato de compra venta del establecimiento, **en caso de cambio de propietario CON LA AUTORIZACIÓN DE UTILIZAR EL NOMBRE COMERCIAL.**
- 7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Comejo Edif. Gobierno del Litoral
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
- 8. Fotocopia de escrituras de propiedad, pago predial o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- 9. Lista de Precios de los servicios ofertados, (original y copia)
- 10. Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el Representante Legal o apoderado de la empresa.
(Formulario del Ministerio de Turismo)
- 11. Inventario valorado de la empresa firmado bajo la responsabilidad del propietario o representante legal, sobre los valores declarados
- 12. Permiso de uso del suelo *(para bares y discotecas)*

Revisado e Ingresado por:.....

VERSION 03